



PONTIFICIA  
**UNIVERSIDAD**  
**CATÓLICA**  
DEL PERÚ

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ  
ESCUELA DE GRADUADOS

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN  
ANTROPOLOGIA VISUAL

GUIA DE ESTUDIO DEL DOCUMENTAL ETNOGRAFICO

“CHINCHERO FOR SALE”

PRESENTADA POR:  
Erika Chávez Huamán

Lima, Agosto del 2012

## AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

Este documental es resultado de muchas confluencias y afectos. Debo reconocer en especial a cada una de las artesanas y artesanos de la Asociación de Artesanos Virgen de las Nieves de Chinchero. Ellos permitieron que mi cámara y yo ingresemos a la intimidad de sus espacios de labor, a su organización y en algunos casos a sus hogares. Sin duda desde un inicio, ellos son la audiencia principal de este documental, pero debo agradecerles por sobre todo, el haberme brindando su tiempo y por haber compartido conmigo momentos de conversación y reflexión, que aunque algunos no estén registrados en el documental, fundamentan gran parte del mismo y de este informe.

Mi sincera y profunda gratitud también a quienes, con su asesoría, su tiempo y dedicación me orientaron constantemente e hicieron que este trabajo se consolide, a los docentes: Wilton Martínez mi asesor principal, a Gisela Cánepa Coordinadora de la Maestría de Antropología Visual y Alonso Quinteros.

Un especial reconocimiento a mi familia, a mis padres Wenceslao Chávez y Catalina Huamán y a mis hermanos, por su apoyo y comprensión, y

por haberse hecho mis aliados principales en este documental. Asimismo, agradezco y reconozco el trabajo profesional de mis amigos en Cusco, Enrique Riveros en la producción ejecutiva, Manu Vargas en el registro de sonido en campo con la asistencia de Siwar Peralta y Winnie Riveros. Ellos desinteresadamente y cual cómplices se sumaron a esta idea y compartieron intensos pero gratificantes días de rodaje en Chinchero.

Este documental es producto de dos años de estudio en el Programa de Maestría en Antropología Visual, años en los que recibí el fraternal apoyo de mi entrañable amiga Liliana Torres; estaré siempre en deuda con ella. A la Confederación Nacional Agraria, a su presidente Antolín Huascar Flores y a cada uno de mis colegas en la CNA, les debo también mis agradecimientos. A Luis Ramos Choqueconsa, por su invaluable ayuda.

Finalmente, quiero ofrendar este trabajo a las montañas tutelares de Chinchero, a los “Cinco Nevados” que rodean y protegen a estos hombres y mujeres de manos ágiles y diestras para el tejido, hombres y mujeres unidos a su tradición y a sus tierras, confrontando día a día los dilemas del desarrollo.

## PRESENTACION

*La identidad cultural es un asunto de “llegar a ser” así como de “ser”. Pertenecer tanto al futuro como al pasado<sup>1</sup>.*

Presentamos este documento a manera de una guía de estudio del Documental Etnográfico “Chincheró for sale”. En un primer momento el documental estaba pensando en analizar el circuito económico del tejido, objeto relevante de la cultura material de Chincheró. Sin embargo, la exploración audiovisual y el trabajo de campo nos aproximó a otro fenómeno mucho más complejo y atractivo para un documental audiovisual: se trata de la demostración del proceso del tejido para los turistas, hecho que nos llamó la atención no solo por la riqueza visual sino por los fenómenos que se entretienen en la construcción de estas “demostraciones”, o lo que hemos venidos a llamar en el transcurso de la investigación, “representaciones”.

Mostrar el proceso del tejido y su exhibición final para la venta y construir todo un paquete turístico en función al tejido, conllevó para las artesanas y artesanos de Chincheró, un proceso previo. Desde la adaptación de sus viviendas a los centros o museos artesanales en vivo, la construcción

---

<sup>1</sup> Stuart Hall. Etnicidad, Identidad y Diferencia. Pag. 351.

del discurso que acompaña la explicación del proceso del tejido. También puso en cuestión el tema de su identidad cultural y la necesidad de volver la mirada a su pasado, todo un ejercicio de memoria, pero a la vez una mirada también a su futuro. Así, de acuerdo a la demanda turística, se fueron creando ciertos repertorios asociados en su mayoría al tejido como objeto cultural y como producto de consumo.

Sin embargo, otro tema emergió en el proceso de trabajo de campo, que era ineludible no abordarlo ya que está íntimamente relacionado a la actividad turística, a las representaciones y repertorios. Se trata del proyecto de construcción de un Aeropuerto Internacional en Chinchero, justamente en tierras comunales pertenecientes en su gran mayoría a estos artesanos.

Coincidentemente, durante el rodaje el tema del Aeropuerto renació, luego de casi 30 años de haberse propuesto casi siempre en las agendas electorales. Para entonces, el gobierno regional de turno había iniciado las negociaciones con las comunidades que serían afectadas con la compra de sus terrenos y el desplazamiento para la construcción de este mega proyecto. A nivel local el tema entró en debate, unos a favor y otros en contra. El documental aborda también este tema como un estímulo provocador para hablar y reflexionar sobre las visiones de futuro de las artesanas y artesanos relacionadas a su identidad cultural.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 1. EL TURISMO COMO TEMA ANTROPOLÓGICO	11
CAPÍTULO 2. PENSANDO LA PRODUCCIÓN DEL DOCUMENTAL	16
2.1. ¿Porqué una exploración audiovisual?	16
2.2. El documental y la tradición del cine etnográfico	18
2.3. Modo de representación	19
CAPÍTULO 3. LOS PROTAGONISTAS	22
3.1. Tejiendo una relación de colaboración para la producción	22
3.2. La Asociación de Artesanos Virgen de las Nieves de Chinchero	26
3.3. Chinchero, Pueblo de Tejedores	28
CAPÍTULO 4. HALLAZGOS	31
4.1. La representación como mercancía	32
4.2. La Agencia de la mercancía “Producto Turístico Chinchero”	37
4.3. Identidad y Representación	40
4.4. Identidades Inventadas y Culturas Escenificadas	44
4.5. La Noción de lo Genuino y el consumo de alteridades	49
CAPÍTULO 5. EL DOCUMENTAL	55
5.1. El Título	55
5.2. Sinopsis	56
5.3 Tratamiento	57
5.4 Guion	61
CONCLUSIONES	72
BIBLIOGRAFÍA	76
ANEXO 1. MEMORIA VISUAL DEL RODAJE	80

## INTRODUCCION

Hasta hace unos 20 años, antes del boom del turismo en la ciudad del Cusco, Chinchero era un poblado relativamente aislado y con un alto índice de migración. Sus actividades principales siempre estuvieron relacionadas a la agricultura y la textilera. Hoy en día, este pueblo se ha dado a conocer por su artesanía, el conjunto arqueológico inka, su templo colonial, y sobre todo por su mercado tradicional, en el que sobrevive la práctica ancestral del trueque. Estos elementos figuran fuertemente en su discurso identitario, que acompaña el ya reconocido producto turístico “Chinchero”.

Sin embargo, es el tejido el que ha cobrado relevancia importante trascendiendo incluso el espacio local. Es más, la dinámica social, económica y cultural que ha generado la comercialización de este objeto de la cultura material de Chinchero, podría considerarse como uno de los impactos del fenómeno del turismo. En torno a la mercantilización del tejido, se han generado dinámicas de asociatividad y organización como las asociaciones y redes de turismo vivencial que gestionan los denominados “Museos Artesanales en Vivo”, o “Centros Textiles” donde no solo se expenden los textiles sino que se hacen demostraciones o representaciones del proceso de



elaboración de estos productos, como parte de una experiencia vivencial para el turismo.

Estamos hablando de procesos de negociación y acomodados, de acuerdos, de transformaciones, de reconfiguración de identidades y culturas locales, citando a Norma Fuller<sup>2</sup>:

*“el turismo genera cambios en las poblaciones receptoras, estos involucran modificaciones en la ecología, en la economía y en la vida social. Sin embargo, el origen y destino de estas transformaciones constituye un debate abierto. Ello porque es muy difícil determinar si la industria turística por sí sola explica estas transformaciones o si su desarrollo y consecuencias son algunas de las expresiones más llamativas de la modernización y de la globalización”.*

Por otro lado, Norma Fuller también dice que *“los tours narran historias sobre la identidad de la sociedad observada, expresan su sistema de valores y nos devuelven una imagen de esta como un todo integrado, todas estas escenificaciones representan el modo en que la sociedad se ve a sí misma”.*

Basados en estos argumentos, nos planteamos la elaboración de una etnografía audiovisual con el siguiente objetivo de investigación: ver y conocer cómo los artesanos de Chinchero, en el proceso de insertarse al mercado turístico y ser los productores de sus objetos de consumo turístico, reconfiguran sus identidades locales y cómo estas nuevas prácticas se naturalizan y se hacen parte de una nueva cultura local.

---

<sup>2</sup> FULLER, Norma. Turismo y Cultura, entre el entusiasmo y Recelo. Lima. 2009. (pag. 24)



A medida que fuimos adentrándonos en la investigación, decidimos hacer una exploración audiovisual del proceso. En este sentido, la “representación del mostrar el hacer del tejido al turismo” fue tomando relevancia en la investigación así que surgió otro objetivo: cómo la representación del proceso del tejido adquiere un valor de cambio, y convirtiéndose en una mercancía u objeto de consumo, y cómo en este proceso de mercantilización de la representación la población local reconfigura sus identidades.

