

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**Las Casas de Chahuaytire:
Expectativas sobre el turismo, nociones de progreso y jerarquías sociales
en una comunidad campesina cusqueña.**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA

AUTOR:

Francesco Ezio D'Angelo Piaggio

ASESOR:

Guillermo Salas Carreño

Junio, 2020

Resumen

La presente investigación se centra en las maneras en que los comuneros de la comunidad campesina de Chahuaytire, ubicada a 50 minutos en transporte colectivo del centro del distrito de Pisaq sobre los 3800 msnm en Cusco, negocian su estatus social dentro de la comunidad a través de las formas en que construyen y modifican sus casas. Chahuaytire está inmerso en el contexto turístico cusqueño que implica la relación e interacción entre promotores de desarrollo, empleados de turismo, turistas y campesinos. Hace treinta años aproximadamente los miembros de la comunidad vieron el potencial monetario del turismo a través de la producción y venta de tejidos gracias al apoyo de algunos promotores de desarrollo primero y de turismo después; sin embargo, en los últimos años las iniciativas para implementar nuevas actividades turísticas en la comunidad se han incrementado. El reconocimiento social dentro de Chahuaytire se da desde su posición como campesinos quechua-hablantes y sus nociones de progreso que están relacionadas a las formas de estratificación étnica social regional y está influido por las aspiraciones urbanas de los comuneros y sus expectativas por articularse cada vez más al turismo como un actividad económica remunerada, en particular al turismo vivencial, que supone hospedar a turistas en sus hogares. Por ello, las formas de construcción o modificación de sus casas se realizan siguiendo modelos urbanos para mejorar o en función de que sean atractivas y aptas para los turistas. De este modo, el estatus social dentro de Chahuaytire se ancla en las diferencias entre las casas, los materiales, la ubicación, acabados y diseños de las mismas. Estas diferencias están en diálogo con narrativas de modernidad estableciendo contraste temporales y valorativos entre lo que es proyectado al pasado y lo que es considerado contemporáneo y reciente. Esta investigación es una etnografía de las formas en que un contexto turístico se articula y engrana con las dinámicas cotidianas y de expectativas de futuro de una comunidad rural cusqueña.

Palabras clave:

infraestructura, casas, jerarquías sociales, etnicidad, turismo, materialidad

“Antropólogos y turistas parecen tener bastante en común. Ambos pasan tiempo explorando las producciones culturales y ritos de la sociedad, y ambos cargan el estatus de externos mientras incursionan en la vida de otros.”

(Stronza, 2001, p. 261)



Agradecimientos

Muchas gracias a las autoridades de la comunidad de Chahuaytire por permitirme realizar esta investigación. Gracias a la Familia Ylla Alvarado por alojarme en su casa y tratarme como un hijo más. A los encargados de las respectivas áreas de turismo del distrito de Písaq por algunas facilidades. Al Molle por recibirme en Písaq los días domingos.

Un especial agradecimiento a Guillermo Salas, mi profesor y asesor, por sus consejos, paciencia y el seguimiento constante a pesar de mis ideas dispersas. Gracias por sus interminables observaciones, las cuales me han hecho una persona mucho más crítica frente a la producción de conocimiento en general. Sobre todo, por mostrar un profundo interés en esta investigación, algunos dilemas antropológicos y mis observaciones del mundo Andino.

Gracias a todas las profesoras y profesores de la especialidad por formarme en el hermoso quehacer de la antropología, esta compleja disciplina que hoy llamo vida. A las personas que estuvieron conmigo desde la preparación de la investigación hasta la producción del texto final, algunos años después. A mis compañeras y compañeros de la especialidad por fomentar el debate en las aulas (y fuera de ellas) y a las personas que me ayudaron con el diseño de los planos y gráficos.

A mi familia, por el apoyo económico, emocional y, particularmente, por su presión para que entregue esta tesis.

Esta investigación ha sido posible gracias al tiempo de cada una de las personas de Chahuaytire con las que he compartido caminatas, trabajo, risas, bailes, cerveza, trago y comida. Gracias por hacerme sentir como en casa. ¡Kawsachun Chahuaytire!

Índice

Introducción.....	IX
Preguntas de investigación.....	XI
Marco Teórico.....	XI
Pluriactividad en sociedades rurales	XII
El turismo como contexto	XIV
El contexto turístico: uso de la cultura, encuentros mediados y sus consecuencias	XVII
El turismo como actividad económica y narrativas de modernidad	XXIV
Metodología.....	XXVI
Plan de la tesis	XXVII
Capítulo 1: Chahuaytire y su entorno.....	1
1.1 El distrito de Písaq.....	1
1.1.1 Turismo en Písaq y expectativas de las personas de las comunidades.....	3
1.2 La Comunidad Campesina de Chahuaytire.....	7
1.2.1 Organización social y política.....	10
1.2.2 Servicios en la Comunidad	13
1.2.3 Iglesias.....	14
1.2.4 Actividades Económicas	14
a) Actividades agropecuarias.....	14
b) Actividades vinculadas al turismo	17
c) Construcción.....	19
d) Transporte	19
e) Trabajos municipales	20
f) Minería.....	20
1.2.5 Proceso de Urbanización de la Comunidad	21
Capítulo 2: Artesanía y Turismo en Chahuaytire.....	22
2.1 La artesanía como propulsor del turismo	22
2.1.1 Producción y distribución de tejidos.....	25

2.1.2	Relevancia del mercado de Písaq.....	27
2.2	La llegada del turismo a Chahuaytire	30
2.2.1	Instituciones y proyectos asociadas al desarrollo del turismo en Chahuaytire.....	30
a)	Pre-asociaciones a inicios de los 1990s	30
b)	La Asociación de Tejedores de Chahuaytire (1996)	31
c)	El Parque de la Papa (1997).....	33
d)	Corredor Puno-Cusco (alrededor de 2007).....	36
e)	Caravana de Llamas (2010)	38
f)	Asociación Virgen Asunta / Qapac Ayni Yanapanakuy (2012)	40
g)	Proyecto Cusco Emprende (2015).....	42
2.2.2	Porteadores, estudiantes y transportistas como agentes del turismo en Chahuaytire	44
a)	Porteadores:	44
b)	Estudiantes de turismo:	45
c)	Transportistas:	45
2.2.3	<i>“Antes no había nada”</i> : expectativas y percepciones de beneficios del turismo	46
2.2.3.1	El Dinero, la necesidad y sus implicancias	46
a)	Intercambio de experiencias	50
b)	Reflexión sobre la presencia de turistas en Chahuaytire y la expectativa de los comuneros.....	52
Capítulo 3:	La formación de lo turístico entre capacitaciones,	54
capacitadores y comuneros	54
Capacitaciones y limpieza	58
3.1	Tipología de capacitadores	59
3.1.1	Capacitadores externos	59
3.1.2	Capacitadores internos	61
3.2	La doble figura de guía.....	63
3.3	Capacitaciones y formas de capacitar.....	65
3.3.1	Capacitaciones Formales:	65

3.3.1.1 Algunos casos de capacitaciones formales:.....	66
a) Capacitaciones llevadas a cabo en la Asociación Virgen Asunta ...	66
b) Capacitaciones de Caravana de Llamas	69
c) Capacitaciones de la Asociación de Tejedores de Chahuaytire	70
d) Capacitaciones del Parque de la Papa	71
e) Capacitaciones de CODESPA.....	72
f) Capacitaciones del Corredor Puno-Cusco - Concurso de fachadas:	73
3.3.2 Capacitaciones Informales:.....	75
3.3.2.1 Dos ejemplos de capacitaciones informales:.....	76
a) Pareja de extranjeros vistos como capacitadores.....	76
b) Capacitación por un guía turístico.....	77
3.3.3 Capacitación por observación:.....	78
3.3.3.1 Un caso de capacitación por observación	78
3.5 Balance sobre las capacitaciones	79
Capítulo 4: Las casas y las jerarquías sociales en Chahuaytire	82
4.1. Las casas como infraestructura: la relevancia de la materialidad y el estudio de casas	82
4.3. “ <i>Dejar de vivir como era antes</i> ”: ideas de mejora en Chahuaytire e ideologías de jerarquización étnica en la región	87
4.3.1 Estratificación étnica y categorías relacionales en la región	87
4.3.2 Ideas de mejora en Chahuaytire	89
4.4. Materializando las ideas de mejora: cambios en las casas y algunos elementos asociados al progreso.....	90
4.4.1 Cambios dentro de las casas.....	90
a) Separación de espacios.....	90
b) Cocina mejorada.....	91
4.4.2 Ubicación de las casas y el acceso a servicios.....	92
a) La urbanización de Chahuaytire	92
4.4.3 Progreso a partir de las formas arquitectónicas:.....	93
a) La planta de las casas	93

b) Forma de las ventanas:	94
c) Viviendas Dispersas y Viviendas Compactas	95
4.4.4 Progreso a partir del uso de materiales:	98
a) Adobe y “material noble”:.....	98
b) El material del techo	100
c) El progreso y los acabados de las casas	102
d) Los “ <i>Baños Dignos</i> ”: nuevos baños en la comunidad	107
4.5 Casas, cambios y jerarquías sociales: discusión sobre la valoración de las casas en Chahuaytire	109
4.5.1 Casas tipo <i>antigua</i>	110
4.5.2 Casas Mejoradas	117
I. Tipo común	117
II. Tipo Ciudad	121
III. Casas para Turistas.....	124
4.6 Discusión a partir de las casas y sus implicancias	131
4.7 Aspiraciones: imaginación y las casas del futuro	138
4.7.1 Referencias.....	139
4.7.2 Aspiraciones individuales:.....	140
4.8 Balance sobre las casas y jerarquías sociales en Chahuaytire.....	143
Conclusiones: “ <i>Si no hubiera turismo ¿de qué viviría la gente?</i> ”	148
Bibliografía	154

Introducción

Esta investigación surgió a partir de dos situaciones en comunidades campesinas del distrito de Písaq¹ en Cusco previamente a mi trabajo de campo en la comunidad campesina de Chahuaytire en el mismo distrito. En ambas situaciones tuve una interacción con distintas personas mientras construían una casa.

[primera situación]

Entre los meses de julio y agosto del 2016, visité algunas comunidades del Valle Sagrado² con el fin de aclarar mis dudas sobre mi proyecto de tesis de licenciatura. Casi al final del viaje, luego de haber sido identificado y tratado como un turista por distintas personas de las comunidades, mientras caminaba en una comunidad del distrito de Písaq, veo a un hombre trabajando en la construcción de una casa. Ingenuamente, le pregunto sobre el propósito de su trabajo esperando una respuesta relacionada al crecimiento de su familia. “No. *Es para turistas*” -responde tajantemente- “¿tú, ya sabes dónde te vas a quedar?”.

[segunda situación]

En diciembre del 2016, ya sabía que el lugar donde haría mi trabajo de campo sería la comunidad campesina de Chahuaytire en el distrito de Písaq, Cusco. Por eso, realicé un viaje corto previo a mi estadía. El primer día de mi llegada, me invitaron al *wasichakuy* de Teodosio Ccoyo, comunero de Chahuaytire. El *wasichakuy* es la fiesta que celebra la finalización de la construcción de una casa con la puesta del techo. Mientras miraba a las mujeres cocinar y a los varones trabajar en la casa, le pregunté a una niña por qué estaban construyendo esta casa. La niña me miró directamente y dijo: “*Para ti, pues. Para turistas*”.

Dentro del amplio contexto turístico que se viene desarrollando en el Cusco, esta investigación se centra en cómo las casas de la comunidad campesina de Chahuaytire están relacionadas a las expectativas que tienen los comuneros sobre el turismo como una herramienta para potenciar y complementar la producción y venta de artesanía textil. Siguiendo las

¹ He tomado la decisión de escribir el nombre del distrito de esta manera (con la letra “q” al final), ya que, esta es la forma en la que los miembros de la comunidad de Chahuaytire lo escriben y pronuncian. Esto se va a contradecir con algunos títulos de documentos municipales donde escriben el nombre del distrito con “c” al final de la palabra (Pisac). Sin embargo, en el desarrollo de estos documentos se puede observar el uso de “Písaq” y “Pisac” indistintamente.

² El espacio que se extiende a lo largo de parte del río Vilcanota, es conocido como el Valle Sagrado de los Incas. Este se encuentra a lo largo de las provincias de Calca y Urubamba. Podríamos delimitarlo, en su extensión turística, entre los sitios arqueológicos de Písaq, en un extremo, y de Ollantaytambo, en el extremo opuesto.

expectativas de los comuneros, voy a analizar cómo a partir de la construcción de las casas y sus modificaciones estos negocian su reconocimiento social dentro de su comunidad, a pesar de que la presencia de turistas en la comunidad sea prácticamente nula. En esta investigación no me centro en el fenómeno del turismo vivencial en espacios rurales o en comunidades campesinas andinas debido a que muy pocos turistas se han hospedado en la comunidad.

Chahuaytire es una de las doce comunidades campesinas del distrito de Písaq, ubicada a 3850 metros sobre el nivel del mar y a 50 minutos en transporte colectivo desde el centro del distrito. El distrito, por su parte, se encuentra aproximadamente a 35 kilómetros de la ciudad del Cusco. Las principales actividades económicas en la comunidad son agropecuarias; sin embargo, los miembros de Chahuaytire están cada vez más articulados al mercado a través de otras actividades remuneradas como la artesanía y, más recientemente, el turismo.

Uno de los principales motivos por los que los miembros de la comunidad buscan dedicarse al turismo como una actividad económica es por la cercanía que tienen con el centro del distrito. El centro de Písaq recibe bastantes turistas diariamente y muchas personas de la comunidad van diariamente a mostrar e intentar vender sus productos textiles a los turistas. Los miembros de Chahuaytire están familiarizados con la presencia de turistas y buscan aprovechar la cercanía que tienen con ellos para desarrollar una economía que les permita progresar frente a la situación en la que actualmente viven: campesinos y campesinas quechua-hablantes con múltiples dificultades, entre ellas la incapacidad de ahorro monetario, un difícil acceso a educación superior para sus hijos y a servicios de salud de calidad, entre otras.

Preguntas de investigación

Al enfocarme en las casas de una comunidad campesina, se abrió un espectro de cuestionamientos sobre las evidentes y no tan evidentes diferencias entre estas dentro de lo que llamo el contexto turístico.

Al percatarme durante mi trabajo de campo de las altas expectativas en la comunidad sobre el turismo como una actividad que genera ingresos monetarios, a diferencia de las agropecuarias, me pregunté si es que habría una suerte de diferenciación social dentro de la comunidad relacionada al turismo que podría estar inscrita en las casas de los comuneros. Esto me llevó a plantear la siguiente pregunta principal de investigación:

¿Cómo las diferentes casas y sus modificaciones responden a expectativas sobre el turismo, nociones de progreso y jerarquías sociales en la comunidad campesina de Chahuaytire?

Luego, para acercarme a la relación entre el contexto turístico, Chahuaytire, las personas de la comunidad y las formas de sus casas elaboré las siguientes preguntas secundarias:

- ¿Cuáles son y cómo llegaron las nociones sobre cómo debe ser una casa acondicionada para recibir turistas en Chahuaytire?
- ¿Cómo las familias de Chahuaytire modifican y acondicionan sus casas con la expectativa de recibir turistas?
- ¿Cómo las diferentes casas y sus modificaciones están relacionadas con las jerarquías sociales dentro de la comunidad?

Marco Teórico

A continuación presento una serie de discusiones teóricas que dan un marco teórico general a mi investigación. Debo aclarar que, en puntos concretos del desarrollo de la tesis, el lector también encontrará algunas discusiones teóricas complementarias necesarias para el análisis que propongo.

Pluriactividad en sociedades rurales

El turismo es una actividad que ha venido calando en distintas sociedades como un complemento a las estrategias de subsistencia centradas en actividades agropecuarias. En Chahuaytire las familias presentan una combinación de actividades económicas remuneradas y no remuneradas como parte de sus estrategias de subsistencia. Entre otras, las actividades turísticas son parte de las actividades económicas realizadas por los miembros de la comunidad. Debido a esto, es necesario presentar una discusión teórica sobre la pluriactividad en espacios rurales para contextualizar el lugar de esta investigación. La combinación entre actividades agropecuarias con otras asalariadas que realizan los miembros de un hogar rural es lo que se conoce como pluriactividad campesina (Grammont, 2009, pp. 274-277).

La investigación de Grammont (2009) analiza las transformaciones que vienen ocurriendo en los hogares rurales de México debido a la presencia de actividades asalariadas como eje central de los hogares rurales. Si bien las familias rurales siempre han diversificado sus actividades económicas, el autor sostiene que hoy en día existe una inclinación por incrementar en lo posible las actividades asalariadas de acumulación adicionalmente a las actividades agropecuarias.

Esta combinación y diversificación de actividades es una estrategia de vida para hogares rurales. Sin embargo, el autor plantea que, para la sociedad rural mexicana, que mira a las actividades asalariadas como una manera de mejorar su economía para salir de la pobreza, el dejar parcial o completamente las actividades agropecuarias no necesariamente mejora su situación. Esto es debido a que los costos de los bienes o productos y servicios que las personas van a tener que adquirir de los mercados que se encuentran en las ciudades son más elevados que aquellos de la vida en el campo (Grammont, 2009).

Un estudio complementario al de Grammont (2009) enfocado en las sociedades campesinas peruanas y que muestra el proceso de cambios ocurridos en las economías campesinas de la sierra del Perú en los últimos 30 años es el de Escobal y Ponce (2012). Los autores, a partir del análisis de las particularidades de las localidades de Yanamarca y Pomacanchi buscan definir

si una economía campesina deja o no de ser tal a partir de su articulación con el mercado y el acceso a bienes y servicios públicos como por ejemplo lo pueden ser las carreteras y la infraestructura de educación, salud, agua y luz.

Tras comparar los dos casos de estudio, los autores sostienen que la pluriactividad es una situación muy extendida en las sociedades rurales andinas contemporáneas a pesar de las particularidades de cada locación. Por ello, argumentan que el acceso a bienes y servicios evidentemente mejora la calidad de vida y el bienestar de las personas, pero no necesariamente disminuye sus niveles de pobreza, así como tampoco hace que desaparezca la economía campesina. Tras evaluar detenidamente los casos de Pomacanchi y Yanamarca, ven que una sociedad rural, indistintamente a los procesos sociales e históricos por los que hayan pasado, a pesar de estar profundamente articulada al mercado debido a su pluriactividad puede seguir siendo campesina, es decir, manteniendo una economía campesina a pesar de las distintas estrategias de supervivencia que los miembros tengan.

Alejandro Diez (2014), por su parte, hace un balance sobre los cambios en la ruralidad y las estrategias de vida en las sociedades rurales en los Andes peruanos. En este balance, las sociedades rurales actualmente, presentan diversas estrategias de vida, entre las que podemos encontrar actividades más rurales (estrategias que podrían entenderse como campesinas), relacionadas específicamente a las tareas agropecuarias con fines de auto subsistencia y otras menos rurales (estrategias no campesinas) con fines de acumulación, que se encuentran más cercanas al mercado y, a su vez, implican un menor trabajo de la tierra.

La pluriactividad corresponde a la diversidad de estrategias económicas que una familia combina dentro de su localidad o fuera de esta, en caso de que se dé una migración estacional. Por eso no resulta extraño que las actividades de autoconsumo (más rurales) y las de acumulación (menos rurales, que son asalariadas) sean combinadas de diferentes formas por los miembros de una familia rural. Sin embargo, aquellas actividades menos rurales resultan atractivas por algunos miembros de sociedades rurales debido a que están relacionadas con la mejora de la calidad de vida.

El turismo como contexto

El turismo, sin duda se trata de una actividad económica que está siendo incorporada por miembros de distintas sociedades rurales como parte de sus estrategias económicas. Sin embargo, es necesario primero definir qué es el turismo, de qué maneras se viene desarrollando en zonas rurales y cómo repercute en las mismas.

“El turismo es el movimiento a mayor escala de bienes, servicios y personas que la humanidad haya visto” (Greenwood, 1989, citado en Stronza, 2001, p. 264). Por un lado, Stronza (2001), en su libro sobre la antropología del turismo, sostiene que el turismo es un catalizador del desarrollo económico y de cambios sociopolíticos. Por su parte, Norma Fuller (2009, pp. 17-18) en el primer capítulo de su libro titulado “Turismo y cultura: entre el entusiasmo y el recelo”, citando a Torre-Padilla (1994, p. 16) define el turismo como “el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas” que se dirigen hacia un destino por motivos de recreación, descanso o para tener un mayor conocimiento sobre otras culturas. Fuller menciona que a pesar de las distintas definiciones que existen, el turismo implica un consumo por parte de quienes se desplazan y que tengan una experiencia agradable debido a que han roto con su cotidianidad.

El turismo participa en la transformación de sistemas económicos, de la vida social, espacios y de manera más amplia, de la cultura, por ello se trata de un fenómeno sociocultural complejo que sin duda es una fuente de ingreso económico para el desarrollo de distintos países. Este fenómeno puede ser visto como una consecuencia de la globalización, ya que, permite a personas de otros contextos acceder a lugares y culturas distintas a las suyas de manera, relativamente, fácil. También se puede ver como una causa de la globalización porque genera redes de circulación de información, servicios estandarizados, sistemas de comunicación e infraestructura (Bruner, 2005; Fuller, 2009; Stronza, 2001).

El turismo supone un encuentro entre turistas (los que se desplazan) y locales (los que habitan el destino que visitan los turistas), o en términos de Stronza (2001), entre invitados y anfitriones. A partir de este encuentro se van

a producir distintos impactos y efectos económicos, sociales y ambientales, así como importantes cambios en los turistas y los locales. Desde el caso de los anfitriones, la autora identifica los factores que explican los tipos de participación local en el turismo; mientras que, por el lado de los invitados, busca analizar los efectos de los distintos tipos de turismo en las actitudes y comportamientos de los mismos al regresar a su hogar. Si bien, en esta investigación me enfoco en las consecuencias del turismo en una sociedad andina, la autora sostiene que el turismo implica un efecto doble, ya que, luego de un encuentro se pueden analizar los cambios que ocurrirían también en los turistas.

A pesar de que la autora se centra en el encuentro entre turistas y locales, en la práctica estos suponen también la participación de agencias, empleados y promotores de turismo. Por un lado, los encuentros por lo general están mediados por agencias o empleados de turismo. Los turistas llegan a su destino, donde se encuentran con los locales gracias a las agencias o los empleados de estas; son las agencias de turismo las que arreglan y organizan el viaje de los turistas. Por otro lado, existen promotores de turismo que buscan desarrollar actividades turísticas en espacios rurales trabajando con los locales para que lleguen los turistas.

Los encuentros y relacionamientos entre los actores mencionados son interacciones sociales. Siguiendo a Mannheim y Tedlock (1995) toda interacción social se encuentra arraigada en un contexto social, político e histórico determinado. Estos contextos moldean las interacciones y, a su vez, van siendo reestructurados por las mismas. Tomando como premisa que la cultura emerge en los diálogos, los autores llaman campo dialógico a los contextos donde se llevan a cabo las distintas interacciones.

En esta investigación tomo el concepto de marcos de interacción de Goffman (1959) para referirme estos contextos en los que se inscriben las interacciones sociales que implica el turismo. Un marco es un contexto social en donde se llevan a cabo ciertas actividades de manera regular. Estas actividades son realizadas de manera coordinada por distintas personas según un determinado patrón que estas ya conocen.

Las personas van desarrollando formas de reconocer distintos marcos de interacción y aprendiendo a manejarse en ellos, asumiendo ciertos roles, a medida que van internalizando las normas de cada marco en particular. Por ello, Goffman (1974), sostiene que los marcos son esquemas de interpretación. Finalmente, es necesario añadir que el conjunto de marcos de interacción existentes es lo que estructura una determinada sociedad y lo que hace que el aprendizaje de una persona a través de la socialización sea tan necesario para entender los marcos y desenvolverse de manera aceptable en los mismos (Castillo, 2015; Goffman 1959, 1974).

Para ejemplificar el análisis de los marcos de interacción veamos el estudio de Gerardo Castillo (2015) sobre las prácticas de beber alcohol en comunidades campesinas del distrito de Písaq, entre ellas Chahuaytire, en Cusco. El autor discute la interacción social y los marcos de estas enfocándose en las reglas que existen alrededor del beber alcohol. El acto de beber alcohol es una interacción social pautada por el lugar donde se está bebiendo, cuándo, qué y con quiénes. Todos estos elementos, constituyen el marco de interacción de beber alcohol y van a pautar la distribución del espacio y los recipientes de lo que se bebe.

Lo interesante de este trabajo es que el autor muestra cómo los marcos de interacción, si bien ordenan las interacciones al tomar, a medida que la cantidad de alcohol aumenta y, de igual manera, aumenta la borrachera el orden del marco se puede quebrar. Esto demuestra lo complejo de un marco, ya que, el mismo hecho de percibir que la borrachera quiebra el orden de las interacciones la convierte en parte de la estructura de la sociedad. Si bien mi tema de interés es el turismo y no el consumo de alcohol, este estudio me sirve para analizar los marcos de interacción que supone el turismo y su complejidad en Cusco.

Para esta investigación abordo el turismo como constituyendo de múltiples marcos de interacción donde interactúan turistas, locales y, agencias, empleados y promotores de turismo. Sin embargo, es necesario analizar el turismo como un contexto complejo donde ocurren distintas situaciones que los actores son capaces de reconocer y seguir. Por ello es relevante la diferencia

que hace Goffman (1974) entre los marcos primarios y los que se definen a partir de este. El autor se refiere a los marcos de interacción más generales como marcos primarios, ya que, éste les permite a sus participantes identificar y ubicar varias otras ocurrencias (marcos secundarios) definidas según los términos del contexto social en el que se encuentren. Los marcos secundarios son situaciones u ocurrencias que empiezan y acaban dentro de los marcos primarios, es decir, dentro de un marco más general.

El turismo, al ser un fenómeno que involucra el encuentro de distintos actores y elementos, lo veo como un gran contexto que se viene desarrollando hace décadas en esta región. Siguiendo el análisis de marcos de Goffman (1974), el contexto turístico construye una serie de marcos primarios, es decir, situaciones de interacción donde son importantes los entendimientos que cada uno de los actores tienen sobre qué es el turismo y quiénes son y qué necesitan los turistas.

El contexto turístico: uso de la cultura, encuentros mediados y sus consecuencias

Dentro del contexto turístico y retomando la discusión sobre la pluriactividad, las actividades turísticas vienen siendo adoptadas como fuente de ingreso monetario en distintas sociedades rurales. Debido a que el turismo implica un consumo por parte de los turistas en su destino temporal (Fuller, 2009), estos generan ingresos monetarios para quienes trabajan en las actividades turísticas. Como vamos a ver a continuación, existen distintos estudios que analizan los encuentros entre turistas, mediadores (representantes de agencias turísticas o promotores del turismo, por ejemplo) y anfitriones locales en un destino turístico. Si bien esta investigación se centra en cómo repercute el turismo en los miembros de una comunidad campesina en Cusco, es necesario también revisar cómo y por qué se llevan a cabo las actividades turísticas en otros espacios rurales.

Un tema recurrente entre los trabajos sobre el turismo y sus efectos en comunidades es el *uso* de la cultura como un recurso importante para la realización de actividades turísticas. En su libro “El recurso de la cultura”,

Yudice (2002) argumenta cómo la cultura puede ser un recurso que se usa buscando mejorar la economía de una sociedad. El autor examina cómo las industrias culturales toman elementos como las expresiones artísticas, para crear empleos o incrementar la educación, es decir, para lograr un impacto positivo en la población. Asimismo, nos invita a ver cómo el uso de la cultura revaloriza a grupos minoritarios, reconociendo su aporte en la diversidad social con su *vida étnica* u otras experiencias culturales. Esto, sin duda, aplica para el desarrollo de las actividades turísticas, ya que, las costumbres de un grupo social adquieren valor y se vuelven en un incentivo económico para los miembros del mismo.

Para entender por qué un grupo minoritario tendría una *vida étnica*, que se diferencia de un grupo mayor, es importante definir brevemente el concepto de etnicidad. Para Comaroff (1987), la etnicidad es una forma de diferenciación social que usualmente ha sido construida en función de cierto tipo de prácticas culturales que se han usado como marcadores de diferencia. Estos marcadores pueden ser, por ejemplo, el lenguaje, las prácticas religiosas, la ropa, ciertas actividades económicas, entre otras. La etnicidad surge del proceso colonial europeo y ha sido usada en gran medida para diferenciar a quienes se encuentran en la posición dominante no-marcada étnicamente - típicamente, colonizadores o elites nacionales- de quienes sí lo están y ocupan lugares subalternos en la división del trabajo. En este sentido, es necesario pensar la etnicidad como un conjunto de relaciones, como un producto de procesos históricos, no como algo simplemente *dado*.

Siguiendo con el trabajo de Callirgos (2006), entendemos que la etnicidad funciona como una categoría relacional, es decir, existe en relación a otras personas o grupos. Una identidad no puede existir sin que existan otras identidades (Barth, 1969, De la Cadena, 2000, citados en Callirgos, 2006). Así como, también, una dicotomía opuesta que incluye y excluye de manera continua. En este proceso se va a construir un 'ellos' y un 'nosotros' que incluye y excluye a individuos de manera continua dependiendo de los contextos. Estas oposiciones son las que legitiman los grupos étnicos, es decir,

en relación a grupos no marcados étnicamente (Choen, 1978, citado en Callirgos, 2006).

Los autores Comaroff y Comaroff (2009) en su libro *Ethnicity, Inc.*, en la línea de Yudice (2002), analizan el uso de la cultura como un atractivo para los turistas. Los autores se centran en cómo la 'identidad' étnica de un grupo de personas se inscribe en ciertos objetos o prácticas convirtiéndose en mercancías. Los locales logran objetivar su cultura para comercializarla en encuentros con turistas y así conseguir ingresos monetarios para mejorar su calidad de vida.

Estas nuevas mercancías son producidas por las mismas personas que usualmente han sido consideradas *étnicas* en un contexto dado. En este proceso de mercantilización de la cultura, los marcadores étnicos, que podrían ser elementos que indican inferioridad social, son transformados en recursos económicos para estas personas al tener un valor como mercancías para los turistas. La mercantilización de la cultura se da una vez que algunos elementos de la cultura de un determinado grupo étnico son objetivados. Al ser objetivado, entonces, se puede identificar la carga 'étnica' que posee un objeto o una determinada práctica cultural. Entonces, la 'identidad' étnica de un grupo es lo que le permite al mismo articularse al mercado, ya que, su cultura se puede representar a través de algo que es posible de comercializar (Comaroff & Comaroff, 2009).

Algo que notan los Comaroff (2009) es que los indígenas se vuelven empresarios al comercializar su cultura creando asociaciones propias de turismo. Siguiendo con Chaumeil (2009), existe un proceso de construcción de patrimonio turístico en el que expresiones culturales indígenas son controladas por entidades locales y foráneas para poder replicarlas frente a los turistas de maneras "correctas", así como para evitar que cambien o se pierdan con el paso del tiempo.

Tanto los Comaroff (2009) como Chaumeil (2009) resaltan la participación indígena por regular sus propias expresiones culturales que es crucial para conseguir ingresos económicos y para legitimar cierta autenticidad de las mismas. En el estudio de los Comaroff (2009), son las mismas

asociaciones que han formado los indígenas las que se preocupan por cuidar y mantener las formas de las expresiones culturales que se deben performar frente a los turistas.

Para ejemplificar lo que vengo discutiendo a continuación voy a referirme brevemente a dos estudios donde se analizan las formas de presentación de grupos indígenas en contextos turísticos. Uno es en la Amazonía y otro en los Andes del Perú.

El estudio de Chaparro (2008) gira en torno a los impactos del turismo en la comunidad de Nuevo Perú, ubicada en el distrito de Punchana, Loreto en la Amazonía peruana. Desde la inserción del turismo, a través de una empresa de turismo del distrito, los miembros de Nuevo Perú han desarrollado una manera de generar ingresos monetarios mostrando su forma de ser recreando un 'drama turístico' (Chaparro, 2008, p. 117) que muestra bailes y costumbres de la comunidad.

La autora señala las maneras en que se relacionan la comunidad, la agencia de turismo y los turistas en torno a las actividades turísticas. En primer lugar, nos muestra cómo la agencia es un mediador entre la presentación de los comuneros frente a los turistas. La puesta en escena de los comuneros, que consiste en bailes, está controlada temporal y espacialmente por la empresa, ya que, se trata de una de las varias actividades turísticas que los turistas han accedido a consumir. La agencia organiza la presentación de los comuneros frente a los turistas estableciendo un punto de reunión y una hora delimitada para la puesta en escena.

Otra manera importante de ver cómo se relacionan los actores es a partir de la coexistencia de intereses frente a la actividad turística. Los comuneros y la agencia, por un lado, ven el potencial económico que tiene el turismo. Por otro lado, sin embargo, los turistas ven, en la escenificación de los estereotipos de un grupo étnico, la posibilidad de conocer otros modos de vida (Chaparro, 2008). Así como en el pasado la fascinación por lo exótico era el interés de los viajeros y colonos, estos otros modos de vida son los que articulan este turismo en la actualidad (Chaumeil, 2009).

Por su parte, Beatriz Pérez Galán (2006) propone ver la puesta en escena de un Raymi o festividad *típica* en la ciudad de Písaq (Cusco) como un espacio de negociación entre las autoridades locales que participan de la festividad y los promotores de turismo. La autora muestra cómo las actividades turísticas están involucradas en la producción y reproducción de un imaginario sobre el mundo indígena en Písaq. De cierta manera, el turismo y sus distintas manifestaciones son productores de etnicidad. Por ejemplo, los discursos locales sobre el pasado indígena están muy presentes en la oferta turística, lo que a su vez reproducen y moldean las formas de imaginar la región étnicamente.

Si bien Pérez (2006) le da un énfasis político a la relación que existe entre los actores, muestra también las maneras en que las actividades turísticas son cruciales para la economía local. Los pobladores locales también se benefician económicamente de las actividades turísticas realizadas en su distrito. Estas actividades turísticas consisten en la escenificación de rituales que reproducen estereotipos étnicos que son promovidos por agencias de viajes y consumidos por los turistas.

La autora sostiene que las representaciones de los Raymis, son una de las atracciones turísticas más importantes de la región del Cusco. De por sí, Písaq es una de las localidades reconocidas por presentar elementos tradicionales en la actualidad. Por ello, el lugar en el que se realizan las representaciones de los Raymis son importantes para la producción de ideas de autenticidad y tradicionalidad indígena.

En el caso de Písaq, las presentaciones que realizan los actores locales en los Raymis se realizan al pie del sitio arqueológico, utilizando vestidos llamativos y recreando rituales que son presentados como de origen prehispánico en el mismo lugar. Los indígenas "auténticos" ceden su imagen "exótica" para escenificar un pasado adaptado a un contexto local que constituye el núcleo del producto y atractivo turístico de los Raymis (Pérez, 2006).

En ambos casos presentados, podemos ver cómo las autoras en distintas investigaciones, notan que los indígenas se presentan de ciertas

maneras a modo de atracción para turistas. De esta manera, podemos dar cuenta de que en el contexto turístico existen grupos sociales (los indígenas los dos estudios presentados) a modo de anfitriones que buscan satisfacer los intereses de los visitantes (turistas) (Smith, 1989, citado en Ulfe, 2011). Para ello, lo cultural se debe presentar de manera sensorial y vivible a los turistas. La forma en la que se presentan las personas va de acuerdo a lo que localmente se imagina qué es lo que más llama la atención de los turistas, que usualmente involucra recurrir a lo histórico o lo exótico. Las *recetas* sobre cómo mostrarse frente a los turistas, están motivadas por las expectativas que se tienen sobre el turismo como una actividad económica, es decir, mostrar aquello construido como auténtico es una estrategia para que los locales puedan atraer turistas y así obtener ingresos monetarios, esperando mejorar su posición social (Ulfe, 2011).

Estas *recetas* para atraer turistas pueden ser preparadas independientemente por los indígenas o autoridades distritales, mediadas por empresas de turismo o, como lo demuestra el caso chileno de Yáñez Aguilar y Fischman (2016), producidas en conjunto por entidades estatales y programas de intervención socio económicas apoyadas en los medios de comunicación para su transmisión y difusión.

El caso de estudio de los autores se enfoca en los cambios realizados en una sociedad rural chilena para incrementar el turismo en La Fiesta del Mar en la isla de Quehui en Chiloé. La introducción del turismo en esta localidad está vinculado a la publicidad y los medios de comunicación. El mensaje publicitario para promocionar Chiloé como un atractivo turístico mostraba una visión idealizada sobre las costumbres de la isla para presentarla como una localidad *pre-moderna* donde en la actualidad se podría tener una experiencia verdadera de la tradición *Chilota* (Yáñez Aguilar & Fischman, 2016).

La presencia de turistas efectivamente, aumentó; sin embargo, los cambios afectaron la manera en que se llevan a cabo las celebraciones. Las transformaciones presentes en las celebraciones se dieron junto a distintos actores externos a la localidad, tales como medios de comunicación, el municipio, programas sociales y turísticos estatales. Un cambio interno

importante fue el de la implementación de nuevos edificios en la localidad. Particularmente a la construcción de espacios dedicados para la misma realización de las actividades de las celebraciones de las fiestas, otras que permitan los encuentros sociales y otras construcciones para hospedar a los visitantes con una mayor comodidad.

Esto nos aproxima a la relación entre infraestructura y turismo, algo que también es discutido brevemente por Ximena Málaga (2012) en un estudio realizado en comunidades en Cusco. La autora señala que en la comunidad de Pampallacta la mayoría de varones trabajaba en turismo, pero en otros lugares lejos de la comunidad. A pesar de esto, en la comunidad existe un complejo para la producción y venta de artesanías (que incluye un hospedaje y un parque de papas nativas) construido por las ONGs Riqchary Ayllu y World Vision entre los años 2008-2009, pero que en la actualidad no es utilizado. Este complejo es visto por los comuneros sobretodo como un indicador de *desarrollo* o *modernidad* por que eventualmente podría traer turistas y así realizar actividades turísticas en su propia comunidad.

Volviendo al caso chileno de Chiloé, Yáñez Aguilar y Fischman (2016) muestran cómo los actores locales participan en los cambios ocurridos, quienes re-contextualizan las prácticas bajo una identidad impuesta por las autoridades de Chiloé. Finalmente, los autores sostienen que los cambios implementados en las tradiciones para atraer más turismo a Chiloé, responden al modelo económico neoliberal del Estado chileno. Los cambios fueron hechos por las autoridades para lograr un modelo de turismo que sea eficaz para el modelo económico neoliberal del Estado, lo cual generó una re-contextualización de las celebraciones.

Siguiendo esta misma línea podemos ver cómo Ulfe (2011) analiza las maneras en que se publicita el turismo, como parte de la economía del Perú y sus comunidades a través de los medios de comunicación, y las implicancias que tienen en las actividades turísticas en distintas locaciones. La autora plantea que los discursos del Estado y empresas privadas, bajo un marco neoliberal, buscan construir la imagen de una sociedad de modo que coincida con las expectativas y necesidades que tienen los turistas para promoverlas

fuera y que pueda aumentar el turismo. Es decir, hay un interés en promover ciertos lugares como turísticos basados en las mismas expectativas de los turistas esperados.

De esta manera, se entiende que las imágenes de comunidades dedicadas a recibir turistas son construidas de modo que coincidan con las expectativas y las necesidades de los mismos. Por ello, la base de las actividades turísticas, en este sentido, es el recurso de la cultura de una comunidad o sociedad en particular utilizada por un miembro de la misma (Ulfe, 2011; Yudice, 2002).

Como he revisado en esta sección, a partir de la implementación de actividades turísticas en sociedades rurales, surge nuevas oportunidades económica que les permite generar ingresos monetarios. Esta nueva actividad implica también relaciones con otros actores que forman parte del contexto turístico: turistas y empleados de agencias o promotores de turismo. Estas nuevas relaciones van a generar ciertas repercusiones en la comunidad local.

El turismo como actividad económica y narrativas de modernidad

El turismo, al ser una actividad que genera ingresos monetarios, va a resultar atractiva para los miembros de la comunidad campesina de Chahuaytire. Esto debido a las expectativas que ellos tienen por mejorar su calidad de vida a partir del acceso, en parte, a bienes que no obtendrían únicamente con el trabajo de la tierra; bienes que se adquieren con dinero.

Los trabajos remunerados y no remunerados, que se pueden observar en una economía rural pluriactiva, se diferencian también por las narrativas de modernidad. De acuerdo a Kelly (2002) el concepto de “modernidad” antes de ser una categoría analítica útil más bien se trata de un sublime ideológico, ya que, en vez de esclarecer dudas, nos puede llegar a confundir debido a que se utiliza de múltiples formas muchas veces contradictorias y con poca claridad semántica. En la comunidad de Chahuaytire, durante mi trabajo de campo, no era extraño oír a los comuneros referirse a los trabajos asalariados o remunerados como modernos, mientras que se referían a los trabajos en las chacras (de agricultura) como tradicionales o típicos o como parte de su

costumbre. Esto constituye un ejemplo de una “narrativa de modernidad” tal como Salas (2008) propone.

Las narrativas de modernidad oponen la modernidad con la tradición en estructuras jerárquicas. Siguiendo a Salas (2008), la noción de modernidad tiende a estar asociada con la libertad, la contemporaneidad, la mejora mientras que lo tradicional se asocia con la ausencia de libertad, el pasado y lo superado. Por esta razón se valora positivamente la modernidad a medida que se desprecia lo tradicional. De esta forma, las narrativas de modernidad constituyen mecanismos que participan en la construcción y reproducción de jerarquías sociales. Esto lo podemos ver, por ejemplo, a través de los ingresos monetarios que obtienen los comuneros al dedicarse a trabajos asalariados. El tener dinero, le da a una persona la libertad de adquirir los bienes que esta persona pueda. Si tiene la suficiente cantidad de dinero podría enviar a sus hijos a seguir estudios superiores, comprar zapatillas o casacas, entre otras cosas. El trabajo en la chacra es más limitante, pues uno cosecha lo que siembra.

Cabe añadir que las narrativas de modernidad no sólo actúan para diferenciar lo moderno de lo tradicional, y su asociación con la libertad o falta de esta, sino que estos entendimientos están anclados de formas temporales y espaciales. En términos temporales, lo tradicional se relaciona con el pasado y lo moderno con el presente. En términos espaciales se relaciona el campo con lo tradicional y las ciudades con lo moderno.

Voy a volver a esta dicotomía tradicional-moderno en el capítulo 4 en el que analizo las jerarquías sociales dentro de la comunidad en relación a las maneras en que los comuneros valoran los tipos de casas en su comunidad. La dicotomía presentada, articulada a la búsqueda de una mejor calidad de vida se relaciona con ciertas nociones de progreso frente a la posición social que tiene una persona campesina quechua-hablante dentro de la sociedad cusqueña más amplia. Este, como voy a detallar más adelante, es el trasfondo de mi interés en las consecuencias del turismo en esta comunidad campesina del Cusco.

Metodología

El grueso de mi trabajo de campo consistió en un total de 11 semanas ininterrumpidas en la comunidad de Chahuaytire con algunas visitas al centro del distrito. Mi estadía fue del 6 de febrero del 2017 hasta el 22 de abril del mismo año. Adicionalmente, luego de un mes de haber regresado a Lima, realicé una visita corta a Chahuaytire de 7 días del 24 al 30 de mayo del mismo año.

Durante el trabajo de campo produje información a partir de 49 entrevistas formales semi estructuradas realizadas a 5 autoridades de la comunidad, 33 personas de la comunidad (varones y mujeres), 10 promotores de turismo, encargados municipales y guías, y 1 turista. Estas entrevistas fueron programadas con anticipación con las personas entrevistadas y fueron grabadas en audio. También realicé 27 entrevistas informales a 22 miembros de la comunidad y 5 turistas. Estas entrevistas fueron realizadas de manera espontánea y las registré tomando apuntes en mi cuaderno de campo conforme conversábamos o luego de acabada la conversación dependiendo de la situación. Estas surgieron en distintas circunstancias: encuentros casuales en la comunidad o en Písaq, en los transportes colectivos Písaq-Chahuaytire, participando de alguna actividad agrícola o durante los trabajos en alguna casa.