Debo precisar que desde el 2006 tengo una relación fluida con el pueblo de Chinchero, especialmente con las organizaciones de artesanos, debido a trabajos anteriores que me vincularon a ellos. Por eso, al volver a Chinchero el 2010 ya había hecho muchas amigas y amigos, especialmente con las artesanas que pertenecían a la “Asociación de Artesanos Virgen de las Nieves”. Ellas a su vez me abrieron las puertas a la Junta Directiva de esta Asociación, quienes luego de una reunión de consulta en la que expuse el proyecto de documental aceptaron ser participes de esta experiencia, poniendo claras condiciones, que detallare más adelante.

Entonces la exploración audiovisual se realiza prácticamente en el centro artesanal de la Asociación Virgen de las Nieves. Este centro artesanal lleva el nombre de “Angélica Concha Warwa” en honor a la hija difunta de una de las socias quien donó el terreno.

En el transcurso de la producción emergió otro tema ineludible de tocar en el trabajo, un tema que por casi 30 años se ha hecho presente en la memoria colectiva de Chinchero. Se trata del proyecto de construcción de un Aeropuerto Internacional para el Cusco. Paradójicamente este último año el tema ha vuelto a rebrotar con mayor intensidad porque el gobierno nacional y el gobierno local se han propuesto hacer realidad este proyecto, un sueño para algunos y una pesadilla para otros.



## CAPÍTULO 1.

### EL TURISMO COMO TEMA DE LA ANTROPOLOGÍA VISUAL

El turismo y sus impactos en las culturas locales ha sido abordado desde la ciencias antropológicas justamente porque es una actividad que genera encuentros entre culturas: la de los viajeros visitantes y la de las culturas receptoras o visitadas. El interés antropológico sin embargo radica en su mayoría en analizar los impactos que el turismo como una actividad postmoderna, genera en las culturas anfitrionas en condiciones de vulnerabilidad cultural.

Noel B. Salazar<sup>3</sup>, en la introducción a su texto sobre ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO EN PAÍSES EN DESARROLLO, hace un interesante análisis de la forma en que la antropología ha abordado el tema del turismo y recoge distintos argumentos sobre el turismo a partir de inicios de los 70s hasta los 2000. Esta revisión de la literatura sobre el tema analiza de manera crítica la forma como la cultura, el poder y la identidad han sido definidos y elaborados

---

<sup>3</sup> NOEL B. SALAZAR. University of Pennsylvania. 2006.  
[http://kuleuven.academia.edu/NoelBSalazar/Papers/10207/Antropologia\\_del\\_turismo\\_en\\_paises\\_en\\_desarrollo\\_Analisis\\_critico\\_de\\_las\\_culturas\\_poderes\\_e\\_identidades\\_generados\\_por\\_el\\_turismo](http://kuleuven.academia.edu/NoelBSalazar/Papers/10207/Antropologia_del_turismo_en_paises_en_desarrollo_Analisis_critico_de_las_culturas_poderes_e_identidades_generados_por_el_turismo)

teóricamente por los académicos que estudian el turismo internacional en los países en vías de desarrollo:

*“Muchas de las formas en las que los antropólogos –y otros científicos sociales– han conceptualizado el turismo internacional en los países en desarrollo pueden relacionarse directamente con conceptos nodales como la cultura, el poder y la identidad; a saber, el turismo como proceso de aculturación (Gudykunst 1983; Núñez 1963), una forma de hospitalidad mercantilizada (Cohen 1974), un agente conducente a la democracia (Turner y Ash 1975), y un tipo de relación étnica mediante la cual se modifican o reinventan las tradiciones culturales (Bendix 1989; Leong 1989; Swain 1990). Los antropólogos han usado también la óptica del turismo para responder preguntas socioculturales más amplias (Stronza 2001): como la dinámica y los impactos del contacto intercultural entre turistas y nativos (Machlis y Burch 1983; Rossel 1988; Silverman 2000), la representación de la cultura en los escenarios turísticos (Adams 1997; Bruner 1996; Bruner y Kirshenblatt-Gimblett 1994; Urry 2002), estereotipos étnicos contruidos y manipulados para el turismo (Cohen 1979; Desmond 1999; MacCannell 1984; Van den Berghe 1994), y el cambio de los valores culturales una vez mercantilizados (Cohen 1988). Más recientemente, algunos antropólogos han abordado directamente la cuestión de las relaciones de poder en el contexto del turismo internacional (por ejemplo, Stonich 2000)*

En el Perú y en particular en la ciudad del Cusco donde el dilema de la tradición, modernidad y la identidad siempre está latente, es importante mostrar cómo las culturas locales están en constante cambio y se regeneran. Se ha dicho del turismo que es una nueva forma de colonización ya que provoca “nuevas zonas de contacto”, pero hoy en día esta mirada colonizadora de los visitantes se reduce y podríamos hasta decir que los roles se invierten. Ahora son las poblaciones receptoras las que asumen el rol de conquistadores y los visitantes el de conquistados, aun cuando la relación de poder sigue siendo no equitativa y no se desarrolla aun en un verdadero diálogo intercultural.

En la ciudad del Cusco, una ciudad que logra réditos económicos gracias a su cultura y su pasado, los temas de autenticidad, de lo verdadero, de lo puro, son muy sensibles, sin embargo, es una ciudad completamente expuesta de manera voluntaria hacia lo externo, hacia lo foráneo ya que se ofrece cual mercancía hacia el gran mercado turístico.

Justamente en al afán de mostrarse cada vez más y explotar al máximo estos recursos culturales, el Cusco ha abierto las puertas de los espacios donde por aislamiento o poco contacto los pueblos mantenían todavía vigentes ciertas prácticas culturales y se ha emprendido lo que denomina el Turismo Comunitario o Vivencial. Las comunidades que han entrado a este proceso, como Chinchero, rápidamente han entrado en un proceso de transformación que es visible en la apariencia de sus viviendas, instalación de servicios turísticos como hospedajes, restaurantes, mercados, museos etc.

Desde las corrientes esencialistas se cuestiona este proceso de performances turísticas ya que se consideran puestas en escenas falsas y no auténticas, mientras otros sectores ven este proceso como la inevitable fabricación de autenticidades culturales; un tercer grupo representado por el sector privado ve este fenómeno como un proceso de construcción de productos turísticos. ¿Pero cómo perciben este fenómeno los pobladores receptores de turismo?, ¿Cuál es su rol dentro de este fenómeno?, ¿Para ellos son positivos o negativos estas transformaciones?.

El tema del turismo como fenómeno cultural ha sido un tema de constante interés de la antropología tanto a nivel nacional como local, sin embargo son escasos los trabajos cuya mirada y acercamiento al campo de estudio haya tomado la modalidad reflexiva tanto a nivel de etnografía como a nivel del cine etnográfico. Por aparte existen trabajos antropológicos que abordan el fenómeno del turismo en pueblos indígenas haciendo uso de recursos participativos visuales como la fotografía, se tiene por ejemplo el trabajo de Valeria Viffi que explora de qué manera los indígenas en Ese Eja de Palma Real se apropia de la imagen del indígena que esperan encontrar los turistas cuando llegan a su comunidad.

Un documental etnográfico que parta desde una comunidad de Cusco, el nodo del turismo en el Perú, es significativo en dos niveles, uno a nivel antropológico porque es necesario abordar la actividad del turismo como un fenómeno cultural en el país pero sobre todo mostrar la mirada de las poblaciones locales anfitrionas y cómo esos impactos culturales de los que ya bastante se ha

analizado se visibilizan, se materializan y finalmente se naturalizan en las culturas locales. Y el segundo aspecto es que a nivel del documental etnográfico el trabajo es relevante porque estamos poniendo a prueba el potencial del registro audiovisual como producto pero también como proceso y herramienta de investigación.





## CAPÍTULO 2.

### PENSANDO LA PRODUCCION

#### 2.1. ¿Por qué una exploración audiovisual?

El registro audiovisual tiene un gran potencial porque nos da la posibilidad de captar escenas de la realidad que se constituyen luego en un corpus de análisis etnográfico. Entonces bajo la modalidad de “cámara participante”<sup>4</sup>, la producción este documental audiovisual nos permitió:

1. La comunicación con los actores involucrados en el campo de estudio.
2. La posibilidad de registrar y acumular información.
3. La posibilidad de compartir, analizar y construir colaborativamente con los actores involucrados el conocimiento (visionado de los registros).
4. La transmisión del conocimiento antropológico.

Las nuevas tendencias del cine etnográfico nos abren la posibilidad de romper con los modelos anteriores en el que el proceso terminaba en el producto y el sujeto era el objeto de representación, pero no participaba y no se

---

<sup>4</sup> Cámara participante, Tomo este concepto de Jean Rouch, quien en su artículo “El Hombre y la Cámara” propone esta modalidad como una clase de investigación que emplea la participación total y a su parecer es la más científica y posible actitud antropológica. (pag. 118).

reconocía que formaba parte activa en el proceso de producción o en la recepción del producto. Es decir prestaba su imagen, colaboraba con el etnocineasta, sin que tuviera control sobre el producto final. Asumimos este documental como *una reivindicación de la corriente participativa: la presencia del sujeto como componente activo en la producción de una película sobre él mismo, así como su participación en todas las fases decisivas sobre la película como coproductor*<sup>5</sup>.

En torno a la reflexividad, como dice Elisenda Ardevol, el cine etnográfico se mueve a dos niveles distintos, los mismos que orientan esta investigación y documental audiovisual. Un nivel es aquel donde toman protagonismo las autodescripciones nativas, es decir son los propios sujetos los que se expresan en el filme, frente a la interpretación antropológica. *“Interesa filmar la expresión de los propios actores culturales hablando sobre ellos mismos y lo que piensan que hacen”*.<sup>6</sup>

El otro nivel de la reflexividad siguiendo a Ardevol es cuando la producción del producto audiovisual implica volver a la misma práctica, es decir resolver las siguientes preguntas: ¿Cuál es el papel de la cámara en el trabajo de campo?, ¿Qué tipo de representaciones estamos elaborando de la alteridad cultural?

---

<sup>5</sup> Ardevol Elisenda. La búsqueda de una mirada. Editorial UOC. Capitulo II. Participación y reflexividad. Pag. 103.

<sup>6</sup> Ardevol Elisenda. La búsqueda de una mirada. Editorial UOC. Capitulo II. Participación y reflexividad. Pag. 104.

Finalmente, asumimos para este documental que la relación entre cine y antropología se sitúa a decir de Elisenda Ardevol en dos niveles simultáneos de análisis<sup>7</sup> i) El cine como técnica de investigación, modo de representación y medio de comunicación; y ii) la a imagen como un objeto teórico de estudio desde la antropología y a la vez producto de la actividad antropológica, es decir no sólo estudiamos imágenes del mundo, sino que las producimos.

## 2.2. ¿Cómo aborda la tradición de cine etnográfico el problema planteado?

Según Emile de Brigard, generalmente se define como cine etnográfico aquel que pone de manifiesto patrones culturales, siendo así se entendería que todos los filmes pueden considerarse etnográficos, pero a decir de Brigard pueden estos filmes ser etnográficos por su contenido, por su forma o por ambos, pero algunas películas son más reveladoras que otras.

Por otro lado Elisenda Ardevol nos habla de la utilidad pedagógica del cine como un medio para comunicar una determinada realidad cultural a un espectador, que al ver la película o el documental, adquiere cierto conocimiento sobre cómo son, cómo viven, cómo piensan o cómo se comportan otros seres humanos<sup>8</sup>, pero también se refiere al cine como una técnica de investigación, un proceso social y producto cultural, resaltando su capacidad como

---

<sup>7</sup> Elisenda Ardèvol. Revista de Dialectología y Tradiciones Populares del CSICL. Calvo, Prespectivas de la antropología visual. Madrid, 1998. Pag. 03.

<sup>8</sup> Ardevol, elisenda. Antropología en imágenes. En la búsqueda de una mirada. pag. 21

instrumento de registro y de documentación, y como un medio de transmisión del conocimiento antropológico.

Para Karl G. Heider el cine etnográfico es algo más que la suma de etnografía y cine, utiliza la siguiente frase para definirlo “cine etnográfico es todo aquel que refleja una comprensión etnográfica.”<sup>9</sup> Aun el debate sobre la definición de cine etnográfico no está resuelto, pero nos basamos en los alcances anteriores para la producción de este documental.

### 2.3. Modo de representación

Viene a ser básicamente el estilo de filmación o captación de la realidad que consolidará el conocimiento antropológico, según Ardevol, la relación entre imagen y realidad social esta mediada por la forma que toma el producto cinematográfico o modo de representación y este depende de: i) el montaje, ii) presupuestos implícitos en la producción, iii) convenios que se establecen con el receptor sobre la relación entre representante y representados.

Siendo así, la mayoría de los autores clasifica los modos de representación en: expositivo, observacional, participativo y reflexivo. Estos estilos se han desarrollado paralelamente al proceso evolutivo (por llamarlo de algún modo) del cine etnográfico, así en sus inicios los films solo pretendían mostrar y explicar el comportamiento humano en las diferentes culturas,

---

<sup>9</sup> Heider, Karl. “Hacia una definición de cine etnográfico”. En Imagen y Cultura.

tenemos como pionera a Mead con sus films, Trance y Danza en Bali (1937-39/1951) o Rivalidad Infantil en Bali y Nueva Guinea.

El modo de representación que nosotros tomamos es el participativo y reflexivo; el cine participativo apela al involucramiento de los sujetos de estudio en la concepción y producción del film y el cine reflexivo que surge a partir de los 70s es aquel donde el film se estructura de manera que *la audiencia asuma que el productor, el proceso y el producto forman un todo coherente*.<sup>10</sup>

En cuanto a documental etnográfico contamos con el referente del documental *Canibal Tours*, de Denis O'Rourke. Es un film que muestra la experiencia del turismo como una "zona de contacto" moderna, en este O'Rourke sigue a un grupo de turistas que hace un recorrido por pueblos del río Sepik en Papua Nueva Guinea, la mirada de O'Rourke desde su cámara en hombros nos muestra a los pueblos anfitriones en su vida primitiva que es el atrayente para los turistas quienes no pueden evitar mostrar su etnocentrismo, ambos desarrollando estereotipadamente sus roles. Esta relación entre la tribu de nueva guinea y los turistas es presentada en una relación dicotómica y en el transcurso el film nos hace parte de la reflexión sobre el pasado y el futuro.

En *Canibal Tours* se distinguen tendencias postmodernistas cuando salen a colación temas como la visión global, el afán del consumo de la

---

<sup>10</sup> Ruby, Jay. Revelarse a sí mismo: reflexividad. Pag. 169.

“diferencia”, o se insinúa el turismo como canibalismo. Se distinguen en el documental temas antropológicos como la representación o performatividad de la cultura para el consumo.

*Pero la película está construida de manera que incita a la reflexión sobre el “rol” que el occidental cumple como turista, y el “rol” que el nativo cumple como primitivo. El turista (que regatea por la artesanía en su papel de turista ) trata de capturar con su cámara a los nativos y paisajes más auténticos, exóticos, primitivos. Su mirada está saturada de toda la literatura y films de viajes y aventuras que son el paradigma en que enmarca su conocimiento del medio natural, salvaje y del hombre primitivo. Si el tour-operador le ofreciera una ceremonia caníbal clandestina iría a ella sin dudarlo. En algún sentido recuerdan a Osa Johnson por las tierras altas de Papua - Nueva Guinea buscando sus auténticos caníbales y cazadores de cabezas salvajes. La reflexión que surge de la visión y el discurso del nativo deriva hacia otros temas: el colonialismo, la aculturación, la globalización, la independencia política y económica (una foto dos dólares).<sup>11</sup>*

---

<sup>11</sup>Tomado de: <http://gealacorralla.blogspot.com/2010/01/retazos-de-cine-etnografico-v-cannibal.html>

### CAPÍTULO 3. LOS PROTAGONISTAS

#### 3.1. Tejiendo una relación colaborativa y de confianza para la producción.

La Asociación de Artesanos Virgen de Natividad es la primera Asociación de artesanos creada en Chinchero y en la actualidad es reconocida porque viene desarrollando un modelo de gestión solidario basado en el trabajo colectivo y la distribución equitativa de los ingresos. Como mencionamos esta asociación tiene un Centro Artesanal el cual han denominado “Angélica Concha Huarhua”, en honor a la hija de la socia que dono el terreno para la construcción de dicho centro.

Este Centro Artesanal se encuentra en un lugar estratégico, una de sus puertas se ubica justamente a lado de la caseta donde los turistas registran el boleto turístico para ingresar al Centro Arqueológico, la puerta principal da hacia la plaza donde se realizan el concurrido mercado tradicional. Muchos grupos de turistas ingresan primero al Centro Artesanal antes de iniciar su recorrido o terminan este en el Centro Artesanal, digamos que están en un



lugar privilegiado en comparación a los otros 15 centros artesanales que existen en Chinchero.

Iniciamos informalmente la relación con las socias las cuales yo conocía desde el 2006 por trabajos que me vincularon al trabajo con las asociaciones de artesanos; sin embargo no prevenimos el cambio de Junta Directiva de la Asociación cuyos nuevos dirigentes nos solicitaron nuevas condiciones para aceptar su participación en la producción del documental, entre ellas una carta de presentación por parte de la Universidad y la Maestría Correspondiente y sobre todo exigían que la propuesta sea consultada en reunión a todos los socios.

El día 21 de Octubre del 2010 nos invitaron a participar en una reunión de los socios, en cuya agenda se programó la presentación de los objetivos del documental para su respectiva evaluación. En la reunión procedimos a explicar los objetivos y alcances del documental, y luego de un debate tenso entre los asociados se aprobó la realización del mismo, para lo cual nos propusieron firmar una carta de acuerdo, en la que se exige la entrega de una copia del documental así como el uso eminentemente educativo del producto audiovisual. (Adjuntamos en anexo la carta que suscribimos con la asociación).

El debate en la reunión fue registrado en audio, desde ya consideramos que esta tensión inicial para decidir si se hacía o no el documental con la participación de la Asociación, nos pareció un insumo relevante para nuestro

trabajo de investigación. Los argumentos de quienes se oponían estaban relacionados al temor de que el documental se “comercialice”, (su preocupación no radicaba en sí en la comercialización a costa de su imagen, sino sobre todo de que los réditos económicos no los beneficiaran sino exclusivamente a la universidad)

Por otro lado otras apreciaciones estaban relacionadas a su preocupación porque se les “sustraiga sus conocimientos respecto al oficio del tejido”, es más mencionaron experiencias anteriores en las que ellos brindaron las facilidades a un antropólogo quien luego publico un libro en el cual no se menciona el reconocimiento a la Asociación.

Otro de los asuntos en cuestión fue la difusión del mismo y la audiencia del documental, al mismo tiempo que tenían preocupación por resguardar sus conocimientos o en sus mismas palabras su “cultura”, tenían preocupación en que el documental se difunda en canales de mayor alcance.

Finalmente se abordó también el tema de la “confianza” en mi persona, las personas que yo conocía y con quienes trabajé anteriormente abogaron y respaldaron la propuesta, y hablaron de los “beneficios” de ser parte de un documental, como el hecho de perennizarse ellos y su asociación en el tiempo, registrar su historia y sus vidas para las futuras generaciones. Este fue el argumento que convenció a los aproximadamente 60 personas, quienes finalmente mostraron total disposición.