Cabe resaltar que las personas entrevistadas fueron informadas sobre los propósitos de esta investigación y consultadas sobre el uso de la información y de sus nombres personales. Debido a la petición de algunos entrevistados, he recurrido al uso de pseudónimos a lo largo de esta investigación. En otros casos, el uso de pseudónimos ha quedado bajo mi propio criterio para evitar posibles conflictos entre los miembros de la comunidad y promotores de turismo.

Las entrevistas (formales e informales) fueron complementadas con la observación de la cotidianidad en la comunidad. La observación me permitió profundizar sobre los temas tratados en las entrevistas que venía realizando. También puse en práctica la observación participante, la cual me permitió ser parte de distintas actividades realizadas por los miembros de la comunidad:

actividades agrícolas, políticas, domésticas, familiares, de luto y de celebración. Participar de estas actividades generó espacios de relacionamiento más íntimos con los informantes lo que luego me permitió profundizar, con más confianza en temas personales en las entrevistas formales o conversaciones espontáneas. Hacer un análisis desde estos nuevos espacios de intimidad me permitieron ampliar, profundizar y, luego, delimitar, el foco de mi investigación.

Finalmente, realicé una actividad utilizando cámaras descartables. Para esto, conté con el apoyo de tres jóvenes de la comunidad a quienes les pedí que tomaran fotos de aquello que le enseñarían y lo que no a un turista. Les solicité que tomaran fotos de las casas de la comunidad según cómo ellos las valoran. Luego conversé con los participantes con las fotos que ellos tomaron lo que me permitió profundizar en las formas de valoración que tenían de los diferentes tipos de casas de la comunidad.

Plan de la tesis

Esta tesis está organizada de la siguiente manera: En esta introducción he presentado el lugar de estudio, las preguntas de investigación, un marco teórico centrado en la economía rural y el turismo y, la metodología utilizada. En el primer capítulo, a modo de presentación, describo el lugar del trabajo de campo. En primer lugar, se presenta de manera general el distrito de Písaq y cómo se viene desarrollando el turismo. Luego, haciendo énfasis en Chahuaytire, se detallan las actividades económicas, acceso a servicios, organización socio-política de la comunidad y la urbanización de la comunidad.

El segundo capítulo está enfocado en mostrar la relación entre la artesanía textil y las actividades turísticas como parte y consecuencia del contexto turístico en el que se inscribe la comunidad. De esta manera se muestra cómo van aumentando las expectativas de las personas de Chahuaytire en torno al turismo. Y, del mismo modo, cómo van incursionando en la práctica de actividades turísticas.

Una vez presentado cómo llega el turismo a la comunidad, en el tercer capítulo, analizo las formas en que los miembros de la comunidad aprenden y

se apropian (acostumbran, *customize*³) las actividades turísticas a través de capacitaciones, capacitadores y otros referentes. Estas formas incorporadas por los comuneros de cómo llevar a cabo el turismo las paso a analizar, finalmente en el cuarto y último capítulo donde analizo esto en relación con las construcciones y modificaciones de las casas que se vienen realizando en la comunidad. Enfocándome en cómo los comuneros plasman sus conocimientos sobre el turismo en las formas en que valoran, construyen y modifican sus casas elaboro sobre la diferenciación social dentro de la comunidad como respuesta a la estructura social cusqueña.

Analizando la comunidad de Chahuaytire, esta investigación busca contribuir con los estudios sobre los efectos del contexto turístico, entendido como una serie de marcos de interacción que articulan a campesinos, turistas y trabajadores promotores de turismo, en una comunidad campesina en Cusco.

³ El concepto de *customize*, viene del trabajo de Shane Greene (2009) donde examina las formas en que una sociedad amazónica se apropia del concepto de indigeneidad (*customizing indigeneity*) que fue elaborado e impuesto, en principio, por el Estado. Yo lo voy a utilizar a partir del capítulo 3 para mostrar cómo algo similar ocurre con las prácticas del turismo en una comunidad campesina cusqueña.

Capítulo 1: Chahuaytire y su entorno

1.1 El distrito de Písaq

El distrito de Písaq se ubica relativamente cerca de la ciudad del Cusco, a 35 kilómetros aproximadamente. Tomando la carretera 28G en auto, esta distancia hasta la ciudad de Písaq, se puede realizar en menos de una hora. Esta cercanía facilita la circulación de turistas entre una ciudad y otra. La ciudad de Písaq se encuentra a una altitud de 2970 msnm.

Písaq presenta dos aspectos muy relevantes para esta investigación. Por un lado, ONGs y distintas instituciones han llevado a cabo muchos proyectos de desarrollo e investigación en las comunidades campesinas del distrito. Por otro, Písaq es un destino turístico importante dentro del circuito turístico del Valle Sagrado, el cual está articulado con un circuito turístico mayor por el que pasan prácticamente todos los turistas que llegan al Cusco.

Tabla 1: Población en 2017

Población por área de residencia	Región Cusco		Provincia Calca		Distrito Písaq	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%
TOTAL	1'315 220	100	70 302	100	11 144	100
Urbana	865 771	65,83	34 490	49,06	5 025	45,09
Rural	449 449	34,17	35 812	50,94	6 119	54,91

Fuente: Censos Nacionales 2017: XII de población, VII de vivienda y III de comunidades indígenas (INEI, 2018).

De acuerdo al Directorio de Comunidades Campesinas Del Perú del Instituto de Bien Común el distrito cuenta con doce comunidades campesinas⁴ (IBC, 2016). Estas comunidades se encuentran relativamente cerca de la capital del distrito pero están ubicadas a altitudes mayores. Por lo general, la economía de estas comunidades gira en torno a actividades agropecuarias; sin

⁴ De acuerdo al Directorio de Comunidades publicada por el Instituto de Bien Común (2016), en el distrito de Písaq se encuentran las siguientes comunidades campesinas: Viacha, Sacaca, Paru-Paru, Pampallacta, Maska Ccotobamba, Cuyo Grande, Amaru, Ampay, Ccotataquí, Chahuaytire.

embargo, cada vez están más articuladas al turismo y otras actividades -como la artesanía- que les brindan ingresos monetarios⁵.

La zona de Písaq es conocida por un número de proyectos de investigación y desarrollo que se implementaron desde los años 1950s. Desde esos años, “al menos una generación de antropólogos, la mayoría cuzqueños y otros “*gringos*”, además de (...) técnicos de todas las nacionalidades y especialidades han tomado las comunidades campesinas de este distrito como campo de experimentación” (Pérez, 2004, p. 14). La mayoría de estas investigaciones y proyectos, tenían como objetivos analizar la relación entre los centros más ‘desarrollados’ y las comunidades de indígenas, y luego campesinas, para ver la manera de cómo integrar a los comuneros a dichos centros. La integración iba a ser posible a través de mejoras en la organización e infraestructura de las comunidades. En primer lugar, a través de clubes de socialización, por ejemplo, incentivando así la participación de sus miembros. En segundo lugar, mejorando sus viviendas, instalando unidades de salud y arreglando canales de irrigación (Pérez, 2004).

Varios antropólogos, por ejemplo, se convirtieron en mediadores para que las entonces comunidades de indígenas consigan beneficios como escuelas y postas médicas. Un proyecto importante en esta zona fue el Proyecto de Antropología Aplicada de Cuyo Chico que se implementó en la década de 1960. Este proyecto fue manejado por Oscar Núñez del Prado⁶, de Cusco, y por William White de la Universidad de Cornell, y tenía como objetivo planificar que las comunidades cambien culturalmente para que puedan integrarse al sistema dominante con mejores condiciones: más igualdad y menos explotación (Núñez del Prado, 1970, citado en Pérez, 2004, p. 80.).

La presencia constante de proyectos como este parece haber hecho que las personas de las comunidades campesinas del distrito de Písaq estén familiarizadas con la presencia de foráneos que buscan *mejorar* sus

⁵ En el siguiente capítulo profundizo sobre la relación entre la artesanía y el turismo en Písaq.

⁶ Oscar Núñez del Prado fue un antropólogo y lingüista cusqueño quien trabajó en el proyecto Vicos de la Universidad de Cornell. Luego trabajó en un proyecto similar, que describo en esta sección, junto a profesores de la misma universidad (Pérez, 2004). Fue profesor de la Universidad San Antonio de Abad del Cusco y dirigió la expedición que descubrió la comunidad Q'ero en 1955 (IDE, 2020).

condiciones de vida a partir de investigaciones e intervenciones. En este rubro ingresan tanto los investigadores como los promotores de desarrollo (desde antropólogos hasta técnicos agropecuarios). Aparentemente la presencia e intervención foránea se ha venido asociando con nuevas oportunidades e ideas de progreso y esto puede estar relacionado también a la actual apertura y receptividad de los promotores de turismo por parte de las personas de la comunidad de Chahuaytire⁷.

1.1.1 Turismo en Písaq y expectativas de las personas de las comunidades

Písaq forma parte del circuito turístico del Valle Sagrado de los Inkas⁸. Su principal atractivo turístico es el sitio arqueológico del mismo nombre (Municipalidad Distrital de Pisac, 2016). La economía del distrito se centra en la producción y venta de artesanías en relación a la presencia de turistas que visitan Písaq. Los productos textiles como mantas, bolsos o ponchos son los más característicos del mercado artesanal de Písaq. Es necesario mencionar que en Písaq existe un alto flujo de turistas al día, en parte porque, al ser parte del circuito turístico del Valle Sagrado⁹ se trata de un sitio obligado para los turistas que visitan Cusco. Este circuito también incluye el distrito de Ollantaytambo¹⁰ donde muchos se quedan previamente para partir a Machu Picchu (ya sea en una caminata o en tren).

A los turistas que visitan Písaq diariamente, se les suman aquellos que pasan entre dos y cuatro semanas, aproximadamente, viviendo en la ciudad del distrito. Por lo general, estas personas, visitan Písaq por las ceremonias de

⁷ Más adelante, en el capítulo 4, profundizaré sobre esto, relacionando la manera en que se materializa la idea de mejora -en la infraestructura- y nociones de indigeneidad.

⁸ Nombre que recibe el circuito en el "Plan de Desarrollo Concertado del Distrito de Pisac al 2025".

⁹ Ver imagen 1

¹⁰ Notar en la imagen 1 que Písaq se encuentra a un extremo de la zona turística del Valle Sagrado y Ollantaytambo en otro. El circuito turístico del Valle Sagrado incluye distintas paradas entre Písaq y Ollantaytambo.

*Ayahuasca y San Pedro*¹¹, así como la práctica del yoga, la meditación o “para conectarse con la tierra”¹². Los turistas que pasan estas largas temporadas en Písaq frecuentemente se quedan en una zona llamada Rinconada¹³.

El flujo de turistas en Písaq han aumentado las expectativas de los miembros de las comunidades campesinas del distrito de articularse más a las actividades económicas relacionadas a la presencia misma de los turistas, para así obtener mayores ingresos monetarios. Esto, en gran medida, porque, por un lado, los turistas compran artesanías y, por otro, se hospedan en casas del distrito pagando un alquiler y generando ingresos al dueño o dueña de la casa. La expectativa de tener más dinero aumenta las posibilidades de, por ejemplo, acceder a servicios como la educación. Siguiendo este ejemplo, el acceder a una mejor educación (lograr acceder a educación superior), permitiría que una persona sea más competitiva laboralmente y tenga más oportunidades de trabajo, lo cual se contrapone a lo que erróneamente se asocia con la población campesina.

La expectativa por parte de los miembros de las comunidades, básicamente es obtener más dinero para mejorar su situación actual como campesinos. El dinero les permitiría deshacerse de su posición –inferior– como campesinos que viven en el campo frente a otros grupos que viven en ciudades¹⁴.

¹¹Tanto el Ayahuasca (*Banisteriopsis caapi*) como el San Pedro (*Echinopsis pachanoi*) son vegetales que, al ser preparados de cierta manera e ingeridos es posible llegar a tener alucinaciones. El consumo de estas sustancias se realiza en espacios denominados “ceremonias” y son dirigidos por personas que están dispuestas a que los y las participantes tengan una “purga emocional”; lograr sanar emocionalmente a los participantes a partir de la experiencia psicotrópica.

¹² Conversación con Sonia (pseudónimo), vendedora de desayunos, un domingo en el mercado de Písaq mientras hablábamos sobre los turistas que pasaban algunas semanas en el distrito. Entrevista informal llevada a cabo en el mes de marzo del 2017.

¹³ Rinconada es una zona a las afueras de la ciudad de Písaq. Se encuentra en la parte inicial de la carretera que se dirige al sitio arqueológico, al Intihuatana y a las comunidades. De acuerdo a la explicación de un residente de Písaq, la zona de Rinconada, anteriormente, era exclusiva para la siembra de maíz; sin embargo, debido a la demanda de los turistas se fue poblando con viviendas que presentan acabados y diseños ‘tradicionales’ o ‘andinos’. Ver el capítulo 3 donde menciono las casas de Rinconada como referencia en Chahuaytire para la construcción de casas relacionadas al turismo.

¹⁴ Esta idea es central para esta investigación, la cual voy a desarrollar detalladamente en el capítulo 4.

Durante mi trabajo de campo en el 2017, pude observar que asociadas a las expectativas que vienen aumentando en las comunidades sobre el turismo, el Municipio Distrital de Písaq, también tenía una serie de iniciativas para fomentar el turismo. En dicho año el municipio estaba por implementar un proyecto llamado *Mejoramiento de los Servicios Turísticos en los Atractivos Turísticos de las Comunidades Campesinas* el cual buscaba fomentar el turismo en las comunidades trabajando con organizaciones existentes de las comunidades que estuvieran interesadas. Este proyecto estaba financiado y promovido a través de las oficinas de Turismo y Desarrollo Económico de la Municipalidad de Písaq. El objetivo final era que hacer que las comunidades del distrito sean más atractivas para los turistas. Al mejorar la oferta turística en las comunidades, el grueso de turistas que visitan el distrito no sólo se concentraría en el centro de Písaq, sino que subirán a conocer las comunidades.

De acuerdo al encargado del proyecto, para lograr los objetivos propuestos “*el municipio quiere poder brindar los servicios y la atención necesaria según los motivos de viaje de los turistas*” y “*poder satisfacer las necesidades de los turistas según sus intereses*”¹⁵. A esto se le suma el mejoramiento de infraestructuras de menor escala como paraderos para *mejorar*¹⁶ el acceso a las comunidades y que estas sean más atractivas para los turistas. La idea era explotar el potencial turístico de las comunidades. Este proyecto fue la base para una ruta turística a implementarse llamada *La Ruta del Varayoq*.

El municipio, en su afán de fomentar el turismo en el distrito, durante mi periodo de investigación, se encargó de dirigir la performance de los alcaldes vara (Varayoq) en las calles y misa de Písaq todos los domingos. Para el encargado de los proyectos turísticos del distrito, la presencia de los Varayoq es un atractivo turístico en tanto “*el distrito tiene para ofrecer (al turista) lo tradicional, ya que, cuenta con la presencia de varias comunidades*

¹⁵ Entrevista con el responsable del proyecto. Písaq, 9 de febrero de 2017.

¹⁶ Ver capítulo 4 para una discusión sobre ideas articuladas a la mejora.

*campesinas que aún preservan la autenticidad en sus costumbres, tradiciones, alimentación y creencias*¹⁷.

1.2 La Comunidad Campesina de Chahuaytire

Chahuaytire es una comunidad del distrito de Písaq. La extensión total del territorio comunal de Chahuaytire es de 6,124 hectáreas. El 4 de diciembre del 1990 obtuvo el reconocimiento como comunidad campesina (IBC, 2016). A pesar de la fecha del reconocimiento, el aniversario de la comunidad se celebra todos los 24 de junio, el mismo día del Día del Campesino como bien remarcan al referirse a esta fecha. Es necesario resaltar que a diferencia de la mayoría de comunidades de Písaq, el reconocimiento de Chahuaytire como comunidad tardó bastantes años a pesar de que fue una hacienda colonial desde el siglo XVII hasta la Reforma Agraria de 1969 (Pérez, 2004). Esto, según los comuneros, debido a que en realidad el hacendado siguió siendo dueño de las tierras hasta el final de la década de 1980.

El centro urbanizado de la comunidad se ubica aproximadamente a unos 3850 msnm, mientras que su territorio se extiende hasta aproximadamente los 4300 msnm sin contar las cumbres de los cerros. Chahuaytire colinda con las siguientes comunidades:

- Cuyo Grande, Sacaca y Pampallacta¹⁸ (comunidades del distrito de Písaq, provincia de Calca)
- Ccamahuara, Tiracancha y Occoruro (comunidades del distrito de San Salvador, provincia de Calca)
- Sipascancha (comunidad del distrito de Colquepata, provincia de Paucartambo)

Para llegar a Chahuaytire desde la ciudad de Písaq, uno debe tomar un colectivo que vaya por la ruta Písaq–Cuyo Grande–Chahuaytire–Chiuchillani. La ruta Písaq-Chahuaytire costaba tres nuevos soles en 2017. La única forma de acceso es a través de la carretera que une el distrito de Písaq con

¹⁷ Entrevista con el responsable del proyecto. Písaq, 9 de febrero de 2017. Para una discusión sobre la relación entre las autoridades de varas de las comunidades (varayuq) y el turismo ver Pérez (2004).

¹⁸ Esta comunidad solía ser un anexo de Chahuaytire hasta el año 1996.

Paucartambo que atraviesa las comunidades de Cuyo Chico, Maska, Quello-Quello (centro poblado), Sacaca y Cuyo Grande conforme se va ascendiendo desde Písaq¹⁹. El tiempo de viaje de Písaq a Chahuaytire es de 45-50 minutos dependiendo de las condiciones en las que se encuentra la carretera.

La comunidad tiene los siguientes sectores principales²⁰:

- **Centro:** Más conocido como *población* o urbanización de la comunidad. Está ubicado al centro de una *pampa* o parte plana que se encuentra justo antes de que empiecen las pendientes pronunciadas de los cerros de la comunidad. Este sector es el más poblado a pesar de contar solo con 25 años de existencia. Antes de la Reforma Agraria este sector era de uso exclusivo del hacendado: la casa y chacras del hacendado se ubicaban en esta parte de la comunidad (siendo la más plana). Frente a la casa hacienda, la cual se encuentra en desuso, se ubica la iglesia principal de la comunidad.
- **Leonpata:** Si uno se dirige hacia Paucartambo por la carretera que atraviesa Chahuaytire, este sector está ubicado a la mano derecha de la carretera. En este sector se encuentran los ganaderos que cuentan con más animales en la comunidad. Esto se debe a que este sector cuenta con una amplia extensión de pastos donde se encuentra un gran número de ganado ovino, así como camélidos. El ganado vacuno se patea en las partes más bajas de este sector (a comparación de los otros animales que alcanzan zonas más altas).
- **Yuraq Unuyoq:** Este sector se encuentra a lo largo del río; camino a Paucartambo a la mano izquierda de la carretera.
- **Uyucate:** Este sector se encuentra frente a la población luego de cruzar el río que pasa junto a la urbanización. En este sector se puede apreciar una iglesia colonial completamente cerrada que alberga frescos en su

¹⁹ Esta ruta es conocida por varios cusqueños por ser una ruta alternativa hacia el parque nacional del Manu en el departamento de Madre de Dios.

²⁰ Estos sectores son considerados como principales por los comuneros de Chahuaytire. En la comunidad también se conocen dos sectores más que no están poblados con viviendas: Muyucanacha, en dirección a la comunidad de Pampallacta y; Pacchapata, en la parte superior de la escuela, colindante con la comunidad de Cuyo Grande.

interior. Como también lo presentó Pérez (2004), este sector, anteriormente, contaba con su propio sistema de autoridades vara.

Al llegar a la comunidad se puede apreciar un gran contraste entre la altura de los cerros y la extensa pampa que estos rodean. En la pampa, al pie de la carretera, se encuentra organizada la urbanización de la comunidad que cuenta con un aproximado de 180 casas. De este total, en el 2017, 52 casas no eran utilizadas por sus dueños. Aquí también se encuentran la antigua casa hacienda (actualmente abandonada), la capilla católica (frente a la casa hacienda), una iglesia evangélica, un salón comunal, así como la presencia de pequeñas tiendas de abarrotes, el local de la Asociación de Tejedores de Chahuaytire (una de las asociaciones afiliadas al Centro de Textiles Tradicionales del Cusco²¹), el salón comunal, la biblioteca de la comunidad, el restaurante Papamanka de El Parque de la Papa²² y una loza deportiva.

Poco antes de llegar a la urbanización –viniendo desde Písaq– se encuentra la escuela primaria. Esta fue fundada en 1964 gracias a la presión ejercida por Oscar Núñez del Prado a pesar de la negativa por parte del hacendado (Pérez, 2004).

El idioma que predomina en la comunidad es el quechua. A pesar de que muchas personas saben hablar castellano, las interacciones principales en la comunidad se llevan a cabo en quechua: las dinámicas familiares dentro y fuera del hogar; la asamblea comunal. Algo que pude observar es que existen más mujeres que hablan poco o casi nada de castellano a comparación de varones. Otra observación es que los más jóvenes, actualmente, suelen conversar (al jugar, por ejemplo) en castellano.

²¹ El Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (CTTC) es una organización sin fines de lucro que promueve la revitalización y práctica sostenible del textil ancestral del Perú en la región de Cusco, propiciando el empoderamiento de los tejedores para mantener viva la identidad y tradición textil, mediante educación y promoción de su arte logrando así mejorar su calidad de vida (Centro de Textiles Tradicionales del Cusco 2020). En el siguiente capítulo menciono el rol que tuvo Nilda Callañaupa, fundadora del CTTC, en la formación de la Asociación de Tejedores de Chahuaytire.

²² Ver capítulo siguiente para mayor información sobre El Parque de la Papa.

1.2.1 Organización social y política

Chahuaytire cuenta con una lista de 314 comuneros empadronados²³ entre calificados, residentes y dispensados. De estas personas, 133 son comuneros calificados (120 varones; 13 mujeres), es decir, tienen la obligación de participar todo el año en las distintas actividades comunales: asambleas, faenas, limpiezas. Aquel comunero calificado que falte en alguna de estas actividades es multado. Calculando que estos 133 comuneros calificados conforman familias de un promedio de cinco miembros cada una, se puede estimar que la población de la comunidad de Chahuaytire es de 665 personas aproximadamente. Hago esta aproximación sin contar las otras categorías de personas empadronadas –residentes y dispensados- ya que, estas personas o no viven en la comunidad o no tienen familia.

Los *residentes* (30) son personas que vienen a la comunidad a empadronarse pero que no viven en la comunidad por lo cual no cuentan con los derechos ni obligaciones de un comunero calificado. Por otro lado, los *dispensados* son todas aquellas personas que por motivos de fuerza mayor no tienen la obligación de participar de las actividades de la comunidad a pesar de tener los derechos de participación. Estas personas son aquellas que sirven a la patria (militares o policías), personas discapacitadas, viudas(os), y huérfanos.

La autoridad máxima dentro de la comunidad es la asamblea comunal. Este es un espacio para tomar decisiones y discutir los intereses de la comunidad de manera colectiva. Todos los comuneros calificados de la comunidad tienen el derecho y la obligación de participar en la asamblea comunal. La asamblea está dirigida por una junta directiva conformada por un presidente, secretario, tesorero y vocales. La junta directiva es nombrada cada dos años y cumple con la función de representar a la comunidad frente al Estado, así como mantener el orden interno en *pro* de los beneficios e intereses de los miembros de la comunidad. Del mismo modo, estas autoridades son los encargados de armar y presentar una agenda con todos

²³ Personas mayores de edad que representan a una unidad doméstica dentro de la comunidad.

los temas a discutir durante las asambleas. Las asambleas en Chahuaytire, se realizan de manera ordinaria una vez al mes; sin embargo, dependiendo de la situación la junta directiva puede convocar a una asamblea comunal extraordinaria.

Chahuaytire cuenta con un sistema de autoridades de varas que tiene sus orígenes en la época colonial (Pérez, 2004). Actualmente funciona de manera paralela a la junta directiva. Estas autoridades no tienen el reconocimiento para poder representar a la comunidad frente al Estado. Según el ex presidente de la comunidad este sistema se ve cada año debilitado en Chahuaytire debido a la presencia de evangélicos en la comunidad.



Imagen 3: Autoridades vara de Chahuaytire en el 2017. De izquierda a derecha: Varayoc, Segunda, regidores. Foto del autor.

Las autoridades de vara son el Alcalde Vara o Varayoc, un Segunda y tres regidores. Pude observar que estas autoridades cumplen dos funciones: por un lado, son los encargados de llevar adelante lo que los comuneros denominan los “usos y costumbres” (Pérez, 2004) de las fiestas de carnavales

y los *linderajes* de los días de comadres y de compadres; y por otro lado, tienen la función de participar de la misa los días domingos en el distrito de Písaq representando a la comunidad. Esto último lo realizan junto con el resto de autoridades de vara de las comunidades del distrito.

Como parte del plan municipal de seguridad ciudadana, se ha implementado en la comunidad una *Junta Vecinal* compuesta por los miembros varones de la comunidad que están encargados de mantener el orden dentro de los eventos comunales: asambleas comunales, *linderajes*, entre otros. Esta Junta Vecinal es fácilmente reconocible debido a su uniforme (chaleco y gorra de colores rojo y amarillo) y una cachiporra²⁴.

Existen otros grupos o asociaciones en las que las personas de la comunidad participan de manera voluntaria según sus intereses personales y familiares. Las siguientes son las que, durante mi trabajo de campo, han tenido mayor relevancia.

- La Asociación de Artesanos de Chahuaytire: Se dedica a la producción, exhibición y venta de tejidos. Cuenta con un local propio y funciona como parte del Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (CTTC).
- Asociación de Turismo Vivencial Virgen Asunta: Es una pequeña asociación de 11 familias (en el año 2017) que busca atender turistas. Su idea es brindar alimentación y exhibir telares. Así, buscan compartir sus costumbres con los turistas para que estos les compren tejidos.
- Asociación de Padres de Familia (APAFA) tanto de la escuela primaria como inicial.
- Asociación de Criaderos de Truchas. A finales del 2016 se formó un grupo interesado en la crianza de truchas en piscigranjas. Este grupo forma parte de un proyecto del Municipio Provincial de Calca que busca incrementar los ingresos dentro de las economías familiares en la provincia. La crianza de truchas está relacionada con el turismo pues es visto como un ingrediente que agrada a los turistas.

²⁴ La presencia de las cachiporras se presta para bromas comparando la vara (grande) del alcalde vara y estas nuevas *varitas* (pequeñas).

- La Asociación de comuneros de Chahuaytire del Parque de la Papa cuenta con 12 personas. En el siguiente capítulo voy a desarrollar más sobre esta institución que es parte de la ONG Andes.

Estas asociaciones cuentan con sus propias asambleas y reuniones. Su organización interna no es mediada por la Junta Directiva Comunal ni por la Asamblea Comunal.

1.2.2 Servicios en la Comunidad

Chahuaytire cuenta con servicios de electricidad, agua entubada y desagüe; sin embargo, estos no llegan de igual manera a toda la comunidad. Esto se debe al difícil acceso que existe para llegar a ciertas viviendas y a que la comunidad ha preferido beneficiar al centro poblado de acuerdo al plan de urbanización que tienen programado.

Actualmente, Chahuaytire cuenta con una escuela primaria y PRONOEI para los niños y niñas menores. Para continuar la secundaria los y las jóvenes deben ir a Cuyo Grande o Pisaq. Esta es una razón por la que cada año la escuela primaria de la comunidad pierde alumnos²⁵.

En la comunidad no hay servicios de salud, es decir, no cuenta con un centro médico ni con una posta. La posta médica más cercana está ubicada a 45 minutos caminando o 10 minutos en carro en la comunidad campesina de Cuyo Grande.

Con respecto a los servicios de tecnologías de información y comunicación en Chahuaytire:

- En Chahuaytire hay cobertura de señal de celular. El uso de teléfonos celulares es común entre las personas de la comunidad.
- Para hacer un llamado dentro de la comunidad, con el fin de reunir a los comuneros activos de todos los sectores, se utiliza un altoparlante.
- La presencia de televisores es común dentro de los hogares, a pesar de que la señal abierta no llegue hasta la comunidad, es muy común el uso

²⁵ Es más fácil que un niño o niña empiece la primaria donde va a terminar la secundaria. Actualmente muchos alumnos viajan a Cuyo Grande y/o a Pisaq para atender primaria y secundaria.

de reproductores de DVD para ver películas, series y representaciones cómicas de intérpretes cusqueños.

- En Chahuaytire –hasta marzo del 2017- no había cobertura de internet; sin embargo, en las últimas semanas de mi estancia en el campo empezaron a aparecer algunos lugares donde las personas podían captar internet con sus celulares.

1.2.3 Iglesias

Existen dos tipos de iglesias en la comunidad: católica y evangélica. Hay dos iglesias evangélicas: la Iglesia Evangélica Maranata y la Iglesia Evangélica Peruana. Aproximadamente 30 familias pertenecen a las iglesias evangélicas, siendo los católicos la mayoría dentro de la comunidad. En términos generales no existen conflictos mayores entre católicos y evangélicos.

1.2.4 Actividades Económicas

a) Actividades agropecuarias

Agricultura:

La agricultura es la actividad que toda familia debe realizar para conseguir la mayoría de sus alimentos. El producto agrícola principal es la papa. Se cultivan diversas variedades de papa que se clasifican entre papas *comunes* y papas *nativas*. Las comunes son las de mayor consumo doméstico y que son sembradas en mayor cantidad. De lo que he podido constatar, durante mi participación²⁶ en la cosecha de papas, con respecto a las papas *comunes*: unas cuantas variedades de papas (2 ó 4 aproximadamente) pueden abarcar la extensión de una sola chacra. Por otro lado, es más frecuente encontrar muchas variedades de papas *nativas* en una sola chacra.

Cada familia puede tener un aproximado de cuatro variedades de papas en el grueso de su producción; sin embargo, no es extraño encontrar

²⁶ Debido a que mi trabajo de campo se llevó a cabo durante la temporada de las primeras cosechas de papas y finalizó con el inicio de la gran cosecha, pude acompañar de manera regular a distintas familias para ‘ayudar’ (entre comillas debido a mi falta de experiencia y físico a la hora de estar a la altura del suelo escarbando papas durante la cosecha).

una chacra con más de diez variedades de papas nativas. Las variedades de papas producidas por cada familia cambian con frecuencia cada año. También se cultiva: ñu, oca, olluco, habas, tarwi, arvejas, cebada, trigo, avena, quinua, maca y hortalizas (estas se pueden encontrar en menor escala, por lo general en huertos anexos a las viviendas).

Si bien los productos agrícolas son para el autoconsumo es posible que se venda el excedente en los mercados de Písaq y Calca²⁷. Las habas, por ejemplo, tienen un precio más alto en el mercado a comparación del resto de productos que se cultivan en Chahuaytire por lo que son aprovechadas para vender una mayor cantidad en los mercados. Este producto varía su precio según la presentación: el haba con vaina, el haba pelada o el haba seca y pelada²⁸.

Pasa algo parecido con la maca y el tarwi, estos productos son del interés de muchas personas extranjeras que viven en el Valle Sagrado. Estas personas a veces contactan a campesinos en el centro del distrito para ofrecer hacer negocio con estos productos. Estas interacciones generan expectativas sobre una producción a mayor escala para colocar dichos productos en un mercado internacional. Durante mi estadía vino un *gringo*²⁹, que residía en Urubamba, para medir los cultivos de tarwi de un comunero con el fin de cotizar un invernadero para proteger los cultivos de la helada y de posibles plagas.

En la comunidad uno puede encontrar distintos tipos de plantas medicinales. Estas plantas son de uso doméstico. Algunas familias se dedican a la venta de estas plantas porque tienen una presión –o incentivo-

²⁷ Existe también una comercialización interna de productos agrícolas de las cosechas tempranas. Estas personas venden los productos de sus primeras cosechas a otras familias que los necesitan. Este intercambio no siempre es monetizado. Existen también ciertos momentos del año, previos a la temporada de cosecha, en los que hay una mayor demanda de alimentos. Estos corresponden a fechas en que el consumo de alimentos se realiza en una mayor escala como en el carnaval (se come el t'impu) y Jueves Santo (por la preparación de doce platos para toda la familia en honor a los discípulos de Jesús Cristo).

²⁸ Frecuentemente, utilizada para hacer harina de habas

²⁹ El término gringo es utilizado por los informantes de esta investigación para referirse a un extranjero europeo o norteamericano cuyo color de piel es blanco y, aunque no siempre, tiene el cabello de color rubio. Usualmente estas personas no hablan castellano como su primera lengua.

por parte de personas externas a la comunidad. Estas personas por lo general son extranjeras y contactan a campesinos para ofrecer algún negocio de compra y venta de estas plantas. Por lo general, los campesinos, luego de secar las plantas, van a la ciudad para realizar la venta de las plantas. Existe una opinión generalizada de que quienes compran las plantas medicinales, luego, realizan distintos productos a partir de las propiedades que las plantas presentan.

Ganadería:

Chahuaytire no se caracteriza por ser una comunidad de ganaderos. Sin embargo, existe un discurso compartido de que anteriormente esta era una comunidad de ganaderos de camélidos como se ve en las pinturas rupestres existentes en la comunidad. Actualmente muchos han dejado de lado la ganadería desde que se inició la urbanización de la comunidad porque el espacio de la pampa se vio reducido. Este espacio es mucho más restringido a comparación de los pastos ubicados en los sectores de Leonpata, Yuraq Unuyoq o Uyucati. Debido a que las familias prefieren vivir en la urbanización la posibilidad de criar un número grande de ganado se ve limitada.

Hay tres familias que se dedican casi exclusivamente a la crianza de ovinos, teniendo cerca de 1000 ovinos cada una. Cabe resaltar que dos de estas familias son emparentadas entre sí. Estas familias comercializan la carne de sus animales en el mercado de Písaq o de Calca los días domingos. Estas familias también crían alpacas, pero en menor escala. Existen pocos ganaderos de vacas o toros que se dedican a la compra y venta de estos animales en ferias del Valle Sagrado o en Paucartambo. Por lo demás la mayoría de familias tienen entre 2 y 4 vacas, 6 a 20 ovinos y entre 3 y 6 cerdos (sin embargo, en caso una familia asuma algún tipo de cargo comunal o vaya a contraer matrimonio, el número de cerdos va a aumentar)³⁰.

³⁰ No considero un número de cuyes. La crianza de estos animales es muy variable entre distintas familias.

b) Actividades vinculadas al turismo

Estas actividades son las que proveen el grueso de los ingresos monetarios de las familias de la comunidad.

Porteadores:

Los porteadores son personas que cargan todo lo necesario para brindar un buen servicio³¹ a los turistas que han contratado un tour de Camino Inca a Machupicchu. Un turno de trabajo dura 4 días, razón por la que muchos varones de la comunidad pasan tiempo fuera de ella. Muchos realizan varios turnos de trabajo sin descanso para tener más ingresos, a lo que le llaman *doblar* sus turnos. El sueldo por turno es de 200 soles. Si bien las comidas están incluidas en el turno de trabajo, este no cubre el pasaje desde la comunidad hasta el punto de inicio del tour ni el de vuelta. Sin embargo, al sueldo se le puede añadir propinas de los turistas. Un porteador, por lo general, realiza entre 4 y 5 viajes al mes. Durante los días de descanso se trabaja la chacra o en la construcción de sus viviendas o de otros comuneros.

En Chahuaytire existen un promedio de 80 a 90 porteadores, varones, entre 18 y 50 años registrados ante la Junta Directiva. Sin embargo, el trabajo es flexible pues depende de la decisión de la persona si es que quiere o no “portear”. Durante el mes de febrero no hay trabajo de porteador debido a que el Camino Inca a Machupicchu se encuentra cerrado por mantenimiento.

Artesanía:

Como explicaré en detalle en el siguiente capítulo, la artesanía es uno de los atractivos turísticos del distrito de Písaq. A pesar de que en Písaq existe una amplia oferta de productos como joyas, pinturas y cerámicas, entre otros, muchos turistas están interesados en la compra de textiles producidos por los y las artesanas de las comunidades del distrito. Debido a

³¹ Entre lo que los porteadores cargan podemos encontrar mochilas de los turistas, carpas para los turistas, mochilas con comidas para los turistas y el resto del personal, balones de gas, botiquines, entre otros elementos que son considerados como necesarios.

este interés es que actualmente muchas personas³² de las comunidades de Písaq han optado por dedicar la mayor parte de su tiempo a la producción de textiles con fines comerciales.

Chahuaytire, a diferencia de muchas otras comunidades en Cusco, presenta una tradición de tejido masculino mucho antes de la presencia del turismo en la zona. El 90% de las familias, padres, madres y/o hijos e hijas de la comunidad se dedican a esta actividad sea a través de la Asociación de Tejedores o de manera individual en su propia vivienda. En estos espacios, la forma en la que la mayoría de personas y familias suelen tejer es con telar de cintura; sin embargo, en la comunidad existen tres pequeños talleres de producción de tejidos. Sus dueños contratan³³ familiares y/o jóvenes para realizar tejidos en telar de pedal (máquina de madera que facilita el trabajo y ahorra tiempo). Las diferencias entre estas dos formas de tejidos se pueden evidenciar en los acabados, los patrones o diseños y, especialmente, en el precio: el precio de un tejido en telar de pedal nunca va a alcanzar el precio de un tejido de telar de cintura.

Las personas que no forman parte de la Asociación de Tejedores de la comunidad venden sus productos de dos maneras: personalmente en el mercado de Písaq; o a través de intermediarios que compran cantidades determinadas para luego revenderlos en tiendas en el Valle Sagrado o en Cusco o, incluso, fuera del país.

Adicionalmente, El Parque de la Papa cuenta con un grupo de artesanos de cada comunidad que, según una programación, deben ir a su centro de ventas de artesanía ubicado en la comunidad de Pampallacta para ofrecer sus productos a los turistas.

Turismo vivencial:

Este consiste en que una familia reciba a uno o más turistas en su casa, le brinde alimentos y este o estos pasen una o más noches en la casa

³² La cantidad de personas (varones y mujeres, adultos y jóvenes) que se dedican a la producción de tejidos con fines comerciales es muy elevada en las comunidades del distrito teniendo en cuenta el poco tiempo con el que esta actividad se instauró como una actividad económica. A partir de los 90's las personas de la comunidad empiezan a dedicarse a esta actividad con fines comerciales para satisfacer la demanda de los turistas.

³³ El trabajo en estas contrataciones es remunerado por producto y no por horas de trabajo.

de la familia. Como vamos a ver en el siguiente capítulo, esta es una actividad que apenas se viene realizando en la comunidad debido a la falta de presencia de turistas en la comunidad. A pesar de esto, muchas familias optan por acondicionar sus casas con la expectativa de recibir turistas para incrementar sus ingresos económicos.

c) Construcción

Los trabajos en construcción brindan ingresos monetarios a pesar de que estos sean ingresos temporales y/o esporádicos. Por lo general, se realizan fuera de la comunidad; sin embargo, existen obras municipales en la comunidad como la actual construcción del cerco perimétrico del estadio. Adultos y algunos pocos jóvenes (17-28 años), trabajan casi toda la semana en esta obra. En 2016 se terminaron de construir 160 baños en Chahuaytire como parte de un proyecto municipal que contrató sus obreros en la comunidad.

Trabajar en una obra municipal es un ingreso fijo pero temporal. Hay quienes van diariamente a Cusco, Písaq, Ollantaytambo, entre otras zonas, para trabajar en construcciones privadas. También existe la posibilidad que los trabajadores tengan que pasar períodos más largos durante estos trabajos. Esto por lo general ocurre cuando hay la necesidad de terminar rápido la construcción y/o cuando el trabajo se encuentra relativamente lejos de la comunidad del trabajador.

d) Transporte

Gracias a la carretera de Písaq a Paucartambo se ha facilitado el acceso a las comunidades altas del distrito al tiempo que existe una demanda de estas poblaciones por viajar a la ciudad. Diez familias en Chahuaytire han comprado vehículos tipo *combi* para utilizarlos como colectivos. Los transportistas de Chahuaytire no han constituido una empresa de transportes a diferencia de los de Cuyo Grande. Estos trabajan independientemente a pesar de compartir la misma ruta y el mismo paradero. Cabe resaltar que no todos los propietarios de los vehículos los utilizan diariamente.

e) Trabajos municipales

Muchos jóvenes buscan trabajos en la municipalidad de Písaq. Estos son trabajos que generan ingresos monetarios estables. Además, trabajar en el municipio, desde una oficina o supervisando obras, tiene más estatus que el dedicarse al trabajo no remunerado de la chacra. Esto, porque el hecho de que algunas personas de Chahuaytire hayan logrado trabajar en el municipio, refuerza su lejanía de la tierra al no tener que trabajar una chacra. Un trabajo municipal representa, un trabajo de ciudad donde, simbólicamente, no hay tierra como en la chacra y esto emerge como un marcador de diferenciación social (Orlove, 1998).

Esta idea se refuerza al contraponer los ingresos monetarios fijos que uno obtendría al trabajar en una oficina frente al escaso ingreso monetario del trabajo de la chacra. Para acceder a estos trabajos uno debe tener cierta preparación técnica o, en todo caso conocer a alguien que tenga un cargo en el municipio. Cabe mencionar que los trabajos de construcción proporcionados por el municipio constituyen una manera de poder acceder a un trabajo fijo dentro de la municipalidad.

f) Minería

Si bien no hay presencia de empresas mineras en la zona, hay muchos rumores sobre la existencia de oro en los cerros. Algunas personas y familias de Chahuaytire han incursionado en la minería realizando excavaciones poco profundas en los cerros de su comunidad con picos para conseguir piedras de cuarzo que las venden en la ciudad del Cusco. Es necesario mencionar que esto ha generado rumores sobre personas que encontraron bastante oro y, por esa razón, ya no viven en la comunidad.

Por otro lado, hay jóvenes en Chahuaytire que han migrado temporalmente a Madre de Dios para trabajar en minería aurífera. Allá trabajan como mineros o transportistas de mineral. Estos trabajos permiten obtener ingresos considerables a pesar de presentar distintos riesgos.

1.2.5 Proceso de Urbanización de la Comunidad

A partir de los 1990s la comunidad empezó a urbanizarse. Un grupo de jóvenes, dirigidos por el presidente de esa época, Lucio Ylla, tomaron la decisión de poblar la pampa que había sido propiedad del hacendado antes de la Reforma Agraria. “*Para no vivir tan dispersos*”, empezaron a construir sus viviendas alrededor de la casa hacienda. El objetivo de vivir juntos era para poder concentrar la comunidad. Siguiendo con las palabras de Lucio, el problema era que “*la distancia entre las viviendas causaba problemas para la organización de la comunidad*”³⁴.

Antes de la Reforma Agraria, el hacendado había vendido el terreno de la pampa a una persona de otra comunidad. Gracias a la intervención de la ONG CEDEP Ayllu, la comunidad pudo negociar exitosamente con esta persona para hacer un intercambio de tierras. Finalmente, este terreno quedó como parte de la comunidad y es el lugar donde actualmente se encuentra la urbanización de Chahuaytire.

Esta urbanización cuenta con 330 lotes según el mapa de lotización comunal. El primer sector es conocido como *la población* a diferencia de un segundo sector. *La población* cuenta con un aproximado de 150 casas construidas, aunque no necesariamente habitadas; mientras que el segundo sector, separado por un gran espacio de grama reservado para la –esperada– construcción de una plaza, recién cuenta con 7 casas. Antes del proceso de urbanización, el terreno del Centro o Población, donde se ubican estos sectores, contaba con pocos edificios: la casa hacienda, la capilla (frente a la casa hacienda) y las casas del administrador de la hacienda y su familia.