Nuestra intervención en la comunidad elaborando este documental etnográfico parte de la premisa de que no estamos haciendo un registro fiel, exacto u objetivo o mostrando una realidad determinada, la tradición del documental etnográfico nos viene demostrando que un documental es una interpretación, una construcción una representación, y es con esa idea que iniciamos el registro de campo.

Aunque en un principio indique la consigna al equipo que me acompaña y a los propios artesanos en el momento de la negociación que, seríamos lo menos intrusivo posibles e intentaríamos ser invisibles, comprobamos más bien que la riqueza este documental es que ambos, el equipo y las artesanas asumimos cada cual nuestra presencia. Definitivamente la cámara y los equipos alteraran la relación con las artesanas, o “compañeras” como nos solemos llamar y saltaron las consideraciones éticas rodeando en todo momento el proceso del documental.

Era mi interés filmar el centro artesanal tal y cual lo encontré en la mañana, las señoras me pidieron que esperara a que lo ordenaran y limpiaran, sacando todo indicio o elemento que no fuera “auténtico”, es decir plásticos, botellas, entre otros. Así mismo ellas no querían ser filmadas sino estaban con su traje tradicional y debidamente acomodado. Este fue el primer punto de tensión y discusión con el equipo, finalmente luego de conversarlo pensamos

que debíamos respetar el pedido de las señoras e ir de a pocos ganándonos más confianza.

Igualmente cuando nos presentamos justamente cuando uno de los grupos encargados de gestionar esa semana el centro artesanal cuando sacaban las cuentas de sus ventas, también nos pidieron no filmar, para nosotros eran escenas importantes y era una frustración no filmarlas en ese momento. Transcurrido los días cuando ya nos tuvieron más confianza y las relaciones se afianzaron, permitieron que se hagan las filmaciones en distintos momentos, ya que fueron entiendo gradualmente lo que queríamos mostrar en el documental.

### 3.2. La Asociación de Artesanos Virgen de las Nieves

La asociación de artesanos Virgen de la Nieves, se crea en 1973, es la primera asociación de artesanos en Chinchero, actualmente existen alrededor de 20 Centro Artesanales. Desde hace tres años esta asociación ha implementado un Centro Artesanal donde se expende los tejidos pero sobre todo es el espacio donde se hacen las demostraciones del proceso del tejido.

*“Yo también he aprendido cosas de artesanía de tejidos, desde muy niña, porque mi mamá también ha sido una artesana, también fundadora de aquí de la primera Asociación Virgen de las Nieves, hoy nuestro taller se llama Centro Textil Angélica Concha y nosotros seguimos esos pasos de nuestros ancestros demostrando la artesanía y la textilería a base de la lana de oveja y seguimos adelante porque Chinchero se ha vuelto una zona turística, entonces nosotros seguimos ese paso demostrando como hacemos nosotros nuestro trabajo aquí en nuestro centro de trabajo, nuestro taller demostrando a los visitantes, a los turistas que vienen, nosotros también para sustentarnos, para*

*ayudarnos en nuestro hogar llevamos siquiera algo de lo que hacemos de nuestro trabajo de la artesanía y también nuestros esposos se dedican también una parte a la agricultura y a la artesanía así nosotros seguimos trabajamos aquí en nuestro distrito de Chinchero”.*

*Delia Quispe  
Artesana y Socia*

El Centro Artesanal consta de un espacio central que vendría a ser el escenario donde las artesanas tienen sus respectivas ubicaciones para mostrar cada paso del proceso del tejido. A su vez, la parte resaltante en este espacio es el lugar donde se muestra el teñido. Alrededor de este escenario que está separado por bancas, se ubican una especie de stands donde se exhiben los productos textiles en todas sus variedades.

La asociación está integrada por 60 artesanos y artesanas, quienes se turnan la atención del Centro Artesanal, un grupo de 10 personas se hace cargo de atenderlo durante una semana y van rotando sucesivamente.

El grupo está integrado en su mayoría por mujeres, y generalmente un varón se ocupa del cuidado del Centro Artesanal. En ambos grupos las señoras se mostraron dispuestas y con entusiasmo de participar, conversar y colaborar. Se puede notar que están familiarizadas con los equipos de filmación y fotografía, su deseo casi siempre es ver el registro que se acaba de filmar. Ah de ser por su relación frecuente con las cámaras de los turistas que las visitan diariamente.

Cabe resaltar que durante el tiempo de filmación conocimos a dos juntas directivas ambas juntas eran presididas por un socio varón, aun cuando luego nos informaron que en otras oportunidades también lo presidieron socias mujeres. El cargo de la Tesorería es ejercido por una socia mujer, y además cuenta con una especie de equipo de administración integrado por tres jóvenes cuyas profesiones están relacionadas a la administración y al turismo.

En el transcurso de la filmación surgieron de manera natural artesanas que sobresalían en el registro por su desenvolvimiento, por sus ganas de compartir y hablar; podríamos decir que no tenían un afán de sobresalir entre sus compañeras, era más bien su forma de ser, ellas a su vez tienen rol de lideresas y generalmente son las que hacen las explicaciones al momento de las representaciones.

### 3.3. Chinchero, el pueblo de tejedores

La importancia del tejido para las culturas andinas es conocida desde mucho tiempo; estudios han llamado la atención acerca de la notable virtuosidad técnica de los antiguos artistas andinos de la fibra. Pero las funciones sociales, económicas y conceptuales de los tejidos recién fueron el centro de la atención a raíz del artículo de Murra en 1962, sobre la función del tejido en el Imperio Inca.



Según Murra, este fue el medio más importante del mundo andino indígena e iletrado; era al mismo tiempo la encarnación del bienestar, el símbolo de rango e identidad, y el conceptualizador de ideas fundamentales. Según el cronista Guaman Poma de Ayala la actividad textil fue el resultado de una evolución que nace inicialmente con la vestimenta. *“Estos dichos indios comenzaron a hacer ropa, tejido e hivaldo avasca y de cumbe, y otras policías y ganlanterías plumajes momento en el que también “comenzaron a tejer ropa con vetas de coleres y teñir lana de colores”*

En tanto en los comentarios reales de Garcilaso se dice: *“la ropa en la serranía la hacían de lana que el Inca les daba de sus ganados y del sol. La lana para toda esta ropa hilaba las mujeres. Existían tres suertes de ropa. La más baja que llaman AUASCA, era para la gente común, COMPI, era más fina, de esta vestía la gene noble”.*

En ambas crónicas se hace alusión a la función del tejido primordialmente para la vestimenta, pero gran parte del esplendor de los tejidos andinos se perdió para siempre en el proceso de las conquista española, sobreviviendo solo en parte el conocimiento textil que hoy día identifica a algunos pueblos en especial en la zona andina.

Es el caso de Chinchero, donde el tejido ha persistido especialmente como una habilidad que han conservado las mujeres, tal cual cuentan las crónicas inicialmente y hasta hace poco la práctica del tejido servía solo para



producir prendas de abrigo y vestimenta, como las mantas, lliqllas, chullos, ponchos, unkuñas<sup>12</sup>. Con la introducción del turismo y las imposiciones del mercado ahora estos productos textiles son más variados y responden a la tendencia de la artesanía utilitaria.



---

<sup>12</sup> Especie de tapete donde se coloca la coca y las ofrendas.

## CAPITULO 4.

### HALLAZGOS

Nuestra exploración se orientó partiendo de aquellas premisas que justamente interpelan el rol del turismo en su relación a la cultura, y elegimos aquellas que tiene que ver con nuestro objeto de estudio en sí, que es la demostración del proceso del tejido por los artesanos de Chinchero, entonces fuimos a nuestro lugar de rodaje con los siguientes preconcepciones:

1. Turismo un tipo de relación mediante la cual se reinventan las tradiciones culturales.
2. Representación de la cultura en los escenarios turísticos.
3. Estereotipos étnicos construidos y manipulados para el turismo.
4. Cambio de valores culturales una vez mercantilizados.

En función a ello nos planteamos las siguientes interrogantes para orientar e iniciar nuestra exploración audiovisual en el Centro Artesanal Angélica Concha Warwa de la Asociación de Artesanos Virgen de las Nieves de Chinchero.

1. ¿En el Centro Artesanal se reinventan tradiciones?
2. ¿El acto de mostrar el proceso del tejido es una demostración real o es la representación?
3. ¿Las artesanas y artesanos del Centro Artesanal construyen y manipulan estereotipos para los turistas?
4. ¿La cultura se representa, se actúa?
5. ¿Qué es lo auténtico para las artesanas y artesanos?

Respondiendo a estas interrogantes de investigación planteamos los siguientes hallazgos:

#### 4.1. La representación como mercancía

*Antes los turistas venían los domingos, los días jueves nada mas, o los domingos la mayor parte ahora por lo que se ha vuelto zona turística diario ahora llegan, diariamente, ya no podemos escoger los jueves los domingos, como hay bastantes visitantes llegan, diario, nos hemos organizado para hacer demostración con el centro taller para nosotros seguir trabajando para ganar.*

*Delia Quispe  
Socia y Artesana*

Para que un objeto adquiera valor ocurren muchas cosas alrededor de este producto, que puede ser un objeto de la cultura material o una determinada manifestación de la cultura que se objetiva y adquiere valor de uso y de cambio volviéndose en mercancía. Según Kopy Toff, la producción de mercancías es un proceso cultural y cognoscitivo, las mercancías dice no sólo se producen materialmente como cosas, sino que también deben estar

enmarcadas culturalmente como un tipo particular de cosas. Es más no todas las cosas son mercancías según Kopy Toff, solo algunas pueden ser consideradas como apropiadas para concebirse como mercancías; incluso, esta condición puede variar, ya que un objeto puede ser mercancía en cierto momento pero en otro no, así también un objeto puede ser visto como una mercancía por una persona pero otra persona puede no considerarla así.