Cabe resaltar que la intervención de la ONG CEDEP Ayllu en la recuperación y titulación de la pampa a nombre de la comunidad venía de la mano con su intención de apoyar a la comunidad en el proceso de formalizar su territorio. Para ello, fue necesario, luego de obtener el terreno en proceso, trabajar en un plan de urbanización junto con las autoridades comunales de la época.

³⁴ Entrevista con Lucio Ylla Meza 10 de marzo de 2017

Capítulo 2: Artesanía y Turismo en Chahuaytire

En este capítulo busco presentar la relación entre la artesanía y el turismo en Chahuaytire. Lo que propongo en esta sección es que el turismo llega a Chahuaytire -o Chahuaytire se inscribe dentro del contexto turístico- a partir de la producción de tejidos. Gracias a la producción de tejidos que caracterizan a los miembros de la comunidad empieza la interacción entre turistas, actividades turísticas en la comunidad y gente local.

Cabe resaltar, que, a pesar de existir una relación entre la artesanía y el turismo, la presencia de turistas en la comunidad es muy baja. Son pocos los turistas que visitan la comunidad con la finalidad de ver la producción de tejidos y es muy raro que alguien pase una o más noches en la comunidad.

2.1 La artesanía como propulsor del turismo

A pesar de los potenciales atractivos turísticos que existen en la comunidad -paisajes, pinturas rupestres y las propias costumbres de la comunidad- Chahuaytire es conocida principalmente por sus tejidos³⁵. Tanto por la calidad de los tejidos como por el hecho de que *tradicionalmente* se tratara de una comunidad donde los varones³⁶ eran quienes tejían, Chahuaytire llamó la atención de algunos promotores de desarrollo, primero, y luego de turistas. Lo segundo contrasta con el patrón predominante en muchas comunidades cusqueñas en las que el tejido esta asociado fuertemente a la femineidad. Actualmente en Chahuaytire los tejidos son realizados por varones, mujeres, niños y niñas.

En Chahuaytire existen dos maneras de producción de tejidos: tejido a cintura y tejido en telar³⁷. El tejido a cintura es la manera usual de tejer, la que se aprende de el propio padre o madre. Esta técnica consiste en tejer con un

³⁵ Este dato está basado en las entrevistas que he realizado a distintos promotores de turismo y guías turísticos. Asimismo, a las autoridades y encargados del área de turismo en el municipio de Písaq.

³⁶ Por lo que pude observar durante mi trabajo de campo, actualmente la producción de tejidos es realizada mayormente por varones; sin embargo, las personas encargadas de la venta son mujeres.

³⁷ Estas categorías locales corresponden a lo que en la literatura se conoce como telar de cintura y telar de pedal.

extremo del telar amarrado a la cintura y el otro extremo en otro punto para poder templar los hilos. Por otro lado, el tejido en telar es una producción mecánica, es decir, se trata de colocar los hilos de fibra en una máquina de madera de tal manera que al operarla estos hilos se van sobreponiendo creando el diseño establecido al colocar los hilos.

“En cintura casi no hay avance, en telar rápido se hace”
(Porfirio Ylla, ex presidente de Chahuaytire)



Imagen 4: Trabajo de tejido a cintura. Foto del autor.



Imagen 5: Trabajo de tejido en telar. Foto del autor.



Imagen 6: Muestra completa de un telar sin uso. Foto del autor.

En el año 2007 una organización gubernamental que promovía el desarrollo económico de las comunidades campesinas, realizó un concurso en el cual la comunidad de Chahuaytire salió ganadora debido a la calidad de sus tejidos. Debido a esto un grupo de la comunidad fue beneficiado con telares de

pedal. Si bien el objetivo era que los miembros del grupo trabajen juntos, estos se independizaron al poco tiempo. Actualmente existen 30 telares de pedal en Chahuaytire. Estos telares son el premio del concurso mencionado y otros son construcciones a partir de la observación de los telares que llegaron a la comunidad y que ya existían en otras comunidades.

Los trabajos a cintura tienen casi el doble de valor monetario. Si se comparan los precios de un poncho producido a telar y a cintura, el primero tiene un precio de 500 a 600 soles, mientras que el segundo tiene un precio de 1200 soles aproximadamente.

Actualmente, en Chahuaytire se producen ponchos, mantas, chales, chalinas, pequeños bolsos llamados *chuspas*³⁸, porta *tablets*, porta laptops, porta celulares, brazaletes de fibra con diseños adornados con mostacillas blancas llamados *watanas*, entre otros. Es importante observar que han surgido nuevos productos a partir de las nuevas demandas de los turistas y a las capacitaciones recibidas.

Por lo que he podido observar, el interés de la mayoría de turistas que llegan a Chahuaytire es conocer más sobre la producción de los tejidos³⁹: quiénes los hacen y cómo son estas personas, dónde los hacen, cómo y cuánto tiempo demora la producción. Para los turistas conocer Chahuaytire, en cierto modo, es lo que vendría luego de ver los tejidos. Debido a que los tejidos son su prioridad, los visitantes son potenciales compradores de tejidos. Debido al interés que muestran los turistas en los tejidos y el ser potenciales compradores de tejidos (en Písaq ciudad y/o en Chahuaytire), la producción y venta de tejidos en Chahuaytire se ha convertido en uno de los principales ingresos monetarios de las familias de la comunidad.

Para ilustrar la relevancia que tiene la artesanía para el desarrollo del turismo en Chahuaytire, voy a presentar la producción y distribución de tejidos

³⁸ Las *chuspas* son pequeños bolsos utilizados para llevar hojas de coca. Estos bolsos se llevan como una cartera sobre un hombro para que cuelgue a la altura de la mano de la persona. Durante mi trabajo de campo escuché una expresión discriminatoria frente a los campesinos de la zona haciendo referencia a las *chuspas*: "Esos *chuspitas* no entienden".

³⁹ Por esta razón es que "El Parque de la Papa" incluyó la muestra de tejidos en sus paquetes turísticos.

en la comunidad, y cómo los espacios asociados a estas prácticas atraen turistas.

2.1.1 Producción y distribución de tejidos

En Chahuaytire hay distintas maneras y espacios en los que se producen los tejidos. Cada una responde a una manera de distribuirlos.

La más visible corresponde a la Asociación de Tejedores de Chahuaytire. Todos los miembros de la comunidad pueden participar de esta asociación. Para que una persona pueda participar de esta deben cumplir con algunas obligaciones: asistir al local de la asociación los días en que se encuentra abierta a los turistas: los miércoles debe asistir el grupo de los adultos, mientras que los sábados asiste el grupo de jóvenes, niños y niñas. Aportar con una cuota bimestral de cantidad y tipo de tejido según la edad y el género, establecida por el Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (CTTC). Finalmente, participar de las asambleas programadas por el presidente de la asociación. La mayor parte del trabajo de producción de tejidos es realizada por cada persona en su vivienda, a pesar de que los días en los que funciona la asociación para los turistas pareciera que las personas trabajaran solo en el local.

De esta manera, los miembros de la asociación cuentan con un ingreso económico seguro ya que, el CTTC es un comprador fijo. Mensualmente los participantes de la asociación de tejedores de la comunidad deben entregar una cuota establecida de productos textiles al CTTC. Al realizar la entrega, los miembros de esta asociación cobran un pago. El CTTC, luego vende estos productos en su tienda en Cusco o los exporta al extranjero un precio “*en dólares*”⁴⁰.

La asociación es promocionada por agencias de turismo, páginas web y redes sociales gracias a los contactos del CTTC esperando tener visitantes los miércoles y sábados. Esta promoción no garantiza la presencia constante de turistas en el local de la asociación. Por lo general, los turistas vienen por la

⁴⁰ Expresión utilizada por las personas de Chahuaytire para referirse a un producto con un precio muy elevado que por lo general va a ser adquirido por un turista extranjero.

información que encuentran en la página web o por el contacto directo de algún chofer o guía turístico. Estos días los miembros de la asociación trabajan en sus tejidos en el local de la asociación, vistiendo *ropa típica*⁴¹ para presentarse frente a los turistas. Asimismo, en estos días se ofrece comida gratuita *de la zona* o *típica* a los visitantes para brindarles una experiencia que podría considerarse como *auténtica*: los turistas van a la comunidad en busca de tejidos, a aprender sobre el proceso de producción y, tal vez a comprar los productos ofrecidos. En este espacio, los turistas interactúan con los productores para profundizar sobre los tejidos. La comida y la *ropa típica* forman parte de la experiencia ofrecida a los turistas.

Por lo que he podido observar, los miércoles son los días en que más turistas visitan la comunidad, siendo la Asociación de Tejedores de Chahuaytire el atractivo. No todos los miércoles llegan turistas a la Asociación. A partir de lo que pude observar y preguntar en el 2017, la Asociación recibe entre ocho y diez turistas al mes.. Los turistas llegan a través de tours ya planificados poco antes del mediodía para que puedan degustar la comida que preparan los tejedores. De esta manera, los miembros de la asociación cuentan con mayores posibilidades de vender sus productos. Sin embargo, el ingreso monetario a partir de la venta directa a turistas en la misma asociación no es un ingreso fijo. Los pocos turistas que van a la asociación rara vez compran más de dos productos.

Por otro lado, existen personas que no son miembros de la asociación que se dedican a producir y vender sus tejidos de manera independiente. Cada persona teje en su vivienda y luego vende sus productos en el mercado de Písaq o de manera directa a compradores con los cuales ya tienen una relación establecida. Esta última transacción se realizará en la casa del productor; los compradores vienen del valle (Písaq, Calca o Urubamba, por lo general) y algunas veces van a la casa del productor para comprar de manera directa los tejidos ofrecidos. En otras ocasiones, los productores bajan a Písaq para hacer las transacciones.

⁴¹ La ropa 'típica' en este sentido funciona como un uniforme de trabajo.

Entre estos productores independientes es necesario mencionar la presencia de tres talleres familiares⁴² que producen tejidos con telar. Por lo general estos talleres son operados por los miembros de la familia o algunos jóvenes que han concluido la secundaria y que no saben muy bien a qué dedicarse. Todos reciben el mismo pago según las prendas que hayan tejido. El precio básico es 30 soles por *chal*, un tipo de manta.

2.1.2 Relevancia del mercado de Písaq

El mercado de artesanías de Písaq se ha convertido, con los años, en un atractivo para los turistas de paso que se encuentran realizando el circuito turístico del Valle Sagrado. La cantidad de productos textiles y artesanales es impresionante, sin duda caminar entre los puestos que ocupan la plaza principal de la ciudad es toda una experiencia. Esto sobre todo si es que al final del día ves la manera en la que se desmonta rápidamente todo el mercado. La mayoría de clientes son turistas; sin embargo, también hay compradores regulares de productos al por mayor para, luego, revenderlos en otras ciudades del Valle, en Cusco o Lima.

Para vender en las calles y los alrededores del centro, una persona deberá llegar temprano a la plaza para ocupar un lugar. En caso de que un vendedor o vendedora quiera instalarse en un puesto con mostrador (una especie de mesa de madera y una reja para exhibir las artesanías) en el mercado de artesanías, deberá hacer un pago mínimo por el día o mes de uso a las personas que alquilan los puestos. Estas personas no son empleados municipales; sin embargo, se encargan de traer los materiales y armar los puestos del mercado de artesanías todas las mañanas. Estas personas le asegurarán el puesto cada día y les darán los elementos necesarios para armar el puesto a modo de mostrador.

El mercado también es utilizado por las personas de Chahuaytire para poder vender sus productos artesanales. Algunos comuneros, bajo un acuerdo monetario, obtienen puestos en la plaza, otros simplemente se establecen en

⁴² A pesar de que los dueños de los tres talleres son hermanos, cada taller es administrado por cada familia y operan de manera independiente.

las calles para vender sus productos. Este mercado es una ventaja para que las personas de Chahuaytire puedan vender sus productos; sin embargo, existe una ventaja mayor que el mercado les brinda: el contacto directo con los turistas.

El mercado de artesanías, para algunas personas es como una plataforma de contactos entre turistas y personas de la comunidad. El estar en uno de los atractivos turísticos más visitados por turistas sirve como un medio para crear vínculos entre estos y los artesanos. Se trata de un vínculo directo entre los turistas y las personas de las comunidades que tiene el potencial de generar nuevos vínculos: el turista podría a dirigir a sus amigos o conocidos de frente donde la familia del vendedor que conoció en el mercado al hacer ciertas preguntas sobre los tejidos.

La habilidad social de los vendedores va a influir mucho el que el vínculo con el turista se mantenga o no. El vendedor ofrece a los turistas conocer su comunidad para mostrarle una mayor variedad de tejidos y probar comidas típicas de la zona. Si los turistas acceden, el vínculo empieza a crearse como un potencial trabajo a largo plazo de compra y venta de tejidos.

Estos vínculos, por un lado, incrementan la posibilidad de un mayor ingreso monetario por venta de tejidos. Por otro, en caso una familia logre un contacto directo con algún turista interesado en tejidos, le va a permitir diferenciarse de los demás. Esto en parte porque establecer una relación con turistas no es fácil por el idioma o por el poco tiempo que tienen los turistas cuando pasan por Písaq. Lograr esta relación hace que la persona se diferencie de los otros productores y vendedores de tejidos de la comunidad. Así, esta persona se vuelve conocida entre los demás comuneros por el hecho de trabajar con turistas y saber cómo tratarlos y adquiere más estatus dentro de la comunidad.

Un caso que ilustra la relación entre un extranjero interesado en tejidos y comuneros ocurrió desde finales del año 2016: Dimitri, un joven de Grecia⁴³

⁴³ Dimitri vivía en Písaq desde agosto de 2016 y en Cusco desde finales del 2015. A Dimitri lo conocí un domingo que bajé a la ciudad de Písaq mientras acompañaba a un grupo de comuneros al estadio de fútbol para ver las eliminatorias de la clasificación a la Copa Perú.

establecido en Písaq, conoció a Nicolás Ylla⁴⁴ y su hermano Lucio en el mercado de Písaq. Este joven griego se dedicaba a la compra y venta de tejidos en Cusco. Poco antes de conocer a los hermanos Ylla, empezó a construir un portal web para poder vender artesanías de Cusco a diferentes partes del mundo. Al ver la calidad de los tejidos que los hermanos le mostraron, decidió trabajar con ellos directamente y dedicarse a la compra y venta exclusiva de productos textiles de Chahuaytire. Con su idea de la venta *on-line*, buscaba que la relación entre los compradores internacionales y los comuneros sea más cercana: los compradores sabrían quiénes son los tejedores. Este sistema le permitiría a Dimitri darle un valor agregado a los productos que él venda a través de su página web.

Este ejemplo sirve para explicar cómo el mercado de Písaq puede abrirles distintas oportunidades a los artesanos de Chahuaytire. El que Dimitri les comprara ponchos frecuentemente no era el único beneficio que estas familias recibían. Sus productos se fueron haciendo más conocidos a nivel internacional gracias al portal web. Dimitri me contó que tenía varios clientes en el Reino Unido y otras partes de Europa que estaban muy a gusto con la calidad de los productos de Chahuaytire.

Como el caso de Dimitri he visto otros parecidos. Nótese, sin embargo, que el encontrar un cliente fijo implica, suerte, saber relacionarte con los clientes y también poder ofrecer mayor producción de tejidos. Por esto último, no es extraño que aquellas familias que tienen compradores regulares cuenten con los telares (a pedal). Durante mi trabajo de campo, solo tres familias tenían contacto constante con compradores directos.

Es por esta razón, como mostraré al final de este capítulo⁴⁵, que existe una asociación entre relaciones con turistas e ingresos monetarios por venta de tejidos: la venta de artesanías está directamente ligada a la presencia de turistas en la comunidad lo que a su vez incrementa las posibilidades de generar ingresos monetarios para las familias de la comunidad.

Nuestro encuentro fue gracias a un amigo en común que sabía que yo estaba en Chahuaytire y había conocido a Dimitri en una feria de artesanías en la ciudad del Cusco.

⁴⁴ Nicolás es un comunero de Chahuaytire.

⁴⁵ Ver punto 3. '*Antes no había nada*' en este mismo capítulo.

2.2 La llegada del turismo a Chahuaytire

2.2.1 Instituciones y proyectos asociadas al desarrollo del turismo en Chahuaytire

La artesanía entonces fue '*la primera piedra*' del turismo en Chahuaytire. El turismo y el turismo vivencial en la comunidad son una consecuencia del interés que muchos turistas tuvieron y tienen con respecto a la producción de tejidos. A continuación, voy a presentar cómo es que el turismo vivencial y la presencia de turistas en la comunidad se ha venido desarrollando a partir de la presencia de promotores e instituciones con distintas pero similares iniciativas.

Cabe resaltar que la implementación y desarrollo de estos proyectos y programas han sido posibles gracias al consentimiento de los comuneros de Chahuaytire.

a) Pre-asociaciones a inicios de los 1990s

La idea de trabajar en turismo en Chahuaytire comenzó cuando algunos turistas empiezan a visitar la comunidad. A pesar de que existen diversos atractivos en la zona, aquello que trajo turistas a la comunidad fue el interés por los tejidos. Sin embargo, existe una fase previa relacionada con la presencia de personas externas debido a los proyectos de investigación y desarrollo llevados a cabo en el distrito de Písaq, tal como lo presenté en el capítulo anterior.

Previamente a que los tejidos fueran el principal atractivo de Chahuaytire, en los años 1980-90s aproximadamente, diversas personas que venían a trabajar en los proyectos de la ONG CEDEP Ayllu, visitaban la comunidad y eran 'guiados' por los comuneros. Estos llevaban a los visitantes a conocer las pinturas rupestres y los alrededores de la zona. Esta es una fase previa a la llegada del turismo *per se*. Hasta este momento no existía ninguna asociación ni organización relacionada a la producción de artesanías ni mucho menos dedicada al turismo.

Por lo que he podido conversar con autoridades del municipio de Písaq, la presencia de extranjeros en la ciudad de Písaq data por lo menos de los años 1970s. Písaq presentaba dos atractivos importantes: el sitio arqueológico y el mercado donde se podía ver las maneras en las que

distintas personas de las comunidades practicaban el trueque de productos. Si bien el distrito se encuentra cerca de Cusco ciudad, anteriormente no había tanta movilidad debido a las condiciones de la carretera. A pesar de esto, estos atractivos hacían que algunas personas se movilizaran. La importancia de la artesanía ‘típica’ o ‘tradicional’ de la zona vino después. De alguna manera Písaq entre los 70’s y 80’s se trataba de un pueblo “*apacible*”, tal como la describió uno de los trabajadores de turismo del municipio, “*un pueblo que preservaba sus costumbres y tradiciones*”⁴⁶. Esta frase la volvió a emplear al referirse sobre el presente de Písaq. Según esta persona, los turistas siguen visitando Písaq porque “*mantiene sus costumbres y tradiciones*”, a pesar de que muchas cosas han cambiado (como el mercado de abastos, por ejemplo).

Antes de que existan asociaciones de tejedores y artesanos en la Chahuaytire, algunas pocas familias se beneficiaban de la presencia de turistas en el centro de Písaq, ya que, estas vendían sus escasos productos artesanales en la plaza a los turistas.

b) La Asociación de Tejedores de Chahuaytire (1996)

Luego de conversar con varios miembros de la Asociación de Tejedores de Chahuaytire he podido hacer un balance de su historia en la comunidad⁴⁷. Desde el año 1988 hasta 2004, aproximadamente, la ONG CEDEP Ayllu trabajó con las comunidades de Písaq brindando la tecnología necesaria para mejorar la producción agrícola, del mismo modo ofreciendo asesoría especializada en varios procesos como la inserción al mercado y el de la urbanización en Chahuaytire⁴⁸.

Las personas que trabajaban en esta ONG mostraron un interés por la artesanía de las localidades. En 1996, esta ONG realizó un concurso/exhibición de tejidos realizados por las personas de las comunidades del distrito de Písaq en el Museo Inka de la ciudad del Cusco. Para dicha ocasión, debido a que la comunidad de Chahuaytire se

⁴⁶ Entrevista al encargado de turismo del municipio de Písaq en febrero del 2017.

⁴⁷ También ver la sección de la artesanía en Chahuaytire en este capítulo.

⁴⁸Fueron la ayuda principal en el proceso de urbanización de la comunidad: en la reapropiación del terreno y en la lotización del mismo.

destacaba por la presencia de tejedores varones, los encargados en representar a Chahuaytire fueron Lucio Ylla y Justino Yucra.

Fue en esa coyuntura que Nilda Callañaupa, quien venía asociando tejedores en distintas comunidades a partir de un modelo desarrollado inicialmente en Chinchero, se acercó a los representantes de Chahuaytire y les propuso organizar una asociación de tejedores. Este modelo de trabajo era parte del CTTC, el cual ella lideraba. Ese mismo año, 1996, se funda la Asociación de Tejedores de Chahuaytire (ATC), con el fin de beneficiar a los tejedores gracias a la distribución de sus productos en un mercado turístico. Para ello la encargada de la asociación, la señora Nilda Callañaupa, tuvo que capacitar a las personas de la comunidad sobre los productos que se podían realizar con el fin de venderlos con mayor facilidad y las maneras en las que se podían teñir las fibras a partir de tintes naturales.

Existe un discurso local de que Chahuaytire se trataba de una comunidad donde pocos varones sabían tejer. Los productos tejidos por lo varones eran los ponchos festivos. Estos productos no son de uso diario, a diferencia de los productos textiles producidos por las mujeres. Según los varones tejedores de la comunidad, hasta antes de la asociación había un aproximado de ocho varones que sabían tejer los ponchos a mano con los motivos que identifican a los miembros de Chahuaytire. Debido a que lo que más llamaba la atención eran los ponchos producidos por los varones, la ATC empezó trabajando únicamente con varones. A pesar de esto, actualmente la asociación cuenta con un promedio equitativo entre varones y mujeres.

Nilda, apenas estableció la Asociación de Tejedores de Chahuaytire, inició una capacitación para la producción de tejidos. Estas capacitaciones consistían en que aquellas personas que ya sabían tejer debían enseñarles a los otros miembros de la asociación. De esta manera se iba a fortalecer la asociación e iban a poder tener una mayor cantidad de tejidos que ofrecer al mercado y así tener mayores ingresos económicos.

Tras haber organizado la ATC, los miembros impulsados por Nilda Callañaupa, optaron por brindar otros servicios a los turistas interesados en la producción de tejidos. Si bien la idea inicial fue que los turistas visiten el lugar de producción y aprendan sobre los tejidos, poco tiempo después la asociación empezó a ofrecer alimentación y hospedaje⁴⁹. Para implementar estos servicios, la señora Nilda Callañaupa, ofreció distintas capacitaciones a los miembros para que los turistas se sintieran a gusto con los servicios que ofrecía la asociación.

c) El Parque de la Papa (1997)

Alrededor de 1997, la Asociación Andes⁵⁰ empezó a implementar el Parque de la Papa como “un Área de Patrimonio Biocultural Indígena” (El Parque de la Papa, 2018). El Parque de la Papa tiene como principal objetivo explícito la conservación del patrimonio biogenético andino el cual se muestra en los productos agrícolas y saberes tradicionales de la zona (Hernández & Cavero, 2013). Actualmente está conformado por cinco comunidades campesinas del distrito de Písaq⁵¹.

Esta asociación está presidida, de manera rotativa, por un presidente de una de las cinco comunidades. Hernández y Cavero (2013) señalan algo que pude constatar a través de las entrevistas que realicé a los encargados y trabajadores de la Asociación Andes: existe una especie de canon a partir de los ingresos generados por los servicios ofrecidos en las comunidades a los turistas a través del Parque de la Papa. Debido a que los encargados de cobrar el dinero por los servicios ofrecidos por los miembros de las comunidades que participan del Parque de la Papa son los trabajadores de la Asociación Andes, la misma organización se encarga de redistribuir el canon entre las comunidades al final de cada año en base a quiénes han participado más durante todo el año.

⁴⁹ Hasta la fecha existen las instalaciones dentro de la asociación; sin embargo, estas no son utilizadas.

⁵⁰ La Asociación Andes es una institución sin fines de lucro que trabaja con organizaciones indígenas a nivel comunal. Para mayor información visitar su página web: <http://www.andes.org.pe/about>

⁵¹ Estas son Amaru, Chahuaytire, Pampallacta, Paru Paru y Sacaca.

Los miembros de las comunidades forman parte de esta asociación a partir de su interés personal en participar de los servicios que se les ofrecen a turistas. De acuerdo al director del Parque de la Papa, este busca atraer turistas a partir de un tubérculo: la papa. Buscan promover el turismo en la zona a través de mostrar las técnicas agrícolas utilizadas en estas comunidades para trabajar papas (y otros productos). “Se trata de volver la papa y los saberes alrededor de esta en un atractivo turístico”⁵².

Para ello, han implementado otros servicios turísticos como el *trekking* (caminatas), rutas en bicicleta de montaña, muestra y venta de artesanía, participar en pagos a la tierra, oferta de productos a base de plantas medicinales, y una degustación gastronómica, que complementen la experiencia turística de los visitantes. Estos conjuntos de servicios turísticos son ofrecidos, muchas veces, en forma de *paquetes turísticos*. La finalidad de estos *paquetes* es generar ingresos monetarios para retribuir a los comuneros que forman parte de la asociación y, a su vez, poder financiar los proyectos⁵³ sobre la conservación de patrimonio biogenético.

Dentro de la asociación del Parque de la Papa, los miembros se agrupan por grupos. Actualmente los grupos que participan activamente son los siguientes: gastronomía, artesanía y el grupo de músicos que participa en el *Recibimiento Andino*. El Recibimiento Andino es una manera estandarizada –desde mi punto de vista- de recibir a los turistas la cual consiste en colocar pétalos de flores y/o collares de flores mientras se acompaña con música a base de quena, tinya y cantos. El Recibimiento Andino, por lo general, en muchos casos observados, acompaña la primera interacción entre turistas y miembros de una comunidad campesina.

Desde el año 2000, esta organización cuenta con un restaurante Papamanka⁵⁴ que está ubicado en Chahuaytire. Este restaurante ofrece

⁵² Entrevista con el director del Parque de la Papa, 10 de abril de 2017.

⁵³ Durante mi estadía entre los meses de febrero y abril, ocasionalmente veía a una joven estadounidense quién había sido becada por la ONG Andes para realizar un proyecto sobre las papas silvestres en El Parque de la Papa.

⁵⁴ El restaurant Papamanka está ubicado en Chahuaytire. Existe un comité de gastronomía compuesto por personas de las distintas comunidades que integran el parque que se dedican a la limpieza del restaurante y a la preparación de los alimentos para los clientes que visitan el

diversos platos y bebidas que se presentan como *típicos* de la zona y forman parte de los servicios que ofrece el Parque de la Papa. El objetivo es ofrecer la gastronomía *típica*⁵⁵ de la zona. Algunos de estos platos, giran únicamente en torno a la papa, incluso tienen una bebida alcohólica a base de papa, limón y pisco. El local se utiliza, también, para realizar eventos del Parque de la Papa y recibir visitas importantes como lo fue la visita de la vicepresidenta del Perú en el 2017 Mercedes Aráoz. En dicha ocasión, tuve la oportunidad de estar presente. Aráoz, durante su visita, se presentó como “*la pionera del turismo vivencial en el Perú*”.

La gastronomía es algo que poco a poco ha venido sustituyendo el principal interés de los turistas que visitan el parque: la papa. Por ello, actualmente el servicio con mayor demanda por los turistas es el que se brinda dentro del restaurante Papamanka. Este restaurante es uno de los referentes del municipio sobre un caso exitoso de lo que denominan *turismo rural*.

Los *paquetes turísticos* que ofrece El Parque de la Papa son promovidos a través de agencias turísticas nacionales e internacionales. Entre los *paquetes* ofrecidos por El Parque de la Papa voy a describir el *paquete completo*. Es necesario aclarar que las actividades que corresponden al *paquete completo* también se ofrecen por separado. Esto va a depender del pedido de los turistas.

restaurante. Solo una persona de Chahuaytire participa de este. El restaurante ofrece varios tipos de comida en base a las exigencias de los turistas que por medio de agencias de turismo contactan al parque. Existe un protocolo que deben seguir los miembros del comité de gastronomía que empieza desde antes de la llegada de los turistas. Todos los miembros que participan activamente del Parque de la Papa deben usar traje ‘típico’ para acompañar a los turistas durante todas las actividades. La infraestructura del restaurante es muy importante para el imaginario que vienen construyendo las personas de la comunidad sobre la mejor manera en que se deben construir las casas para atraer turistas a la comunidad (ver capítulo 3 y 4).

⁵⁵ Los platos ‘típicos’ corresponden a aquellas comidas que podrían representar la región andina. A partir de mi observación y participación, dentro del restaurant Papamanka, sirven comidas típicas que corresponden al Perú en general e incluso sirven alternativas donde mezclan insumos de la región con propuestas de otros lugares.

Paquete completo o full day: Este paquete incluye una Recepción Andina, en la cual campesinos locales interpretan **música tradicional** de la zona junto a la presencia de las **autoridades de vara** y entrega de **flores** a los turistas. Esto se inicia en la comunidad de Paru Paru, donde también se muestra la manera en la que los comuneros trabajan las papas y cómo se distribuye El Parque de la Papa con una pequeña maqueta tridimensional. Luego, el grupo se dirige a la comunidad de Pampallacta para ver el Banco de Semillas. En esta misma comunidad el grupo de artesanía muestra y ofrece sus productos. En tercer lugar, van a Chahuaytire donde está ubicado el restaurante Papamanka para almorzar. Finalmente, ya de bajada a la ciudad de Písaq, los turistas paran en Sacaca donde se encuentra el local donde preparan productos a base de plantas medicinales.

Según el Director del Parque de la Papa, en una entrevista realizada en la ciudad del Cusco en abril del 2017, debido a la gran demanda de turistas que tenía el parque por su interés en la diversidad y variedad de papas nativas y silvestres, aproximadamente en el año 2008 surgió la idea de que los turistas pasen una o más noches en las comunidades. De esta manera las actividades turísticas, que antes se enfocaba en las papas y los saberes alrededor de estas, se orientaron a que los turistas conocieran cómo viven las personas productoras de los tubérculos.

Este proceso fue parecido al de la Asociación de Artesanos de Chahuaytire: los turistas principalmente venían a la comunidad atraídos por los tejidos y, luego, se interesaron en las personas que los producen, los artesanos. Como resultado surgió el turismo vivencial asociado a la idea de que los turistas *“quieren ver cómo vivimos”* de acuerdo a los comuneros entrevistados.

d) Corredor Puno-Cusco (alrededor de 2007)

El objetivo principal del Corredor Puno-Cusco era “incrementar los ingresos de la población rural pobre para erradicar la extrema pobreza” (IFAD, 2017). El Corredor fue un proyecto del programa estatal Agro Rural del Ministerio de Agricultura y Riego que promovía las capacitaciones y la asistencia técnica de las personas en zonas rurales. De esta manera buscaba fortalecer las capacidades de los miembros de las comunidades campesinas para que las familias puedan desarrollarse económicamente y mejorar su calidad de vida. Una ex facilitadora del Corredor Puno-Cusco me señaló que una de las características fundamentales de este programa era que las familias se desarrollaran económicamente al satisfacer una

demanda del mercado. El Corredor Puno-Cusco, según ella, primero identificaba demandas del mercado y, luego, incentivaba y capacitaba a campesinos para que ellos mismos puedan satisfacer estas demandas. Si existía una gran demanda de tejidos entonces los facilitadores iban a comunidades y capacitaban a los comuneros para que hagan tejidos y se vean beneficiados económicamente y mejoren su calidad de vida. Esta era la lógica de este programa. El Corredor Puno-Cusco empezó fomentando la organización interna de la comunidad e incentivando la mejora de la infraestructura de los criaderos de animales, así como la de sus viviendas. Luego, se enfocó en turismo.

El Corredor Puno-Cusco operó de manera distinta en cada punto de intervención, ya que, los facilitadores buscaban adaptarse a las particularidades económicas y situacionales de cada comunidad. En el caso de Chahuaytire, debido a los esfuerzos de la Asociación de Tejedores y el Parque de la Papa, el turismo se había convertido en una actividad que mostraba bastante potencial y debía ser reforzada. Por esta razón el Corredor participó de esta actividad brindando asistencia técnica y capacitaciones.

De acuerdo a dos facilitadores que trabajaron en proyectos del Corredor Puno-Cusco con los que pude conversar, el único requisito que se exigía a los interesados era formar una organización o grupo para poder trabajar en conjunto. Esto corresponde a uno de los objetivos del programa: incentivar y reforzar la organización interna de las comunidades. Por esta razón, los facilitadores del proyecto brindaron asistencia a los miembros de la Asociación de Tejedores de Chahuaytire. Antes de esto trataron de formar asociaciones de criadores de animales menores; sin embargo, no tuvieron el mismo resultado que con las capacitaciones relacionadas al turismo.

El Corredor brindó una serie de capacitaciones⁵⁶ a la ATC en relación a la atención al turista así como sobre artesanía, gastronomía y vivienda

⁵⁶ El capítulo 3 lo dedico enteramente al análisis de las capacitaciones.

adecuada para turistas⁵⁷. Estas capacitaciones fomentaron las expectativas alrededor del turismo en la comunidad. Al parecer debido a ello, cada vez más personas empezaron a dedicarse a actividades turísticas, implementando los consejos recibidos por los capacitadores. Si bien el Corredor Puno-Cusco no es recordado de buena manera debido a la repentina desaparición de los facilitadores, es necesario mencionarlo, pues, parece ser que es a partir de estas capacitaciones brindadas que se forman parte de los imaginarios sobre el turismo y los turistas en Chahuaytire.

En palabras de un ex facilitador del programa, este buscaba “*mejorar la calidad de vida de las personas a través del mejoramiento de sus viviendas*”, por ello, es que iniciaron un proyecto enfocado a realizar cambios en las viviendas para que puedan hospedar turistas. De esta manera, se aprovechó el turismo y la atención a los turistas para incentivar el mejoramiento de las viviendas. Para lograr que las personas de la comunidad implementen cambios en sus viviendas se les enseñó cómo debían tener sus casas para poder recibir a los turistas.

Como parte de sus iniciativas para incentivar este tipo de mejora de las viviendas de la localidad realizaron un concurso de fachadas orientado a *llamar la atención* de los turistas. Para este concurso, los facilitadores brindaron capacitaciones sobre cómo tener una casa con buena presentación a partir del acabado del frontis. Este debía tener un tarrajeo en base a barro y figuras en alto relieve con diseños concebidos como típicamente andinos como la *chakana* (o cruz andina), figuras de incas, colibrís, el Sol, la Luna y similares.

e) Caravana de Llamas (2010)

El Museo Nacional del Indio Americano (NMAI por sus siglas en inglés), del Instituto Smithsonian⁵⁸, estuvo investigando el Camino Inca

⁵⁷ La noción de vivienda adecuada o apta para turistas está en relación a la percepción que se tiene del turista y sobre las ideas de mejora. Ver capítulo 4.

⁵⁸ El museo NMAI es parte del Instituto Smithsonian, el complejo más grande del mundo en relación a museos, educación e investigación. Como parte de la misión del instituto la cual

(Inka Road, en términos del proyecto) en distintos lugares de los Andes. Debido a que parte de uno de los Caminos Inca cruzan por Chahuaytire, en 2010 un grupo de productores y realizadores audiovisuales a cargo de Kevin Catwright (productor de media del NMAI) y José Barreiro (asistente director e investigador académico del NMAI) fueron a la comunidad con el fin de dirigir y realizar un documental que narre y registre la manera en la que el Camino Inca es –o era- utilizado por los miembros de la comunidad, así como los rituales o costumbres llevadas a cabo durante la jornada en conjunto con los *kuraq*⁵⁹. El documental⁶⁰ recreó la manera en la que se utilizaban las llamas anteriormente a través del tramo del Camino Inca que une Chahuaytire y la ciudad de Pisaq con el objetivo de que las personas recuerden sus costumbres y no se avergonzaran de ellas. Esto para que las siguientes generaciones aprendan cómo se realizaban las prácticas en su localidad. Por ello, el trayecto fue realizado por adultos varones y mujeres, así como niños y niñas acompañados de llamas cargadas de productos agrícolas a partir de lo que los *kuraq* sabían (Promo Región Cusco, 2012; Stephey, 2010; The National Museum of the American Indian, Smithsonian Institution, 2013, 2015).

Según personas de Chahuaytire que participaron en el documental, algunos meses antes de la llegada del equipo de productores e investigadores, un grupo de personas de la ciudad del Cusco fueron a la comunidad en representación de los realizadores del documental para consultar de manera oficial a las personas de la comunidad si es que estarían interesados en que este se lleve a cabo. Luego de que la comunidad aceptara, estas personas dijeron que para la filmación iba a ser

busca incrementar y difundir conocimiento tienen distintas producciones audiovisuales. El Instituto Smithsonian es una institución federal de los Estados Unidos de América.

⁵⁹ El *Kuraq* es una persona que ha pasado por todos los cargos jerárquicos de la comunidad. Ver Pérez (2004) para mayor información sobre los *kuraq* y el sistema de cargos de la comunidad de Chahuaytire. Cabe resaltar que los *kuraq* son, por lo general, las personas mayores de la comunidad, los más respetados.

⁶⁰ Ver <https://www.youtube.com/watch?v=18lDW3uXYLY> para acceder al documental completo sobre la Caravana de Llamas en Chahuaytire o <https://youtu.be/lPhkLVT87S4> para una versión más resumida. Ver <https://youtu.be/FysTnRjE60Q> para acceder al trabajo completo de la misma institución donde incluyen otros rituales Andinos en relación con el Camino Inka.

necesario que algunos comuneros presten sus viviendas para que parte del equipo extranjero (camarógrafos, productores, sonidistas, etc.) se puedan hospedar. De esta manera, las familias que fueron elegidas para recibir a los miembros del equipo tuvieron que acondicionar o mejorar sus viviendas para dar una buena impresión a estos extranjeros. Para esto vinieron personas de Cusco a capacitar a las familias que serían anfitrionas.

El documental se grabó de manera exitosa y todos en la comunidad tienen un buen recuerdo de este. Este también generó ingresos monetarios para muchas familias de la comunidad por haber participado del documental y haber hospedado a parte de los productores y realizadores del mismo. En él participaron bastantes familias, ya que los documentalistas buscaban recrear una actividad que supuestamente se realizaba comunalmente. De acuerdo a las varias entrevistas, esta experiencia incrementó la expectativa alrededor del turismo. Como consecuencia de este rodaje se formó, el mismo 2010, una ONG en Chahuaytire llamada Caravana de Llamas que buscaba beneficiar a 4 familias anualmente con *elementos necesarios* (catres, colchones, frazadas, cubrecamas y muebles para colocar ropa) para terminar de acondicionar sus viviendas para recibir turistas. Es necesario mencionar que Caravana de Llamas funciona hasta la actualidad y es financiada por los directores del documental a través de colaboradores cusqueños y una persona de Chahuaytire, quien se encarga de entregar los productos a los beneficiarios. Para ser candidato a recibir este beneficio una familia debe contar con una casa cuya infraestructura esté *casi* lista para recibir turistas⁶¹.

f) Asociación Virgen Asunta / Qapac Ayni Yanapanakuy (2012)

A raíz del documental Caravana de Llamas, el éxito de la Asociación de Tejedores y las capacitaciones brindadas por el Corredor Puno-Cusco, un grupo de ex miembros de la Asociación de Tejedores de Chahuaytire tomaron la iniciativa de formar la Asociación Virgen Asunta –en honor a la

⁶¹ Para mayor información sobre una casa acondicionada para turistas ver en el capítulo 4 el subtipo casa para turistas dentro de las casas mejoradas.

patrona de la comunidad— con el objetivo de vincularse al contexto turístico a partir de la muestra y venta de tejidos, acompañados de la presentación de comida local. Para ello, solicitaron un lote en una asamblea comunal el cual les fue concedido justo al lado del restaurante Papamanka. Poco tiempo después, sus miembros construyeron en éste dos casas de adobe con techo de paja: una casa para que funcione como cocina y la otra como almacén.

El 2012 los miembros de esta nueva asociación conocieron en Písaq a la señora Martha⁶², una señora de Cusco licenciada en turismo. Esta demostró interés en su proyecto y terminó por vincularse con esta asociación para promover el turismo en Chahuaytire. Por lo que pude conversar con Martha, su meta es que las personas de la comunidad logren apreciar lo que es de ellos y, según ella, esto va a ser posible cuando las personas de la comunidad se den cuenta de que a los turistas les interesan sus *costumbres y cómo viven las personas en Chahuaytire*. Siguiendo esto no resulta extraño que su primera obra haya sido sugerir el cambio de nombre de la asociación a un nombre en quechua: “Qapac Ayni Yanapanakuy”⁶³, el cual no fue adoptado por los miembros de la Asociación. Martha, siguiendo su propia definición de turismo vivencial⁶⁴, quisiera que la asociación funcione a partir de “un *intercambio de conocimientos*”, “*un beneficio mutuo*” entre los turistas y los comuneros. La señora sostiene que para que el turismo vivencial tenga una repercusión positiva en la comunidad, los turistas deben intercambiar con los comuneros. Los intercambios a los que se refería eran relacionados a comida, higiene y economía.

Los miembros de la asociación desean recibir turistas y ofrecerles los servicios de restaurante (comida), hospedaje y venta de tejidos acompañado de mostrar el proceso de tejido. Debido a esto los miembros

⁶² Pseudónimo.

⁶³ La traducción al español sería algo como “gran entrega y ayuda mutua”. Esta definición se diferencia de aquella que utilizaba Martha: “ayuda recíproca Inka”. Nótese la vuelta a la grandeza incaica como elemento de atracción para los turistas.

⁶⁴ Entrevista con Martha en el mes de febrero, 2017 en la ciudad del Cusco.

de la asociación están preparando y modificando sus casas en base a las capacitaciones impartidas por la señora Martha. Es necesario mencionar que esta señora busca ayudar en la organización y capacitación de los miembros de la asociación debido al potencial que le ve al turismo vivencial y los servicios ofrecidos a los turistas en Chahuaytire. Como guía, asumo que Martha obtendría algún beneficio monetario de lo pagado por los turistas. Martha, hasta finales de abril del 2017, llevó un total de cuatro turistas en dos ocasiones previas a la construcción final del local.

g) Proyecto Cusco Emprende (2015)

El proyecto 'Cusco Emprende' es financiado por la ONG CODESPA⁶⁵ y Fondoempleo⁶⁶. Este proyecto busca promover y fortalecer las capacidades de emprendimiento empresarial de los miembros de distintas comunidades campesinas. El proyecto apunta a incentivar el desarrollo de *empresarios emprendedores* para que a través de su trabajo puedan mejorar sus capacidades y así obtener mejores beneficios. Al entrevistar a las encargadas del proyecto en las oficinas de CODESPA en el distrito de Calca, me dijeron, que el objetivo del proyecto es *“mejorar su vida [de los campesinos y campesinas] a través del dinero, generado por su trabajo. (...) Las [personas] que tengan ideas de negocio, tengan un negocio y, las [personas] que tengan un negocio, lo mejoren”*. Según lo observado, la meta es que las personas de las comunidades campesinas se desarrollen como empresarios. Mi intuición es que el proyecto busca, de cierta manera, impulsar la emergencia de pequeños negocios en el marco del

⁶⁵ CODESPA es una ONG de cooperación al desarrollo que se originó en España. Buscan proporcionar oportunidades a personas para que puedan salir de la pobreza a través del trabajo y ser protagonistas de su propio desarrollo. Esta ONG trabaja en colaboración con instituciones locales de desarrollo y administraciones públicas de los países donde opera. Del mismo modo busca aliarse al sector privado (Fundación CODESPA, s.f.).

⁶⁶ Fondoempleo es el Fondo Nacional de Capacitación Laboral y Promoción del Empleo. Evalúan, seleccionan, financian y monitorean los proyectos de capacitación y promoción del empleo a través de un concurso. Fondoempleo promueve el trabajo conjunto de empresas privadas, ONGs y entidades del sector público para el diseño y ejecución de proyectos que desarrollen competencias laborales y empresariales a través de capacitación y asistencia técnica promoviendo la generación de empleo y el aumento de ingresos de poblaciones en situación de pobreza (Mamani, s.f.).

emprendedurismo de modo que estas familias incrementen sus ingresos monetarios.

Para cumplir los objetivos del proyecto, las encargadas desarrollan talleres⁶⁷ y charlas para explicar en qué consiste ser un emprendedor y cómo es posible lograr esto. En las charlas y talleres, las encargadas ponen bastante énfasis en describir qué es un plan de negocio y cómo es posible poder desarrollarlo para ser un empresario.

Una de las encargadas con quién hablé, al cerrar la entrevista repasó los objetivos del proyecto: *“(...) se busca que las personas de las comunidades dejen de fantasear con el turismo y vean que es posible desarrollar un negocio real”*. Con este cierre pude concluir sobre las expectativas del proyecto. Cusco Emprende busca que los miembros de las comunidades trabajen siguiendo un modelo de negocio y *“que [trabajar en turismo] no sólo consista en esperar que los turistas toquen las puertas de sus casas”*.

Todas estas instituciones y proyectos muestran que ha habido una larga trayectoria de presencia de distintos promotores del desarrollo. Asimismo, se ve que las ONGs han venido siendo reemplazados por otro tipo de iniciativas que buscan promover el turismo en la comunidad. Hace 20 años aproximadamente empezó a surgir el turismo en Chahuaytire con la llegada de los primeros turistas por su interés por los tejidos artesanales. Luego llegaron las capacitaciones que buscaban dar, a los comuneros, herramientas para que puedan brindar comodidad y buenos servicios a los turistas y, finalmente, llegaron los planes de negocio que buscan volver a las personas de las comunidades en emprendedores con herramientas de negocio más sólidas para competir mejor en el mercado.

Sin embargo, a pesar de todas estas intervenciones e iniciativas con el objetivo de promover el turismo en la comunidad, actualmente no existe un flujo de turistas en la comunidad. El turismo vivencial en Chahuaytire, a pesar de varios esfuerzos no funciona de manera constante. Dedicarse al

⁶⁷ Entre febrero y abril del 2017 asistí a un taller y a un concurso dirigido por las encargadas entrevistadas que hago mención en este punto.

turismo, hasta cierto punto es una fantasía local: que vengan turistas a Chahuaytire, recibirlos de manera hospitalaria, que se hospeden en sus viviendas, que compren sus tejidos y que todas estas actividades les generen ingresos monetarios sigue estando anclado en el plano de las expectativas.

2.2.2 Porteadores, estudiantes y transportistas como agentes del turismo en Chahuaytire

a) Porteadores:

El trabajo de los porteadores⁶⁸ del Camino Inca a Machu Picchu en Chahuaytire es fundamental para entender el turismo en la comunidad. Hace alrededor de una década se popularizó el trabajar como porteador. Este trabajo significó adquirir ingresos monetarios sin mayor capacitación extra para los varones de la comunidad, cargando el equipo de las agencias y el equipaje de los turistas en esta ruta. Durante 2017 aproximadamente 50 personas, entre jóvenes y adultos varones, trabajaban como porteadores en el Camino Inca. Muchos jóvenes entre 25 y 33 años se dedican a tiempo completo a trabajar como porteadores. Es probable que cualquier joven mayor de 20 años haya participado como porteador en algún momento. Este trabajo solo lo dejan de lado cuando consiguen un buen trabajo como constructores que tiene una remuneración comparable.

Debido al contacto directo que tienen con los guías en el Camino Inca, los porteadores han sido una vía importante para traer conocimientos sobre la actividad turística a la comunidad. Por ello, en Chahuaytire, los demás comuneros les reconocen cierta autoridad a los porteadores en temas relativos al turismo. Este estatus les es otorgado sobre todo a los más jóvenes, mientras que a los mayores se les reconoce su capacidad para cargar mucho peso y ser más veloces.

⁶⁸ Sobre el trabajo de porteador ver el capítulo 1, actividades económicas de Chahuaytire.

Debido a esta exposición que tienen con los turistas, los jóvenes porteadores visten ropa de marcas especializadas en actividades “*outdoor*” como Columbia o The North Face. Según sus testimonios, algunas veces estas prendas son presentes de los turistas o se trata de prendas olvidadas por los mismos que al final de viaje se reparten entre los porteadores y guías. Durante mi tiempo en Chahuaytire nunca pude ver a una mujer vistiendo estas prendas asociadas al *trekking* o deportes de aventura que son usadas por los turistas.

b) Estudiantes de turismo:

Debido a las expectativas en torno al turismo se ha incrementado el interés por seguir la carrera de turismo entre los jóvenes.⁶⁹ Las razones por las que muchos jóvenes quieren estudiar la carrera de turismo son, en orden de relevancia:

- Quieren llegar a ser guía principal de turismo
- Quieren traer turistas a Chahuaytire
- Para poder tener un buen hospedaje y restaurante en Chahuaytire

Muchos de los jóvenes que quieren estudiar turismo han sido porteadores, o quieren serlo en caso sean menores de 18 años. Trabajar en turismo es parte de las aspiraciones de los jóvenes.

Actualmente varios jóvenes están siguiendo estudios superiores debido al esfuerzo de sus padres y también por las oportunidades que brinda el programa Beca18. Durante mi trabajo de campo eran ocho jóvenes los que estaban siguiendo estudios de turismo en Cusco en institutos superiores. Dos jóvenes ya habían egresado y estaban esperando su título⁷⁰.

c) Transportistas:

Un factor importante para la presencia de turistas en Chahuaytire es la frecuencia del transporte público entre Písaq y Chahuaytire. La distancia

⁶⁹ Carreras como arqueología e historia también entran en este nuevo interés.

⁷⁰ “Esperar el título” es algo frecuente entre los jóvenes que terminan las carreras universitarias, ya que, muchas veces deben ahorrar para realizar el pago del título. En otras ocasiones, deben convalidar el idioma inglés para conseguir el título, por lo que muchos tienen que inscribirse en alguna academia de idioma. Esto último implica otro gasto.

de 19 km entre el Písaq y la comunidad actualmente puede ser recorrida en menos de una hora. Existen vehículos trabajando en esta ruta continuamente entre las 5:30 am y las 6:30 pm. Esta facilidad de transporte es conveniente para que los turistas, eventualmente, puedan subir a la comunidad sin mucho problema.

2.2.3 “Antes no había nada”⁷¹: expectativas y percepciones de beneficios del turismo

“Cuando me encontraba haciendo una familia con mi esposa, en esta comunidad no había trabajo.”

(Edgar Huamán, 48 años)

“El turismo es futuro para nuestros hijos.”

(Julio⁷², 40 años)

A continuación, explico las expectativas frente al turismo y las percepciones sobre los beneficios que trae y podría traer. Es necesario volver a prestar atención a la relación entre la producción de tejidos y el turismo que ya expliqué en la sección de la artesanía como propulsor del turismo en este mismo capítulo.

2.2.3.1 El Dinero, la necesidad y sus implicancias

“Siempre uno quiere [dinero]. Esa platita se necesita para todo, para la ropa, para la comida, la educación.”

(Edgar Huamán)

A partir de la relación con el turismo, debido a la producción y venta de artesanías o trabajar como porteadores en el Camino Inca algunas familias de la comunidad se han visto beneficiados de ingresos monetarios. Cabe resaltar que a pesar de que existen otras alternativas de trabajo remuneradas⁷³, en

⁷¹ Extracto de entrevista con Edgar Huamán Marzo, 2017

⁷² pseudónimo de un comunero activo de la cc de Chahuaytire.

⁷³ Ver capítulo 2, la sección sobre actividades económicas de la comunidad.

esta sección solo me voy a enfocar a aquellas actividades relacionadas con el turismo como la venta de tejidos y el turismo vivencial.

El turismo y la presencia de turistas en Chahuaytire están asociados directamente con la producción y venta de textiles. Esto porque partir de la fundación de la Asociación de Tejedores, la actividad del tejido es la que ha fomentado la llegada de turistas a Chahuaytire. Debido a esta experiencia, los comuneros de Chahuaytire asocian la producción textil con el turismo y los ingresos monetarios tal como lo resumo en la imagen 7.

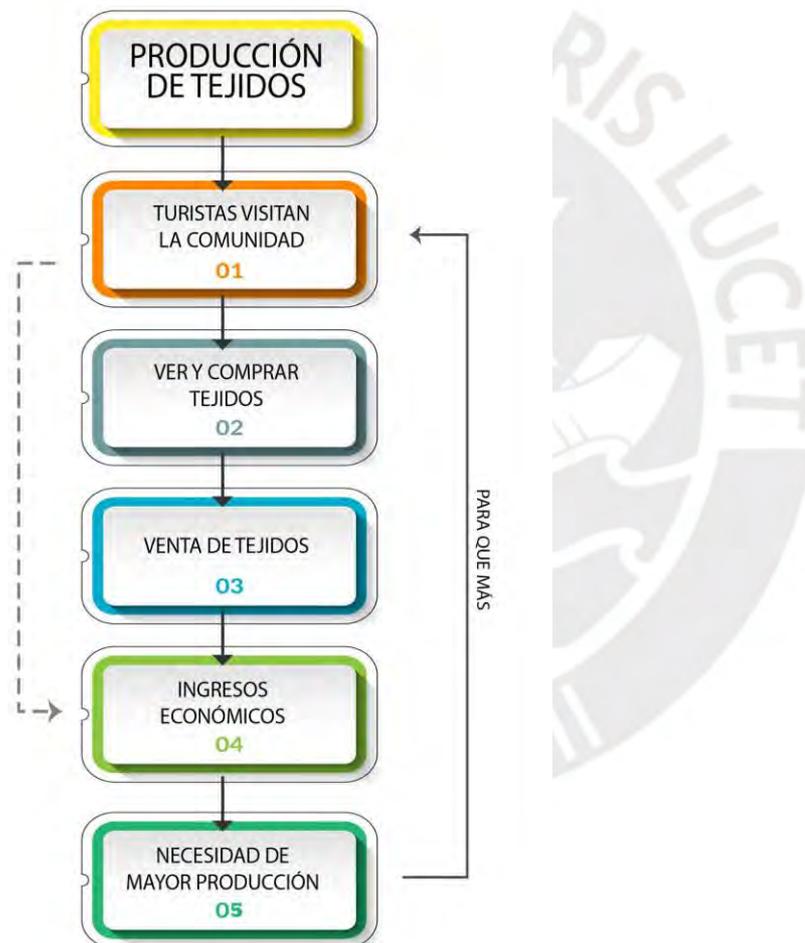


Imagen 7: Asociación entre turismo, artesanía y dinero.
Elaboración propia

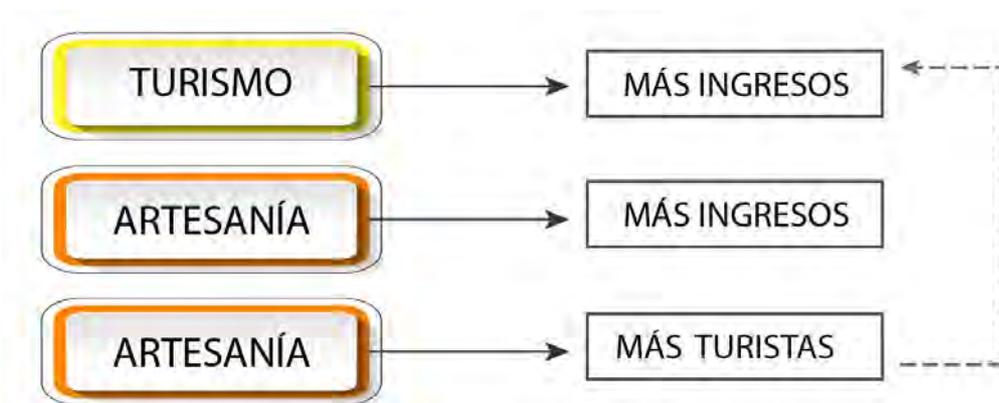


Imagen 8: Lógica detrás de la relación artesanía, turistas y dinero. Elaboración propia.

La imagen 8 es la base para entender la asociación directa que hacen las personas en Chahuaytire entre la artesanía, los turistas y los ingresos monetarios.

Gracias al turismo y las actividades asociadas a este, las familias pueden contar con ingresos monetarios a diferencia de las actividades agrícolas. Por ejemplo, una familia podría recibir dinero por vender tejidos, mientras que el arduo trabajo en la chacra es destinado para satisfacer el autoconsumo de la familia, el cual no genera ingresos monetarios a diferencia del turismo.

Durante mi trabajo de campo noté que la percepción local frente a los trabajos agrícolas es de *inseguridad*: “*La chacra no es segura*”, afirmaba Porfirio Illa cada vez que conversábamos sobre sus chacras. Su afirmación va en relación a la dificultad del trabajo agrícola⁷⁴ y la poca probabilidad de predecir los resultados de una cosecha. Este último factor es lo que hace que la agricultura sea incierta, ya que, los resultados dependen las condiciones climatológicas que tampoco se pueden predecir ni controlar con *seguridad*. A esto se le suma la cada vez menor mano de obra que tienen las familias para trabajar las tierras debido a los nuevos intereses de los jóvenes, al trabajo como porteadores y al hecho de tener que irse de la comunidad para cursar estudios superiores o conseguir un trabajo remunerado.

⁷⁴ El trabajo agrícola gira en torno a las siguientes actividades: preparación de la tierra, siembra, limpieza de chacras, aporque, cuidado de plagas, cosecha.

Si bien el turismo y la artesanía también son actividades riesgosas que dependen de muchos otros factores externos poco predecibles, los comuneros de Chahuaytire no parecen percibir eso. Desde una perspectiva local estas son consideradas como actividades *menos riesgosas* que la agricultura. Estas nociones sobre el turismo son una consecuencia del imaginario construido por la observación de turistas en Písaq u otras ciudades y por las capacitaciones impartidas por distintos agentes⁷⁵.

Desde mi observación, estas expectativas también se sostienen en el hecho de que la finalidad de un tejido, por ejemplo, es venderlo y, así, generar un ingreso monetario. Por su parte, la posibilidad de generar ingresos monetarios a partir de la agricultura es más complejo y menos rentable. El principal objetivo de la agricultura es el abastecimiento familiar para el consumo y para el reemplazo de semillas. Se vende solamente un pequeño excedente de la producción en el mercado de Písaq.

Los ingresos monetarios por turismo, no son seguros; sin embargo, en el imaginario de los comuneros de Chahuaytire, sí. Como consecuencia tenemos a más familias de las que aparentemente podrían ser exitosas en esta actividad apostando por el turismo para satisfacer la casi inexistente demanda de turistas que buscan hospedarse en la comunidad. Las altas expectativas de los comuneros sobre el incremento del turismo en un futuro cercano aparentemente les impide constatar que solo hay una baja frecuencia de turistas en la comunidad y muy poco interés por parte de los turistas en pasar una o más noches en Chahuaytire.

⁷⁵ La idea de replicar modelos 'exitosos' de turismo, turismo vivencial o turismo rural comunitario está muy presente en los discursos de los distintos promotores de turismo que he podido entrevistar. Esto se puede ver con la implementación de 'pasantías' como una manera de capacitar a las personas de Chahuaytire para que aprendan a ver cómo se desarrolla el turismo en otras comunidades de manera 'exitosa'.

a) Intercambio de experiencias

“Ellos traen sus culturas de allá, nosotros de acá podemos compartir nuestra cultura”
(Julio⁷⁶, constructor/porteador/tejedor)

Julio fue una de las primeras personas con las que pude realizar una entrevista a profundidad en el primer mes de mi trabajo de campo. Él ha trabajado como porteador en el Camino Inca, se dedica a la producción de tejidos y durante mi trabajo de campo era constructor en la obra del estadio. Julio está a favor de que vengan más turistas a su comunidad, ya que, considera que, de esa manera, él y su familia, a parte de un potencial ingreso monetario, tienen la posibilidad de *intercambiar experiencias* con los turistas. Del mismo modo, sostiene Julio, el turista se puede beneficiar por haber conocido la cultura o costumbres de Chahuaytire. El argumento de Julio refleja lo que plantea Stronza (2006) cuando habla de que a partir de la interacción entre turistas y locales puede existir un beneficio mutuo.

En Chahuaytire, los “intercambios de experiencias” están asociados con las ideas de mejora⁷⁷ de las familias y de la comunidad en su conjunto. Las familias sostienen que la presencia de turistas los beneficia porque gracias a estos intercambios, los miembros de la comunidad aprenden conocimientos nuevos. Desde mi perspectiva, estos conocimientos -que pueden ser cuestiones de higiene, nociones estéticas o idioma, por nombrar algunos ejemplos- a los que hacen referencia son más valorados que los propios. Siguiendo esta última idea, una familia que ha recibido turistas se diferenciaría de otras por los conocimientos adquiridos a través de la interacción con los turistas.

Los conocimientos adquiridos de los turistas en el *intercambio de experiencias* funcionan como capital cultural dentro de la comunidad. Una persona o familia adquiere un determinado estatus por tener aquello que es valorado dentro de su sociedad. Al tener contacto con turistas, un comunero de Chahuaytire adquiere algunos conocimientos de ellos. La

⁷⁶ Seudónimo de un comunero activo de la comunidad campesina de Chahuaytire.

⁷⁷ Sobre ideas de mejora ver el título “Dejar de vivir como era antes” en el capítulo 4.

persona o familia que adquiere el conocimiento de los turistas va a diferenciarse del resto de la comunidad en tanto la comunidad en su conjunto reconozca el valor que este conocimiento tiene para su sociedad. El hecho de saber hacer algo que hayan aprendido de los turistas va a hacer que sean más valorados en la comunidad (Bourdieu, 2000).

Por ello, desde mi perspectiva observo que en Chahuaytire existe una expectativa positiva frente al turismo y al incremento de las visitas de turistas en la comunidad por los ingresos monetarios que podrían generar, por adquirir conocimiento de los turistas y entablar una relación con ellos que les permita expandir sus redes sociales. Siguiendo a Bourdieu (2000), podemos ver estos pilares de las expectativas frente al turismo en formas de capitales. Los ingresos monetarios, como capital económico; los conocimientos de los turistas (y de los capacitadores como veremos en el siguiente capítulo), capital cultural; y conocer o establecer una relación con los turistas, capital social.

Estos capitales, tal como Bourdieu lo plantea, intervienen en la conformación del capital simbólico que marca el estatus social dentro de la comunidad. El capital simbólico viene a ser lo valorado o reconocido por los miembros de una sociedad, que a su vez contiene las distintas formas del capital (Bourdieu, 2000). Voy a volver a este concepto en el capítulo 4, cuando me enfoque en las construcciones de las viviendas y las nociones de progreso.

Hasta el momento hemos visto que, en los intercambios de conocimientos, los comuneros pueden adquirir un capital cultural: el saber hacer algo que viene por parte de los turistas es valorado en la comunidad. No solo en escenarios de turismo vivencial, sino también en otros como el caso de los portadores. Esta noción de que adquirir ciertos conocimientos es más valorado lo voy a profundizar en el siguiente capítulo sobre las capacitaciones: se tratan de conocimientos que uno podría aplicar directamente para lograr un mayor beneficio personal y que su vez le va a brindar un mayor reconocimiento dentro de su comunidad. También presenté cómo el hecho de que una persona pueda expandir sus redes

sociales en las interacciones con turistas en el mercado de Písaq, por ejemplo, es la adquisición de capital social. Tanto las relaciones sociales como ciertos conocimientos son valorados por los miembros de la comunidad (Bourdieu, 2000). Existe un anhelo por parte de los miembros de la comunidad conseguir estos capitales, por un lado, para tener dinero, por otro, por cuestiones de reconocimiento dentro de la comunidad.

b) Reflexión sobre la presencia de turistas en Chahuaytire y la expectativa de los comuneros

Por lo que he podido observar, actualmente no hay personas extranjeras que vivan todo el año en la comunidad. La frecuencia de turistas que visitan la comunidad es muy baja y se especializa –demasiado– en tejidos. Debido a la cantidad de turistas que pasan por Písaq, las expectativas entre los comuneros aumentan y creen que en cualquier momento el turismo en Chahuaytire va a incrementar de tal manera que traerá todos los beneficios esperados.

Las altas expectativas del turismo en Chahuaytire es una de las consecuencias del contexto turístico en el que esta comunidad se inscribe. A pesar de la baja frecuencia de turistas que visitan la comunidad, como muy bien sostiene Espinosa (2017) para una comunidad amazónica, “existe un entusiasmo con la posibilidad de que en el futuro se logre concretar el sueño de la llegada de los turistas y las riquezas que traerían consigo. Y, aunque van pasando los años y esto no sucede, la espera se mantiene” (p. 110).

Sin embargo, hay también algunas –pocas– percepciones negativas sobre el turismo. A pesar de que todo parezca indicar que lo que más quieren estas personas es que aumente la presencia de turistas y el turismo, existen personas que no tienen muy clara su posición frente a la presencia de turistas. No obstante, la relativa escasez de turistas en Chahuaytire, existe el miedo a que la comunidad sea invadida por turistas; que su presencia sea tan grande y constante que, incluso, lleguen a comprar lotes en la comunidad y, luego, ya no haya sitio ni para los hijos de las personas de Chahuaytire.

Los turistas por lo general no suben a Chahuaytire ni a otras comunidades altas de Písaq. Algo que puedo notar tras haber hablado con turistas es que los que pasan temporadas o residen en Písaq buscan estar en la ciudad por comodidades como ser atendidos en inglés, interactuar con otros turistas, tener bares y discotecas a la mano, gozar de un clima templado, acceder a internet, a restaurantes, y tener a la mano servicios como sesiones de meditación y yoga, ceremonias de ayahuasca y san pedro. En Chahuaytire no se cuenta con ninguna de estas comodidades.

Como me dijo Sebastien Baud, turista, antropólogo y amigo francés quien pasó un mes en Chahuaytire durante mi trabajo de campo: *“Nunca un turista va a subir aquí. Hace demasiado frío. [Chahuaytire] es demasiado lejos de todo... de internet, demasiado lejos de muchas cosas”*. A lo que hacía referencia es que el turista que eventualmente iría a hospedarse en la comunidad es un tipo de turista muy especializado, es decir, con intereses muy particulares. Siguiendo con Sebastien, estos intereses corresponden con las personas que desean momentáneamente *“vivir como viven los indígenas”* y poder mostrar o demostrar dónde han estado, en qué situaciones han vivido y que han conocido *‘la cultura de los Incas’* una vez que retornen a casa.

Finalmente, a pesar de este panorama no tan optimista, es necesario mencionar que, gracias a la venta de textiles, principalmente, y la participación de otras actividades relacionadas al turismo, en menor escala, las familias sí se ven beneficiadas por el turismo. A pesar de que el turismo vivencial en la comunidad no sea completamente activo o que no haya una alta presencia de turistas en la comunidad, las personas de Chahuaytire sí obtienen ingresos monetarios, principalmente a partir de la venta de tejidos. Gracias a esto es que las expectativas frente al turismo son cada vez mayores, porque a través de la venta de tejidos las personas de Chahuaytire pueden apreciar el potencial del turismo.

Capítulo 3: La formación de lo turístico entre capacitaciones,
capacitadores y comuneros

*“Ni estaban para recibirlos [a los turistas], antes
iban con ropa normal para vender sus
productos artesanales: mal vestidos, sucios,
mala impresión. No tenían idea de cómo recibir
[turistas]”*
(Guía/capacitadora, licenciada en turismo)

*“La capacitación hace que uno sepa qué quiere
el turista”*
(Silverio Pérez, porteador y constructor, 25
años)

Distintas instituciones han realizado intervenciones relacionadas a la promoción del turismo en Chahuaytire. He podido identificar dos tipos de intervenciones: aquellas en relación a la producción de textiles con el fin de satisfacer el interés de los turistas; y las asociadas a atender de manera *adecuada* a los turistas a partir de aquello que estas personas quieren o necesitan. A esto último se suma, también, la necesidad de atraerlos para que visiten la comunidad o decidan pasar una o más noches en ella.

Estas intervenciones, son realizadas tanto por personas que trabajan para las instituciones mencionadas a lo largo de esta investigación, así como por personas que trabajan de manera independiente y que tienen un interés personal en el desarrollo de los servicios turísticos en la comunidad para también verse beneficiados de las actividades turísticas. Estas intervenciones se presentan como capacitaciones donde unas personas cumplen el rol de capacitadores para enseñarle a los comuneros de Chahuaytire y otras comunidades de qué se trata el turismo y cómo se deben llevar a cabo las actividades relacionadas a la atención de los turistas.

A partir de la observación de algunas capacitaciones, haber participado de otras, haber mantenido conversaciones con comuneros que han recibido capacitaciones y también con capacitadores de varias instituciones que han trabajado en Chahuaytire a lo largo de los últimos 25 años aproximadamente,

pude notar cierto parecido entre las capacitaciones y el concepto de disciplina de Foucault (2002).

Antes de desarrollar las capacitaciones, es necesario revisar el concepto de disciplina para mostrar por qué lo relaciono con las capacitaciones. Para Foucault (2002), la disciplina es una manera de ejercer el poder controlando los cuerpos de las personas que forman parte de una sociedad a través de técnicas muy delimitadas, de manera repetitiva y con un objetivo final. Con esto se logra tener un dominio sobre el cuerpo de una persona. Estas técnicas, siguiendo con el autor, se llevan a cabo en lugar específicos dónde se van formando los cuerpos de las personas y sus subjetividades. La disciplina vuelve los cuerpos humanos más útiles y obedientes para cierto tipo de sociedad. Estos cuerpos fabricados, que son sometidos y ejercitados, para que operen en ciertas maneras, Foucault los llama “cuerpos dóciles” (Foucault, 2002).

Foucault (2002), tomando como ejemplo a los soldados, plantea que estos son fabricados dentro de los ejércitos. Una persona entra al ejército y lo convierten en soldado. A partir de un conjunto de “coerciones que constituyen un trabajo sobre el cuerpo, una manipulación calculada de sus elementos, de sus gestos, de sus comportamientos” (Foucault, 2002, p. 126) va a ser posible reconocer que una persona es un soldado. El soldado ha sido fabricado en tanto el cuerpo del soldado ha entrado “en un mecanismo de poder que lo explora, lo desarticula y lo recompone” (Foucault, 2002, p. 126).

Sugiero entender las capacitaciones no como un aparato disciplinario *per se*, sino como unas prácticas que intentan educar a los comuneros de Chahuaytire, y otras comunidades, en el desarrollo del turismo como una actividad económica. Las capacitaciones, en el contexto turístico, funcionan de manera parecida a la disciplina en ciertos aspectos sin ser exactamente un aparato disciplinario.

Los legados *foucaultianos* en el contexto turístico también han sido elaborados por Salazar (2006). En el contexto turístico la figura del capacitador tiene la autoridad y reconocimiento por parte de los comuneros. Esta posición, basada en su relación con el mercado turístico y sus conocimientos sobre

cómo atender a los turistas, le permite, al capacitador, poder educar a otros sobre sus conocimientos turísticos (Salazar, 2006). Por esta razón, los guías turísticos o los representantes de agencias de viaje, bajo la forma de capacitadores, tratan de comunicar ciertos conocimientos y nociones de cómo atender a los turistas o cómo prepararse para la llegada de estos.

Así como las prácticas disciplinarias propuestas por Foucault, las capacitaciones se tratan de prácticas que buscan educar o formar a las personas, pero de maneras mucho menos estrictas y estructuradas. Por un lado, las capacitaciones no se realizan en lugares fijos, como el caso del ejército para la formación de un soldado, sino, más bien, se pueden llevar a cabo en diversos lugares: en un local del municipal, en la vivienda de un comunero o en el local de alguna asociación de artesanos, por dar unos ejemplos. Es necesario mencionar que las capacitaciones tampoco obedecen a un modelo único de turismo⁷⁸.

Las capacitaciones son una transmisión de conocimiento por parte de los capacitadores hacia los comuneros basado en la autoridad que estos tienen por su posición en relación al mercado turístico. Los comuneros los reconocen como expertos en atracción y atención de turistas. Si bien estos conocimientos, algunas veces no apuntan hacia el mismo modelo de turismo, la diferencia radica en los detalles. Por lo que pude observar, las diferentes capacitaciones, finalmente se complementan para *moldear* las interacciones entre turistas y comuneros en Chahuaytire.

Los Comaroff (2009) han discutido la manera en la que las agencias y promotores de turismo trabajan con personas locales para desarrollar las actividades turísticas. Estas agencias y promotores regulan qué tan auténtico tienen que aparecer las personas frente a los turistas para que el negocio del turismo sea exitoso. Los autores también notan cómo ciertos actores, que yo veo bajo la forma de capacitadores, pautan cómo debería ser la correcta interacción entre turistas y locales. Estas indicaciones son las que moldean dichas interacciones. Sin embargo, como vamos a ver más adelante, en

⁷⁸ La sociedad disciplinaria, siguiendo con Foucault (2002), plantea un único modelo: la formación de la sociedad.

Chahuaytire, las lecciones o pautas brindadas en las capacitaciones no se replican de manera exacta. La manera en que se concibe el turismo va a responder a las propias particularidades de la comunidad y sus miembros.

Es necesario explicar que los capacitadores cumplen un rol importante con respecto a la formación de los comuneros en relación al turismo, pero este rol se trata de un trabajo remunerado. Un capacitador recibe una retribución monetaria de una agencia de turismo, el municipio u otra entidad que busca promover el turismo. La promoción del turismo está asociada al beneficio de quienes lo promocionan. Esta es la base del contexto turístico como negocio.

Por lo observado en el trabajo de campo, las capacitaciones son impartidas por uno o más capacitadores. Los capacitadores pueden ser agentes internos o externos a la comunidad⁷⁹. Las capacitaciones se pueden dar a través de talleres, charlas o recomendaciones informales. En Chahuaytire, toda la comunidad está familiarizada con la idea de las capacitaciones desde antes de “la llegada del turismo” debido a la larga presencia previa de programas de desarrollo.

Actualmente las capacitaciones de las personas de la comunidad tienen que ver principalmente con la promoción de la artesanía y el turismo como actividades económicas. Para entender cómo operan las capacitaciones es necesario ver la gama de capacitaciones que existen y se han realizado en Chahuaytire.

En Chahuaytire, las personas asocian una situación donde una o más personas les dicen cómo deben o deberían hacer las cosas con *capacitaciones*. Algunas capacitaciones presentan una estructura con roles fijos: unos imparten una lección, otros atienden. También hay capacitaciones que presentan estructuras más flexibles.

⁷⁹ Ver los tipos de capacitadores más adelante en este mismo capítulo.

Capacitaciones y limpieza

“Cuando viene el guía nosotros preguntamos: ‘¿Estoy bien?’ (...) Los guías dicen: ‘cuando venga el turista tienen que limpiar bien.’”
(Natividad Huamán, 54 años)

A partir de las entrevistas a capacitadores y capacitados, un elemento que aparece de forma transversal en la mayoría de capacitaciones es la limpieza. La limpieza aparece siempre de manera crítica en las capacitaciones con respecto a las viviendas de los campesinos, sus cuerpos, ropas, cocinas y la misma preparación de la comida. Hermógenes Baca, comunero de Chahuaytire, sostiene que para los capacitadores *“lo más importante, siempre, es la higiene. Todos (los capacitadores) dicen lo mismo: lo principal es la limpieza”*⁸⁰. Entonces, la limpieza o estar limpio, se trata de algo necesario en la interacción entre turistas y comuneros.

Esta insistencia en la limpieza por parte de los capacitadores, en el fondo dice que los comuneros son sucios. La suciedad, para los capacitadores, es un indicador de que los comuneros todavía no están listos para recibir o atender turistas por sí mismos y, por ello, es necesario capacitarlos. En parte, estar preparado para interactuar con turistas implica haber recibido ciertas capacitaciones sobre la limpieza. Muchos promotores de turismo y capacitadores utilizaban los estándares de hotelería como argumento para sostener que la limpieza es una necesidad para atender turistas de la mejor manera. Puesto de otra manera, en caso una persona o una casa sea no-limpia al recibir turistas se va a tratar de un servicio paupérrimo.

A continuación, primero voy a presentar los tipos de capacitadores, y luego las formas de capacitación. Para esto último voy a presentar algunos ejemplos que permiten ilustrar las formas de capacitación y cómo intervienen los tipos de capacitadores. En estos ejemplos mostraré claramente cómo el tema de la limpieza está presente concretamente.

⁸⁰ Entrevista con Hermógenes Baca en el mes de febrero 2017.

3.1 Tipología de capacitadores

3.1.1 Capacitadores externos

Los capacitadores externos son personas que no son de Chahuaytire y pueden influir sobre los miembros de la comunidad en temas relacionados al turismo. Entre estos podemos encontrar a guías de turismo; promotores de turismo; distintos expertos en temas de turismo como, por ejemplo, los chefs *para* turistas; e, incluso, a los mismos turistas o *gringos*. Estos capacitadores, por lo general, van hacia Chahuaytire para brindar las capacitaciones. Existen menos casos donde los capacitadores externos organizan capacitaciones fuera de la comunidad.

Las agencias de turismo también son agentes externos que capacitan a las personas de la comunidad. Por ejemplo, conseguir un trabajo como porteador a través de una agencia le permite a una persona tener más conocimientos sobre el turismo, ya que, va a recibir una capacitación por parte de la empresa sobre cómo brindar una buena atención al turista y cómo debe presentarse frente al mismo. Esto incluye aspectos como tener las uñas limpias y la importancia de mantener el uniforme limpio y completo al trabajar para la empresa: llevar puesto el polo y casaca de la empresa, usar zapatillas y no ojotas⁸¹. De acuerdo a los testimonios de los porteadores de Chahuaytire, si es que uno se dedica a ser porteador, va a ser revisado durante el trabajo por el guía encargado del Camino Inca. Estos guías notifican, finalmente, a las agencias qué tan bien o mal un porteador ha realizado su trabajo. Así, uno puede seguir siendo contratado en el futuro.

Según las personas entrevistadas de Chahuaytire, ocasionalmente vienen –a la comunidad– trabajadores de agencias de turismo vivencial quienes les hacen preguntas sobre cómo son sus casas, si es que tienen los medios para promocionarse por sí solos, si es que saben preparar comida para turistas y vegetariana, entre otras. Estos trabajadores, también, les darán

⁸¹ Las ojotas son unas sandalias de caucho muy accesibles debido a su precio, pero también muy funcionales debido a que, a diferencia de los zapatos o zapatillas que se utilizan con medias, en caso se mojen no se van a malograr. También duran bastante y se ajustan a las actividades del campo. El no usar una prenda y tener que utilizar otra es un ejemplo de cómo las capacitaciones marcan las formas de vestir de los comuneros.

consejos sobre cómo deben estar vestidos para atraer turistas. Finalmente, en caso una agencia envíe un grupo de turistas a la casa de una familia de Chahuaytire, la familia entera, así como la vivienda van a ser revisadas por el guía previamente a su visita con el grupo. De esta manera, el guía va a notificar a la agencia qué tan bien preparados están o no para seguir recibiendo turistas. Esta revisión, en caso no sea previa a la llegada del grupo, se hará durante la visita para luego notificar a la agencia y evaluar si vuelven a trabajar en ese lugar en el futuro o no.

Los promotores de turismo, así como los capacitadores y referentes para las actividades turísticas, son personas que ejercen un trabajo que es remunerado por las entidades o instituciones para las que trabajan. El hecho de que estas personas vayan a las comunidades para brindar capacitaciones, implica que están ejerciendo su trabajo. Al tratarse de un trabajo remunerado, las personas de la comunidad los ven como autoridades por haber conseguido ese trabajo a raíz de que saben cómo funcionan las actividades turísticas y el mercado turístico. Estas personas son referentes y han conseguido un trabajo en alguna empresa o proyecto municipal, privado o estatal por que han destacado por su desempeño laboral en el mercado turístico.

El caso de un turista como capacitador externo, es particular pues no se trata de un alguien formado o especializado en turismo, a diferencia de los promotores de turismo del municipio o guías de turismo, por ejemplo. El turista, en caso haya establecido una relación con los comuneros, podría compartir aquello que le gustaría experimentar como turista. A modo de consejos, el turista se convierte en un capacitador y las personas locales no tienen que recurrir necesariamente a una capacitación formal impartida por un promotor de turismo para obtener la información necesaria sobre cómo atender a un turista. Este tipo de casos no suceden frecuentemente debido a que pocos turistas llegan a la comunidad.

3.1.2 Capacitadores internos

Los capacitadores internos son personas de la comunidad que en algunos casos pueden no estar viviendo en la comunidad por motivos de trabajo o estudios. En este grupo de capacitadores están los trabajadores y estudiantes de turismo. También hay personas que trabajan directamente en turismo como encargados de los porteadores, porteadores, choferes y cocineros. Estas personas son las que más trabajan o han trabajado con turistas y, por ello, son reconocidos por el resto de la comunidad como aquellas que *saben atender turistas*. Los capacitadores internos, entonces son aquellos comuneros que manejan un mayor conocimiento sobre el trato que deben recibir los turistas y que brindan este conocimiento a los demás comuneros o son consultados sobre estos asuntos.

Por lo que he podido ver, los porteadores de menor edad (entre 18 y 33 años) imponen una tendencia con respecto a la ropa que llevan puesta. La ropa que utilizan estos porteadores se asemeja bastante a la ropa que utilizan los turistas durante el trayecto del '*camino*': medias altas compresoras, zapatillas con suela especial, cobertor de cuello utilizable como vincha para el cabello, casacas gruesas térmicas, entre otras prendas.

Es necesario enfatizar que no todos los porteadores que tienen entre 18 y 33 años son aquellos quienes traen estos atuendos a la comunidad. Se trata principalmente de los que más tiempo se han dedicado a este trabajo. Me arriesgo a decir que uno podría reconocer quienes son las personas de esta edad que más tiempo llevan *porteando*⁸² en base al tipo de ropa que llevan. Pude observar que algunos jóvenes de Chahuaytire hablaban de las zapatillas y casacas The North Face que quisieran tener o comprar a pesar de no trabajar en ese rubro. Este deseo de adquirir prendas de The North Face y de marcas similares iría en relación a la moda prestigiosa que traen los porteadores. En la mayoría de los casos, los porteadores consiguen estas prendas como obsequios de los turistas o, en todo caso, se trata de prendas olvidadas que

⁸² Cuando las personas de la comunidad se refieren a que alguien trabaja como porteador lo hacen convirtiendo la palabra porteador en acción. Entonces, *portear* implica la acción de ser porteador o trabajar como porteador.

nadie reclama luego del trayecto. Los porteadores que más usan estas prendas de las marcas mencionadas son los más jóvenes por que buscan destacar a partir de igualarse a las personas que vienen de afuera. En caso un porteador de mayor edad use una de estas prendas va a ser más por un tema funcional frente al frío y no por destacar frente a sus pares.

Las personas que llevan más tiempo trabajando como porteadores tienen más experiencia de tratar con turistas. También, por parte de las empresas han recibido más capacitaciones sobre la atención de turistas. En la comunidad los porteadores que son más jóvenes son reconocidos como personas que saben atender *bien* a los turistas por su manera de interactuar con turistas y por aprender y poner en práctica mejor los conocimientos de las capacitaciones. Estos se diferencian de los mayores quienes son más reservados a la hora de interactuar con los turistas y no prestan mucha atención a las capacitaciones, pues sólo cumplen con cargar el equipaje de los turistas.

Los estudiantes de turismo también tienen un conocimiento sobre cómo atender a los turistas y sobre cómo son o deberían ser las capacitaciones que se les dan a los que trabajan para las agencias de turismo o los que se encargan de atender directamente a los turistas. Por esta razón, estos estudiantes pueden aconsejar a sus familiares en estos temas. Algo que viene pasando es que muchos estudiantes de turismo que ya terminaron la carrera por el momento se están dedicando a *portear en el camino*⁸³ para ahorrar dinero y poder pagar su título y graduación. Hasta que no saquen su título no van a poder postular a trabajos mejor remunerados.

⁸³ Forma coloquial de llamar al Camino Inca por parte de los entrevistados.

3.2 La doble figura de guía

“El guía lo sabe todo”
(Jacinto Illa, 62 años)

“Ellos siempre nos están apoyando. Nos dicen: ‘nunca es tarde porque ya estás aquí, poco a poco vas a entrar’. Eso nos dicen porque la mayoría de guías habían empezado así: nada, de porteador, como asistente de cocina, cocinero... ‘así poco a poco van a subir’, ahorita algunos ya son TCs... Tour Conductors con grupos grandes de turistas.”
(Uber Ylla, 26 años. Estudiante de turismo, porteador)

La figura del guía es doble: por un lado, cuenta con bastante autoridad frente a las personas de la comunidad debido a su experiencia y trato con turistas y, por otro, se podría tratar de una figura ‘cercana’ en el sentido de que el ser guía es un puesto que, eventualmente, una persona de Chahuaytire podría conseguir.

Por lo que pude observar, un guía es una persona que, por lo general, está a cargo de un grupo de turistas para orientarlo a lo largo de un recorrido previamente planificado a través de una agencia de turismo o directamente con él. En este trabajo los guías están a cargo de todo lo que sucede: deben coordinar con todos los empleados contratados para velar por la comodidad y satisfacción de los turistas. Los guías que pude observar fueron aquellos del Camino Inca a Machupicchu⁸⁴.

Tal como lo mencioné previamente, por un lado, el guía es una figura de autoridad debido a su experiencia y conocimientos sobre los turistas y el trato que deben recibir por parte de todo aquel que les ofrezca servicios. Este conocimiento lo puede haber conseguido en base a los estudios superiores que debe haber cursado para ser guía de turismo, a las capacitaciones que ha recibido en su trabajo y a su experiencia de trabajo en sí misma.

⁸⁴ Los distintos trabajos o puestos en el Camino Inca son los siguientes: guía principal, asistente de guía, cocinero, asistente de cocina, encargado de los porteadores, porteadores. Este orden es jerárquico y este criterio corresponde con los sueldos que reciben. En este caso el guía principal es aquel que recibe el mejor sueldo.

Por otro lado, el guía es una figura ‘cercana’ para las personas de Chahuaytire. Esta cercanía a la que me refiero se da en términos étnico-raciales donde la distancia social entre un guía y una persona de Chahuaytire es relativamente cercana. Existen guías que tienen mucho en común con una persona de Chahuaytire: haber nacido en Cusco, venir de una comunidad campesina, ser quechua hablante, comer *comida de campesinos*. Esto no ocurre con todos los guías, pero existen casos como este que describo. Este ejemplo es el que vuelve a la figura del guía una figura cercana o alcanzable.

Siguiendo este planteamiento, el guía se vuelve un modelo cercano a seguir para las personas que estén interesadas en realizar trabajos articulados al turismo. El guía es una persona “*como nosotros*”, desde el punto de vista de las personas de la comunidad. Existen comuneros que han logrado ser guías principales o, en algunos casos, como bien muestra Uber, alcanzar un puesto como *Tour Conductor*⁸⁵. Es posible que una persona de Chahuaytire se convierte en guía. Para esto, esta persona debe haber cursado estudios superiores en turismo y en el trabajo tiene que mostrarse interesado y ser cumplido, luego de haber recibido las capacitaciones necesarias para lograr su *entrada* en las actividades o trabajos turísticos.

Una contrapropuesta a esto fueron los intentos de la Asociación Andes y otras instituciones de formar ‘*guías locales*’. Estos intentos buscaban empoderar a los campesinos para poder guiar grupos de turistas dentro de sus comunidades. Esto, en Chahuaytire, no caló del todo debido a la falta de turistas interesados en visitar la comunidad. Del mismo modo, los grupos de turistas que visitan la comunidad no pasan el tiempo necesario como para ser guiados por las personas de la comunidad. También algo que ocurre es que estos grupos de turistas ya vienen con otros guías, a través de una agencia, por lo que es muy difícil contactar directamente a los guías locales de la comunidad.