En ese sentido, entendemos a nuestro corpus de análisis que es la representación del tejido al cual llamaremos “Producto Turístico, Tejedores de Chinchero”, (término extraído del discurso turístico de promoción), como un proceso cultural por tanto de interés para la antropología.

Kopy Toff, también propone que las mercancías tienen recorridos y circulan; *y en estos circuitos que hacen las cosas para convertirse en una mercancía se revela la “economía moral” aquella que está detrás de la “economía objetiva” de las transacciones visibles.*<sup>13</sup> *La situación de mercancía con la vida social de cualquier objeto se define por su posibilidad de intercambiabilidad (en el pasado, presente y futuro) en un contexto histórico específico.*

En este sentido el “Producto Turístico, Tejedores de Chichero” (que es la representación) adquiere la condición de mercancía, porque hace el recorrido

---

<sup>13</sup> Biografía Social de las Cosas. La Mercantilización como proceso. En la vida Social de las Cosas. Pag. 89

que menciona Kopy Toff, es decir, se produce, se ofrece y se consume. Si bien no se paga por ver la demostración, la forma en que culmina este ciclo es con la compra del tejido mismo, como una retribución a la experiencia vivida. De alguna manera es como ganar el compromiso del turista para comprar.

De otro lado enmarcamos esta aproximación a la representación del proceso del tejido, en la propuesta de Alfred Guell sobre “Agencia”, que la define como aquella capacidad de causar un efecto, hacer algo, es decir tener una intencionalidad, entonces propone la capacidad de “agencia de los objetos”. Guell dice que básicamente para determinar la agencia de un objeto se debe interrogar sobre ¿Qué hacen los objetos? y ¿Qué producen los objetos?.

Guell nos ayuda a repensar la manera de mirar a los objetos o cosas, más aún si estos son producto de procesos que llevan inmersos ciertos aspectos culturales, nos ayuda a ver al objeto estudiado como una “presencia viva” o como un ente con vida propia, con historia, incluso con experiencia.

El acto mismo de hacer la demostración del proceso de tejido se convierte entonces en una “representación” y esta a su vez se convierte en una mercancía. Ya que si bien se muestran los pasos, estos no necesariamente se cumplen en la realidad, por ejemplo la adquisición de la lana para sus productos no necesariamente proviene de sus ovejas, están han disminuido considerablemente su producción de lana, debido a que cada vez menos

personas crían ovejas por espacio, enfermedades y tiempo. Por ello la lana generalmente se adquiere ya elaborada de Cusco y otras provincias. (Testimonio en el Documental).

Las artesanas han desarrollado una especie de guion que repiten a diario con los grupos que reciben, básicamente presentan pasos del proceso del tejido:

1. El lavado de la lana. En este paso el mensaje es *la oveja desde el momento que nació nunca se bañó*, por tanto necesita ser lavada. Este acto se hace con una planta natural llamada “saqtana” o lo que ellas le han denominado “Shampu del Inka”. Se refuerza la idea de que es un detergente natural, sano y no contaminante.
2. El Hilado. Proceso en el que la artesana encargada de hacer la presentación muestra por lo general como sus otras compañeras están hilando la lana de oveja convirtiéndola en hilo. Se remarca en este paso la idea de que esta es una actividad diaria en sus vidas, que pueden estar hilando en todo momento, cocinando, labrando, en reuniones, caminando e incluso *besando a sus esposos*.
3. El teñido. Es el proceso más atractivo visualmente porque las señoras muestran las plantas, raíces y otros insumos para generar diversas gamas de colores de manera natural, o como ellas dicen *ecológica*.

Muestran también el proceso de teñido hirviendo en ollas las plantas, se destina un espacio especial para hablar de la Cochinilla planta que da origen a diferentes gamas de rojo, es en este paso donde se interactúa con los turistas, se les pinta el rostro, se le hace ver los colores.

4. El urdido y enmadejado. Este paso se muestra como una actividad colectiva porque participan tres personas urdiendo la lana ya teñida y otras enmadejando.
5. El Telar de cintura o el away. Es el acto mismo de tejer, aquí se demuestra la destreza de las manos de las señoras, las herramientas, así como se habla del significado de los puntos y sus iconografías. Es recurrente la broma en la que las señoras preguntan a los turistas, la procedencia de un hueso que es una herramienta para tupir el tejido, motivan la curiosidad entre los turistas quienes responden varias alternativas. Finalmente la señora dice que es el hueso de un turista que no quiso comprar en el centro artesanal.
6. Finalmente se los invita a pasar a ver los diferentes productos textiles exhibidos en el centro artesanal solicitándoles lo adquieran, resaltando que son productos hechos a mano, con sacrificio, son con insumos naturales y duraderos, además de tener el valor agregado de que procede de hombres y mujeres herederos de la Cultura Inka.



La “representación” entonces se convierte en una mercancía porque se produce, se consume, y se vende. Los productores son las artesanas y artesanos que diseñaron este performance y lo adaptan según la demanda o tipo de turista que los visita, constantemente están preocupados en “elevar la calidad de la presentación” que sea “real” (testimonio en el documental). Se consume por los turistas, quienes habidos de llevarse el recuerdo o el conocimiento no cesan de filmar y fotografiar cada paso y el ciclo se cierra cuando los turistas casi comprometidos deben pagar por “ver” la representación comprando algún producto textil.

#### 4.2. La agencia de la mercancía “Producto Turístico Chinchero”

Retomando la noción de “agencia” de Gell, la exploración audiovisual nos permitió recoger información sobre la capacidad de influir y de actuar del producto turístico tejedoras de Chincheros”. En ese entender apuntamos los siguientes hallazgos.

4.2.1. A partir de la necesidad de concebir un producto “auténtico” y que satisfaga el deseo interno de autenticidad de los turistas, los artesanos y artesanas han visto la necesidad de buscar información “seria” sobre sus orígenes culturales y en especial sobre la tradición textil.

*“Creo que este es uno de los impactos positivos del turismo, nosotros hemos tenido que volver a nuestras raíces, a nuestro pasado, para informarnos mejor y más seriamente ¿Quiénes somos? los chincherinos, pero también como se tejía antes, se estaba perdiendo muchos puntos y diseños de los tejidos, pero ahora gracias a que hay demanda hemos recuperado y ahora estamos preocupados por hacer escuela enseñar este arte a los niños y jóvenes”.*

*Entrevista con Roger Franco Levita.  
Hijo de artesanos de Chinchero*

*“Hasta hace dos tres años atrás se estaba perdiendo los diseños tradicionales del Cusco, los diseños mismos de Chincheros, es por eso, con esa razón que también hay centros como este para recopilar y recuperar los diseños antiguos como Floraipu, Chaska, Chili. Los diseños también tienen un significado, viendo eso hemos querido siempre, yo por lo menos, seguir tejiendo porque para mí ya es como un hobby, para mí es muy bonito tejer sé tejer, como lo vuelvo a decir y también con eso me auto educo, tejo, vendo a los turistas, con eso pago mis pasajes o compro algunos libros, vendiendo eso me mantengo”*

*Patricia Sallo Quispe  
Joven Artesana y socia. Estudiante de Antropología*

4.2.2. Desde las propias autoridades locales, la necesidad de volver y restaurar su historia y memoria se ha vuelto parte de la agenda municipal, un ejemplo es la organización del PRIMER CONCURSO DE FOTOGRAFIA ANTIGUA DE CHINCHERO, llevado a cabo el año 2009. Este concurso nace como iniciativa de una asociación de jóvenes denominada Asociación de Desarrollo Huayna Paqareq (Amanecer Joven). Según las bases de este concurso, el premio correspondería a *la fotografía antigua que promueva la identidad cultural del distrito.*

Asimismo, su objetivo principal era según sus documentar: *presentar fotografías antiguas que promuevan y permitan conservar la identidad cultural del distrito como una herramienta para el fortalecimiento social y ambiental sostenible, a través de las fotografía que rescaten los significados y revaloración de las costumbres tradicionales y el fomento de actividades de investigación y desarrollo social*<sup>14</sup>.

4.2.3. La organización social original de Chinchero se ha reconfigurado, en tanto aparecieron nuevas asociaciones vinculadas a los servicios turísticos, como los Museos en Vivo, hemos contabilizado 20. Estas asociaciones a su vez han cobrado relevancia en la vida social del distrito puesto que tienen cierto liderazgo y legitimidad social.

4.2.4. El vínculo de parentesco se ha reforzado con estas asociaciones ya que la mayoría agrupa a familias provenientes de distintas comunidades, en la Asociación Virgen de la Nieves por ejemplo, están las familias, Pumayali, Sallo y Quispe.

4.2.5. La demanda del producto turístico “Tejedores de Chinchero” es creciente, según nuestros informantes, hasta el año 2008 la visita de los tours era solo los miércoles y domingo, días en que las tejedoras se ponían sus prendas típicas para recibir a los turistas. Actualmente la

---

<sup>14</sup> BASES DEL PRIMER CONCURSO DE FOTOGRAFÍAS ANTIGUAS DE CHINCHERO 2009

visita es diaria, lo cual ha generado que la vestimenta sea utilizada diariamente como una prenda cotidiana.

#### 4.3. Identidad y Representación

Uno de los temas recurrentes en nuestro trabajo es el de identidad, término siempre en debate, para nuestro caso, el concepto de Stuart Hall se adecua a nuestros propósitos de análisis, porque desde ya Hall parte relacionando la identidad con la representación, en tanto entiende la identidad como discurso. Dice *“la identidad es constituida en parte por la representación. La identidad es una narrativa del sí mismo, es la historia que nos contamos de nosotros mismos para saber quiénes somos, el efecto más importante de esta reconceptualización de la identidad es el subrepticio regreso de la diferencia”*.