⁸⁵Tour Conductor -en inglés- o TC (abreviatura coloquial) es el guía que conduce un grupo de manera personalizada y los acompaña en todas las actividades. El TC es una figura con mayor estatus debido al sueldo que gana.

Al referirme al guía, entonces, siempre hay que pensar en la manera que operan tanto su autoridad como su cercanía. Por esta combinación es que se trata de una figura que sobresale frente al resto de capacitadores. Todas las generaciones de Chahuaytire de alguna u otra manera están familiarizadas con esta doble figura del guía. La figura del guía es un modelo asible, es decir, se trata de una posible aspiración: uno puede partir de *nada* y llegar a ser guía.

La figura del guía está fuertemente asociada con el género masculino. Esto parte por el trabajo en el Camino Inca que, como vimos, se trata de un trabajo solo para varones. Sin embargo, durante mi trabajo de campo en Chahuaytire pude conocer a jóvenes mujeres que han optado por seguir estudios superiores en turismo. Esto último parece ser el resultado de la motivación que estas jóvenes tienen en la Asociación de Tejedores de Chahuaytire por parte de la fundadora Nilda.

3.3 Capacitaciones y formas de capacitar

A continuación, voy a presentar los tipos de capacitación y las formas de capacitar que pude identificar durante mi trabajo de campo.

3.3.1 Capacitaciones Formales:

Llamo capacitación formal a aquella que ha sido planificada y previamente organizada por una institución o persona independiente, coordinada con un grupo de personas que han mostrado interés en el tema. Esto último es crucial para que estas cuenten con un mínimo número de asistentes.

Las capacitaciones formales se realizan en espacios previamente pactados o reservados. Éstas pueden llevarse a cabo en Písaq, Cusco o en la misma comunidad. Los espacios utilizados en la comunidad son, por lo general, la Asociación de Tejedores de Chahuaytire, la Asociación Virgen Asunta y el restaurante Papamanka. También pueden ser utilizados el salón comunal o inclusive alguna casa de una familia de la comunidad. En Písaq pude participar de un taller impartido por un psicólogo en uno de los espacios del centro de convenciones del distrito.

3.3.1.1 Algunos casos de capacitaciones formales:

a) Capacitaciones llevadas a cabo en la Asociación Virgen Asunta

La Asociación Virgen Asunta, cuenta con el apoyo de una señora licenciada en turismo que vio un potencial en la Chahuaytire como atractivo turístico. Ella, decidió motivar a los comuneros para que se organizaran y, así poder integrarse al mercado turístico. Sin embargo, para ella poder desarrollar este negocio, del que se van a ver beneficiados tanto ella como los comuneros, era necesario preparar a los comuneros para recibir turistas. La preparación de los comuneros se da bajo la forma de capacitaciones y la misma señora es la encargada de realizarlas.

Para llevar a cabo las capacitaciones, la señora realiza distintas dinámicas como charlas o talleres dentro del local de la asociación o dentro de las casas de los comuneros que potencialmente podrían ser utilizadas para turismo vivencial.

Luego de entrevistar a la licenciada de turismo que ayuda a los miembros de la Asociación Virgen Asunta con las capacitaciones y la promoción de la asociación, así como a los miembros de la asociación a continuación puedo describir la manera en la que se realizan las capacitaciones. Recuérdese que esta asociación se está preparando para poder recibir turistas y mostrarles y venderles tejidos.

Una idea central que tiene la capacitadora para promover el turismo en Chahuaytire es que los comuneros *“no deben cambiar lo que tienen, pero mejorar lo que tienen”*. Con esto se refería a la higiene y limpieza de las viviendas, de los alimentos y de las mismas personas. También se enfoca en la calidad de la comida y que los comuneros tengan un manejo correcto del castellano. Estas capacitaciones buscan preparar a los miembros para que puedan recibir a los turistas de manera independiente, es decir, sin la presencia de la guía/capitadora. No obstante que se hace énfasis en cambios respecto a la higiene estas capacitaciones se presentan al mismo tiempo buscando que las personas de la asociación y de la comunidad ‘regresen’ a ciertas costumbres que se asumen como suyas. Por ello, la

capacitadora pone mucho énfasis en el ayni⁸⁶, para evitar el uso de dinero entre ellos.

Hay distintos temas que se tratan en estas capacitaciones. A continuación, presento los principales y cito algunas frases que las personas de la asociación usan para referirse a estos:

- Limpieza:
 - La capacitadora menciona que los comuneros “deben lavarse las manos para no contraer enfermedades”
 - La capacitadora lleva utensilios de aseo y limpieza y enseña a utilizarlos durante los talleres
 - Insiste en que se debe prestar mucha atención a la limpieza de los alimentos y a la preparación de estos y deja muy claro que los turistas son más “*sofisticados*” y por ello, deben cuidarse más.
- Puntualidad
 - La capacitadora insiste en la necesidad de ser puntuales. Para esto ha proporcionado un reloj de pared e insiste en que tienen que aprender a llegar a la hora y organizarse a partir del reloj.
- Idioma:
 - La capacitadora brinda clases de español sobre todo a las señoras de la asociación que son monolingües. Siempre menciona la importancia de este idioma para poder hablar con los turistas.
- Atención al turista:
 - En sus capacitaciones, la capacitadora, explica cómo se debe recibir a los turistas: cuando lleguen los turistas, los comuneros deben saludarlos de manera efusiva. Esto es, con abrazos, diciendo frases de bienvenida en quechua y en español y entregando collares de flores⁸⁷.
 - Les indica qué música tocar tras la llegada de los turistas: para su bienvenida y su despedida.

⁸⁶ El ayni es un intercambio recíproco de trabajo por trabajo (Mayer, 1974). En Chahuaytire el ayni es explicado con estas expresiones: “Hoy trabajo para ti, mañana tu por mí” o “Hoy te ayudo, mañana me ayudas tu a mí”.

⁸⁷ Por lo que he podido observar, la flor que se utiliza para estos collares, en la mayoría de interacciones entre comuneros y turistas, es el kantú (*Cantua Buxifolia*)

- También les recomiendo cuales son las mejores formas de mostrar los textiles a los turistas.

Con estas las capacitaciones la capacitadora menciona que quiere “*que las personas de la comunidad salgan de su nivel [de vida] rústico a un nivel mejor*”. Por ello, busca cambiar la forma en la que se realizan ciertas prácticas. Por ejemplo, dentro del hogar: “*deben saber limpiar. [En Chahuaytire] no tienen esa costumbre*” para “*mejorar lo que tienen*”.

Esta capacitadora también busca que los mismos turistas impartan capacitaciones a las personas de la comunidad. A esto se refiere como un “*intercambio de experiencias*”⁸⁸. Un ejemplo es cuando una vez ella vino con una doctora en medicina de EEUU, y luego de conocer las pinturas rupestres, fueron a la escuela donde esta persona les enseñó a los niños a lavarse bien los dientes.

Con respecto a los espacios que servirían para el turismo vivencial, la capacitadora ha ido personalmente a algunas de las viviendas para ver las condiciones en las que se encuentran. Así, aconseja de manera individual a los dueños de las viviendas sobre la manera adecuada en la que deben tener sus casas y cocinas. Del mismo modo, presta bastante atención a la higiene a la hora de la preparación de alimentos.

[Nota de campo]

En la penúltima semana de campo pude participar como ‘modelo’ para una de las capacitaciones que iba a impartir la guía que hace de mentora de los miembros de la asociación. Esta vez, aparte de las capacitaciones, la señora también iba a grabar en video algunas entrevistas que iba a realizar a los miembros de la asociación, así como la manera en la que los miembros recibirían a un turista en caso este visite la asociación. De igual manera iba a revisar una de las habitaciones de la casa donde los turistas se quedarían.

Para esto, la señora me pidió si yo podía participar como un turista que viene a visitar y conocer la asociación. Debido a mi cercana relación con la capacitadora por la cantidad de veces que nos hemos visto y conversado sobre distintos aspectos del turismo en Chahuaytire, yo acepté. Fue un momento incómodo pero entretenido. Las personas que me abrazaban y saludaban exageradamente, llevando puesto sus trajes típicos –a pedido de la capacitadora– eran las personas con las que yo ya había establecido una relación cercana y de confianza. Esto finalmente se convirtió en algo entretenido cuando la señora Luisa, quien debía actuar como si me estuviera recibiendo en su habitación para turistas, dijo en quechua: “*Creo que Francisco está con susto*”, lo que causó las risas de todos nosotros y me impulsó a relajarme y tomarlo como una extraña observación participante.

⁸⁸ Esto se puede escuchar en varios discursos sobre el turismo y el turismo vivencial en distintos contextos.

A través de mi participación pude ver cómo la capacitadora me utilizó de ejemplo para evaluar qué tan bien preparados estaban los miembros de la asociación para recibir turistas. Ella iba evaluando la manera en la que me recibían y me trataban. Cuando entré, por primera vez a la habitación, vi cómo ella corregía la manera en la que los miembros de la asociación tendían la cama y cómo colocaban la toalla, *bien doblada*, sobre la cama: “*así es la manera correcta de tener la habitación preparada para cuando vengan los visitantes*”, añadía luego de cada corrección. Las pautas que la capacitadora les daba se complementaban con las formas de preparar la habitación que uno de los miembros de la asociación había aprendido en un trabajo en un hostel previamente.

b) Capacitaciones de Caravana de Llamas

Luego de entrevistar a las personas que participaron del documental que se rodó en el año 2010, puedo decir que antes de la llegada del equipo productor del documental conocido en la comunidad como Caravana de Llamas⁸⁹, las personas que iban a participar recibieron capacitaciones en vista de que los miembros del equipo se iban a hospedar en algunas casas de la comunidad. Los capacitadores que llegaron a la comunidad fueron dos personas de Cusco que habían sido contactados por los realizadores del documental para encargarse de la logística del rodaje. Ellos habían sido contactados a través de una agencia de turismo y fueron los responsables de que el equipo de producción llegase a Chahuaytire. Como parte de las capacitaciones, los encargados del proyecto enviaron dinero para que los capacitadores trabajen previamente con las personas de la comunidad que iban a recibir al equipo del documental en los arreglos necesarios de sus casas.

Las capacitaciones eran grupales. Se realizaban en las casas de Lucio y Nicolás Ylla por las noches. El objetivo de estas capacitaciones era que las personas de la comunidad aprendan cómo debían ser los acabados de las casas y cómo debían hacer un baño para que los visitantes no se sintieran

⁸⁹ Ver “línea de tiempo y relevancias en Chahuaytire” en el capítulo 2 para mayor información.

incómodos durante su estadía en la comunidad. Del mismo modo se buscaba dar una buena impresión para que eventualmente, en el futuro, los visitantes pudieran recomendar esta comunidad como un lugar para realizar turismo vivencial.

A consecuencia de estas capacitaciones, la familia de Hermógenes Baca compró un comedor y bancas; también, junto a los capacitadores construyeron un baño con desagüe (antes de los baños implementados por el municipio en 2014)⁹⁰ para poder recibir al equipo de producción. José Luis, hijo de Hermógenes y Luisa, comentó que en la comunidad “*no estábamos acostumbrados al comedor*” antes de la llegada de estos capacitadores.

Finalmente, los capacitadores fueron los encargados de, a través de una persona de la comunidad, apoyar financieramente a distintas personas de la comunidad para que se dediquen al turismo vivencial. Esto a través de la ONG local llamada ‘Caravana de Llamas’.

c) Capacitaciones de la Asociación de Tejedores de Chahuaytire

Nilda Callañaupa, luego de formar la Asociación de Tejedores de Chahuaytire buscó que más personas de la comunidad aprendieran a tejer. Luego que tengan interacciones con turistas con actividades como el turismo vivencial. Para ello realizó capacitaciones en la comunidad, dentro del local de la Asociación de Tejedores. Estas capacitaciones, en su mayoría, fueron realizadas por ella misma.

Las capacitaciones que se realizaron a través de la asociación fueron, en primer lugar, a comienzos de los años '90 relacionadas a la producción artesanal. Luego, desde el año 2010 aproximadamente vinieron las capacitaciones orientadas al turismo vivencial. La asociación deseaba recibir turistas interesados en la asociación o en las casas de sus miembros. De esta manera buscaban brindar un servicio completo a la persona que viniera a la comunidad: aprender a tejer, vivir con los artesanos, comer la comida que comen y estar en la comunidad.

⁹⁰ Entre los años 2014 y 2016 el municipio llevó a cabo el proyecto de implementar los “Baños Dignos” del Programa de Saneamiento Rural Nacional del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. Estos baños con desagüe fueron construidos para cada familia de la comunidad.

Las capacitaciones se hicieron en la misma asociación y de manera grupal. Sin embargo, como me han dicho las personas de la comunidad, en algunos casos las capacitaciones eran personalizadas en caso un miembro de la asociación había sido seleccionado para recibir un turista en su vivienda. Previamente a esto la señora Nilda también se dirigía personalmente a las viviendas de los miembros para hacer la selección de dónde los turistas se iban a hospedar. En un comienzo se utilizaron las mismas casas debido al tamaño y disponibilidad; sin embargo, luego se intentó diversificar a los turistas en otras viviendas.

d) Capacitaciones del Parque de la Papa

El Parque de la Papa, por lo que pude conversar con el director y las encargadas del Parque, tiene un discurso más horizontal sobre la manera en la que se debe impartir el conocimiento. Términos como “*horizontalidad*” en el “*intercambio de saberes y conocimientos*” no son extraños en conversaciones con personas que trabajan directamente con el parque. Esto se debe probablemente a las capacitaciones dadas a los interesados en trabajar con el parque. Sin embargo, en la práctica he podido observar capacitaciones más bien ‘verticales’ impartidas por un ‘experto’.

Para que la visita de los turistas al restaurante sea grata es necesario que el restaurante esté a la altura de sus expectativas. Por ello, el restaurant busca ofrecer la mayor cantidad de platos en el ‘buffet’. Para esto, las señoras del grupo de cocina reciben capacitaciones constantes por parte de personas que han destacado por su trabajo en cocina. Estas personas, no son de la comunidad, vienen de afuera. Si bien algunos pueden ser cusqueños, son personas que vienen de la ciudad. En caso estas personas sean limeñas, son personas que trabajan en Cusco. Estas capacitaciones consisten en clases de cocina impartidas por un cocinero que tiene experiencia en la cocina para turistas. Yo pude atender a una de las clases donde un cocinero limeño que había trabajado en varios hoteles atendiendo turistas en la ciudad del Cusco, vino a la comunidad para enseñar cómo preparar algunas salsas para acompañar las comidas. Estas clases las daba en castellano y de manera muy

impersonal, ya que, no conectaba con las comuneras que habían asistido a su clase.

La clase fue muy corta; sin embargo, las capacitadas aprovecharon la oportunidad para mostrarle todas las comidas que saben preparar y poder preguntarle cómo poder mejorarlas o qué otras cosas podrían preparar para agregarlas a lo que ofrecen. Así, el capacitador se sentó en la mesa y esperó a que la comida esté lista para dar su punto de vista. Esta capacitación se llevó a cabo en el mismo restaurante. La capacitación fue asistida por dos de las encargadas del Parque de la Papa que mediaban la interacción entre las señoras y el cocinero particularmente con el idioma. Las dos encargadas eran cusqueñas y ocupaban ese puesto hace ya varios años. Cabe destacar que una de ellas nació y creció en la comunidad vecina de Cuyo Grande, y ahora vive en la ciudad de Cusco.

e) Capacitaciones de CODESPA

El proyecto “Cusco Emprende” tiene como objetivo convertir a los miembros de comunidades campesinas en personas emprendedoras que tengan las herramientas necesarias para desarrollar un negocio propio. Este proyecto tiene distintas etapas en las que se han venido desarrollando, charlas, talleres, concursos y capacitaciones. Yo he podido asistir a uno de los concursos en Chahuaytire y a un taller/charla grupal en Písaq.

El proyecto como tal cuenta con cuatro etapas, solo una de las cuales consiste en capacitación:

- Inscripción: Esta sirve para saber cuántas personas estaban interesadas en recibir las capacitaciones. Esta etapa se llevó a cabo en 2015.
- Capacitación: Las personas encargadas de estas capacitaciones siempre son personas que trabajan para CODESPA. Estas personas eran limeñas y se habían mudado a Calca para desarrollar este proyecto. Algunas veces estas personas complementaban las capacitaciones con especialistas cusqueños en turismo y emprendimiento. Esta se lleva a cabo a través de charlas en su comunidad. Busca enseñar en qué consiste un plan de negocio y que se requiere para poder desarrollarlo. El enfoque principal de estas capacitaciones fue el *emprendedurismo*; cómo ser un emprendedor.

Las enseñanzas consistieron en formular un flujo de caja, plantear punto de equilibrio, y elaborar los planes de ventas, de inversión, de mercadeo, de producción, así como el resumen ejecutivo del plan de negocio. De acuerdo a uno de los facilitadores, durante el mes de abril, con esta capacitación las personas de las comunidades “ya no van a fantasear con recibir turistas sin que no sepan en qué consiste un negocio”. Del mismo modo dieron pautas sobre qué ideas son buenas para un negocio debido a las particularidades de la comunidad. Esta capacitación se dio en 2016 en diferentes comunidades.

- Concurso: Este corresponde a la presentación de los diferentes planes de negocio. Luego de rellenar un formulario, todos los inscritos de Chahuaytire fueron al local del restaurante Papamanka donde debían presentar su plan de negocio frente a un jurado. Esto iba sucediendo de manera paralela en otras comunidades de la provincia de Calca. El jurado, luego de agradecer la valentía de las personas por presentar sus planes de negocio hicieron las críticas necesarias para mejorarlos. Finalmente se eligieron tres planes de negocio para que vayan a competir en Písaq con otras comunidades. El concurso se llevó a cabo el 2017.
- Implementación (año 2017): Esta es la etapa del proyecto que se llevaba a cabo durante mi trabajo de campo, por lo que no he podido tener tanta información. Lo que sí tengo claro es que luego del concurso, se van a enfocar en brindar capacitaciones dirigidas y personales según cada rubro de los planes de negocio propuestos: artesanía, hospedaje, gastronomía (restaurante) y turismo vivencial. Ya que todos los planes de negocio implican una relación con clientes de manera directa, el proyecto está llevando a cabo distintos talleres con temas relacionados a “la psicología del consumidor”, “estrategias de ventas”, entre otros. Luego van a implementar los talleres focalizados por rubros y de manera personal.

f) Capacitaciones del Corredor Puno-Cusco - Concurso de fachadas:

El Corredor llevó a cabo un concurso como parte de su proyecto para mejorar las viviendas de la comunidad y, así, poder llamar la atención de los turistas. Para el concurso, los facilitadores enviaron personal para que brinde

una capacitación general sobre cómo hacer un buen acabado de las paredes de adobe de las casas. Este acabado se conoce como embarrado o tarrajeo el cual consiste en cubrir las paredes de manera.

Uno de los comuneros que participó del concurso me dijo que un día vinieron los del Corredor y empezaron a enseñar cómo se decoran las casas en otros sitios. Incluso mostraron una fotografía donde un turista estaba en la puerta de una casa de adobe “bien tarrajado” y con figuras de animales de la zona. Esto lo motivó a participar: “*si ellos pueden ¿por qué yo no?*”, me decía.

Para lograr un buen tarrajeo, los capacitadores primero preguntaron cómo preparaban el barro, luego indicaban cómo podían mejorar esta preparación. Entre esto se encuentra el uso del ‘gigantón’⁹¹ utilizado para amalgamar el barro y lograr una textura necesaria de modo de realizar figuras en alto relieve basadas en símbolos, diseños y elementos “andinos” o de la zona. Aquí podemos ver cómo un elemento denominado local o ‘étnico’ es utilizado con un fin particular: atraer turistas en base a la utilización de estos mismos elementos, para que de esa manera uno pueda generar ingresos económicos (Comaroff & Comaroff, 2009). El objetivo principal del concurso era motivar a las personas a que mejoraran sus viviendas gracias a las capacitaciones y los incentivos o premios económicos.

Por otro lado, como parte de los objetivos de mejorar la calidad de vida en las comunidades la finalidad era mejorar las infraestructuras necesarias. Este aspecto se desarrolló, en primer lugar, en relación a la crianza de animales menores: los cuyes. La condición para que una familia pueda recibir asistencia técnica sobre la crianza de cuyes era contar con un espacio ‘bien acabado’ para la cría de estos animales. Este espacio debía ser separado del lugar donde la familia consumía sus alimentos o donde dormía.

Para la sorpresa de los capacitadores y facilitadores, estos nuevos espacios, que iban a ser dedicados para la crianza de cuyes, podían considerarse como ‘*mejores*’ que los espacios donde las personas realizaban sus actividades diarias (cocina y dormitorio). De esta manera, se dieron cuenta

⁹¹ *Trichocereus pachanoi*

que también podían mejorar la infraestructura de sus hogares. Para esto los facilitadores cuestionaban a los padres y madres de familia diciendo: “¿Acaso el *cuy* va a vivir mejor que tus hijos?”.

Debido a que el mejoramiento de viviendas se había asociado con el mejoramiento de las mismas *para recibir a los turistas*, inevitablemente se debían capacitar a las personas en otros aspectos que los facilitadores del Corredor consideraban necesarios para llevar a cabo el turismo vivencial en Chahuaytire como una actividad económica estable. Entre las otras capacitaciones se encontraban aquellas sobre la comida para los turistas y las formas de prepararla; la manera en la que debían tener las habitaciones, cómo debía ser el trato hacia el turista, entre otras.

Para complementar las capacitaciones impartidas de manera formal y directa a los comuneros, se realizaron algunas pasantías a lugares donde el turismo vivencial ya era una actividad económica establecida. Algunos comuneros viajaron a Puno, particularmente a las islas de Taquile y Amantaní. El objetivo de estas pasantías era llevarlos a estos lugares para que puedan ver cómo mejorar y qué elementos implementar relacionados al turismo vivencial: las viviendas, la organización, la vestimenta, la recepción de los turistas, entre otros.

Cabe resaltar que el modelo de pasantía es algo que se repite como parte de las capacitaciones brindadas por el Parque de la Papa, la Asociación de Tejedores y el Corredor Puno-Cusco como un vehículo para desarrollar y reforzar la actividad turística en la comunidad de Chahuaytire.

3.3.2 Capacitaciones Informales:

Llamo capacitaciones informales a consejos, traducidos en enseñanzas, que ciertos expertos o personas con cierta autoridad en turismo brindan a las personas de la comunidad. Estos consejos se brindan con la intención que los comuneros *mejoren* o se inicien en alguna actividad turística. Se diferencian de las formales debido al marco en el que suceden. Una capacitación informal puede suceder en cualquier lugar y sucede típicamente en la interacción entre

dos personas, mientras que una formal típicamente sucede en uno de los locales mencionados, es colectiva y planificada.

Por lo general las capacitaciones informales se dan durante el Camino Inca, o en una visita de turistas a la comunidad donde, por ejemplo, un guía turístico aconseja cómo mejorar las interacciones con los turistas.

Para estas capacitaciones es necesario el interés de la persona 'capacitada' para preguntar y/o escuchar los consejos dados por los capacitadores. En caso esto ocurra, es por que existe un interés por parte de los capacitadores en aconsejar a los comuneros. Desde mi punto de vista, el interés de estas personas por aconsejar está relacionado con el reconocimiento que reciben o van a recibir por parte de los capacitados. Los capacitadores, en estos contextos, son personas transformadas en capacitadores por las personas de la comunidad quienes piden consejos o toman sus comentarios como consejos para mejorar su atención a los turistas debido a que son vistos como especialistas en turismo por sus vínculos con las actividades turísticas. Por otro lado, podría ser que este interés también esté motivado por una oportunidad futura de negocio: si los comuneros mejoran la atención hacia los turistas, el guía, por ejemplo, podría ofrecer la comunidad de los capacitados como un destino para turistas, sus clientes.

3.3.2.1 Dos ejemplos de capacitaciones informales:

a) Pareja de extranjeros vistos como capacitadores

Capacitadores: Extranjeros que residen en el Valle compradores de tejidos

Lugar donde ocurrió: Jardín frontal de la casa de la familia Ylla Velásquez

Una tarde llegó un alemán junto a su novia australiana al taller de Lucio, uno de los pequeños talleres de tejidos a telar que hay en la comunidad. La pareja de extranjeros vive en Urubamba donde tienen una tienda de arte y artesanías. A pesar de vivir en Urubamba, los comuneros de Chahuaytire se refieren a estos como turistas. El alemán, había conocido a Lucio en el mercado artesanal de Písac y había subido a la comunidad para ver su oferta de tejidos con la posibilidad de comprar ponchos al por mayor para expandir el

negocio de su tienda en donde venden productos textiles de distintas comunidades. También buscaban ampliar su negocio a través de ventas de ponchos por internet. Este, luego de observar todos los ponchos, chales y chalinas preguntó: “¿Usted cree que me podría hacer un poncho con franjas azules?” Esta pregunta bastó para que, a la semana entrante, tres de los tejedores del taller utilizaran más azul en sus tejidos. Al preguntar por la elección del color azul, la respuesta de Jaime fue: “*Así les gusta a los turistas. Así piden los turistas*”. A raíz de un compromiso de venta particular con una pareja de extranjeros vistos como turistas, la familia Ylla optó por replicar su pedido en los siguientes tejidos.

Esta no fue una capacitación formal y ni siquiera un consejo: no hubo una capacitación expresa y tampoco los extranjeros se presentaron como capacitadores. A pesar de ello, hubo una repercusión en los colores que Jaime, Juan Carlos y Jeferson utilizarían luego al tejer en el telar. Debido a que la pareja fue vista como turistas muy interesados en comprar ponchos y las expectativas de los comuneros de Chahuaytire giran en torno a la venta de artesanías, estos les dieron una posición de autoridad como para determinar cómo es la demanda de los turistas. Esto nos muestra la relación existente entre turistas y el mercado de tejidos que motiva la artesanía como una actividad económica en la comunidad.

b) Capacitación por un guía turístico

Capacitador: Guía principal de Camino Inca

Capacitados: Porteadores

Lugar de capacitación: Lugar de descanso del Camino Inca

Walter me cuenta que durante su trabajo como porteador en el Camino Inca el guía le dio ciertos consejos para que pueda recibir turistas en su vivienda. Le dijo qué hacer, cómo promocionarse. Cuando le pregunté por el lugar en el que se encontraban, Walter me dijo que era en un momento en el que estaban *pikchando* coca mientras descansaban esperando a un último grupo de turistas antes de continuar en el Camino Inca.

Estos suelen ser momentos íntimos que deben ser aprovechados por los interesados para obtener la información que quieren o creen necesitar para

desarrollar el turismo como una actividad económica estable. Walter considera que esta capacitación informal o, mejor dicho, estos consejos, son 'tipo capacitación'. Esto, por el hecho de no presentar la formalidad de lo que en Chahuaytire se conoce como 'capacitaciones'.

3.3.3 Capacitación por observación:

Este tipo de capacitación no es impartida por una persona o grupo de personas. Se trata de información producida y asimilada a través de la observación. En este caso son las mismas personas quienes a partir de la observación de lugares, figuras, materiales o acciones los vuelven en referencias asociadas con la manera correcta y/o exitosa de llevar a cabo las actividades relacionadas con el turismo.

3.3.3.1 Un caso de capacitación por observación

A continuación, voy a utilizar un ejemplo para ilustrar la manera en la que da una capacitación indirecta a partir de la observación. La señora Victoria Ylla trabaja en un hotel cinco estrellas en la ciudad de Cusco de martes a sábado. Victoria tiene un trabajo remunerado por tejer en el hotel y sabe perfectamente que no es un hotel cualquiera; es un hotel exclusivo. La idea del hotel es mostrar la producción de los distintos tejidos 'en vivo'. Victoria vive en Písaq junto a su marido debido a los trabajos que ambos realizan, a pesar de que sean de Chahuaytire y su familia viva en Chahuaytire. Ella recibe una remuneración solo por tejer y ser vista por los huéspedes del hotel. Pasar tanto tiempo allí le permite ver cómo es un hotel exclusivo, es decir, cómo son los acabados, la decoración, las interacciones, etc.

Ella me comentó cómo son los arreglos y detalles dentro del hotel: hay muchas flores en jarrones y también al centro del jardín en una estructura más grande y de piedra. Ella me describió cómo el personal del hotel recibe a los turistas y su equipaje; y en algunos casos, cómo los turistas se interesan por la manera en la que está tejiendo. Según ella, ha aprendido que la decoración con flores es importante, que debe cargar el equipaje del turista; sabe que debe mostrarle al turista cómo ella teje y qué cosas son necesarias para tejer.

Esto último también por la experiencia en Chahuaytire y la presencia de turistas por la artesanía.

Victoria ha llegado a sus propias conclusiones sobre qué es necesario para recibir turistas, de qué manera y qué les interesa a partir de la observación⁹². De esta manera ella encuentra referencias en su lugar de trabajo sobre qué ocurre en un hotel, un espacio que se dedica íntegramente al turismo. La observación, entonces, actúa como una capacitación informal e indirecta. Informal, ya que, no consiste en un espacio institucionalmente legitimado como capacitación; por otro lado, indirecta, porque esta información no ha sido impartida por ninguna persona, si no, que ha sido producida por ella misma a través de la observación. El hecho de que hasta el 2017 durante mi trabajo de campo Victoria no había aplicado estas ideas en alguna iniciativa turística personal, familiar o comunal, nos indica cómo el contexto turístico implica que más personas adquieran nociones generales en torno al turismo.

3.5 Balance sobre las capacitaciones

Las capacitaciones, en Chahuaytire, moldean las formas en las que los comuneros deberían atraer y atender exitosamente a los turistas. Esto lo he explicado principalmente respecto a las formas de presentación de los comuneros frente a las actividades turísticas. Lo que se viene disciplinando es la disposición de los mismos comuneros al interactuar con los turistas y cómo deberían disponer sus viviendas para poder atraer, atender y recibir correctamente a los turistas: formas de saludar, nociones de higiene en las herramientas de cocina, formas de arreglar y construir las viviendas, así como el orden y la limpieza de las mismas.

En Chahuaytire existe buena disposición a recibir capacitaciones entorno a las actividades turísticas. Como he mostrado, las capacitaciones brindan un conocimiento sobre cómo hacer las cosas. Al recibir estas capacitaciones, los comuneros se sienten preparados para recibir y atender a los turistas.

⁹² En el capítulo 4 explico esta idea de manera más específica con respecto a qué les gusta o qué es necesario para los turistas. En esa sección utilizo los conceptos presentados sobre capacitaciones para profundizar en cómo estas repercuten u operan tanto en el imaginario como en las viviendas de las personas de Chahuaytire.

Aparentemente, la postura local no diferencia entre estar capacitado y haber recibido una capacitación. Las capacitaciones (haberla recibido/estar capacitado) diferencian entre quienes las han recibido y quiénes no. Esta postura local es necesario exponerla para entender cómo se utiliza y valora la palabra capacitación en Chahuaytire. Uno de los indicadores de haber recibido capacitaciones es la frecuencia de turistas que una persona haya atendido o no en la comunidad. La experiencia de tratar o haber tratado con turistas en algún momento demuestra que una persona de la comunidad sabe atender turistas.

En parte la competencia social en Chahuaytire, se basa en el valor que las personas le dan al hecho de que una persona haya adquirido cierto capital cultural a través de las capacitaciones que les brinda conocimientos particulares para atender a turistas y mantener una vivienda. Saber cómo atender turistas, gracias a la experiencia y a las capacitaciones, permite que una persona pueda diferenciarse del resto de la comunidad pues es un conocimiento prestigioso. Esto hace que estas personas adquieran un mayor estatus social en los ojos de las mismas personas de la comunidad.

Las capacitaciones también son una fuente a través de la cual las personas de esta comunidad vienen apropiándose del turismo. Gracias a las capacitaciones en temas de turismo, las personas vienen construyendo su propia interpretación de qué es el turismo. Por esta razón sigo lo elaborado por Greene (2009), donde un grupo de personas no se acostumbra a elementos externos, sino, más bien los acostumbran o se apropian de estos elementos ajustándolos a sus propias particularidades y formas en las que le pueden dar uso.

El concepto de costumbramiento (*customizing*) es desarrollado por Greene (2009) al analizar la manera en la que la indigeneidad es acostumbrada, vuelta costumbre, por los miembros de una sociedad amazónica. A pesar de que la indigeneidad se tratase históricamente de algo externo y ajeno a estas sociedades, Greene muestra cómo los miembros de esta sociedad acostumbran – en el sentido en que vuelven costumbre – esos elementos a sus propios usos y propósitos. De esta manera los miembros de

esta sociedad se apropian de dichos elementos ajenos, re-configurándolos según sus propios intereses y sus propias formas culturales.

En esta investigación, el concepto de acostumbramiento (*customizing*) me sirve para analizar la manera en la que las personas de la comunidad de Chahuaytire vienen acostumbrando la información que se da en las capacitaciones sobre cómo atender a los turistas en su propio contexto. Si bien el turismo, a través de las capacitaciones, trae ciertas nociones de hospitalidad y confort (Smith, citado en Ulfe, 2011, p. 330) a Chahuaytire, los miembros de la comunidad se han apropiado de lo que es correcto en las prácticas del turismo según sus propias interpretaciones. Como resultado de esto, las maneras correctas de recibir y atender turistas, así como la construcción de casas para turistas⁹³ son juzgadas por ellos mismos. Los comuneros de Chahuaytire tienen una suerte de noción generalizada -implícita- para identificar cómo debería llevarse las actividades turísticas de manera correcta: desde cómo atender a los turistas y cómo construir o modificar una casa para hospedarlos.

Esta investigación presta particular atención a las capacitaciones, vistas y analizadas como formas de disciplinamiento, relacionadas a las viviendas dentro del contexto turístico expresado en la distribución de los espacios, materiales, formas, acabados y elementos que complementan las viviendas. En las viviendas veremos cómo, los comuneros de Chahuaytire han *acostumbrado* –en términos de Greene (2009)– el turismo en relación a lo que ellos consideran *progreso*. Los comuneros tienen sus propias nociones cómo deben ser y cómo se deben construir correctamente no solo las casas para turistas, sino también cómo deberían ser las casas de la comunidad. En las casas se materializan las expectativas de futuro de los comuneros dentro de la competencia social en Chahuaytire, en relación a la sociedad cusqueña en general e inscritos en un contexto turístico. Este es el tema central del siguiente capítulo.

⁹³ En el siguiente capítulo detallo sobre las casas para turistas.

Capítulo 4: Las casas y las jerarquías sociales en Chahuaytire

*“Así como la ciencia avanza, [en Chahuaytire]
también mejoran las casas”*
(Percy Meza, soldado, 25 años)

En este capítulo analizo la relación entre la diversidad de casas y las jerarquías sociales en la comunidad. En primer lugar, discuto la relevancia de la materialidad y los estudios sobre casas para luego centrarme en las diferencias entre las casas de Chahuaytire. En segundo lugar, para mostrar cómo las casas se construyen y modifican en torno a las expectativas de los comuneros y sirven como un índice de diferenciación social dentro de la comunidad, elaboro sobre estudios que presentan las ideologías étnico-raciales en los Andes y cómo están articuladas a nociones de progreso. Sigo con las maneras en que las ideas de mejora se materializan en las modificaciones y construcciones de las casas en la comunidad, así como en los materiales utilizados.

Finalmente, propongo y desarrollo una tipología de las casas de la comunidad a partir de cómo los comuneros valoran más o menos la diversidad de casas existentes para demostrar las maneras en que se negocian y establecen las jerarquías sociales en Chahuaytire.

4.1. Las casas como infraestructura: la relevancia de la materialidad y el estudio de casas

Las maneras en las que se construyen y modifican las casas de la comunidad de Chahuaytire corresponden un contexto caracterizado por la fuerte presencia de turismo en la región y en el distrito, así como la expectativa de los comuneros de incrementar los ingresos monetarios a través del turismo como una actividad económica. Propongo abordar las casas como infraestructura, a partir de su materialidad y estética, para identificar el rol que estas cumplen en el establecimiento de las jerarquías sociales en la comunidad.

Como he revisado en la introducción, el turismo se trata de un contexto que constituye un conjunto de marcos que marcan las interacciones de distintos actores. Así como los valores, expectativas e intereses de los comuneros, turistas y promotores o agencias de turismo pautan las interacciones entre ellos, estas también están necesariamente mediadas por los objetos. Usando la teoría de marcos de Goffman (1974) y conjugándola con el análisis de marcos de pinturas que toma de la historia del arte, Miller (1987) muestra la importancia de los objetos en tanto constituyen marcos centrales en las interacciones sociales. En otras palabras, en la vida cotidiana, los objetos juegan un rol importante en la reproducción de la normatividad cultural, ya que, existen reglas o normas que una persona es capaz de reconocer y seguir – según la situación– que estarían inscritas silenciosamente en la materialidad de los objetos.

Existe un diálogo entre la materialidad y las personas que va a pautar las interacciones sociales. De cierta manera, la materialidad *habla* a través de aquello que emerge de las interacciones entre las personas en un determinado marco. Esto es lo que Miller llama la humildad de los objetos. En tanto existe una interacción con lo material, los objetos también median las interacciones sociales de las que emergen distintas valoraciones estéticas. Esto último tiene que ver con muchos tipos de objetos y, entre ellos, podemos considerar las casas (Mannheim & Tedlock, 1995; Miller, 1987).

Enfocarme etnográficamente en la materialidad de las casas como infraestructura me permite profundizar en las dinámicas relacionales e interacciones sociales existentes en la comunidad de Chahuaytire. Sin embargo, antes de desarrollar sobre las implicancias de la casa como infraestructura en las relaciones sociales y las jerarquías sociales de los miembros de la comunidad, es necesario presentar algunas elaboraciones teóricas sobre las casas y su relación con las personas.

En su trabajo sobre la casa Bereber, Bourdieu (1970) muestra cómo esta constituye las relaciones sociales y el orden del mundo más amplio. Bourdieu sostiene que la casa se organiza de tal manera que cada parte y lugar de la misma tiene un significado para sus habitantes y los miembros de la

misma sociedad. El espacio de la casa es fundamental en constituir oposiciones como aquellas entre adentro y afuera; como lo público y lo privado, lo masculino y lo femenino, la casa y el jardín (Bourdieu, 1970, p. 495).

La organización interna de la casa está basada en distintas oposiciones físicas que son también simbólicas. La parte interna de la casa, “está organizada según un conjunto de oposiciones homólogas”, como lo pueden ser el fuego/agua y cocinado/crudo (Bourdieu, 1970, p. 496). Cada oposición corresponde analógicamente a ciertos ámbitos sociales de las personas. Por ejemplo, hay ciertas partes de la casa donde los niños y niñas pueden estar, estos espacios se encuentran en oposición a aquellos dispuestos para los adultos.

Catherine Allen (2002) al profundizar en los procesos de transformación de la comunidad campesina de Sonqo en Cusco, le presta atención a los cambios ocurridos en las casas tras su regreso en el año 2000, 15 años después de su estudio. La autora, antes de analizar los cambios en las casas, sostiene que la arquitectura doméstica siempre va a servir como una “estructura que estructura estructuras”⁹⁴, volviendo a la *memorable* frase de Bourdieu, en tanto repercute en las actividades cotidianas de las personas afectando nuestros hábitos inconscientes (Allen, 2002, p. 236)

Para profundizar sobre la manera en la que la casa moldea los hábitos de las personas, voy a tomar la propuesta de Miller (1987) conjugándola con el concepto de *habitus* de Bourdieu (1977). El *habitus* de una persona es aprendido a través de la interacción entre miembros de una misma sociedad o grupo. Las nuevas generaciones se incorporan culturalmente a estos grupos a partir del hecho de estar observando la manera en la que sus pares mayores interactúan con ellos y entre ellos.

Durante el crecimiento de una persona ‘los artefactos se convierten en su principal medio para articular deseos y sentimientos’ (Miller, 1987, p. 99), por ello, los objetos están muy relacionados con la formación del *habitus*. Los objetos son cruciales para que la cultura de un grupo se reproduzca y cambie

⁹⁴ Esta frase es utilizada por Bourdieu para explicar el concepto de habitus en su libro “El sentido práctico” publicado en 1980.

en tanto participan del proceso de socialización de los miembros a través de sus interacciones (Miller, 1987, pp. 103-104).

Volviendo a las casas, debido a que la relación de los objetos con los individuos permite ver la importancia de la cultura material para las relaciones sociales, estas están relacionadas con la producción y asimilación de principios jerárquicos que moldean las relaciones entre aquellos de diferentes generaciones, edades o géneros (Allen, 2002; Carsten, 2003; Miller, 1987). Por ello, Carsten (2003, p. 31) sugiere prestarle mayor atención a las prácticas que ocurren dentro de las casas como la alimentación y el cuidado, las relaciones entre parientes y las prácticas corporales repetitivas a través de las cuales se establecen las reglas sociales.

En esta investigación, el estudio de las casas me permite analizar cómo es que se relacionan las personas de Chahuaytire con el turismo y sus expectativas alrededor de la llegada de los turistas a sus hogares. A partir del análisis de la construcción de las casas en Chahuaytire, puedo identificar cómo estas funcionan como un índice de las jerarquías sociales en la comunidad.

El concepto de infraestructura desde su rol como marco material de interacción es necesario abordarlo siguiendo a Harvey y Knox (2015). Las autoras plantean la infraestructura como un espacio de negociación entre las expectativas e intereses de los actores locales y externos al analizar el proceso de construcción de la Carretera Interoceánica⁹⁵ en el sector que atraviesa el distrito de Ocongate en Cusco. Las autoras sostienen que el análisis de las carreteras como infraestructura permiten entender mejor las relaciones sociales contemporáneas. Por ello, observan y estudian los distintos puntos de vista que existen sobre la construcción de una misma carretera. Así, logran acercarse a las expectativas tanto de los actores locales (los miembros del distrito) como de los externos (especialistas técnicos que llegan al distrito con un objetivo en particular: construir la carretera; representantes del Estado que buscan conectar Perú con Brasil).

⁹⁵ La Carretera Interoceánica es una carretera que conecta los países Brasil y Perú. Esta fue realizada dentro del marco de megaproyectos de la Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA).

Por el lado de los actores locales se había generado una esperanza colectiva frente a la construcción de la carretera, ya que, una carretera rápida y bien hecha permitiría acortar las distancias físicas y sociales entre la localidad y los centros urbanos; dos nociones que para los locales son requisitos para la prosperidad económica. Por el otro lado, los actores externos veían la construcción de la carretera como una manera de impulsar el crecimiento económico y la ‘modernización’: a través de la inversión en infraestructura y su implementación una nación va a poder desarrollarse (Harvey & Knox, 2015).

La definición de Anand (2011, citado en Harvey & Knox, 2015, p. 5), según la cual “las infraestructuras son articulaciones materiales entre imaginación, ideología y vida social” es útil para analizar las maneras en las que los actores se relacionan con la materialidad de la arquitectura. Algo similar también está presente en Miller (1987), particularmente en su explicación sobre la relación entre objetos y la socialización de los seres humanos.

Así como las carreteras se hacen para resolver problemas específicos en nombre del *desarrollo*, yo argumento, para esta investigación, que la introducción de nuevas casas y los subtipos que se desprenden de estas se llevan a cabo en esta misma línea. Planteo que la mejora de las casas (en sus distintas variantes y grados de valoración por los comuneros de Chahuaytire), realizadas por los comuneros, está orientada por la expectativa de recibir más turistas y llevar a cabo el turismo vivencial como una actividad económica remunerada. Esto se da debido al deseo de obtener ingresos monetarios, lo cual, en parte, podría mejorar su posición social.

Para mostrar esto, finalmente, analizo la manera en que los comuneros de Chahuaytire desarrollan nuevas formas de construir sus casas basados en las ideas sobre lo que ellos consideran que es atractivo y cómodo para los turistas, así como aquello que es mejor para ellos mismos.

4.3. “*Dejar de vivir como era antes*”⁹⁶: ideas de mejora en Chahuaytire e ideologías de jerarquización étnica en la región

“Antes se vivía triste en el campo, todos separados; sin agua, sin luz”

(Lucio Ylla Meza)

4.3.1 Estratificación étnica y categorías relacionales en la región

La jerarquía social regional o la estratificación étnica en la región del Cusco, es resultado de procesos sociales e históricos que reproducen ideológicamente diferencias entre indios y mestizos.

La diferencia étnica de la estratificación social inclusive dentro de una comunidad misma se basaba en la propiedad de tierras. La jerarquía étnica estaba asociada a una supuesta inferioridad de cultura indígena frente a aquella de los *mistis*⁹⁷. Esta diferenciación étnica se relaciona a la jerarquización entre el campo y la ciudad. La ciudad hoy en día cobra valor en tanto ahí se concentran la mayor cantidad de vínculos de poder socio económico de la región. Por ello, las personas de las ciudades son percibidas como superiores frente a quienes viven en zonas menos urbanas (De la Cadena, 1991).

De la Cadena (1991) muestra cómo existe flexibilidad en el uso de las categorías étnicas en la región. En su análisis, a finales de los 1980s, los mestizos y los indios no son grupos concretos, sino se tratan de categorías relacionales que son utilizadas para afirmar o imponer determinadas jerarquías sociales. Estas jerarquías sociales corresponden a una ideología de diferenciación social que se hace evidente contextualmente en las interacciones entre distintas personas, por ello las categorías étnicas no son fijas, sino fluidas (De la Cadena, 1991; Cánepa, 2008; Salas, 2006).

⁹⁶ Frase recurrente de los comuneros de Chahuaytire en entrevistas y conversaciones informales durante mi trabajo de campo al profundizar sobre las nociones del presente en relación al pasado.

⁹⁷ Misti es una expresión que refiere a las personas que son percibidas como superiores frente a los campesinos. La palabra viene de mestizo, que hace se opone a los indígenas.

Siguiendo con De la Cadena (1991), la jerarquización no se trata de dos categorías fijas sino más bien se trata de una negociación entre quién tiene menos o más marcadores étnicos en un contexto dado. Una persona puede ser más indio o menos indio dependiendo de su estatus social dentro de su comunidad o en la jerarquía regional. El proceso de *desindianización* puede ocurrir cuando un campesino empieza a hacer cosas que anteriormente eran consideradas propias de los mistis. Esto no se basa únicamente en la vestimenta, sino, también en el aprendizaje (saber hacer y usar) de palabras, música, formas de trabajo, entre otras.

Por su parte Orlove (1998), analiza las diferencias étnicas entre las personas del campo y la ciudad. El autor sostiene que, en comunidades en el altiplano en Puno, existen formas de jerarquizar socialmente a las personas a partir de su proximidad con la tierra. Cuanto más próxima es una persona a la tierra, esta es considerada más indígena y tiene menos estatus social. Cuestiones como el trabajo agrícola, los pisos de tierra de las casas o el usar ojotas pone a las personas en cercanía con la tierra y en contraste con quienes no llevan a cabo trabajo agrícola, tienen pisos pulidos o madera en sus casas o usan zapatos. Esta cercanía también está asociada al uso cotidiano de objetos como por ejemplo las ollas de barro.

Las narrativas de modernidad articulan las diferencias entre el campo y la ciudad. Las narrativas de modernidad buscan diferenciar periodos (pasado/presente), por ello, cada narrativa parte de una ruptura que construye una dicotomía entre el presente, lo moderno que es actual y mejor, y el pasado, que es tradicional y atrasado (Jameson, 2002, citado en Salas, 2008). Como hemos visto en la introducción de esta investigación, el campo está asociado con lo tradicional, mientras que la ciudad con lo moderno. De este modo vemos cómo las narrativas de modernidad están ancladas espacialmente, creando jerarquías entre lo rural y lo urbano.

Mientras más cerca una persona esté de la tierra, más indígena es y menos moderno. Esto lo va a llevar a tener una posición menos privilegiada en la estratificación étnica regional. Por el otro lado, el estar más alejado de la tierra posiciona a uno más cerca a la contemporaneidad y a una posición social

superior, es decir, lo convierte en más moderno. En esta ruptura temporal-espacial niega, entonces, la contemporaneidad de las personas consideradas como más rurales. Debido a la asociación entre el campo y la tradicionalidad este se asocia al pasado y a lo inferior (Fabian, 1983; Orlove, 1998; Salas, 2006).

4.3.2 Ideas de mejora en Chahuaytire

A través de la influencia de los medios de comunicación y procesos de movilidad y migración, la presencia de promotores de desarrollo y, más recientemente, de turismo, así como también intervenciones del estado y ONGs⁹⁸ en Chahuaytire, los comuneros han construido ciertas ideas de lo que para ellos implica *vivir mejor*. Llamo *las ideas de mejora* a las nociones que los comuneros tienen para “*dejar de vivir como antes*”. “*Dejar de vivir como antes*” o “*dejar de vivir como vivían los abuelos*” son frases que muestran una asociación negativa con el pasado. Por esto, actualmente, los comuneros buscan distintas maneras de tomar distancia del pasado. El turismo, como vimos en la introducción, se vuelve una posibilidad para ello, ya que se trata de una actividad remunerada, pero no deja de tener ambigüedades.

El pasado, para los comuneros de Chahuaytire, implica una situación indeseable con respecto a las formas de vivir. Por lo que he podido observar en las entrevistas, existe la noción de que antiguamente las personas vivían ‘*tristes*’ y ‘*peor*’. Del mismo modo, algunos volvían a experiencias de malos tratos por parte del hacendado y los administradores de la hacienda, así como al escaso dinero que tenían. Por ello, actualmente buscan distintas maneras de *progresar*. Entonces, el *vivir mejor* está asociado con los cambios que uno hace para *dejar de vivir como antes*. Como hemos revisado en párrafos anteriores, vivir mejor implica una reubicación étnica social superior frente a la posición que tienen actualmente como campesinos.

Al prestar atención a las maneras en que los comuneros se refieren a las casas de la comunidad puedo ver cómo las ideas de mejora vienen influyendo

⁹⁸ Para mayor información revisar los capítulos 2 y 3.

en los cambios de sus casas. A continuación, voy a elaborar cómo las ideas de mejora que tienen los comuneros, operan en los cambios entorno a las casas de Chahuaytire.

4.4. Materializando las ideas de mejora: cambios en las casas y algunos elementos asociados al progreso

“[Las personas buscan] mejorar su condición de vida. Por eso mejoran sus casas”

(Wilber Huamán, 19 años)

Los comuneros de Chahuaytire han visto una posibilidad de mejorar su estatus mediante la construcción y modificación de sus casas. Por un lado, para acercarse a formas más urbanas de construir y tener sus casas y, por otro, con la expectativa de recibir turistas en ellas, lo que les generaría ingresos monetarios.

En Chahuaytire los comuneros asocian algunas *ideas de mejora* con los diseños y el uso de ciertos materiales en la construcción, reconstrucción o modificación de las casas. La forma de cómo mantener la casa también va a representar un aspecto importante así como el acceso a ciertos servicios y la ubicación de las casas. Propongo que es posible analizar la búsqueda del progreso en Chahuaytire prestando atención a los materiales, diseños, modificaciones y ubicación de las casas.

4.4.1 Cambios dentro de las casas

a) Separación de espacios

La separación de espacios dentro de la casa es uno de los cambios principales en relación a las ideas de mejora. Estos cambios se iniciaron en los años 1990s a partir del proceso de urbanización de la comunidad y se incrementaron a finales de los 2000s con el Corredor Puno-Cusco. En las casas que localmente son consideradas *mejoradas* encontré un patrón de división interna de espacios.

Las principales separaciones de espacios son: la habitación de los padres de la de los hijos, la cocina del comedor y del lugar para criar cuyes. Según el testimonio de los comuneros entrevistados y una ex facilitadora del Corredor, varias de las intervenciones de programas de desarrollo de ONGs y otros promotores del turismo buscaban que los miembros de una familia no duerman todos juntos y menos al lado de los animales menores (cuyes). De igual manera, evitar que la preparación y consumo de alimentos se realice junto a la crianza de animales para evitar las posibilidades de contagio de enfermedades.

Dentro de la comunidad esta es una manera muy fácil de que un comunero discrimine a otros. La mayoría de comuneros de Chahuaytire tiene opiniones negativas frente a las familias que viven en una casa de una sola habitación. Cuando hice mi trabajo de campo el número de casas habitadas de este tipo eran menos de veinte y ninguna de estas se encontraba en el Centro Poblado (la urbanización). El único motivo por el que una familia podría verse no discriminada por esta razón es que se dediquen a alguna actividad económica (como pastear ovejas) que requiera que vivan en un lugar alejado de la comunidad.

b) Cocina mejorada

Desde los años 2000s, un cambio principal es la implementación de cocinas mejoradas dentro de las casas de Chahuaytire. Actualmente distintos proyectos del Estado (y otras instituciones)⁹⁹ vienen trabajando en muchas comunidades rurales del país para implementar las cocinas mejoradas con el fin de evitar el humo dentro de las viviendas para mejorar la calidad de vida principalmente reduciendo enfermedades respiratorias y ahorrando el uso de leña como biocombustible (Presidencia de Consejo de Ministros, 2011) . Al conversar con una ex promotora de un programa de desarrollo en Pisaq, ella sostenía que la razón de estas enfermedades era el humo que se quedaba

⁹⁹Para mayor información sobre tipos de cocinas mejoradas entrar al siguiente enlace:

<http://energiayambienteandina.net/pdf/ADRA%20-%20MANUAL%20DE%20CONSTRUCCI%C3%92N%20DE%20LA%20COCINA%20MEJORADA.pdf>

dentro de las cocinas. Otro objetivo es lograr una mayor comodidad para las personas al momento de preparar los alimentos. Si bien el funcionamiento y el estado actual de estas cocinas no es el mejor, las cocinas mejoradas han sido asimiladas por menos de la mitad de familias de la comunidad.



Imagen 9: Cocina mejorada de Luisa Ccoyo y Hermógenes Baca. La construcción del fogón tiene una tecnología que concentra el calor del fuego de leña y un tubo que funciona como chimenea para que el humo salga del espacio de la cocina. Esta cocina mejorada a pesar de haber sido instalada muy recientemente (2016) y tener menos de un año de uso, no funcionaba del todo bien, ya que, el humo del horno se escapaba y no iba directo hacia el exterior. Un rastro de esto son las paredes ennegrecidas. Foto del autor.

4.4.2 Ubicación de las casas y el acceso a servicios

a) La urbanización de Chahuaytire

Tal como mencioné previamente, casi todas las familias de Chahuaytire tienen una o más casas o lotes en el centro poblado que conocen como la urbanización. Esta fue constituida en los años '90 a partir del reconocimiento de la comunidad luego del fin de la hacienda. Antes de que la mayoría viviera en la urbanización, las familias vivían en casas dispersas en el campo lo que les permitía criar más cantidad de ganado.

Vivir en lo que ahora se conoce como la urbanización implicó dar inicio a un proceso de planificación en la asignación de lotes a los comuneros en las tierras que eran de uso exclusivo del hacendado. Existe un mapa de esas tierras divididas en lotes que fueron asignados a los comuneros, con calles y proyectos de áreas verdes. Esta forma de planificación del espacio está asociada con formas de planificación urbana propias de las ciudades, lo que los comuneros consideran un indicador de mejora. A pesar de que se quejen por la falta de espacio en la urbanización para pastear animales, los comuneros sí valoran el hecho de vivir en un espacio más compacto cuando se refieren a la presencia de calles en contraste de los sectores donde “*difícil llegan los carros*¹⁰⁰”.

Con la urbanización vino también el acceso a servicios de agua entubada a domicilio, desagüe y electricidad. Antes de la urbanización no había estos servicios en Chahuaytire. Estos servicios llegaron a principios de la década de los noventa primero a la urbanización y, más recientemente, a otros sectores de la comunidad.

Si bien la carretera existe desde hace bastante tiempo, concentrarse en la urbanización permitió que los comuneros accedan más fácilmente a ella logrando una mayor conexión con la ciudad de Písaq.

4.4.3 Progreso a partir de las formas arquitectónicas:

A continuación, presento cómo ciertas formas arquitectónicas están asociadas a maneras de progresar.

a) La planta de las casas

La forma que presenta la planta de la casa puede decir mucho. Las casas de planta rectangular y de un tamaño pequeño son consideradas ‘*aburridas*’ y ‘*feas*’ por la mayoría de las personas de la comunidad. Esto ocurre por dos principales motivos: por un lado, sostienen que estas son casas simples y fáciles de construir; por otro, dado que tienen un solo cuarto suponen

¹⁰⁰ Frase repetitiva en las entrevistas a los comuneros cuando conversábamos sobre los otros sectores de la comunidad. La dificultad con la que eventualmente podrían llegar los autos es debido a la falta de pistas o calles.

compartir un mismo espacio entre los miembros de la familia y los cuyes, lo cual ya no es bien visto.

Esto se diferencia de las nuevas propuestas en plantas de las casas. Entre ellas se tienen el tipo “U”, tipo bota o “L”, o la de planta hexagonal. La forma de la planta en la que se construye la estructura de las casas permite que las mismas se diferencien de las otras casas. Al tener una forma distinta a las casas de planta rectangular es una manera de mejorar el estatus familiar frente a los demás.

b) Forma de las ventanas:

Existe una distinta valoración a partir de las formas de las ventanas. Hay diseños de ventanas que son mejor vistos o valorados que otros. Este diseño corresponde con el diseño más amplio de la vivienda. Dependiendo del tipo de ventana que tenga una casa, esta va a poder llamar más la atención que otras. De esta manera, las formas más innovadoras van a ser las que más se valoran, tal como lo muestro en la imagen 10:

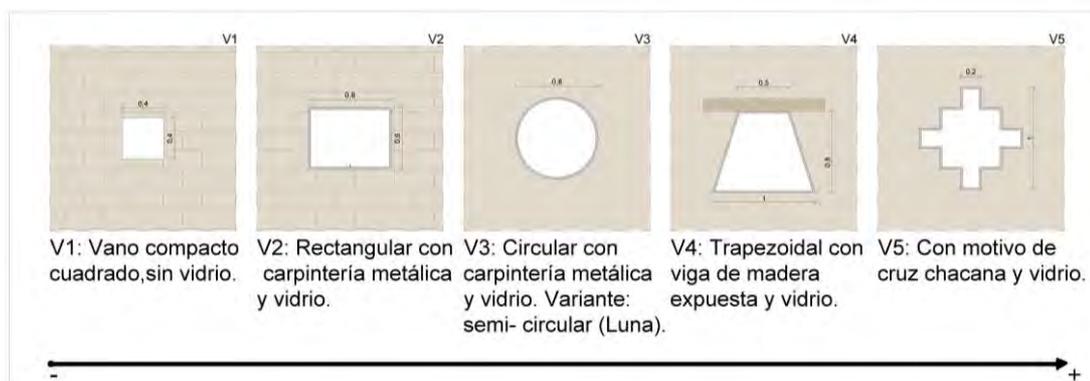


Imagen 10: Escala de valor de las formas de las ventanas. De izquierda a derecha vemos cómo progresivamente las formas de las ventanas van de más sencillas a más elaboradas. Las formas de las ventanas más elaboradas son más valoradas por los comuneros. Muchos comuneros afirman que las formas más difíciles de hacer son las más modernas. Elaboración propia.

Los diseños más complejos son más conocidos como ‘tipo inca’ o ‘tipo colonial’. Los comuneros indican que estos son los que más les gustan a los turistas. Estos también son los más valorados por los mismos comuneros. El tipo de ventana entonces influye en que una casa en Chahuaytire sea más

valorada que otras por los comuneros. En este caso la valoración local va en función de aquello que consideran que les gusta a los turistas.



Imagen 11: Pedro Chicche mostrando su ventana tipo triángulo. Foto del autor.

c) Viviendas Dispersas y Viviendas Compactas

Algo que pude notar en mi trabajo de campo fue que las personas de Chahuaytire hacen referencia al hecho de tener *más de una casa dentro de su casa*. Esto al comienzo me costaba entenderlo; sin embargo, luego lo entendí: una casa es un conjunto de ‘casas’, es decir, de construcciones que cumplen distintos propósitos según lo quieran las familias. Este conjunto de construcciones se puede presentar a través de dos modelos: las viviendas dispersas y las viviendas compactas.

Las **viviendas dispersas** son aquellas donde se puede apreciar varias construcciones relativamente parecidas entre sí que se encuentran ubicadas alrededor de un patio. Cada construcción tiene una función particular según las actividades domésticas de una familia. Los espacios están separados a partir de las actividades a las que están destinados. Por ejemplo, como lo muestra la imagen 12, si una casa cuenta con una cocina, una habitación y un corral para

cuyes, cada uno de estos espacios contará con su propio edificio, todos ubicados dentro de un espacio mayor. Estas casas dispersas, por lo general, no cuentan con espacios internos separados dentro de cada construcción.

Por lo general las viviendas dispersas se encuentran en los sectores ubicados fuera de la urbanización o centro debido a que hay más espacio para tener casas más amplias. Por ello, a diferencia de las casas de la urbanización, no hay necesidad de optimizar el espacio para las distintas actividades domésticas.

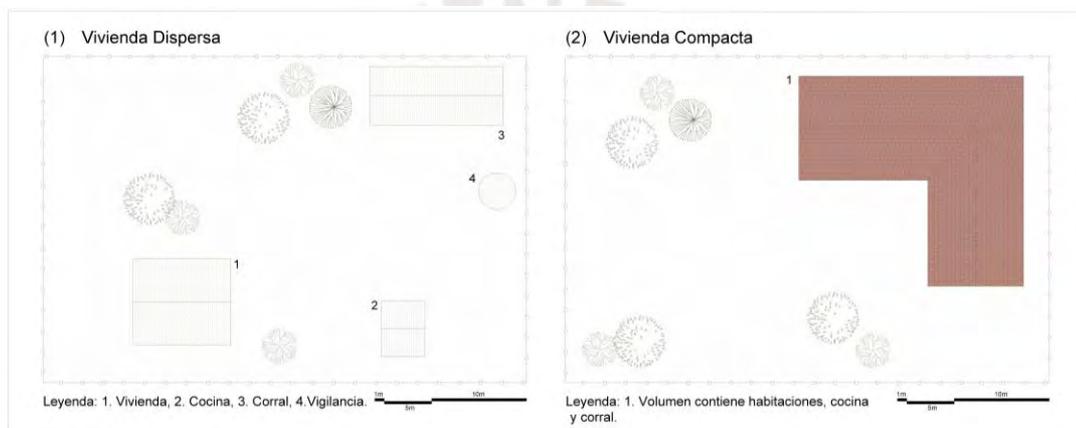


Imagen 12: Comparación entre viviendas dispersas y viviendas compactas. Elaboración propia.

Por otro lado, una **vivienda compacta** consiste en lo opuesto, es decir, es como si se unieran las piezas del modelo disperso y como resultado se obtenga una sola estructura que incluye diversos espacios. Los espacios están separados con muros y unidos con puertas. Estas viviendas no se han construido como grandes espacios que luego se separan con una pared de carrizo recubierto de yeso o con madera triplay o bolsas, sino parecieran ser más bien distintas construcciones que se han puesto una al lado de la otra para juntar la cocina al lado del edificio utilizado para dormir.

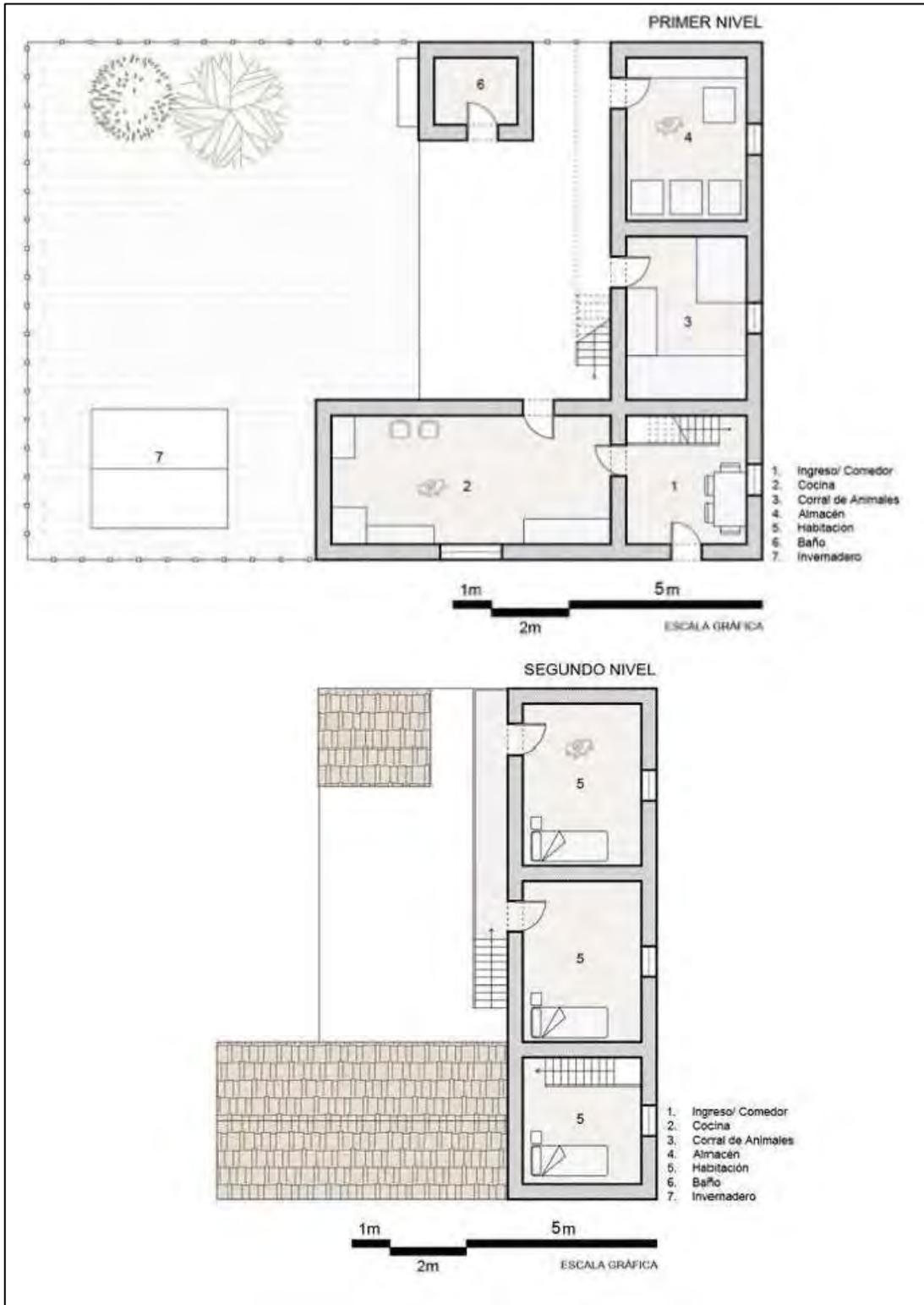


Imagen 13: Casas compactas con separación interna de espacios. Elaboración propia.

4.4.4 Progreso a partir del uso de materiales:

Los materiales utilizados en las construcciones y remodelaciones de las casas son indicadores de diferenciación social para los comuneros de Chahuaytire. Dependiendo de sus materiales, una casa va a ser más o menos prestigiosa. A continuación, presento una contraposición de materiales y la valoración que estos tienen en la comunidad.

a) Adobe y “material noble”:

En Chahuaytire la mayoría de casas son de adobe; sin embargo, los comuneros están familiarizados con casas y otras construcciones -como cercos perimétricos- hechas a partir de la combinación de ladrillos con cemento. Los miembros de la comunidad se refieren a las casas de ladrillos y cemento como *casas de cemento* o *casas de material noble* o simplemente *de material*. También se pueden referir al cemento por sí solo como *material noble*¹⁰¹

Los adobes son bloques de barro con agregados de paja y pequeñas piedras. Estos bloques de barro son realizados por las mismas personas que los van a usar para construir su casa. Para esto recurren a la ayuda de sus familiares o contratan a vecinos y familiares en el mismo lugar de la futura construcción.

El concreto es un material compuesto por cemento, agua, arena y pequeñas piedras. Mientras que el cemento es una mercancía que los comuneros de Chahuaytire adquieren en el mercado, por lo general, el adobe es hecho en la comunidad por ellos mismos. Harvey (2019) menciona que a partir de los años noventa, cuando inicia sus trabajos etnográficos en el Perú, nota que el concreto estaba cada vez más presente en las zonas rurales del país y, venía siendo utilizado como un material para ordenar el espacio público. El prestigio que una persona recibe al usar cemento y ladrillos está explícito en la frase “material noble” usada por los comuneros. La *nobleza* de este material supone una superioridad frente a otros materiales, particularmente al adobe.

Desde su ingreso al campo, las construcciones de cemento y ladrillos han sido, primero, complejos institucionales como escuelas, postas médicas y

¹⁰¹ Una casa de adobe puede tener un zócalo de cemento. En este caso, la casa va a tener un acabado con material noble, “tiene acabado de *material*”.

salones comunales. En Písaq existe una diferencia en la cantidad de construcciones de cemento entre el campo y la ciudad. Existen más construcciones con cemento en zonas menos rurales, como en las ciudades, que, en zonas más rurales, como campo (Harvey 2019).

Las personas de Chahuaytire sostienen que el cemento es un mejor material de construcción. Harvey (2019) menciona que existe una fascinación por el cemento debido a que representa durabilidad y resistencia, verticalidad y una mayor cercanía a los modelos de las ciudades. Esto es similar para la gente de Chahuaytire quienes sostienen que el cemento es mejor material de construcción que el adobe. Con el *material noble* es posible construir más de dos pisos (verticalidad) y la cimentación de las casas de cemento hacen que la casa sea más segura y duren más (durabilidad y resistencia) como las de la ciudad de Písaq (mayor cercanía a los modelos de las ciudades).

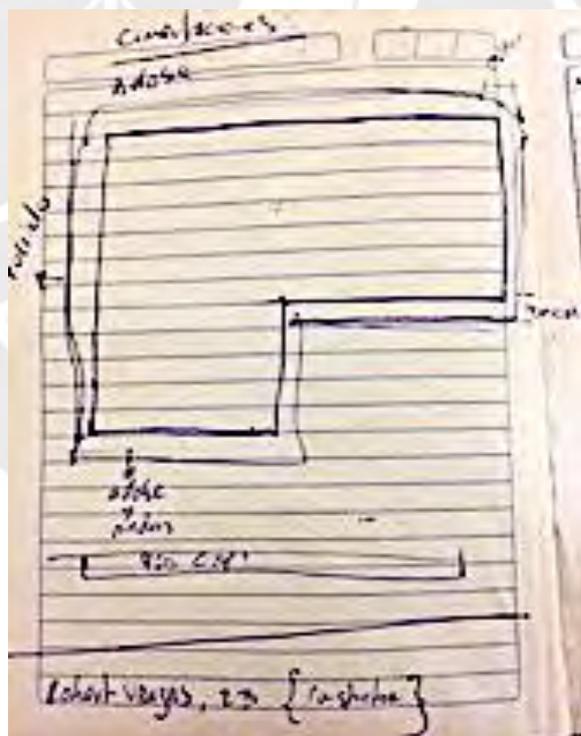


Imagen14: Vista desde arriba de la cimentación para una casa de adobe. El hueco corrido a lo largo de la casa se rellena con piedras, barro y paja. Profundidad 40cm. dibujo de Rober Vargas.

Las imágenes 14 y 15 muestra dibujos de Rober Vargas, comunero de Chahuaytire que trabajaba como supervisor de obras de Písaq. Estos dibujos muestran cómo la estructura de una casa de *material noble* (ver imagen 15) se

contrapone a la estructura de una casa de adobe (ver imagen 14). Los dibujos de la imagen 15 muestran que a partir de una base más profunda es posible conseguir una construcción más resistente con la posibilidad de lograr más de dos pisos, es decir, mayor verticalidad (Harvey 2019).

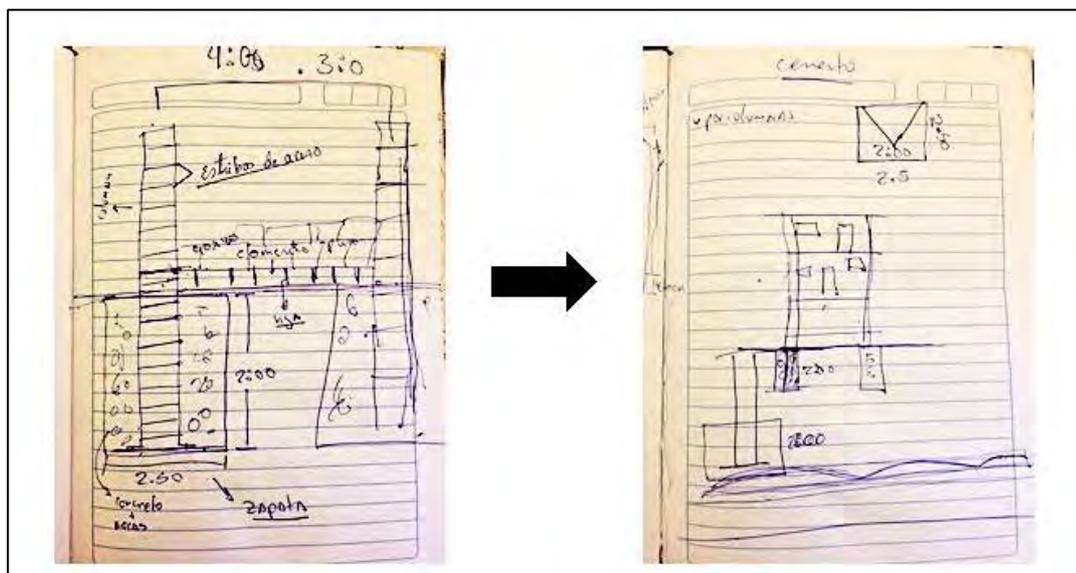


Imagen 15: Diseño de una zapata. Cimentación de concreto. Esto es necesario para la construcción de una casa de material noble. La imagen de la izquierda muestra la estructura y la de la derecha la posibilidad de construir más pisos. Dibujo de Rober Vargas

Las personas de Chahuaytire, por lo general, aspiran a tener casas de cemento. Sin embargo, existe un escenario donde el adobe toma mayor prestigio. Este es el caso de las *casas para turistas* que voy a presentar con mayor detalle en la sección de casas y jerarquías sociales en este mismo capítulo. Aquí solo mencionaré que una estas casas son construidas para alojar turistas. Estas casas tienen un prestigio particular en la comunidad por su articulación con el contexto turístico y el potencial ingreso monetario asociado. Una casa para turista de adobe por esto tiene un prestigio muy distinto al de una casa de adobe cualquiera.

b) El material del techo

Las tejas reemplazaron a la paja como material fundamental de los techos en la mayoría de las casas de Chahuaytire. De cierta manera, representan una innovación dentro de la comunidad. Los comuneros sostienen que antes techaban sus casas con paja y que ahora lo hacen

con tejas. A pesar de esto, en la actualidad se sigue utilizando la paja para techar algunas casas.

Las tejas tienen un costo monetario y deben ser transportadas hasta la comunidad. La paja, en cambio, se corta de los cerros y se transporta hasta el lugar de la casa. Sin embargo, la paja es un material que debe ser renovado con mayor frecuencia a comparación de las tejas. Cortar paja, transportarla y techar una casa con este material no son tareas fáciles. Si bien la paja no cuesta dinero, cuesta bastante tiempo de trabajo.

Debido a que las tejas llegan a la comunidad en autos o camiones por la carretera que cruza al lado de la urbanización, todas las casas de la urbanización están techadas con tejas. Debido a la falta de acceso, es muy complicado llevar tejas a las partes altas de la comunidad. Esta es una razón por la que hoy existen casas con techo de paja en esas partes. Esto fortalece la diferencia entre las casas que se ubican en la urbanización y aquellas que están más alejadas: las casas de la urbanización “han mejorado” a comparación de las que se encuentran en la parte alta. Estas últimas, son menos valoradas por la asociación que tienen con el pasado y la no-mejora que muestran. Estas no tienen signos materiales de progreso.

Paralelamente a la diferencia entre los techos de tejas y los techos de paja, actualmente en Chahuaytire hay casas que presentan techos de calamina. Si bien la calamina se introdujo en la comunidad como un reemplazo de la paja, actualmente, esta es poco valorada por los comuneros. Un argumento recurrente para desvalorizar la calamina como un material para techar las casas es el sonido que se produce cuando llueve o cuando graniza, así como también por la temperatura que generan en las casas: cuando hay mucho sol, las casas se calientan demasiado y cuando hay frío, las casas se vuelven muy frías. Existe un material más que se puede utilizar en los techos: la calamina transparente. Este tipo de calamina es prestigioso porque provee de una solución para calentar las casas e iluminarlas durante el día.



Imagen 16: Debido al desorden que hay fuera de la casa, la calamina de metal y el desorden, esta casa no es tan valorada por el autor de esta fotografía a pesar del intento de tarrajear y pintar el frontis. Foto: Walter Illa

Dentro de la comunidad, el techo de tejas es el más prestigioso. Sin embargo, si introducimos las expectativas por recibir turistas y las maneras de atraerlos, para los comuneros, un techo de paja es más valorado. Esto también tiene relación con aquello que los comuneros consideran que los turistas quieren ver. Considero esto una situación relacional, ya que, el contexto va a influir en el valor que recibe el mismo material. En el caso de una casa habitada por comuneros, un techo de paja podría tener poco prestigio, mientras que en una casa acondicionada para recibir turistas es visto como algo necesario para desarrollar esta actividad y sus asociados ingresos monetarios.

c) El progreso y los acabados de las casas

Para las personas de Chahuaytire una buena casa debe estar *bien acabada*. Una manera para que una casa sea considerada *mejorada* es que cuente con un buen tarrajeo de barro. De esta manera, el adobe no va a quedar expuesto. El tarrajeo de barro es más conocido como '*embarrado*' en la comunidad.

El *embarrado* se hace con una mezcla de tierra con agua, paja y en algunos casos se utiliza sabia del cactus Gigantón o Hawaquillay¹⁰². Una casa sin tarralear es menos valorada por la comunidad. Esto puede ser por que no está acabada o no está bien mantenida. Walter Illa, luego de retratar una casa sin tarralear, se refirió a esta como una casa ‘fea’ porque actualmente está en desuso y presenta índices de abandono: las ventanas están sin vidrio y no tiene un buen tarrajeo, es decir, el adobe está expuesto (ver imagen 17).



Imagen 17: Ejemplo de una casa muy poco valorada debido al abandono y ausencia de mantenimiento en los acabados. Esta casa está en desuso. Foto: Walter Illa

El tarrajeo del frontis es importante porque es lo primero que se ve de una casa. En Chahuaytire, sostienen que los turistas ven una casa, les llama la atención y le toman fotos. Entonces, los comuneros, que desean llamar la atención de los turistas implementan figuras en alto relieve con diseños ‘tipo incas’ o que vayan de acuerdo a los animales y plantas de la zona. Este tipo de diseños están presentes en muchas comunidades del Valle Sagrado¹⁰³.

¹⁰² *Trichocereus pachanoi*

¹⁰³ Ver la discusión acerca del concurso de fachadas en el capítulo 3.

Actualmente se ha introducido el zócalo de cemento en el frontis de las casas para evitar que la lluvia y la humedad carcoman la tierra cavando el piso hasta llegar a la cimentación. Esto llega a ser un peligro, por ello el uso de cemento brinda mayor seguridad a las viviendas. Adicionalmente este elemento es una mejora en la manera que la casa se presenta frente a las demás.

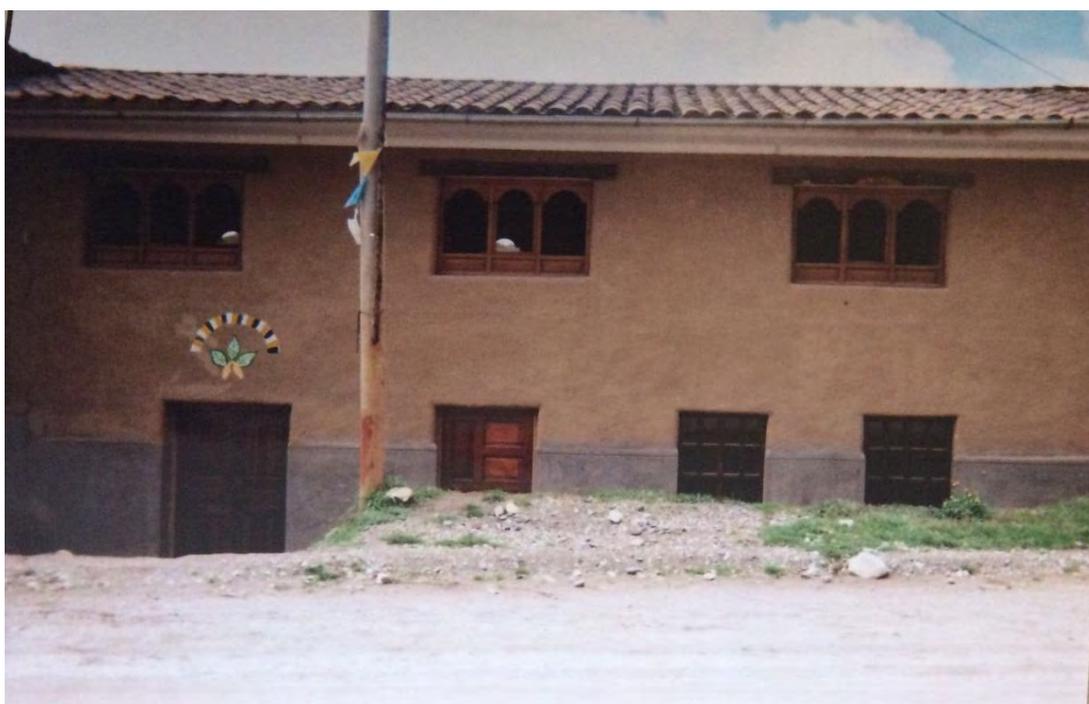


Imagen 18 Casas con zócalo de cemento y ventanas de madera con forma en arco. Esta casa fue construida para recibir turistas; sin embargo, actualmente todas las habitaciones de la casa son utilizadas por los miembros de la familia. El autor de la foto aseguró que esta casa es de las más modernas de la comunidad debido a que estaba bien acabada. Walter se concentró en la perfección del tarrajeo y los diseños de los marcos de madera de las ventanas. También añadió que el zócalo de cemento impedía la acumulación de barro dentro de la casa. Foto: Walter Illa.

Una casa bien acabada permite un orden en su interior, lo que se asocia a que sus habitantes vivan bien. La casa en su interior debe ser limpia y ordenada. El piso de tierra de las casas es mal visto por las personas de Chahuaytire y los promotores de turismo, debido a que está asociado con algo sucio, por ello, muchas familias están optando por poner piso de barro pulido o cemento. De esta manera el piso puede ser fácilmente limpiado.

Por otro lado, esta noción de limpieza se aplica a los acabados internos de las viviendas: el estucado de yeso, por ejemplo. Este acabado puede ser

aplicado a las paredes internas de adobe y al techo, en caso se quiera hacer un techo cielo raso para evitar la entrada de insectos por el techo a las viviendas.

Con respecto a la cocina, los comuneros aseguran que esta no debe presentar paredes manchadas de negro por el humo del fogón ni tener la presencia de animales, ni acumulación de objetos, ni basura en el piso.

Estos son los principales elementos en las casas de la comunidad que están relacionados a la construcción de diferenciación social en Chahuaytire. Al realizar uno o más de estos cambios en las nuevas construcciones o en la remodelación de sus casas, una familia busca mejorar su casa. Esta investigación me permitió apreciar que estos cambios en muchos casos están relacionados y orientados por lo que los comuneros consideran que es necesario para atender apropiadamente a los turistas.

Esta relación me la pudo explicar una ex facilitadora del Proyecto Corredor Puno-Cusco. Debido a que este proyecto se ajustaba a las particularidades de cada comunidad, este aprovechó la presencia de turistas interesados en los tejidos para implementar sus objetivos en torno a las viviendas mejoradas. Debido a que las expectativas por la llegada de turistas eran cada vez mayores, este proyecto aprovechó y realizó distintas capacitaciones sobre la manera en que las personas de Chahuaytire debían tener sus casas para recibir turistas.

Acá se puede ver la manera en la que se articulan las ideas de progreso en lo que se considera casas mejoradas. Las formas de construir los distintos subtipos de lo que los comuneros de Chahuaytire consideran casas mejoradas, que presentaré en una sección siguiente, son una manera de diferenciarse de cómo eran las casas anteriormente. Estas casas implican una mejora a partir de los materiales utilizados en la construcción. Por otro lado, las casas para turistas independientemente de los materiales utilizados tienen el potencial de una nueva actividad económica.

A fines de los años 1980, empezaron a ingresar la Iglesia Evangélica Peruana y la Iglesia Evangélica Maranata a Chahuaytire. Poco menos del 23% de familias aproximadamente participan de alguna de estas iglesias. Estas

también participan del Taller de Tejedores de Chahuaytire y forman parte de la asociación del Parque de la Papa, es decir, son parte de las iniciativas de la atención y recepción de turistas en la comunidad.

A partir de mi asistencia una noche al templo de la Iglesia Maranata en Chahuaytire, pude ver cómo el pastor de esta iglesia influye en la manera en que los “hermanos”, como suelen llamarse los Evangélicos entre sí, deberían tener sus casas. Recuerdo que el pastor luego de hablar sobre cómo mantener una buena casa moralmente, mencionó la importancia del orden y los acabados para mantener una buena casa. Finalmente, para sostener su argumento hizo referencia a un conjunto de versículos de la Biblia. Esto contribuye a legitimar las ideas de mejora en torno a las viviendas. Tras entrevistar a varios hermanos pude hacer un balance sobre las casas de los evangélicos: los cambios a los que se refieren estos son básicamente los mismos cambios que he venido mencionando respecto a las casas en general.

Una familia puede mostrar que ha mejorado su estilo de vida o, que vive bien, a través de la construcción o remodelación de su vivienda. Esto lo manifiesta claramente Rober Vargas: *“Uno mismo se siente mejor. Se ve en su hogar que le va bien. (...) se ve cómo son según cómo viven”*.

Esta frase muestra que, a través de la mejora de la casa a partir de los materiales, uno también mejora su vida. Se puede ver que una persona está teniendo éxito laboral a partir de la casa que tengan. Los comuneros también asocian la mejora de la casa con mejoras en la salud de la familia porque una casa mejorada es más limpia y, en caso se coloque una chimenea, por ejemplo, va a haber menos humo que respirar dentro de la casa. La comodidad entra en juego al hablar de mejoras: Julio, comunero de Chahuaytire, durante una de mis últimas semanas del trabajo de campo, aseguró que había separado los espacios dentro de su casa para que su familia esté más cómoda. Una casa dice mucho de la familia, es decir, una casa mejorada indica que la familia es trabajadora y que, por ello, está mejorando su casa y su estilo o calidad de vida.

d) Los “Baños Dignos”: nuevos baños en la comunidad

En la comunidad existe la presencia de nuevos baños que fueron implementados por el gobierno municipal de Písaq desde el 2014 en las comunidades del distrito como parte del Programa Nacional de Saneamiento Rural (PNSR) del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento para mejorar la calidad de vida y salud de los beneficiarios, ya que, al contar con agua potable podrán “desarrollar un conjunto de prácticas saludables y de higiene como el lavado de manos”. (Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, 2014, p.1). El nombre que el PNSR le dio a estos nuevos baños es “Baños Dignos”. Por consiguiente, los empleados del municipio y algunos comuneros se refieren a estos por dicho nombre. Sin embargo, la mayoría de comuneros se refieren a estos baños simplemente como “baños”.

Los “Baños Dignos” son pequeñas construcciones de material noble con techo de tejas y acabados internos de mayólicas; cuentan con agua entubada, desagüe, luz, lavatorios e inodoros de loza vitrificada y una ducha que tiene un calentador eléctrico. Estos baños fueron construidos e implementados primero en la urbanización. En el 2017, cuando hacía mi trabajo de campo, estos estaban siendo construidos en las casas ubicadas en los sectores lejos de la urbanización donde la mayoría de estos baños a pesar de estar construidos no tenían un buen desagüe ni agua entubada.