15

Justamente hablar de identidad con los artesanos y artesanas de Chinchero, es hablar de su diferencia, esa diferencia que antes les causaba discriminación y rechazo, hoy es valorada y apreciada porque han encontrado la forma de ubicarse en la sociedad haciendo de esa diferencia no solo una condición de identidad, sino también un recurso para su subsistencia cultural y económica.

---

<sup>15</sup> Stuart Hall. *Etnicidad: identidad y diferencia*. Pag. 145.

Diariamente en el Centro Artesanal los grupos encargados, cuando reciben a los grupos de turistas, indirecta o directamente narran su identidad, se presentan ante los grupos marcado de una u otra forma su diferencia. Como se verá en el documental en ningún momento se subestiman, ni se ponen en condición inferior al turista. Se muestran orgullos de su conocimiento, de su cultura, de su historia, de su vestimenta, a ratos incluso son irónicas con los turistas. Fuera de cámaras el presidente de la Asociación Benigno Pumayali nos dice: *“nosotros no pedimos limosna, no queremos dar pena al turista como en otros sitios, lo que hacemos es ofrecer nuestro arte, nuestro trabajo, y eso ellos valoran”*.

A decir de Hall, *la relación que las personas del mundo ahora tienen con su propio pasado es, por supuesto, parte del descubrimiento de su propia etnicidad. Necesitan honrar las historias escondidas de las que vienen. Necesitan entender los idiomas que no se les ha enseñado a hablar. Necesitan entender y revalorizar las tradiciones y las herencias de las expresiones y creatividad culturales. En ese sentido el pasado es no solo una posición desde la cual hablar, sino que es un recurso absolutamente necesario en lo que uno tiene que decir. No hay manera de prescindir de esos elementos de la etnicidad para la comprensión del pasado y de las raíces propias.* Pag. 347.

Siendo así, la identidad no se puede abordar sin su condición de enunciación, digamos que la identidad es inmanente a la enunciación, es decir es una asunción humana que se tiene que expresar y compartir con el otro,

tiene por tanto un carácter dialógico. Charles Tylor al respecto dice: *Nos transformarnos en agentes humanos plenos, capaces de comprendernos a nosotros mismos y por tanto de definir nuestra identidad por medio de nuestra adquisición de enriquecedores lenguajes humanos para expresarnos, ...deseo valirme del término lenguaje en su sentido más flexible, que no sólo abarca las palabras que pronunciamos sino también otros modos de expresión con los cuales nos definimos, y entre los que se incluyen los "lenguajes" del arte, del gesto, del amor y similares. Pero aprendemos estos modos de expresión mediante nuestro intercambio con los demás*<sup>16</sup>.

En este sentido, una definición de identidad válida para documental no es aquella que la enmarca en una situación estática, sino como un proceso en constante reconfiguración y que al generarse en espacios sociales se tiene que enunciar, por tanto estas enunciaciones responden a la construcción de narrativas. Estas narrativas en muchos casos por fenómenos como el turismo son condicionadas a comunicarse o representarse para un mejor dialogo cultural.

Y en el mismo sentido que Taylor, Hall ratifica la condición dialógica de la identidad, *"no hay identidad sin la relación dialógica con el Otro. El Otro no está afuera, sino también dentro del uno mismo, de la identidad. Así la identidad es un proceso, la identidad se fisura. La Identidad no es un punto fijo,*

---

<sup>16</sup> CHARLES, Taylor. Ensayo. El Multiculturalismo y la Política del Reconocimiento. Pag. 26



*sin ambivalente. La identidad es también la relación del Otro hacia el uno mismo”.*

Pero Hall además menciona que la identidad es parte del descubrimiento que las personas buscan sobre su pasado o su propia etnicidad, necesitan honrar las historias escondidas de las que vienen, y en este proceso la enunciación juega un rol preponderante, pero está enunciación según Hall, parte de la posicionalidad que las personas tienen, *“lo que hemos aprendido acerca de la teoría de enunciación es que no hay enunciación sin posicionalidad. Uno tiene que posicionarse en algún lugar en aras de decir cualquier cosa”.*

Esa búsqueda sobre el pasado y su propia etnicidad se da a diario en los artesanos de Chinchero, motivada aun más por su cotidiana interacción con el turismo. Entonces podemos decir que se asocian también para colectivamente facilitar esta búsqueda, y claro resaltan líderes o jóvenes con mayores destrezas que se informan sobre su historia y la transmiten a sus familias y a los socios. Es común por ello en las demostraciones hacia los turistas escucharlos decir que son descendientes de los inkas, que el conocimiento del arte textil lo heredaron su abuelos y se transmitió de generación en generación.

Las y los artesanos de Chinchero en condición de enunciadores asumen frente al turismo una posición muy marcada que los caracteriza como:



1. Son poseedores de un conocimiento ancestral
2. Son los guardianes y conservadores de su cultura
3. El trabajo textil es arduo y sacrificado, especialmente para las mujeres porque tienen otras actividades diarias relacionadas al cuidado de la familia.
4. Sus productos textiles, llevan historia y significado en sus diseños, por eso se diferencia de otros productos.
5. El turista que adquiere un producto textil se lleva un producto autentico y de calidad hecho a mano y con insumos naturales.

#### 4.4. Identidades Inventadas y Culturas escenificadas

Esta clara entonces la idea de que *“la identidad, no es algo fijo y estable sino que, por el contrario, se construye y modifica en el proceso de interrelación con otros”*.<sup>17</sup> Y que además esta identidad tiene como condición la enunciación.

Pero estos procesos de reflexión de identidades tienen sus peculiares formas de desarrollarse, en especial en culturas con herencia colonial como la del pueblo de Chinchero, y que hoy en día enfrentan el reto de enfrentar los impactos de la globalización y los fenómenos que les son consiguientes. Está

---

<sup>17</sup> ESPINOZA, Oscar. Desafíos a la Ciudadanía Multicultural en el Perú. Pag. 78.

ya por sentado que uno de los efectos del turismo es justamente la reinención de identidades y escenificación de culturas.

Al respecto, Norma Fuller<sup>18</sup> argumenta que uno de los efectos de la industria turística es que estimula a las poblaciones receptoras a reflexionar sobre sus particularidades culturales y propicia la generación de nuevos relatos sobre sus identidades que su a vez dialogan con los discursos de los viajeros. Para Fuller, existen metarelatos y relatos en el ejercicio del turismo, *el metarelato de los viajeros que se articula en torno a la búsqueda de la arcadía perdida o el deseo de alejarse de los males de la civilización* y en las poblaciones receptoras se generan relatos en torno a la identidad en las cuales se identifican con los paraísos perdidos, centros de saberes arcanos o reductos que la modernidad no ha podido destruir.

Tomamos como premisa de esta exploración audiovisual las nociones de Identidades Inventadas y Culturas Escenificadas. Para la primera noción partimos de la teoría de Eric. J. Hobsbawn quien hace según Raúl R. Romero en su libro *Identidades Múltiples*, la observación indisputable de que las *“tradiciones que son reclamadas como antiguas son a menudo recientes en origen y a veces inventadas”*<sup>19</sup>. Esta noción de “tradición inventada” como dice

<sup>18</sup> FULLER, Norma. *Turismo y Cultura, entre el entusiasmo y Recelo*. Lima. 2009. (pag. 24)

<sup>19</sup> HOBBSAWM, Eric. *La Invención de la Tradición*. 1983. Editorial Crítica. Barcelona. Pag. 07.

Romero *“ha sido muy utilizada para definir las prácticas culturales en perpetuo cambio, en permanente estado de negociación y redefinición”*<sup>20</sup>.

Podemos decir que lo mismo pasa con la Identidad, si entendemos la identidad como un ejercicio cultural podemos decir en términos de la noción de “tradiciones inventadas” que la identidad no se puede reclamar como antigua o perteneciente a un momento histórico determinado, sino a decir de Hobsbawn las asunciones de identidad a menudo son recientes y en algunos casos inventadas o bien podríamos decir “reconfiguradas”, es decir están en perpetuo cambio en permanente estado de negociación y redefinición.

La visita a Chinchero es casi obligada para todo turista, se encuentra como uno de los pueblos que inicia la ruta turística más visitada del país, que es el Valle Sagrado, que culmina en el afamado Santuario de Machupicchu. Se puede decir que no hay agencia de viaje que no oferte el producto turístico Chinchero.

Las agencias y operadores turísticos entablan una especie de convenio con las más de 12 asociaciones o Museos en Vivo que se han implementado en la localidad de Chichero, en lo que se denomina “Chinchero Pueblo” que es digamos la “zona de contacto” entre turistas y población anfitriona, que incluye a los que no son parte de estas asociaciones pero tienen una relación indirecta

---

<sup>20</sup> ROMERO, Raul R. Identidades Múltiples. Pag. 33.

con el turista. Son estas agencias las encargadas de traer a los grupos de turistas, son los mediadores, pero son también quienes imponen los tiempos de la representación, y juegan el rol de intérpretes a través de sus guías.

#### 4.4.1. Roles en la representación

Claramente se distinguen los roles, las mujeres tejedoras son las que muestran el proceso desde el lavado de la lana con lo que llaman “detergentes naturales o champus inkas”, se muestra siempre el acto como una actividad colectiva. La explicación se hace en quechua y castellano, se utilizan también alguno términos del inglés.

El guía o guías, asumen el rol de intérpretes no solo del idioma sino también de los contenidos, explican casi siempre de manera muy rápida el proceso tratando de ampliar la información que es dada por las tejedoras.

En algunos casos se ve la presencia de varones que son los esposos o hijos de las artesanas, que hacen labores complementarias a la demostración, su participación es más pasiva que el de las mujeres. Pero se sabe que son ellos los que entablan la negociación con los operadores.

El acto mismo de la representación del proceso de tejido, evidencia relaciones de género y poder. En tanto los roles de las mujeres son los de tejedoras, demostradoras, los varones son los gestores en algunos casos interpretes y los guías ejercen control sobre los tiempos y a veces contenidos.

#### 4.4.2. Manejo de espacios

Existe una recurrencia en la forma de manejar la distribución de las ubicaciones, generalmente las artesanas están en el suelo haciendo la demostración y los turistas están parados o sentados en círculo alrededor de ellas. El guía se coloca al medio como anfitrión.

Los museos en vivo, tienen un espacio para la “q'oncha” (cocina de barro) para hervir las flores y plantas para el teñido, un espacio para secar la lana teñida, un espacio para los telares y hacer la demostración del “away”, tejido a telar y otro espacio para exhibir los productos acabados.

#### 4.4.3. Discursos

En los discursos explicativos de las artesanas se hace énfasis a su identidad y vínculo con la cultura inka. Resaltan las siguientes frases:

- Somos descendientes de los antepasados inkas
- Hemos aprendido el tejido de nuestros antepasados
- Nuestros tejidos tienen símbolos y un lenguaje
- Hacemos el proceso de manera ecológica sin dañar la tierra
- Utilizamos insumos naturales no químicos
- Nuestras herramientas no han cambiado desde la época inka

Estos discursos son reforzados con mensajes de los guías quienes intentan alcanzar información más técnica y sobreponerse a las artesanías.

#### 4.5. La noción de lo genuino y el consumo de alteridad

Rescatamos de Brian Spooner, la noción de lo genuino, cuando se refiere a la “autenticidad” en las alfombras orientales. *“La cosa genuina no es simplemente un artefacto; es un objeto confeccionado por individuos particulares, quienes emplean materiales artesanales especiales, y trabajan en determinadas condiciones sociales, culturales y ambientales, recreando motivos y diseños que aprendieron de las generaciones precedentes. Como hace mucho tiempo que el significado original de los elementos decorativos fue olvidado por los tejedores que los reproducen (quienes de cualquier forma quizá conciben su oficio en términos que no ofrecerían respuestas a las indagaciones occidentales referidas al significado), debe ser reconstruido por los especialistas de Occidente, a fin de racionalizar su necesidad de autenticidad”<sup>21</sup>. Pag. 248.*

Para aproximarnos a definir si en el caso de Chinchero los textiles son auténticos nos formulamos las siguientes interrogantes, en el momento de la exploración visual: ¿Quiénes producen los tejidos?, ¿qué materiales usan?, ¿son materiales especiales?, ¿qué herramientas?, ¿son estas herramientas

---

<sup>21</sup> SPPONER, Brian. “Tejedores y Comerciantes” en la Vida Social de las Cosas. Arjun Appadurari. Pag. 246.



artesanales?, ¿Cuáles son las condiciones sociales, culturales y ambientales en las que producen?; y finalmente ¿Qué motivos recrean en sus diseños y como los aprendieron?, ¿Saben los significados de estos motivos?, ¿satisface el anhelo de autenticidad de los turistas?

Aun respondiendo estas interrogantes sobre el tejido de Chinchero, como bien dice Spooner, esto no deja de encararnos con otra cuestión de valoración que es la “calidad”, *“distinguimos lo bueno de lo malo, lo antiguo de lo nuevo, lo genuino de la imitación. Sin embargo, los criterios referidos a la calidad en su conjunto son imprecisos y tienden a complicarse con el aspecto de autenticidad. Aun el caso de la pieza más modesta, la determinación del valor involucra siempre por lo menos una valoración implícita de su autenticidad”*. Los tejedores de Chinchero entonces deben enfrentar el reto de la satisfacción de este anhelo de calidad y de autenticidad que tienen sus consumidores privilegiados que son los turistas.

Digamos que los más conspicuos consumidores de autenticidad y de calidad, se encuentran en el segmento turístico, especialmente del tipo “Turismo Cultural o especializado”, son ellos quienes por el anhelo de marcar su viaje y materializarlo consumen aquello que es conocido como “souvenirs” o artesanía. (No en vano el termino *souvenirs* en el ingles está asociado al “recuerdo”). Spooner dice que este anhelo por la autenticidad es parte de nuestra evolución social, ya que con la aparición de mercancías producidas mecánicamente y en masa, hemos empezado a distinguir entre el significado



social de la artesanía y el de la fabricación mecánica, y entre la unicidad y la fácil sustitución.

Es válido entonces considerar que, *“La autenticidad es una forma de discriminación cultural proyectada en objetos; empero, no es inherente a las cosas, sino que se deriva de nuestro interés en ellas. Al rastrearla los individuos usan mercancías para expresarse a sí mismos, y establecer puntos de seguridad y orden dentro de la amorfa sociedad moderna. (Pag. 280).*

Los argumentos anteriores nos ayudan a entender que la autenticidad más que un valor inherente a las cosas es un deseo, un anhelo, una búsqueda interior. Justamente es en el mercado turístico, que el deseo de “autenticidad”, se acentúa ya que los turistas no se transportan de sus lugares de origen en búsqueda de objetos como tal, (digamos que la adquisición de objetos es un complemento). Según las nuevas tendencias del turismo, el turista viene en búsqueda de experiencias y de emociones, tanto así que está en boga el concepto de turismo como “la gestión de emociones”.

En ese entender el turista busca emociones auténticas y de calidad de esto son conscientes las poblaciones anfitrionas y los operadores de turismo, por eso es que ya no solo se les ofrece objetos de su cultura material, sino la misma cultura como objeto de consumo, para esto se fraccionan pedazos de la llamada cultura y se escenifican y representan para el turismo.

Sobre la autenticidad del tejido en Chinchero podemos basarnos en la importancia del tejido para las culturas andinas; estudios han llamado la atención acerca de la notable virtuosidad técnica de los antiguos artistas andinos de la fibra. Pero las funciones sociales, económicas y conceptuales de los tejidos recién fueron el centro de la atención a raíz del artículo de Murra en 1962, sobre la función del tejido en el Imperio Inca.

Según Murra este fue el medio más importante del mundo andino indígena e iletrado; era al mismo tiempo la encarnación del bienestar, el símbolo de rango e identidad, y el conceptualizador de ideas fundamentales.

Según el cronista Guaman Poma de Ayala la actividad textil fue el resultado de una evolución que nace inicialmente con la vestimenta. *“Estos dichos indios comenzaron a hacer ropa, tejido e hivaldo avasca y de cumbe, y otras policías y ganlanterías plumajes momento en el que también “comenzaron a tejer ropa con vetas de coleres y teñir lana de colores”*

En tanto en los comentarios reales de Garcilaso se dice: *“la ropa en la serranía la hacían de lana que el Inca les daba de sus ganados y del sol. La lana para toda esta ropa hilaba las mujeres. Existían tres suertes de ropa. La más baja que llaman AUASCA, era para la gente común, COMPI, era mas fina, de esta vestía la gene noble”.*

En ambas crónicas se hace alusión a la función del tejido primordialmente para la vestimenta, pero gran parte del esplendor de los tejidos andinos se perdió para siempre en el proceso de la conquista española, sobreviviendo solo en parte el conocimiento textil que hoy día identifica a algunos pueblos en especial en la zona andina.

Es el caso de Chinchero, donde el tejido ha persistido especialmente como una habilidad que han conservado las mujeres, tal cual cuentan las crónicas inicialmente y hasta hace poco la práctica del tejido servía solo para producir prendas de abrigo y vestimenta, como las mantas, lliqllas, chullos, ponchos, unkuñas<sup>22</sup>. Con la introducción del turismo y las imposiciones del mercado ahora estos productos textiles son más variados y responden a la tendencia de la artesanía utilitaria.

La visita a Chinchero es casi obligada para todo turista, se encuentra como uno de los pueblos que inicia la ruta turística más visitada del país, que es el Valle Sagrado, que culmina en el afamado Santuario de Machupicchu. Se puede decir que no hay agencia de viaje que no oferte el producto turístico Chinchero.

Las agencias y operadores turísticos entablan una especie de convenio con las más de 16 asociaciones o Museos en Vivo que se han implementado

---

<sup>22</sup> Especie de tapete donde se coloca la coca y las ofrendas.

en la localidad de Chichero, en lo que se denomina “Chinchero Pueblo” que es digamos la “zona de contacto” entre turistas y población anfitriona, que incluye a los que no son parte de estas asociaciones pero tienen una relación indirecta con el turista. Son estas agencias las encargadas de traer a los grupos de turistas, son los mediadores, pero son también quienes imponen los tiempos de la representación, y juegan el rol de intérpretes a través de sus guías.



## CAPITULO 5.

### EL DOCUMENTAL

#### 5.1. Sobre el título

#### **CHINCHERO FOR SALE.**

La suma de los más de 20 centros artesanales o museos en vivo que representan el proceso del tejido a los turistas, las casas acondicionadas como escenarios para estas representaciones, los servicios turísticos, incluido el Centro Arqueológico, el Templo, las calles de traza Inka, la gente con marcada facciones étnicas andinas, han hecho que Chinchero se construya como uno de los productos turísticos más importantes en la visita a Cusco.

En esta construcción han contribuido las propias autoridades, la población y los operadores turísticos y las entidades del Estado. Entonces al ser un producto turístico, por consiguiente esta a la venta, por ello escogimos este término en inglés “Chinchero for sale”, además es así como se maneja en

el argot de los operadores turísticos, “vendo Chinchero” cuando se refieren a que operan en Chinchero.

“Chinchero for Sale” cobró más relevancia cuando mediáticamente y en las redes sociales se ponía en cuestión el tema el proyecto de la construcción del aeropuerto internacional en Chinchero. Los discursos a favor hablaban de que había que aprovechar el potencial turístico de Chinchero y “venderlo al mundo”, se relaciona también el termino con la venta de los terrenos de las comunidades afectadas al Estado, “terrenos de Chinchero en venta”. La discusión latente fue como valorar el precio de los terrenos, bajo qué criterios darle un precio.

## 5.2. Sinopsis

El pueblo de Chinchero en Cusco es un pueblo de tradición textil, esto sumado a su historia, a su arqueología y paisaje ha hecho que se convierta en un atractivo turístico de importancia y con seguridad en uno de los pueblos más visitados. Para responder a las exigencias de las nuevas tendencias del turismo que demandan el goce de experiencias y vivencias, recientemente sus pobladores han desarrollado un nuevo producto de consumo para el turismo, se trata de “mostrar el hacer del tejido”.

El documental gira en torno de la vida de las familias de Chinchero asociadas para desarrollar este producto turístico, cómo incorporan el turismo en su cotidianidad, cómo se convierten en enunciadores de su identidad,

representan su cultura y están en la búsqueda permanente de la autenticidad y la restauración de su cultura e identidad para insertarse al mercado turismo y cómo esta actividad impacta en sus estructuras sociales y culturales.

En el transcurso del rodaje emerge un tema el cual por más de 20 años se ha rondado en la memoria colectiva de Chinchero, es el proyecto de construcción de un Aeropuerto Internacional para el Cusco en tierras comunales de este poblado. El gobierno nacional y el gobierno local se han propuesto hacer realidad este proyecto, un sueño para algunos y una pesadilla para otros. El documental aborda las reflexiones que los artesanos hacen en torno a sus visiones de futuro y su identidad en relación al aeropuerto.

### 5.3. Tratamiento

<b>FICHA TECNICA</b>	
Titulo	CHINCHERO FOR SALE
Productora	Pontificia Universidad Católica del Perú
Directora	Tesista Postgrado: Erika Chávez Huamán
Duración	59 min.
Formato	Documental Etnográfico
Distribución	PUCP/ Medios alternativos
Fecha de inicio	Marzo 2011
Fecha de término	Junio 2012
<b>SINOPSIS</b>	



En el pueblo de Chinchero en Cusco es un pueblo de tradición textil, esto sumado a su historia, a su arqueología y paisaje ha hecho que se convierta en un atractivo turístico de importancia y con seguridad en uno de los pueblos más visitados. Para responder a las exigencias de las nuevas tendencias del turismo que demandan el goce de experiencias y vivencias, recientemente sus pobladores han desarrollado un nuevo producto de consumo para el turismo, se trata de “mostrar el hacer del tejido”. El documental gira en torno de la vida de las familias de Chinchero asociadas para desarrollar este producto turístico, cómo incorporan el turismo en su cotidianidad, cómo se convierten en enunciadores de su identidad, representan su cultura y están en la búsqueda permanente de la autenticidad y la restauración de su cultura e identidad para insertarse al mercado turismo y cómo esta actividad impacta en sus estructuras sociales y culturales.

### ESTILO Y PUNTO DE VISTA

La forma de acercarnos a nuestro campo de estudio será a través de la modalidad de la participación y reflexividad, a través de la cual se evidencia el proceso de producción y el proceso de recepción. Las nuevas tendencias del cine etnográfico nos abren precisamente esta posibilidad en la que se rompe con los modelos anteriores en el que el proceso terminaba en el producto y el sujeto era el objeto de representación, pero no participaba y no se reconocía que formaba parte activa en el proceso de producción o en la recepción del producto. Prestaba su imagen, colaboraba con el etnocineasta, sin que tuviera control sobre el producto final. *Esta será una reivindicación de la corriente participativa: la presencia del sujeto como componente activo en la producción de una película sobre él mismo, así como su participación en todas las fases decisivas sobre la película como coproductor*<sup>23</sup>.

<sup>23</sup> Ardevol Elisenda. La búsqueda de una mirada. Editorial UOC. Capitulo II. Participación y reflexividad. Pag. 103.

El documental tendrá como hilo conductor las voces de los artesanos y artesanas que hablarán en base a ciertas preguntas orientadoras y diálogos que irán recreadas con imágenes correlacionales. La idea es dejar que la audiencia interprete los enunciados e imágenes dentro del documental. La posición etnográfica se construirá en el proceso de reflexividad y se dará como resultado final del producto, pero en este caso la voz que tomará posición será los personajes.



5.4 Guion

SECUENCIA INTRODUCTORIA			
TIEMPO	VIDEO	AUDIO	
00:00	Pantalla con texto: “...conforme se intensifican los contactos entre pueblos y culturas diferentes se intensifica también el deseo de esos pueblos de reafirmar sus identidades propias”	Sonido ambiente de mercado (voces en quechua) se entrelaza con sonido ambiente de bus turístico (guía hablando en inglés a los turistas)	
00:35	Paneo de cielo hacia mercado de Chinchero	Paisaje sonoro mercado	
00:50	Paneo de manos de anciana tejiendo hacia su rostro. (se ve en detalle su vestimenta)	Voz en off. ¿Qué es lo que motiva a pueblos como los de Chinchero, en Cusco, a recuperar sus tradiciones, vestimentas y prácticas ancestrales?	
01:00	Detalle de Joven chincerina con traje vendiendo a una turista.	Se dice que estos pueblos han hecho de su cultura un “recurso”, económico, en gran parte debido a la influencia del turismo	
01:05	Turistas bajando de bus en playa de estacionamiento en Chinchero		
01:11	Grupo de turistas observando la representación del proceso de tejido, en el centro artesanal	En particular, el llamado “turismo vivencial” crea un tipo de contacto cultural más íntimo que otras formas de turismo.	
01:15	Artesana pintando los labios a una turista con cochinilla, y explicando.		
01:25	Guía mostrando un “chullo” bordado.	Voz Guía. Miren esto, esto lo haces cuando ya no sabes qué hacer?	
01:32	Paneo de conjunto de lanas hacia un plano abierto de señoras artesanas en el centro artesanal	Voz en off. ¿Acaso, contribuye este contacto a reafirmar las identidades locales, o más bien alienta una imagen ficticia para “vender mejor”?	
01:38	Zoom de detalle de pantalla de cámara fotográfica captando las imágenes de las señoras, hacia un plano medio de los turistas.	Sonido de tambores de música autóctona de Chinchero.	
01:47	Pantalla negra En disolución entra el título. CHINCHERO FOR SALE	Sonido de tambores de música autóctona de Chinchero.	

SECUENCIA 1 PRELUDIO AL ENCUENTRO (ARTESANAS – TURISTAS)		
TIEMPO	VIDEO	AUDIO
01:56	<p>En disolvencia entra imagen de paisaje panorámico amaneciendo en Chinchero Se escucha paisaje sonoro de amanecer</p> <p>En disolvencia aparece imagen de turistas en Plaza Recocijo en la ciudad de Cusco, dispuestos a embarcarse en bus que los llevara a Chinchero.</p> <p>En contraposición entra imagen de Matilde Pumayali en su vivienda peinándose y alistándose para iniciar el día y haciendo sus labores que a diario suelen hacer las mujeres en Chinchero.</p> <p>Paralelamente en Cusco, los buses van saliendo de la ciudad llevando a los turistas.</p> <p>En contraste siguen apareciendo las imágenes de Matilde alistándose y poniéndose su vestimenta típica.</p>	<p>Paisaje sononoro, amanecer</p> <p>Ruido de carros y voces de turistas y guías.</p> <p>Sonido ambiente, ruido de animales y otros de la casa de Matilde.</p> <p>Sonido ambiente, carros, voces, bocinas.</p>
3:55	<p>Junto a su compañera salen de la casa y se dirigen presurosas por las calles del pueblo hasta llegar al Centro Artesanal en donde les toca ese día atender. .</p> <p>Imagen de Señoras preparando y limpiando el Centro Artesanal.</p>	<p>Voz en off: El Centro Artesanal Angélica Concha Warwa, en Chinchero fue creado por la Asociación de Artesanos Virgen de las Nieves, como parte de una estrategia local de turismo vivencial. A diario este centro se convierte en el escenario donde las artesanas demuestran sus habilidades y conocimientos del arte del tejido.</p> <p>Conversaciones y sonido ambiente</p>
04:40	<p>Plano entero de Matilde alistando el telar de cintura.</p>	<p>Voz en off. Maltilde Pumayali y sus compañeras son las encargadas de abrir el local hoy día. La presencia de cámaras no las incomoda, porque a diario son filmadas y fotografiadas por los grupos de turistas que las visitan.</p>

04:59	<p>Contrapicado de Matilde Pumayali, tejiendo en el telar de cintura.</p> <p>Paneo del telar hacia grupo de artesanas.</p>	<p>Yo no soy una turista, tampoco me tratan como si lo fuera, es más a ratos soy ignorada.</p> <p>Con mi cámara no busco demostrar que estuve “ahí”; más bien busco conocer y acompañarlas en sus día a día, en esta “Zona de Contacto” que es el centro artesanal. Al final de día nos sentaremos a ver juntas las imágenes.</p>
05:38	<p>Imagen del bus que va llegando al distrito de Chinchero, se ve la ruta de la pista</p>	<p>Sonido ambiente.</p> <p>Voz de la guía que anuncia la llegada al pueblo