El tenerlos constituye para los comuneros un progreso frente a cómo vivían antes, ya que, las casas antiguas e incluso las primeras casas mejoradas no cuentan o contaban con este tipo de baños. Del mismo modo tener uno de estos baños implica poder diferenciarse internamente de quienes no los tienen. Tanto los acabados como el inodoro generan una distancia mayor de los comuneros con relación a la tierra. El inodoro permite que los comuneros hagan sus necesidades en una infraestructura especialmente diseñada para enviar los residuos por el desagüe. Esto es muy diferente a hacerlas en el campo, al aire libre o en un silo¹⁰⁴, directamente en la tierra.

¹⁰⁴ Un silo es cuando se hace un hueco en el suelo para que las personas hagan sus necesidades.

Asimismo, el acabado de la mayólica va a permitir que la limpieza sea muy fácil de modo de tener el baño limpio de polvo y tierra (Orlove, 1998).

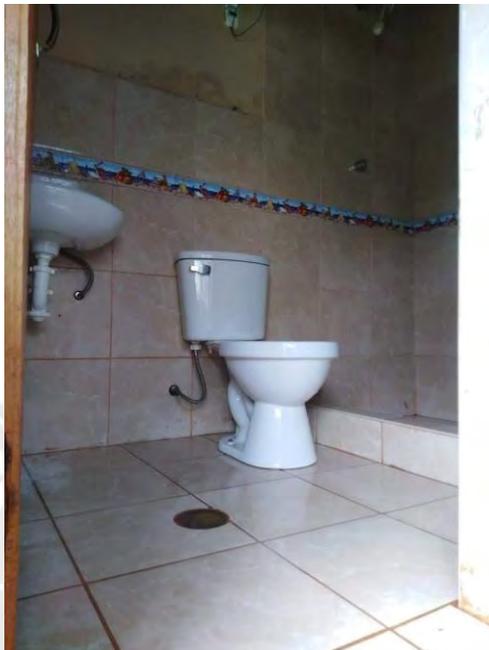


Imagen 19: Vista interior de un “Baño Digno” con inodoro y lavamanos. Foto Víctor Ylla.



Imagen 20: Vista interior de un “Baño Digno”, nótese la presencia de calentador eléctrico de para la ducha. Foto Víctor Ylla.



Imagen 21: Vista exterior de un baño digno. Foto Víctor Ylla.

4.5 Casas, cambios y jerarquías sociales: discusión sobre la valoración de las casas en Chahuaytire

Durante mi trabajo de campo, pude identificar distintos tipos de casas en Chahuaytire. Cada tipo de casa presenta sus propias particularidades. Los tipos y subtipos de casas que presento aquí han sido nombrados a partir de los testimonios de los informantes y siguen las categorías que ellos utilizaron para referirse a las casas. Esta diversidad de casas son puestas en una escala de valor a partir de las formas, diseños, materiales y acabados que presentan.

Los tipos que presento son las casas tipo antigua y las casas mejoradas. Esta última tiene tres subtipos: la casa mejorada tipo común, la casa mejorada tipo ciudad y la casa para turistas. Los comuneros valoran progresivamente las casas tipo antiguas y las casas mejoradas (y los subtipos de estas) de menos a más. Los criterios en los que se basan los comuneros para establecer la escala de valor, en la que inscriben los tipos y subtipos de casas, están en relación a

lo que ellos perciben como mejor a partir de la jerarquización social regional y del contexto turístico en el que se inscribe la comunidad.

Las ideas para mejorar, presentadas en la sección anterior, se materializan en las casas obteniendo, como resultado una casa mejorada. El estatus asociado a los diferentes subtipos de una casa mejorada, por un lado, se da a partir de la superioridad que representa la ciudad frente el campo y, por otro, a partir de lo que ellos consideran necesario para implementar el turismo vivencial como una actividad turística en la comunidad.

A continuación, presento y discuto una tipología de casas que he construido a partir de las categorías que utilizan los comuneros de Chahuaytire para referirse a las casas de la comunidad y la complejidad que esta implica en la jerarquización social dentro de la comunidad.

4.5.1 Casas tipo *antigua*

Las casas tipo antigua son de adobe (bloques de 50cm x 20cm), tienen techo de paja y tienen un solo espacio. En este único cuarto se van a realizar distintas actividades domésticas como cocinar, comer, dormir y tener cuyes. Muchas familias que viven en este tipo de casa cuentan con otra *casa* muy cerca donde duermen que usan como almacén de productos y depósito de herramientas^{105_106} (ver imagen 22).

¹⁰⁵ Ver “viviendas compactas y viviendas dispersas” como elementos de progreso en este mismo capítulo.

¹⁰⁶ Ver la imagen 22 para una idea más gráfica.



Imagen 22: La casa tipo antigua del señor Julián Pérez luego de hacer mi primera entrevista formal durante mi trabajo de campo. Esta casa la utiliza como depósito. Actualmente él vive en el sector de Uyucate. Sus hijos viven en el centro con sus respectivas familias. Foto del autor.

La estructura para el techo está hecha con palos y ramas amarradas con cuerdas a base de paja. Las medidas aproximadas de una casa grande de este tipo son 6m de largo por 3m de ancho. De alto tienen menos de 2 metros aproximadamente hasta donde empieza la estructura del techo. La casa cuenta con una puerta pequeña ubicada en el lado largo de la casa. Por lo general no presentan ventanas sino sólo pequeños orificios cuadrados en las paredes del ancho de la casa (uno en cada lado) que proveen ventilación. Es posible ver casas tipo antigua con chimeneas para la cocina (imagen 23).



Imagen 23: Nicolás Illa frente a su casa tipo antigua con chimenea de cocina en el sector de Leonpata. Foto del autor.

Las casas tipo antigua se encuentran lejos de la *población*¹⁰⁷, particularmente en los sectores Uyucate y Leonpata. En el centro poblado de la comunidad no hay ninguna de estas casas.

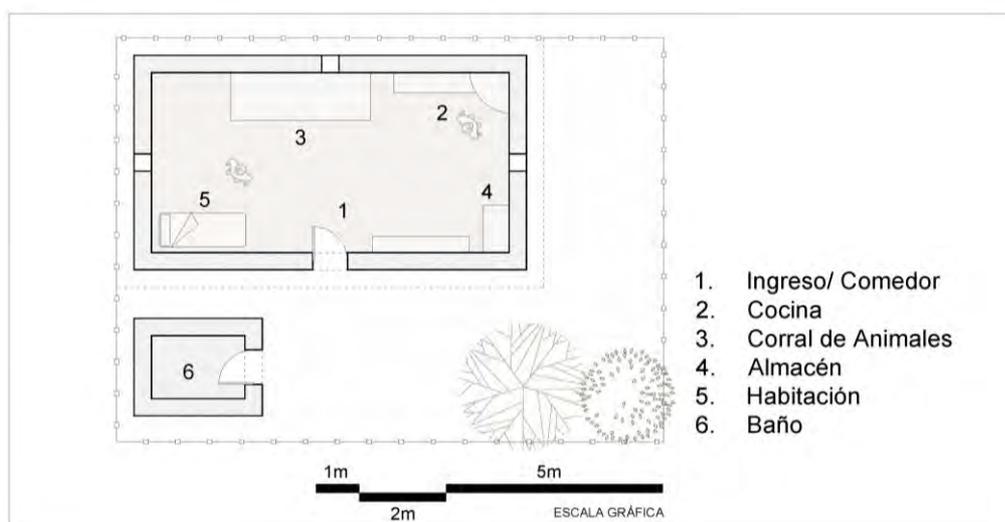


Imagen 24: Casa tipo antigua. El corral de animales es un espacio dedicado generalmente a guardar ovejas. Elaboración propia.

¹⁰⁷ Ver el proceso de urbanización de la comunidad en el capítulo 1.

Desde la perspectiva local, las casas tipo antigua son las menos apreciadas por la relación que guardan con el pasado. Simbólicamente, estas casas están relacionadas con la falta de progreso que podría haber en el campo a comparación de las ciudades desarrolladas. Esta asociación es debido a los materiales de las casas y a la ubicación de estas frente al centro de la comunidad.



Imagen 25: Techando una casa tipo antigua con paja en el sector de Uyucate. Foto del autor.

La ubicación de estas casas refuerza la diferenciación entre ciudad y campo. Un patrón dominante entre los comuneros con los que conversé es que en el centro viven las personas que han progresado, mientras que en los cantos viven los que no lo han hecho. Esta lógica es complicada de sostener puesto que muchas familias tienen una casa en el centro y otra en las partes más altas. Un motivo de esto es que hay comuneros que viven ocasionalmente en sus casas del centro y de los sectores. Por lo general estas personas son las que se dedican a la ganadería; sin embargo, dependiendo del calendario agrícola algunos comuneros junto con otros miembros de sus familias pueden pasar alguna noche en sus casas de los sectores que están más cercanas a los cultivos.

Otro motivo es que algunos miembros de las familias viven en los sectores de la comunidad y otros en el centro. Estos los son miembros encargados de las familias ganaderas o las personas mayores que se niegan a vivir con las familias de sus hijos (a pesar de que visiten casi a diario o que los nietos vayan a ayudar en los trabajos domésticos después del colegio o los fines de semana). También hay familias que viven en un sector relativamente cerca del centro y no quieren abandonar su casa. Estas familias; sin embargo, tienen una casa construida en el centro para conservar el lote que se les otorgó cuando el proceso de urbanización comenzó a principios de los años 90.

Las casas ubicadas en los sectores remiten al pasado, a un “cómo vivíamos antes”, en palabras de los comuneros, a pesar de que, como hemos visto, en la actualidad existen familias y personas que las siguen utilizando como vivienda. Debido a esto, las personas que aún habitan en este tipo de casas son miradas como personas que no han logrado desarrollarse y que siguen viviendo en el pasado, como antes, por aquellos que viven en el centro poblado. Esta relación muestra una negación de la contemporaneidad de los que viven en estas por parte de las personas que ya han dejado de vivir en dichas casas y que actualmente viven más cerca al centro y en casas mejoradas¹⁰⁸ (Fabian, 1983).



Imagen 26: Casa de Eugenio y Saturnina en Uyucate. Considerada por los comuneros como tipo antigua. Nótese la falta de ventanas y el techo de paja. Foto del autor.

¹⁰⁸ Las casas mejoradas son un tipo de casas de Chahuaytire que voy a presentar y discutir en la siguiente sección.

Para reforzar esta idea de la distancia y materiales de las viviendas, cabe resaltar el caso de las casas de piedra con techo de paja. Estas nos muestran cómo vivía la gente antes y dónde vivía la gente antes. En la comunidad hay una casa de piedra en desuso y otra que es utilizada por el pastor de las alpacas comunales. En esta última viven el pastor de alpacas y sus nietas. La casa se ubica en la parte más alejada del centro en dirección a Paucartambo (pasando el sector de Yuraq Unuyoq). Cabe resaltar que estas casas por lo general no entran en discusión al comparar las casas tipo antigua y las casas mejoradas; sin embargo, es necesario traerlas a esta discusión, ya que, son casas que aún se pueden ver (una sigue en uso) en Chahuaytire.



Imagen 27: Casa de piedra con techo de paja. Sin uso. Foto del autor.



Imagen 28: Casa del pastor de alpacas de la comunidad. Foto del autor.

La gente en la comunidad también se refiere a estas casas como “típicas”. Esto probablemente ocurre debido a las sugerencias por parte de los promotores sobre lo que los turistas están buscando. Los promotores que entrevisté insisten en que los turistas quieren ver las tradiciones que se preservan en las comunidades; aquello que es “típico”. Por esto, sostienen, las comunidades deben mantener y preservar sus tradiciones. Así, en la comunidad se genera una noción de que los turistas desean consumir o experimentar lo tradicional, que es lo opuesto al lugar de donde vienen, países y ciudades asociadas con la modernidad (MacCanell, 1976). Voy a profundizar este tema cuando presente las casas para turistas como un subtipo de las casas mejoradas.

Allen (2002), en su trabajo sobre Sonqo, le presta atención a la construcción de nuevas casas más espaciaosas y de dos pisos que se diferenciaban de las que ella conocía y que metafóricamente las llamaban casas-nido. Este cambio se vino produciendo desde la llegada de algunos promotores de desarrollo lo que hizo que las casas-nido, al igual que las casas

tipo antigua en Chahuaytire, se asocien con el pasado frente a las nuevas casas.

Muy aparte de la manera en la que estas casas luzcan o con qué estén asociadas, hay otro factor a considerar: su temperatura. Allen (2002), notó que estas nuevas casas, por ser más grandes, tener más luz y más espacio, también eran más frías, pues el calor se escapaba por las grandes ventanas y puertas sin que se caliente toda la casa. A pesar de que la mayoría de comuneros querían tener las nuevas casas, algunos, particularmente los mayores, preferían las casas “antiguas” y calientes dónde habían nacido, crecido y criado a sus hijos.

Esto lo pude constatar cuando, Nicolás Ylla (comunero de Chahuaytire) me dijo, mientras recorríamos su nueva casa de dos pisos, al pie de la carretera en el centro de la comunidad y me enseñaba, con mucho, orgullo la cantidad de cuartos que esta tenía: “*¡Antes no necesitábamos tanta frazada!*”.

4.5.2 Casas Mejoradas

Definir la casa mejorada es muy complejo por la diversidad que este tipo presenta localmente. Por ello, he separado las casas mejoradas en subtipos para ilustrar de mejor manera la diferenciación de casas mejoradas que han elaborado las personas de Chahuaytire. Estos subtipos son distintas presentaciones de una casa mejorada: tipo común, tipo ciudad y casa para turistas. Cada una tiene sus propias particularidades y una distinta valoración por parte de los comuneros.

I. Tipo común

Las casas mejoradas son más apreciadas que las casas tipo antigua por la forma y acabados de la casa. Estas son construidas con bloques de adobe de 42cm x 42cm, presentan techo de tejas y tienen una mayor elevación a comparación de las casas tipo antigua. Son más grandes, tienen ventanas y por lo general tienen dos pisos, salvo el espacio dedicado para la cocina que por lo general solo cuenta con un piso. Dentro de las casas hay una separación interna de los espacios y las personas no duermen en el mismo lugar de la cocina. Es normal que dentro de estas casas las cocinas no cuenten con

chimeneas que cumplan el propósito de sacar el humo y que las paredes por dentro no estén muy bien tarrajeadas con barro.



Imagen 29: Casa mejorada tipo común ubicada en la urbanización (residencia temporal del autor). Foto del autor.

A pesar de los cambios frente a las casas tipo antigua, no llegan a tener el mismo valor que otras casas mejoradas. Las casas mejoradas tipo común fueron una primera forma de construir las viviendas para diferenciarse de cómo vivían antes. Estas se inspiraron en casas que se podían apreciar en lugares como Písaq.

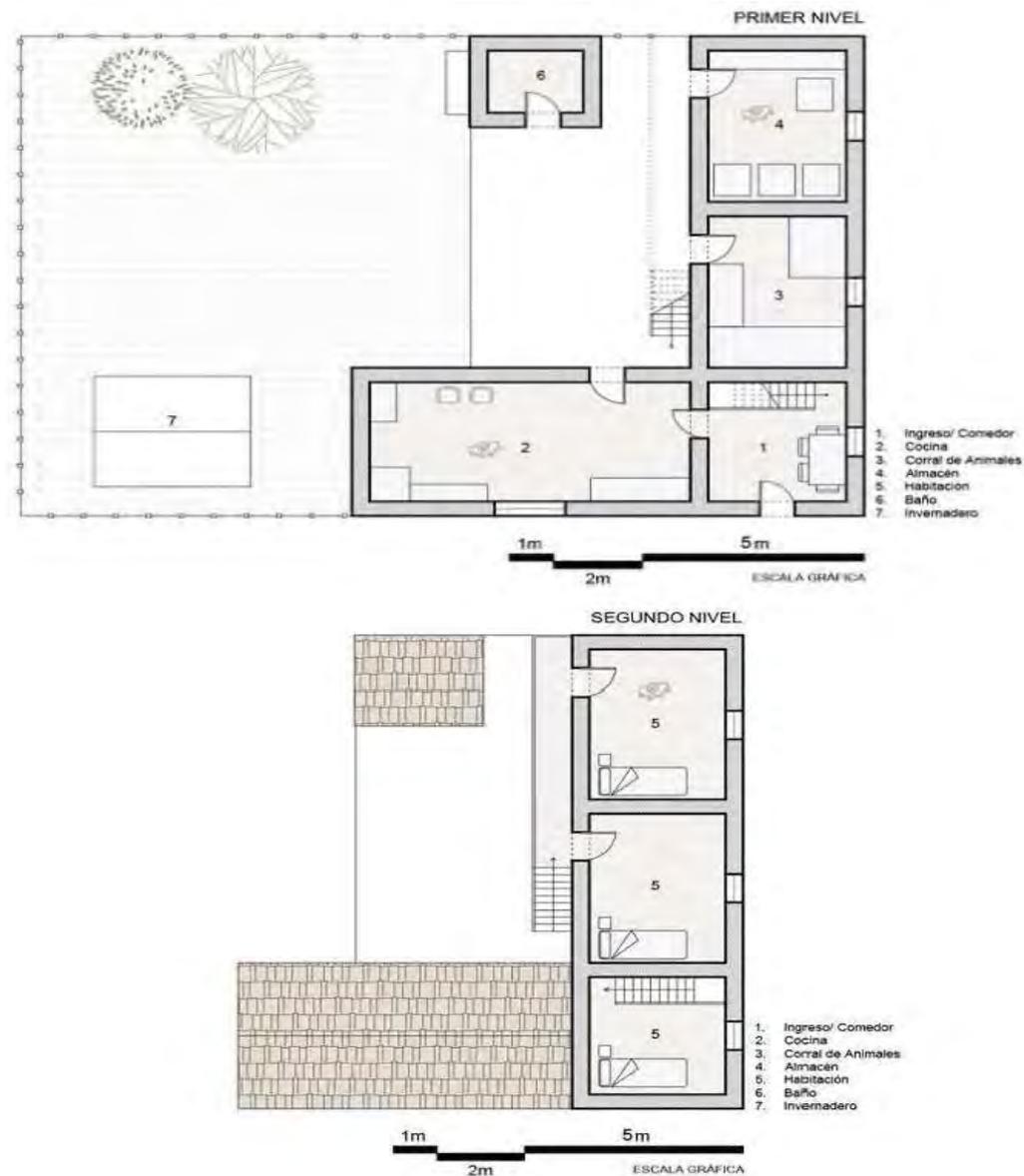


Imagen 30: Plano de una casa mejorada tipo común de dos pisos. Elaboración propia.

Luego de la reforma agraria, las personas de Chahuaytire ocuparon las tierras del ex-hacendado en el centro de la comunidad. Con el apoyo de la ONG CEDEP Ayllu, luego de repartir lotes de manera ordenada entre los comuneros, empezaron a construir sus viviendas en lo que ahora se conoce como la urbanización. Las primeras casas de la urbanización son las conocidas como tipo común; sin embargo, en la actualidad se pueden ver estas casas en otros sectores más alejados del centro. Ocupar las tierras que antes controlaba directamente el hacendado está asociado a los cambios sociales que trajo la

Reforma Agraria y a una mejora de estatus frente a un pasado de servidumbre bajo el hacendado. De igual manera vivir ahora en una urbanización, todos juntos, implicaba, para los comuneros, un progreso frente a vivir en casas dispersas en los cerros, muy separados unos de otros.



Imagen 31: Casa tipo común. A pesar de tener dos pisos y una cocina inmediata, esta casa pierde su valor en comparación a los otros subtipos de casas mejoradas debido, en parte, por la falta de tarrajeo, es decir, por dejar el adobe expuesto. Foto del autor.

Estas casas actualmente, han perdido una alta valoración por parte de los comuneros debido a que la mayoría de casas lucen un tarrajeo externo desgastado, las tejas rotas o viejas y menos acabados propios de ciudades. Por otro lado, un punto importante en la valoración de las casas es la homogeneización de las construcciones. La razón por la que los comuneros utilizan la categoría “común” para referirse a la primera innovación de las casas (frente a las casas tipo antiguas) es porque la gran mayoría seguía un mismo patrón de construcción, lo que hacía que las casas sean muy parecidas entre

sí. Esto, en la actualidad hace que los comuneros no las aprecian tanto en comparación de aquellas que sí logran diferenciarse de las demás casas.



Imagen 32: Casa tipo común con adobe expuesto en el sector de Leonpata al lado de cultivos de papas. Foto del autor.

II. Tipo Ciudad

Las casas tipo ciudad también son de adobe. Estas casas, al igual que las casas tipo común, generalmente tienen dos pisos. También tienen techo de tejas. Las casas tipo ciudad son más apreciadas que las del tipo común. Esto se da, principalmente, porque son diferentes de la mayoría de casas tipo común de la urbanización. La manera de lograr esta diferenciación es a través de implementar mejores acabados por dentro y por fuera con materiales que los comuneros consideran propios de las ciudades.

Estos acabados consisten en el uso de yeso y de cemento. También se puede ver la presencia de acabados de colores con arcilla o pinturas. Por otro lado, muchas de estas casas cuentan con calaminas de plástico transparente en algunas partes del techo para que ingrese luz al interior de los cuartos.



Imagen 33: Wasichakuy de Teodosio Ccoyo. Foto del autor.



Imagen 34: Wasichakuy de Teodosio Ccoyo. Foto del autor.



Imagen 35: Uber Ylla frente a su casa tipo ciudad. Nótese los acabados de cemento y el tarrajeo parejo del frontis. Foto del autor.

El principal cambio entre una casa tipo común y una casa tipo ciudad podría ser, a partir de mi observación, el manejo de yeso en los acabados internos de la casa y cemento en los acabados externos. Un elemento importante es la presencia de zócalos de cemento para evitar la corrosión del adobe por la lluvia o la aglomeración de barro en la entrada de las casas. Debido a estos, son consideradas más seguras contra la humedad, más limpias y mejores que las casas tipo común y las casas tipo antigua.



Imagen 36: Casa mejorada con acabados tipo ciudad: yeso en el interior de la casa, tarrajeado colorido. Foto del autor.



Imagen 37: Casa mejorada con acabados tipo ciudad: yeso en el interior de la casa, tarrajado colorido. Foto del autor.

Esta diferenciación en las casas, al remitir a las ciudades, implica para los comuneros una manera de poder sobresalir en la comunidad. La lógica es demostrar cómo uno es capaz de progresar frente a los demás al plasmar conocimientos asociados a las ciudades. Como hemos revisado, la ciudad, para los comuneros cobra importancia y valor históricamente debido a las diferencias de poder entre quienes viven en comunidades rurales, y quienes por su parte viven en zonas urbanas. Entonces, el estatus social puede mejorar al incorporar elementos de las casas de las ciudades en el contexto del centro poblado de Chahuaytire.

Durante mi trabajo de campo conocí la casa de Nicolás Illa, ubicada en el centro de la comunidad. Esta es la única casa de adobe con tres pisos que yo pude ver. Al conversar con Uber, su hijo, me comentó que ese siempre fue el sueño de su padre: diferenciarse de los demás; demostrar que él puede hacer una casa como las de la ciudad.

III. Casas para Turistas

Al comienzo de mi trabajo de campo, en el mes de febrero, fui al museo comunitario de Písaq buscando algunas respuestas sobre el turismo vivencial en las comunidades del distrito. A los pocos minutos de haber iniciado la

entrevista, el empleado encargado del área de cultura del municipio me dijo “*que dejen de haber casas de adobe [en las comunidades], es como si se perdieran los huevos de oro de la gallina del turismo*”.

Las casas para turistas son casas mejoradas que tienen el potencial para que una familia genere ingresos monetarios al hospedar turistas en las mismas. Están construidas con adobe recubierto con barro y diseños en alto relieve con motivos *étnicos* andinos en las paredes. También tienen novedosos diseños en las ventanas. Según los comuneros con los que conversé, las ventanas de estas casas idealmente deberían tener formas trapezoidales (o ser de tipo *triángulo*, como las llaman en la comunidad), de círculo o de *chakana*¹⁰⁹. Siguiendo lo que ellos consideran más atractivo para los turistas idealmente estarían techadas con paja. Sin embargo, en la comunidad no hay ni una casa para turistas que tenga techo de paja¹¹⁰.



Imagen 38: Casa mejorada con figuras en alto relieve en el frontis. Las figuras corresponden a elementos que los comuneros consideran típicos. Foto del autor.

¹⁰⁹ La *chakana* es un símbolo asociado en la región con prácticas religiosas Inca. Otro nombre que recibe este símbolo es “cruz andina” y está vinculada con el misticismo y religiosidad andina.

¹¹⁰ En Chahuaytire solo existe el restaurante Papamanka que es una mezcla de varios tipos de materiales incluyendo zócalo de piedras o cimentación expuesta, techo de paja, paredes embarradas y ventanas con diseños distintos. Este restaurante sí tiene techo de paja y es un referente para las formas ideales de construir las casas para turistas. Esto último, debido a que las personas que van al restaurante son turistas. Pero, cabe resaltar que esta construcción no es una casa per se.



Imagen 39: Faena en la Asociación Virgen Asunta. Nótese las casas en el fondo con techo de paja y ventanas con forma trapezoidal. Estas fueron construidas para recibir turistas. Foto del autor..

Existen dos razones por las que estas casas tienen mayor prestigio que los otros subtipos de casas mejoradas. En primer lugar, las casas para turistas tienen acabados que según los comuneros son más atractivos para los turistas y están acondicionadas para que estos puedan pasar una o más noches de manera cómoda en estas. Para que una casa sea atractiva para turistas, los comuneros van a tener que diferenciarlas de las otras casas mejoradas con motivos y materiales que objetivamente poseen una carga étnica andina, de modo que sean percibidas por los turistas como tradicionales o antiguas (Comaroff, 2009; Ulfe, 2011).



Imagen 40: miembros de la Asociación Virgen Asunta preparando la paja para el techo de su local para mostrar textiles.



Imagen 41: Casa para turistas con planta en forma hexagonal, techo de paja y ventanas tipo 'colonial'. En la práctica esta casa no se encuentra operativa, pero es un referente para cómo quisieran tener las casas para turistas. La planta y las ventanas es lo que los comuneros mencionan como deseable cada vez que se referían a esta casa. Foto: Walter Illa

Si bien en muchos casos las casas para turistas pueden parecerse a las casas tipo ciudad, lo que las diferenciaría sería el propósito por las que han sido construidas. Estas casas están originalmente destinadas para poner en práctica el turismo vivencial. Esta actividad consiste, en la mayoría de casos, en que un turista o más tengan una experiencia 'verdadera' de cómo viven los comuneros: comer lo que ellos comen, aprender a trabajar la chacra, tejer y dormir en sus casas.

Este propósito es la otra razón por la que son más valoradas. El prestigio que adquiere una casa para turistas es, también, debido al potencial que tienen de generar ingresos monetarios. Los ingresos monetarios que generaría el turismo vivencial, como hemos visto, les permitiría a los comuneros acceder a bienes y servicios que necesariamente demandan dinero, es decir, acceder a prácticas económicas "de la ciudad". Sin embargo, hasta ahora esto es una expectativa, ya que, el turismo vivencial no sucede como se espera.



Imagen 42: Casa para turistas en construcción. Nótese los detalles de los balcones de madera con figuras de rombos y chakanas. Foto del autor.

Estas casas, como hemos visto, según los testimonios, deberían presentar formas innovadoras que llamen la atención de los turistas. En Chahuaytire estas formas también son admiradas por el resto de comuneros. Por ello, en la comunidad se refieren a las formas de las casas que más destacan como *modelitos*¹¹¹. Las plantas de estas casas pueden ser desde tipo ‘bota’ o “L” hasta algo más radical como un hexágono, por ejemplo, logrando, así, una clara diferencia frente al resto de casas. Algunos comuneros sostienen que estas casas, así como algunas tipo ciudad, también tienen un mayor valor, ya que, se usan planos para construirlas.

Si bien en Chahuaytire no hay alguien que sepa hacer planos, según los comuneros estos pueden ser comprados a maestros de obras en Písaq o a los dueños de las casas con dichas formas. Como me dijo un amigo de Chahuaytire mientras caminábamos a cambiar las vacas de lugar en Uyucate:

¹¹¹ Modelitos se refiere a que las casas son un modelo a seguir o un modelo como punto de partida para la construcción o reconstrucción de otra vivienda.

“el plano más difícil de conseguir es el de una casa que está en [el] Camino [Inca] que tiene forma de cara de Inca. ¡Solo se puede ver desde arriba! [Pero] muy caro vende el plano”. Estos planos tienen las formas que ellos están buscando: formas que difícilmente alguien más va a tener, formas que logren diferenciarse de los demás. Como vimos en el capítulo anterior y vamos a volver a ver en la siguiente sección, para construir nuevas casas se utilizan otras construcciones como referentes. Por nombrar algunos referentes encontramos las casas de la Rinconada¹¹², a las afueras de Písaq, y algunas cerca del Camino Inca.

Las casas para turistas, como los otros subtipos de casas mejoradas, también tienen separación interna de espacios. Las separaciones de espacios, en estos casos, se vuelven más relevantes, ya que, son espacios pensados únicamente para turistas.

Las casas para turistas deben tener un cuarto especialmente para el dormitorio de los turistas. Ernesto Baca, en una entrevista se refirió a estos como *“el espacio sagrado”*. Debido a que los turistas no son personas de la comunidad, los comuneros sostienen que ellos se podrían incomodar si es que no hay estas separaciones. Como me comentó Eugenio Pérez: *“los turistas se incomodan de nosotros”*. Por ello, las casas para turistas, aparte de tener que estar *“limpia, limpia, más limpia [y que] no haya un pelito, así”*, deben estar acondicionadas especialmente para recibirlos de tal manera que no se incomoden.

Estas habitaciones son de uso exclusivo para turistas, es decir, no son utilizados por ningún miembro de la familia. En otros casos se tratan de casas contiguas (ver imagen 50) a la que los comuneros utilizan que están acondicionadas para turistas y, al igual que los dormitorios, no son utilizadas por quienes no son turistas. Debido a la falta de turistas, estas habitaciones o casas acondicionadas para turistas permanecen sin uso.

¹¹² Rinconada es una zona de Písaq ubicada en el tramo de la carretera antes de empezar a subir hacia el mirador de Intiwatana si vienes desde la plaza. En esta zona existen varios hospedajes que son utilizados por extranjeros. En el capítulo anterior discuto como es que estas casas son un referente para las formas en las que los comuneros idealmente construirán sus casas.

A partir de una síntesis de entrevistas, las características principales que las habitaciones para turistas deben tener son las siguientes: debe ser un espacio independiente, el adobe no puede estar expuesto, debe estar ordenado siempre, toallas limpias, mesa de noche, cenicero para los cigarrillos, mesas con una silla “*porque el turista estudia*” (esto último podría surgir de una confusión entre antropólogos y turistas¹¹³), cama con colchas y frazadas limpias, almohadas con cobertor, y botiquín completo.

Los turistas, en caso se hospeden en las casas para turistas, van a estar junto a los comuneros, pero sin compartir los mismos espacios para dormir e incluso, muchas veces, para comer. Esto me lleva a un almuerzo que Santiago¹¹⁴ me invitó en su casa. Santiago insistió en que yo me sentara en una mesa cubierta con un plástico a modo de mantel. Esta mesa, rodeada de sillas, se encontraba en una habitación acondicionada como comedor ubicada en un espacio lejos de la cocina. Había todo tipo de utensilios para comer y limpiarse: cucharas, tenedores, cuchillos, servilletas de papel. Este espacio estaba separado de la cocina, que no era “mejorada”, por un plástico a modo de puerta. Su esposa estaba sentada en una banca hecha del tronco de eucalipto y sus hijas en una banca de adobe que pareciera ser la continuación de la pared de adobe. Las tres estaban al lado del fogón de la cocina mientras comían y servían más comida para el gringo (para mi).

El anfitrión del almuerzo estaba sentado frente a mi en la misma mesa. Mientras esperaba nuestra comida, me miraba y por ratos levantaba el plástico para darle indicaciones a su esposa con respecto a la comida. Al poco rato su esposa trajo un plato de comida y me lo sirvió primero –a insistencia de Santiago–, luego regresaría con el otro plato para Santiago. Si bien este comedor se podía utilizar en caso tengan que invitar a almuerzo a personas luego de trabajar las tierras de la familia, este espacio había sido diseñado principalmente para separar a los turistas del fogón. Santiago sostuvo que los trabajadores pueden estar al lado del fogón porque están acostumbrados,

¹¹³ Sugerencia personal a base de experiencias propias

¹¹⁴ Pseudónimo de un comunero de Chahuaytire

mientras que los turistas “*se incomodan, siempre*”¹¹⁵. El comedor no es utilizado habitualmente por los miembros de la familia nuclear. Debe haber o mucha gente en la casa por algún motivo o una celebración para que este comedor sea utilizado. En otros casos pude observar que el comedor que por lo general no era utilizado por las familias de Chahuaytire, solo se utilizaba cuando algún familiar que no reside en la comunidad visitaba el hogar.

4.6 Discusión a partir de las casas y sus implicancias

A partir de lo revisado, las casas mejoradas son una manera en la que los comuneros pueden diferenciarse de sus pares que “aún” tienen casas tipo antigua en la comunidad. Los cambios en las casas giran en torno a las narrativas de modernidad que vienen moldeando distintas prácticas y lógicas dentro de la comunidad. Así como existe una contraposición de lo antiguo frente a lo nuevo como formas ‘tradicionales’ y ‘modernas’ respectivamente en distintas prácticas sociales, lo mismo viene ocurriendo en la manera en que se construyen las casas. Chahuaytire está pasando por un proceso de transformación articulado a narrativas de modernidad que, al enfocarnos en construcción de las casas, vemos un contraste entre las casas viejas con las casas nuevas, es decir, entre las casas tipo antigua y las casas mejoradas (Allen, 2002).

Finalmente, estos nuevos cambios “re-estructuran la relación entre sus habitantes” (Allen, 2002, p. 236), lo que yo asumo como las negociaciones del estatus social entre los comuneros de Chahuaytire. Por un lado, acercándose a modelos más urbanos y, por otro, a partir de la expectativa de recibir turistas en la comunidad, reinventando la autenticidad étnica en las casas para turistas.

Sonia Ylla me aseguró que “*los turistas que vienen [a las comunidades], vienen por que están aburridos. Ya no saben qué hacer con sus vidas*”. Juan Huamán, en otra conversación complementa que los turistas vienen por que “*en su país ya están cansados, pues. De material noble viven, no es como acá, con adobe*”.

¹¹⁵ Frase utilizada por el informante durante el almuerzo

Como sostienen Sonia y Juan con sus testimonios, los turistas vienen a las comunidades para ver algo distinto a lo que están acostumbrados, es decir, ver casas de adobe a diferencia de edificios grandes de cemento, por ejemplo. Las casas de adobe, entonces resultarían una atracción para los turistas. Estas casas han sido construidas por las expectativas de los comuneros por recibir turistas e incrementar sus ingresos monetarios. Una vez construida o modificada la casa estas expectativas aumentan. Siguiendo a Fuller (2009), recibir turistas en la comunidad es una actividad turística donde se escenifica una nueva realidad construida específicamente para los turistas, a partir del conjunto de ideas ya formadas sobre qué “es lo que les gusta a los turistas”. Asimismo, la casa para turistas es una casa auténticamente escenificada para atraer y recibir turistas a partir de una estética que los aleje de la modernidad y los lleve a experimentar cómo viven los indígenas u otras formas remotas de sociedad (MacCanell, 1999).

Sin embargo, como ya he mencionado anteriormente, los turistas no llegan a Chahuaytire como los comuneros esperan. Por más que arreglen y construyan sus casas para turistas, estas están vacías y no están cumpliendo el propósito para el cual están destinadas. Por ello, sostengo que las casas para turistas (como un subtipo de las casas mejoradas) actualmente sirven fundamentalmente como un indicador de diferenciación social dentro de la comunidad.

Finalmente, si bien las casas para turistas buscan un parecido con lo tradicional a partir de los materiales y diseños estéticos para atraer turistas, dentro de la comunidad estas muestran cierta innovación que las diferencia de las demás. Las casas para turistas son el esfuerzo y la materialización de sus expectativas de mejorar frente al lugar en el que se encuentran en la estratificación étnica cusqueña. Esta se puede mejorar en tanto logren cumplir con sus expectativas de articularse al turismo como una actividad económica. Esto último hace que los comuneros las asocien con la modernidad (Allen, 2002; Ulfe, 2011).

Lo más paradójico de esto es que las casas para turistas, a pesar de ser las más valoradas por las personas de la comunidad, en el fondo de cierta

manera consisten en una reinención de las casas menos valoradas: las casas tipo antigua. A partir de ciertas modificaciones una construcción con los materiales de la casa tipo antigua se puede convertir en una casa mejorada para turistas.

Como ya lo dije previamente, las casas tipo antigua son las menos valoradas por la gente de la comunidad. Sin embargo, resulta paradójico que estas tengan los mismos materiales principales que las casas para turistas: adobe y techo de paja. Por ello, al aplicarle algunos de los elementos asociados al progreso como levantar los techos para que tengan mayor altura, ampliar el tamaño extendiendo una pared, algunos acabados de cemento, separación de espacios o diseños andinos en relieve o pintados sobre el adobe exterior, una casa tipo antigua se transforma en una más valorada por los comuneros de Chahuaytire.

Entre las modificaciones que una casa tipo antigua podría tener para mejorar vemos que las paredes de adobe no pueden estar sin tarrajeo, deben ampliarse las pequeñas ventanas o crearse nuevas. Estas deberían tener una forma trapezoidal, circular o de chakana. También, los comuneros sostienen que, debido a la estatura de los turistas, el techo debería levantarse unos cuantos centímetros y el vano de la puerta también debe ser más alto.

Hay casas que tienen el potencial para poder transformarse en casas para turistas y, así, ser más valoradas por los comuneros. La misma casa dependiendo de los elementos que se le añadan o de los que carezca puede ser valorada de modos muy distintos. Entendí esto cuando mi amigo Walter Ylla me decía que dentro de sus casas favoritas se encontraba una 'casita' abandonada con techo de paja. Cuando le pregunté por esto, su respuesta fue simple: *"si la arreglas queda bonita, pues"*.



Imagen 43: Esta casa, sostiene Walter, tiene el potencial de adquirir mayor valor si es que le hicieran los arreglos necesarios (para mejorar). Foto por Walter Ylla.



Imagen 44: Restaurante "Papamanka". A pesar de no ser una casa propiamente dicha, es considerada dentro de la tipología como una casa para turistas. Se trata de la construcción más valorada en la comunidad por los materiales utilizados y las formas que presenta. Los comuneros consideran que muchos turistas visitan el Parque por que el restaurante resulta muy atractivo para ellos. Foto: Walter Ylla.

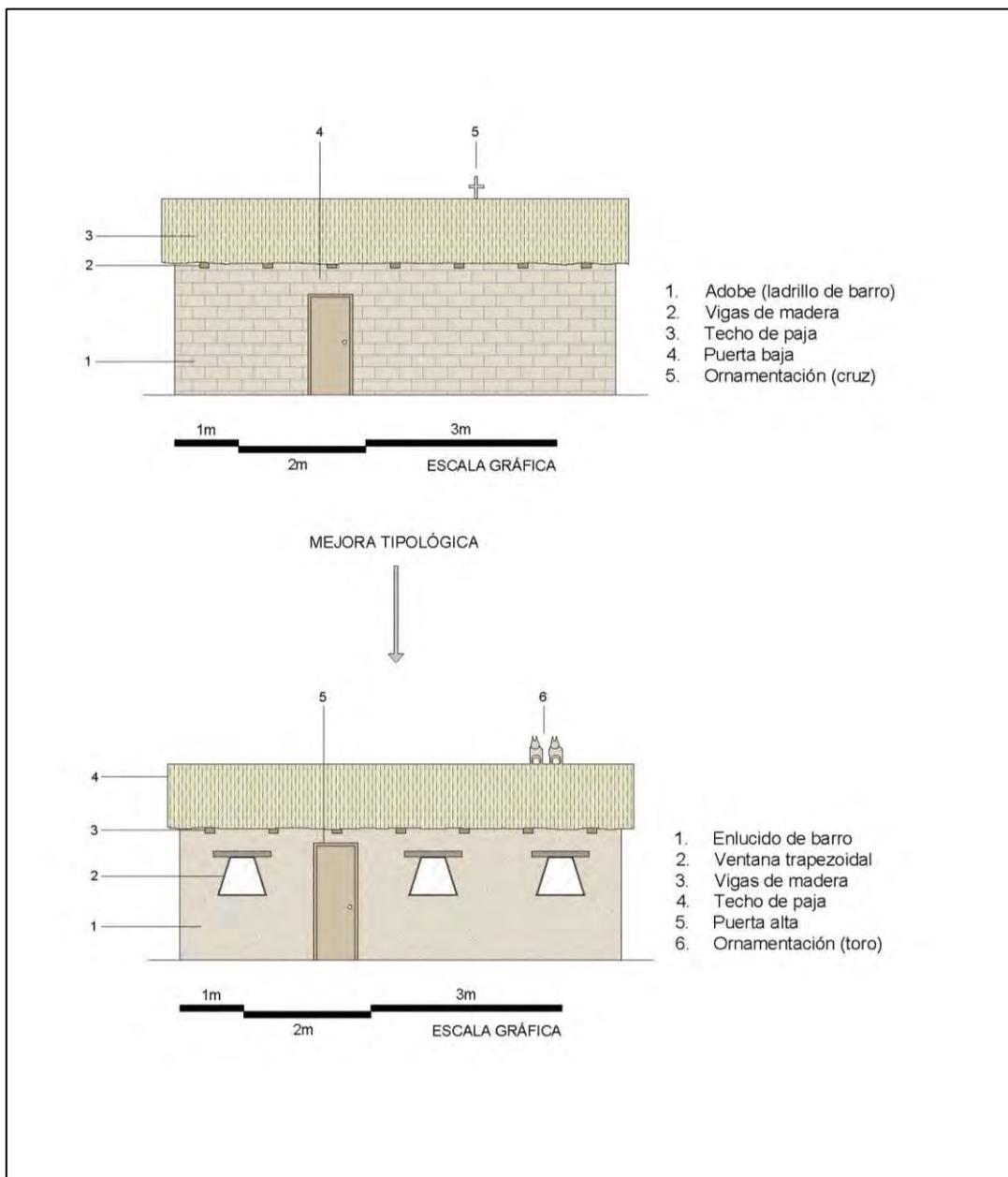


Imagen 45: Una casa tipo antigua tiene el potencial de convertirse en una casa más valorada por los comuneros y atractiva para los turistas. Elaboración a partir de boceto propio basado en las conversaciones con los que participaron de la actividad de registro fotográfico. Elaboración propia.

En Chahuaytire podemos ver algunos intentos por parte de los comuneros en convertir sus casas para atraer turistas. La manera más sencilla y común de hacer esto es aplicando figuras en el frontis o en otras paredes de las casas. Si bien lo esperado son figuras en alto relieve con motivos andinos, podemos encontrar dibujos con pintura sobre las paredes que remiten a

elementos étnicos del Perú como líneas de Nazca o andinos como la chakana y elementos de casas estrictamente consideradas -por los comuneros- como del pasado: piedras.

Haber realizado figuras en alto relieve sobre la fachada corresponde son al concurso de fachadas del Corredor Puno-Cusco descrito en el capítulo 2 y 3. Estas fachadas nos muestran cómo repercuten algunas iniciativas o proyectos en comunidades campesinas.



Imagen 46: Casa mejorada con diseños en alto relieve sobre la fachada. Los diseños apelan a elementos peruanos como las líneas de Nazca y un auquénido. Foto del autor.



Imagen 47: Casa mejorada con dibujos de piedras como si fuera una puerta incaica. Foto del autor.



Imagen 48: Casa con diseño de chakana en la pared. Foto del autor.

4.7 Aspiraciones: imaginación y las casas del futuro

En esta sección busco mostrar etnográficamente la valoración superior de lugares más urbanos por los comuneros de Chahuaytire a partir de sus propias aspiraciones sobre sus viviendas. En esta sección es importante retomar las referencias en la que los comuneros se basan para pensar sus casas en el futuro.

Mi interés en entender las aspiraciones de las personas de Chahuaytire surgió luego de haber ido con una delegación de la comunidad a un concurso de danzas en el distrito de Ocongate. Luego de un viaje de cuatro horas, en la parte de atrás de un camión llegamos a Ocongate y recorrimos las calles, la plaza y el mercado municipal que recientemente había sido remodelado. Las conversaciones entre los comuneros y los comentarios que pude oír se enfocaban en las diferencias que existían entre Chahuaytire y el distrito de Ocongate. Efectivamente, la reciente remodelación del mercado municipal era impresionante: el piso de mayólicas, los puestos bien delimitados, vidrios espejos de colores y en el segundo piso las oficinas municipales. Estaban comparando para preguntarse qué le falta a Chahuaytire para llegar a tener alguno de los cambios que estaban admirando en Ocongate. Incluso decían que esos cambios podrían ser mejores en su comunidad porque hay más espacio para hacer las calles más anchas y una mejor plaza.

Estas conversaciones muestran cómo los comuneros de Chahuaytire buscan referencias de lugares que consideran mejores, para en algún futuro poder aplicarlos y mejorarlos en sus propias casas en su comunidad. Querer aplicar estos cambios está asociado con el deseo de mejorar su situación actual, de querer progresar.

Conversando con ellos noté que existe una diferencia entre la casa que quieren construir para sí mismos de la casa que quieren construir para los turistas. En primer lugar, voy a presentar las referencias que las personas utilizan para llegar a estos ideales. Luego, voy a pasar a describir brevemente aquellos sueños con respecto a las construcciones.

4.7.1 Referencias

Hasta el momento he presentado que las referencias sobre las formas de construir, tener y arreglar una casa están relacionadas al contexto turístico de Cusco mediante las capacitaciones. Sin embargo, también pude identificar otras referencias que no necesariamente se relacionan con las capacitaciones ni el contexto turístico. A continuación, voy a presentar cómo ciertas referencias intervienen en las aspiraciones personales de los comuneros que cumplen distintas funciones y que se presentan de diferentes maneras. Los conceptos que utilizo aquí son de elaboración propia.

Las referencias tangibles son aquellas referencias que han sido vistas personalmente por la gente de Chahuaytire y que, luego, intentan copiarlas o aplicarlas en la comunidad¹¹⁶. Existe una noción generalizada de que en las ciudades se encuentran las casas bonitas. Esto porque en las ciudades se concentran la mayor cantidad de construcciones con materiales que son considerados por los comuneros como mejores. Principalmente a lo que los comuneros de Chahuaytire se refieren con casas bonitas, son los hoteles y casas que se encuentran en la zona de Rinconada en Písaq.

Para los comuneros de Chahuaytire, la ciudad es el lugar donde se encuentran las referencias de cómo deben ser las casas por las formas y materiales que presentan. *“De abajo uno viene con nuevas ideas, como usar vidrio, mayólica y poner balcones”*. Jaime¹¹⁷, en esta cita, se refiere a que las nuevas ideas para las casas vienen de Písaq, de la ciudad.

A pesar de esto, los comuneros sostienen que si todos empezaran a imitar estas casas las construcciones van a dejar de ser bonitas porque todas las casas van a ser iguales. Para la gente de Chahuaytire, uno siempre debe poder diferenciarse de los demás para que una casa sea bonita. Por ello, es tan importante para ellos innovar con los diseños (figuras en las paredes, acabados en los balcones de madera, forma de las ventanas) y los materiales en las construcciones y modificaciones de las casas.

¹¹⁶ Estas son las capacitaciones por observación a las que me refiero en el capítulo 2.

¹¹⁷ Extracto de entrevista con Jaime, comunero de Chahuaytire, mientras hablábamos sobre las ideas de como construir las casas.

Las referencias mediáticas, se tratan de aquellas referencias que no han sido vistas en persona por la gente de Chahuaytire. Estas referencias hasta el momento no han sido implementadas en las casas de la comunidad. Estas referencias son mediadas principalmente por internet y las películas. Los comuneros usan internet para buscar y ver todo aquello que sea de su interés. Por ejemplo, en caso un joven tenga un interés por Japón¹¹⁸, va a buscar cómo son las casas¹¹⁹ en Japón para luego fantasear que, en un futuro, cuando tengan los recursos necesarios van a poder imitarlas y, así, tener casas más bonitas. Algunas familias tienen televisores y reproductores de películas. A partir de las películas que ven, por lo general antes de irse a dormir, empiezan a surgir nuevas ideas sobre qué es lo que quieren en un futuro (Appadurai, 2001).

Las referencias sirven para imaginar sobre las aspiraciones personales de las personas de la comunidad. Las personas buscan tener una casa que sea mejor que las otras, una casa diferente. Por ello, se utilizan estos tipos de referencias para, en caso las apliquen, no puedan ser imitadas con facilidad.

4.7.2 Aspiraciones individuales:

Entre las aspiraciones personales de las personas de Chahuaytire podemos encontrar las siguientes:

a) Casas, hoteles y albergues para turistas

La mayoría de personas aspira a tener un hospedaje para turistas. Estos hospedajes pueden ser de distintas maneras, según los intereses personales de cada individuo. Estas aspiraciones están basadas en aquello que consideran que sería llamativo para turistas, pero combinado con los elementos basados en la idea de mejora con la atención para turistas:

¹¹⁸ El interés por Japón es algo, que ha emergido en más de una conversación con jóvenes de la comunidad. Esto está relacionado con el gusto por las películas de artes marciales que son un referente cotidiano en la comunidad. Mientras escribo esto me recuerda al Karateca de Chahuaytire, Rosini Yila, 8 años, y su manera de imitar los movimientos de las películas de artes marciales.

¹¹⁹ Las casas que buscan en Internet son de otras partes del mundo porque allá son más bonitas, Japón son solo un ejemplo.

habitaciones separadas, agua caliente, zona de parqueo, limpieza, baños privados.

- i. Hotel tipo ciudad, con material noble y muchas ventanas grandes y de colores para poder ver la comunidad. Material noble para poder construir varios pisos y tener varios cuartos (entre ocho y diez cuartos). Con baños buenos y limpios. El hotel debe tener muchas figuras 'tipo inca' o andinas en las paredes. Algo parecido a los hoteles de Pisaq que tienen piedras dibujadas en las paredes.
- ii. Casas para turistas. Tal como he descrito en la tipología, se tratan de casas mejoradas que tienen el potencial de atraer turistas y hospedarlos. Estas casas se diferencian de las demás debido a los acabados que presentan y el potencial de recibir turistas.
- iii. Tipo albergue campestre. La referencia directa de esto es el hotel Royal Inca ubicado en Rinconada en Pisaq. Muchas personas vienen de distintas partes de Cusco los fines de semana para pasar una tarde de sábado o domingo. Las personas de las comunidades son conscientes de esto, lo ven y lo quieren imitar porque, según ellos, como hay muchas visitas en Pisaq ya no hay espacio por eso quieren subir a las comunidades, pero no hay espacios como el Royal Inca con juegos y piscina. Del mismo modo deben tener cancha de fútbol. Los elementos 'tipo inca o coloniales' deben estar presentes también para llamar la atención a los turistas, así como los materiales que le gustan al turista, como el adobe. Este es como una casa para turistas, pero en una escala mayor.

En Chahuaytire, las personas tienen claro que no todos los turistas tienen los mismos gustos e intereses: algunos les gusta un hospedaje tipo ciudad, otros quieren como lo que hemos presentado como casas para turistas en este capítulo.

b) Casas para uno

Para entender estas aspiraciones y cómo son imaginadas por los comuneros de manera ambigua, a continuación, voy a usar la casa que Jaime Ylla, 28, tiene en mente para el futuro. Esta casa tiene referencias tangibles y mediáticas. Con respecto a las referencias mediáticas, las ha sacado de películas que ve en horas del almuerzo y la cena junto a sus hermanos y primos con quienes teje todos los días. Esta descripción es un extracto de las notas de mi cuaderno de campo mientras conversaba con Jaime. Es necesario mencionar la manera en la que se entrelazan las aspiraciones con respecto a la casa para uno y la casa para turistas:

[*nota de campo*]

El sueño de Jaime es construir una mansión en Chahuaytire, como un castillo con acabado “*tipo chino*” acá pero caliente, es decir, de barro/adobe (tierra). Quiere hacer un albergue con piscina y todo. Este albergue, me dice, podría ser utilizado para negocio por la cantidad de visitas que vienen a la comunidad.

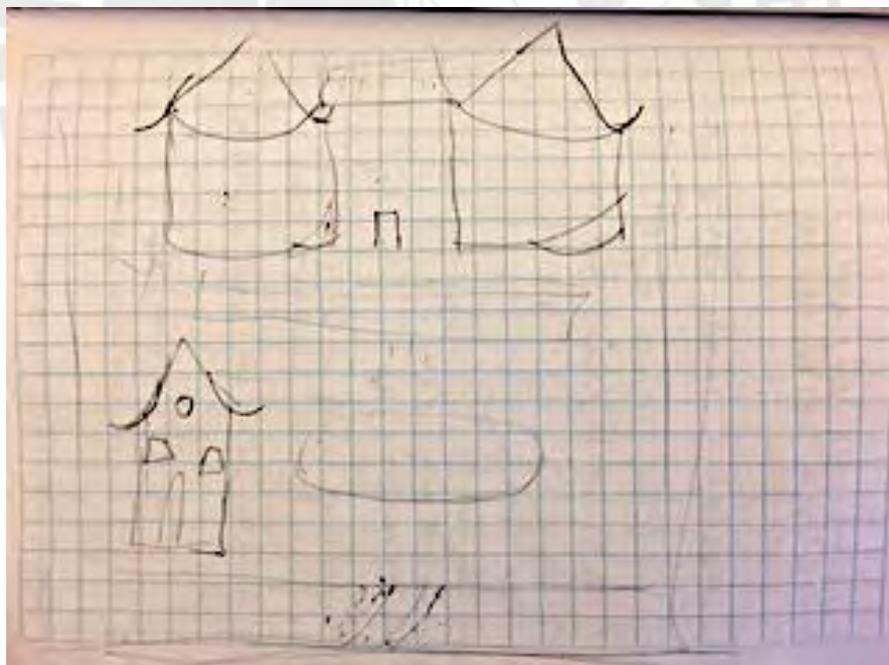


Imagen 49: Aspiración de Jaime Ylla en torno a su vivienda. Una casa con ventanas 'tipo inca' y techo 'tipo chino'. Dos 'torreones' conectados con un puente. Una piscina. Dibujo realizado por Jaime Ylla en mi cuaderno de campo

Esto muestra cómo es que las personas de Chahuaytire aspiran a diferenciarse de los demás a través de la construcción de sus viviendas.

Básicamente, las aspiraciones siguen lo presentado en la sección anterior sobre las ideas de mejora y modelos para progresar. Sin embargo, acá podemos ver cómo las ideas de mejora las llevan un poco más lejos cuando se trata de usar la imaginación en base a los intereses personales y referencias que se tienen.

Al preguntar por las casas que les gustaría hacer, pude encontrar muchos de los elementos que son valorados por las personas de Chahuaytire. Estos elementos, como he mostrado previamente no necesariamente están en función al turista, ya que, a pesar de seguir generalizaciones de lo que creen que les gusta a los turistas, a la hora de pensar en su casa personal también se aplicarían algunos acabados que no necesariamente remiten a lo andino, sino que, por el contrario, apunten a referencias más globales.

Para las personas de Chahuaytire, una de las restricciones para llevar a cabo sus sueños es la falta de dinero. Muchas personas, sobre todo jóvenes, mencionan que ya cuentan con un terreno que les han dado sus padres, pero todavía no pueden construir su casa por falta de ingresos monetarios. En la comunidad, efectivamente, hay pocos trabajos remunerados. Esta es una razón por la que los jóvenes migran a las ciudades en búsqueda de trabajos que generen ingresos monetarios. Así, algún día, sostienen los jóvenes entrevistados, podrán cumplir sus sueños sobre las casas.

4.8 Balance sobre las casas y jerarquías sociales en Chahuaytire

Las casas implican muchas cosas: el lugar donde uno duerme, donde uno se alimenta, donde uno guarda sus cosas, donde uno trabaja tejiendo y arreglando la misma casa. Más allá de estos fines prácticos, estas casas diferencian unas familias de otras a partir de la implementación de mejoras y la inclusión de elementos que le dan mayor prestigio y se asocian a ciertas nociones de progreso. Entonces, cuando una familia logra implementar alguno de estos cambios lo que está logrando es adquirir un mayor estatus frente a los otros comuneros que no han introducido alguno de los elementos.

Siguiendo a Orlove (1998), la distancia física con la tierra está asociada a nociones de jerarquización social en los Andes. En su trabajo, Orlove elabora

que la cercanía con la tierra está asociada con el campo, donde viven y trabajan los campesinos. El campo y la proximidad con la tierra a su vez tienen un menor estatus en comparación con quienes viven en las ciudades, que ocupan la posición más alta de la jerarquía. Complementariamente, De la Cadena (1991), sostiene que un campesino a través de la migración a espacios urbanos puede cambiar su estatus social.

Para los comuneros de Chahuaytire, el uso de los materiales presentados en la sección anterior, implica una negociación del estatus social que uno quiere tener. Esta negociación es lo que genera, finalmente, una competencia social dentro de la comunidad. Los comuneros de Chahuaytire, al querer arreglar sus casas cubriendo el adobe –la tierra- con yeso, por ejemplo, están tomando distancia de su posición como campesinos frente a quienes viven en ciudades más grandes y tienen otras formas de trabajo que son remunerados (De la Cadena, 1991; Orlove, 1998). Las casas que presentan alguno de estos elementos con mayor prestigio es un elemento que la diferencia ante otras. La diferenciación a partir de estas ideas de mejora y elementos que tienen mayor estatus permiten ver una casa como un índice de las jerarquías sociales dentro de la comunidad.



Imagen 50: Casa de Nicasio Pérez. Su vivienda presenta dos casas construidas claramente diferenciables. A la derecha de esta imagen, detrás de Nicasio, se encuentra la casa que él y su familia utilizan para dormir en el segundo piso. El primer piso de esta sirve para guardar herramientas y productos agrícolas. La otra casa es la que él ha construido para turistas. Nótese la presencia de flores, los acabados del balcón, el tarrajeo de las paredes. Nicasio tiene una casa mejorada tipo común para su uso personal al lado de una casa para turistas que no se encuentra en uso. Esta casa tiene camas, colchones y frazadas; sin embargo, nunca ha sido utilizada por turistas. Esta casa sólo ha sido utilizada una vez por un grupo de familiares de Nicasio que vinieron para un matrimonio de Cusco. Foto del autor.

Utilizando las categorías de Bourdieu (2000), en Chahuaytire, la persona que tiene una casa que es valorada por los demás comuneros adquiere mayor capital simbólico que la mayoría de comuneros. Este reconocimiento social es posible porque la persona, al tener esta casa muestra que tiene (o ha tenido) los recursos para comprar materiales y construir la casa (capital económico), el conocimiento adquirido a través de las capacitaciones de diversos tipos (capital cultural) y cuenta con el apoyo de personas como capacitadores y una red de parientes y compadres e incluso extranjeros (capital social) necesarios para hacer una casa prestigiosa.

Las jerarquías sociales internas en Chahuaytire están establecidas, en cierta medida, por las maneras en que los comuneros construyen y modifican

sus casas. El capital cultural que adquieren los comuneros para construir casas más valoradas lo adquieren de zonas menos rurales. El demostrar haber aprendido un conocimiento de la ciudad (en este caso, cómo utilizar ciertos materiales y aplicarlos en sus viviendas) va a permitir que un campesino o campesina negocie su posición social dentro de la comunidad de una mejor manera. No es casualidad que un subtipo de casa mejorada sea identificado como 'tipo ciudad'.

Estos conocimientos llegan por distintas referencias externas a la comunidad. Los lugares de los que vienen las referencias (capacitaciones, películas, contacto con turistas, viendo hoteles en las ciudades, medios de comunicación), en términos utilizados por De la Cadena (1991), son más "mistis" o menos "indios". Por ello, los campesinos buscan un mayor estatus a través de ser menos rurales, adquiriendo elementos asociados con la ciudad e incorporándolos en sus casas (De la Cadena, 1991).

Finalmente, las personas que viven en casas tipo antiguas, debido a las expresiones de los informantes, son pensadas por los mismos comuneros como si estuvieran viviendo en el pasado. Esta asociación, como lo plantea Fabian (1983), implica una negación de la contemporaneidad de los que viven en esas casas. La motivación de los comuneros por progresar, entonces, podría plantearse como una manera de alejarse de un pasado "atrasado" y reclamar contemporaneidad como aquellos que viven en zonas entendidas como más modernas, esto es, las ciudades.

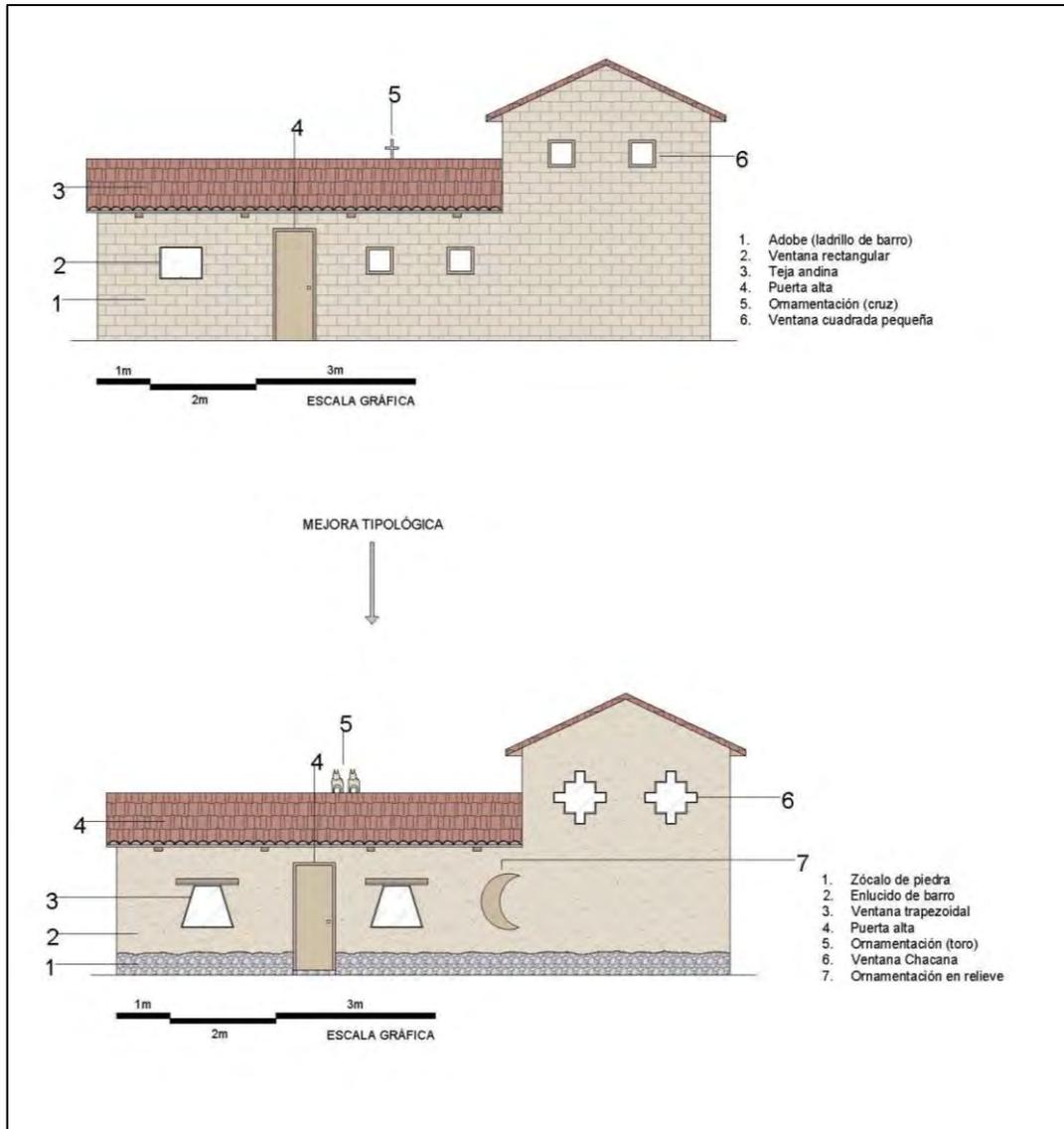


Imagen 51: Muestra la manera en la que ciertos elementos pueden mejorar una casa y volverla llamativa para los turistas. Una casa mejorada tipo común se convierte en una casa para turistas. Elaboración propia.

Conclusiones: “Si no hubiera turismo ¿de qué viviría la gente?”¹²⁰

“–La ilusión no se come –dijo la mujer.
–No se come, pero alimenta –replicó el
coronel–.”

(García Márquez, 1961, pp. 61-62)

En la comunidad campesina de Chahuaytire existen altas expectativas frente al turismo. Desde hace aproximadamente veinte años los comuneros se han venido articulando a las actividades turísticas a partir de la producción y venta de artesanías. Luego, han visto otras maneras de atraer turistas hacia su comunidad con la finalidad de obtener ingresos monetarios.

Esta investigación muestra cómo los miembros de Chahuaytire construyen, modifican y valoran las casas de su comunidad en relación a su historia de relacionamiento y de expectativas frente al turismo. Las formas en las que las personas de Chahuaytire construyen y modifican sus casas son consecuencia del contexto turístico en el que están inmersos y las altas expectativas que tienen frente al turismo. Además de otros factores, en esta comunidad, la presencia de promotores de desarrollo y turismo a lo largo de estas décadas ha logrado que exista un anhelo de progreso que se asocia a un distanciamiento respecto a cómo vivían antes.

Las maneras en las que los comuneros de Chahuaytire construyen y modifican sus casas está relacionado a un esfuerzo y afán por progresar. Existe un discurso sobre progresar que está asociado a dejar de vivir como antes. Con esta frase se expone cómo el pasado está asociado con el retraso y cómo, por eso, se tiene que progresar para vivir mejor.

Diferenciarse de “cómo vivían antes” muestra cómo se construye una línea progresiva temporal asociada a las jerarquías sociales de la comunidad. Esta frase es utilizada constantemente por las personas de la comunidad para referirse a quienes –en la actualidad– viven en el campo o más alejados del

¹²⁰ Cita extraída de la entrevista realizada a Wilber Huamán en marzo del 2017.

centro, en las partes más altas de la comunidad. En Chahuaytire existe una noción de que aquellos que aún viven en las casas tipo antigua, siguen viviendo “como vivían antes” y, por ello, estas personas son ubicadas en el extremo más bajo de la jerarquía social de la comunidad.

Las capacitaciones son una manera de obtener un conocimiento útil para lograr implementar mejoras y lograr progresar. Desde el punto de vista de muchos de los promotores de desarrollo, una mejora en la calidad de vida de las personas de la comunidad pasaba necesariamente por transformaciones en sus viviendas. Por otro lado, muchos promotores de turismo esperaban que, luego de haber recibido las capacitaciones respectivas, los comuneros pudieran implementar cambios en sus casas de modo que estas fueran adecuadas para recibir turistas. El hecho de que los promotores de turismo o capacitadores planteen ciertos modelos de cómo debe ser una casa para vivir mejor o para hospedar turistas, parece ser una manera de querer controlar a las personas e intentar establecer formas de colonialismo (Mitchell, 1988, citado en Carsten, 2003).

Ambos tipos de intervenciones, se complementan de modo que en Chahuaytire emergió un conjunto de nociones apropiadas por los comuneros sobre una manera correcta de tener y mantener las casas e implementar mejoras en estas. Las capacitaciones pueden ser vistas como prácticas que terminan influyendo y moldeando formas importantes de cómo deben ser las casas, pero no de manera estricta. Es a este proceso al que me refiero como un tipo de disciplinamiento de las nociones sobre el turismo, la higiene, las cosas y el vivir apropiadamente, usando de una manera general el concepto de Foucault (2002).

A pesar de que las capacitaciones digan cómo se tienen que hacer las cosas, en la práctica esto no se da exactamente así: las personas de la comunidad a partir de capacitaciones formales e informales van elaborando sus propias formas de concebir lo correcto en torno a las actividades turísticas y particularmente a cómo se deben construir las casas. Esto último se da en relación a lo que los miembros de Chahuaytire conciben como progreso. Los comuneros de apropiación de ciertas narrativas de progreso que reproducen, en

muchos aspectos revisado en la investigación, las jerarquías dominantes en la sociedad cusqueña y peruana (Greene, 2009).

La tipología de las casas que presenté en el capítulo 4 muestra cómo y por qué los comuneros valoran ciertos materiales, diseños y formas en la comunidad. Hay casas tipo antigua y hay casas mejoradas. Las casas tipo antigua no son valoradas por los comuneros debido a la asociación que estas tienen con el pasado. Por otro lado, identificar las casas mejoradas resulta muy complejo. Hay varias formas de hacer mejoras que están compitiendo entre sí. Existen casas mejoradas tipo común, casas mejoradas tipo ciudad y casas para turistas. Estos tres subtipos de casas son superiores frente a las casas tipo antigua. Por un lado, las casas tipo ciudad aspiran al prestigio de los grandes centros urbanos mientras que aquellas para turistas apelan al prestigio y la promesa (o expectativas) de ingresos monetarios asociados a las actividades del contexto turístico que ha venido a ser fundamental para la economía local, regional e incluso nacional.

Los cambios en la ubicación y en la construcción de las casas buscan diferenciar estas de cómo eran antes. La valoración del cemento muestra esto: se valora más un material nuevo que otro que siempre han utilizado. Las casas mejoradas, desde su apelativo mismo, están inscritas en formas particulares de entender el progreso y el bienestar. Presentando atención a los acabados que deben tener las casas mejoradas, se tienen cuestiones como la búsqueda de no dejar el adobe expuesto. Esto me hizo pensar en la búsqueda que tienen las personas de Chahuaytire por alejarse de su posición como campesinos. Al poner mayor distancia entre ellos y la tierra en sus casas, siguiendo el argumento de Orlove (1998) que se aplica bien para Chahuaytire, también se está poniendo una distancia con el ser campesinos y *desindianizarse*. De esta forma se reproduce la idea de que progresar en esta sociedad es al mismo tiempo dejar de ser campesino y *desindianizarse* (Orlove, 1998).

Esto ocurre con las casas mejoradas tipo común y tipo ciudad. Pero, ¿qué pasa con las casas para turistas? Hemos visto en esta investigación que el adobe (expuesto o no) es menos valorado que el cemento. Sin embargo, las

casas para turistas, siendo un subtipo de casas mejoradas, deberían tener ciertos parecidos con las casas tipo antigua, pero con algunas modificaciones.

Las casas para turistas son las casas más valoradas por el potencial económico que se les adscriben: al tener una casa para turistas, un comunero eventualmente podría tener ingresos monetarios en caso un turista quiera pasar una o más noches en la casa. Sin embargo, es necesario mencionar que la presencia de turistas en la comunidad es muy baja y menor la cantidad de turistas que se han quedado a dormir. Debido a que las casas para turistas no son utilizadas por turistas, hubiera sido de esperarse que sean utilizadas por las familias, pero en la mayoría de casos, están vacías y sin uso.

Para los comuneros de Chahuaytire, una casa para turistas ideal debería ser de adobe tarrajada con barro (evitando la exposición del adobe) para llamar la atención de los turistas. Por ello, propongo ver la casa para turistas como una puesta en escena dónde se busca performar ciertas formas de indigeneidad para atraer turistas. Juan Huamán, ganadero de Chahuaytire, en una de las últimas entrevistas en el mes de mayo de 2017, me aseguró que las casas de adobe son lo que los turistas quieren ver. Por ello, las formas de indigeneidad que se van a performar están en relación a lo que los comuneros creen que les llamaría la atención a los turistas; en relación a lo que los turistas quieren ver.

Acá hay una paradoja, ya que, las casas mejoradas y las casas tipo antigua son de adobe; sin embargo, debido a las modificaciones y formas de construcción van a hacer que las primeras sean más valoradas frente a las segundas. Al comparar particularmente el subtipo casas para turistas con las casas tipo antiguas, vemos que las casas para turistas son una representación mejorada de las casas tipo antigua, ya que, tienen techos más altos, están tarrajadas con barro, las ventanas y las puertas son grandes. Las características que presenta la casa para turistas hacen que la casa sea mejorada y, por ello, más valorada que las casas tipo antigua. Sin embargo, lo que hace que las casas para turistas sean más valoradas y jueguen un rol en la negociación y establecimiento de las jerarquías sociales dentro de la comunidad es el potencial de ingresos monetarios y el estatus de los turistas

en términos étnico raciales que estas tienen a pesar de que hasta el momento no se utilicen con fines de turismo vivencial y en muchos casos incluso ni con otros fines por los miembros de la familia.

Si bien propongo ver la casa para turistas como una puesta en escena donde idealmente se llamaría la atención de los turistas, al no haber turistas que visiten la comunidad, la casa para turistas termina siendo una puesta en escena para los otros miembros de la comunidad donde se busca reflejar haber logrado un determinado estilo de vida asociado al progreso.

El hecho de que una casa de adobe sea más valorada podría contradecir lo que propone Orlove (1998) sobre la distancia con la tierra. La casa para turistas busca lo opuesto, ya que, justamente se construye sobre ciertas nociones de indigeneidad que serían atractivas para los turistas. Estas nociones son apropiadas y utilizadas por los comuneros para desarrollar las actividades turísticas. Esta forma de presentación es mediada por lo que los miembros de la comunidad consideran que es correcto luego de haber recibido capacitaciones turísticas. Esta forma de presentar la casa remitiendo a lo indígena tiene un mayor potencial de obtener dinero y, por ello, es una manera de progresar y, eventualmente, diferenciarse del retraso que persigue a los campesinos (Comaroff & Comaroff, 2009; MacCanell, 1999; Yudice, 2002).

Las casas son una materialización del deseo de progresar. Las casas, entonces, indican qué posición un comunero tiene frente a sus pares. Esta diferenciación no sólo es partir de los materiales, sino, también a partir de la valoración que los comuneros les dan a los materiales. A esto me refiero en este trabajo con la materialización de las ideas de progreso. Las transformaciones en las casas son una materialización tanto de los deseos de mejorar el propio estatus social como de las expectativas de ingresos monetarios a través del turismo. Un comunero puede mejorar frente a otros si es que materializa los elementos para progresar en la construcción o modificación de su vivienda.

Las casas indican la manera en la que se establecen las jerarquías sociales. Las personas de Chahuaytire son reconocidas dentro de la comunidad por diferenciarse a partir de la construcción de sus casas. La familia

que tiene una casa mejorada, la tiene porque sabe cómo hacerla y puede hacerla. Este reconocimiento se da a partir de tener lo que es valorado por la gente de Chahuaytire, que en este caso es dejar de vivir como se vivía antes a medida que se articulan con el turismo como una promesa elusiva de incrementar sus ingresos monetarios.



Bibliografía

- Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales. (s.f.). Proyecto Energización rural en comunidades de Guano y Pujilí, a través de la implementación de cocinas mejoradas. MANUAL DE CONSTRUCCIÓN DE LA COCINA MEJORADA. [Manual]. Recuperado de: <http://energiayambienteandina.net/pdf/ADRA%20-%20MANUAL%20DE%20CONSTRUCCI%C3%92N%20DE%20LA%20COCINA%20MEJORADA.pdf>
- Allen, C. (2002). *The Hold Life Has: Coca and Cultural Identity in an Andean Community. La coca sabe. Coca e identidad cultural en una comunidad andina*. Washington: Smithsonian Institution Press. Lima: Centro Bartolomé de las Casas.
- Anand, N. (2011). PRESSURE: The PoliTechnics of Water Supply in Mumbai. *Cultural Anthropology*. 26(4), 542-564. <https://doi.org/10.1111/j.1548-1360.2011.01111.x>
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada: Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo: Ediciones Tricle.
- Barth, F. (1969). *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference*. Illinois: Waveland Press
- Bourdieu, P. (1970). The Berber house or the world reversed. *Information. (International Social Science Council)*, 9(2), 151-170.
- Bourdieu, P. (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Bruner, E. (2005). *Cultures on tour*. Chicago: University Chicago Press.
- Callirgos, J. C. (2006). *Percepciones y discursos sobre la etnicidad y racismo: aportes para la educación intercultural bilingüe*. Lima: CARE Perú.
- Cánepa, G. (2008). The fluidity of ethnic identities in Peru. *CRISE: Centre for Research on Inequality, Human Security and Ethnicity*, 46, 1-50.
- Carsten, J. (2003). *After Kinship*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Castillo, G. (2015). *Alcohol en el sur andino: embriaguez y quiebre de jerarquías*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Centro de Textiles Tradicionales del Cusco. (2020). Centro de Textiles Tradicionales del Cusco. Por Tejedores, Para Tejedores: Nuestra Misión.

Recuperado el 10 de 01 de 2020, de <https://www.textilescusco.org/es/index.php/our-mission/>

- Chaparro Ortiz de Zevallos, A. (2008). Los yagua en el contexto del turismo étnico: La construcción de la cultura para el consumo en el caso de Nuevo Perú. *Anthropologica*, (26), 113-142.
- Chaumeil, J. P. (2009). El comercio de la cultura: el caso de los pueblos amazónicos. *Bulletin de l'Institut français d'études andines*, 38(1), 61-74.
- Cohen, B. (1978). Equality, Freedom and Independent Schools. *Journal of Philosophy of Education*. 12(1), 121-128. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9752.1978.tb00510.x>
- Comaroff, J. L. (1987). Of totemism and ethnicity: consciousness, practice and the signs of inequality. *Ethnos*, 52(3-4), 301-323.
- Comaroff, J. L., & Comaroff, J. (2009). *Ethnicity, Inc.* Chicago: University of Chicago Press.
- Comunidades del Valle Sagrado de Cusco acceden al servicio de agua. (2015, julio, 30). Se beneficiarán más de 10,000 familias. Andina. Recuperado de URL <https://andina.pe/agencia/noticia-comunidades-del-valle-sagrado-cusco-acceden-al-servicio-agua-568123.aspx>
- De la Cadena, M. (1991). Las mujeres son más indias: etnicidad y género en una comunidad del Cusco. *Revista Andina*, (17), 7-29.
- De la Cadena, M. (2000). *Indigenous mestizos: The politics of race and culture in Cuzco, Peru, 1919–1991*. Durham & London: Duke University Press.
- De la Torre Padilla, O. (1994). *El turismo: fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Diez, A. (2014). Cambios en la ruralidad y en las estrategias de vida en el mundo rural. Una relectura de antiguas y nuevas definiciones. En A. Diez, F. Ricardo, & E. Raez, *Perú: el problema agrario en debate*. Sepia XV (pp. 19-85). Lima: Sepia.
- Escobal, J., & Ponce, C. (2012). Una mirada de largo plazo a la economía campesina en los Andes. En J. Escobal, C. Ponce, G. Damonte, & M. Glave, *Desarrollo rural y recursos naturales* (pp. 15-93). Lima: GRADE.
- Espinosa, O. (2017). El turismo como escenario de negociación intercultural: El caso de las comunidades asháninka y yánesha de la selva central peruana. En A.-G. Bilhaut, & S. Macedo. *Iniciativas empresariales y*

culturales. Estudios de casos en América indígena (pp. 107-144). Ecuador: Abya-Yala.

Fabian, J. (1983). *Time and the other: How anthropology makes its object*. New York : Columbia University Press.

Fondo Internacional del Desarrollo Agrícola. (05 de 2007). Proyecto de Desarrollo del Corredor Puno-Cusco. Recuperado el 12 de 06 de 2017, de <https://www.ifad.org/es/evaluation/reports/ppa/tags/peru/1044/1861622>

Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Fuller, N. (2009). *Turismo y cultura: entre el entusiasmo y el recelo*. Lima: Fondo Editorial PUCP.

Fundación CODESPA. (s.f). Conócenos. Recuperado el 12 de 03 de 2020, de: <https://www.codespa.org>

García Márquez, G. (1961). *El coronel no tiene quien le escriba*. Barcelona: Pinguin Random House.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. London: Harmondsworth.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Massachusetts: Harvard University Press.

Grammont, H. D. (2009). La nueva estructura ocupacional en los hogares rurales mexicanos. En H. Grammont, & L. Martínez Valle, *La pluriactividad en el campo mexicano* (pp. 273-303). Quito: FACSO.

Greene, S. (2009). *Customizing indigeneity: Paths to a visionary politics in Peru*. Stanford: Stanford University Press.

Greenwood, D. J. (1989) Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. En: V. Smith (ed.), *Hosts and guests. The Anthropology of Tourism*. (2a. ed.) Penssylvania: Universidad de Pennsylvania, pp. 86-107.

Hall, S., Restrepo, E., Walsh, C. E., & Vich, V. (2010). *Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Popayán: Evión Editores, Instituto de Estudios Peruanos, Instituto de Estudios Sociales y Culturales Pensar, Pontificia Universidad JAveriana, Universidad Andina Simón Bolívar,.

- Harvey, P., & Knox, H. (2015). *Roads: An Anthropology of Infrastructure and Expertise*. London: Cornell University Press.
- Harvey, P., Krohn-Hansen, C., & Nustad, K. G. (2019). *Anthropos and the Material*. Durham: Duke University Press.
- Hernández Asensio, R., & Cavero Castillo, M. (2013). *El parque de la papa de Cusco: claves y dilemas para el escalamiento de innovaciones rurales en los Andes (1998-2011)*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). Cusco. Resultados Definitivos de los Censos Nacionales 2017. Lima: INEI.
- Instituto de Etnomusicología (IDE). (1958-1969). Colección Óscar Núñez del Prado. Recuperado el 09 de 05 de 2020, de <https://ide.pucp.edu.pe/colecciones/coleccion-oscar-nunez-del-prado/>
- Instituto del Bien Común. (2016). *Directorio 2016 Comunidades Campesinas del Perú. Sistema de Información sobre comunidades campesinas del Perú*. Lima: Instituto del Bien Común (IBC) y Centro Peruano de Estudios Sociales (CEPES). Recuperado el 16 de 06 de 2017, de <https://www.ifad.org/es/evaluation/reports/ppa/tags/peru/1044/1861622>
- Jameson, F. (2002). *A singular modernity: essay on the ontology of the present*. Londres, Nueva York: Verso.
- Kelly, J. (2002). Alternative Modernities or an Alternative to "Modernity"?: Getting Out of the Modernist Sublime. En B. M. Knauff, *Critically Modern: Alternatives, Alterities, Anthropologies* (pp. 258-286). Bloomington: Indiana University Press.
- MacCannell, D. (1999). *The tourist: a new theory of the leisure class*. California: Berkeley University of California Press.
- Málaga, X. (2012). Turismo y organización comunal en el Valle Sagrado del Cusco: el caso de Huama y Pampallacta. En A. Diez, *Tensiones y Transformaciones en comunidades campesinas* (pp. 207-221). Lima: CISEPA-PUCP.
- Mamani Mayta, A. (s.f). ¿Qué es Fondoempleo? [Documento]. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/135784788/Que-es-Fondoempleo#>
- Mannheim, B., & Tedlock, D. (1995). Introduction. En D. Tedlock & B. Mannheim. *The Dialogic Emergence of Culture*. (pp. 1-32). Urbana: University of Illinois Press.

- Mayer, E. (1974). Las reglas del juego en la reciprocidad andina. En G. Alberti, & E. Mayer, *Reciprocidad e intercambio en los Andes peruano* (pp. 37-65). Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- McCoy, E. (2011). Disputed worlds: Performances of heritage in Cusco's tourism economy. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 3(3), 419-425.
- Miller, D. (1987). *Material Culture: Critical Concepts in the Social Sciences*. Oxford: Basil Blackwell.
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. (2014). INCLUSIÓN EN ACCIÓN. Boletín electrónico del PNSR. N°2. [Boletín] Recuperado de: https://issuu.com/pnsr_pe/docs/boletin2_a4
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. (2014). INCLUSIÓN EN ACCIÓN. Boletín electrónico del PNSR. N°3. [Boletín] Recuperado de: https://issuu.com/pnsr_pe/docs/boletin3_a4
- Municipalidad Distrital de Pisac. (2016). Plan de Desarrollo Concertado del Distrito de Pisac al 2025. Cusco.
- Mitchell, T. (1988). *Colonising egypt*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Ñúñez del Prado, O. (1970). *El caso de Kuyo Chico (Cuzco): Un ensayo de integración de la población campesina*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos
- Orlove, B. S. (1998). Down to earth: race and substance in the Andes. *Bulletin of Latin American Research*, 17(2), 207-222.
- Perez, B. (2004). *Somos como Incas: autoridades tradicionales en los Andes peruanos*. Madrid: Iberoamericana; Vervuert.
- Pérez, B. (2006). Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del Cusco. *Anthropologica*, 24(24), 29-49.
- Presidencia del Consejo de Ministros. (2011). POR UN PERÚ SIN HUMO. Campaña Nacional Medio Millón de Cocinas Mejoradas [Documento Informativo] Recuperado de: <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/2782.pdf>
- Promo Región Cuzco. (20 de 04 de 2012). *Caravana de Llamas - Chahuaytire - Pisac*. [Archivo de video]. Recuperado el 10 de 03 de 2020, de <https://www.youtube.com/watch?v=IPhKLVT87S4&feature=youtu.be>

- Salas, G. (2006). Diferenciación social y discursos públicos sobre la peregrinación de Quyllurit'i. En G. Cánepa, & M. Ulfe, *Mirando la Esfera Pública desde la Cultura en el Perú* (pp. 243-28). Lima: CONCYTEC.
- Salas, G. (2008). *Dinámica social y minería. Familias pastoras de puna y la presencia del proyecto Antamina (1997-2002)*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Salazar, N. B. (2006). Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Tabula Rasa*(5), 99-128.
- Simon, B. (2006). ¿Un pueblo auténtico y moderno? Percepciones locales del futuro y turismo sostenible en Pisac, Perú. En A. Ypeij, A. Zoomers, & J. Gomez, *La ruta andina: turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia* (pp. 105-128). Quito: Abya Yala.
- Smith, V. (ed.). (1989). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.
- Stephey, M. (30 de 11 de 2010). Qhapaq ñan. Road of the Inka: Andean Journal: Protecting the Inka Legacy. [Publicación de Blog]. Recuperado el 10 de 03 de 2020, de <https://blog.nmai.si.edu/main/inka-road/page/4/>
- Stronza, A. (2001). Anthropology of tourism: Forging new ground for ecotourism and other alternatives. *Annual review of anthropology*, 30(1), 261-283.
- The National Museum of the American Indian, Smithsonian Institution. (10 de 01 de 2013). *Caravan of Memory | Yuyarispa Llamaykuwan Purimuyku*. [Archivo de video]. Recuperado el 10 de 03 de 2020, de <https://www.youtube.com/watch?v=18IDW3uXYLY>
- The National Museum of the American Indian, Smithsonian Institution. (26 de 06 de 2015). *The Living Road, a Short Story in Three Parts*. [Archivo de video]. Recuperado el 10 de 03 de 2020, de <https://www.youtube.com/watch?v=FysTnRjE60Q&feature=youtu.be>
- Ulfe, M. (2011). ¡Sal de la rutina! Sobre cómo se imagina y se construye la imagen del Perú. En G. Cánepa, *Imaginación visual y cultura en el Perú* (pp. 327-340). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Yáñez Aguilar, C., & Fischman, F. (2016). La Fiesta del Mar en la isla de Quehui, Chiloé: Tradiciones locales en contexto neoliberal. *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*, 21(43), 9-35.
- Yudice, G. (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa .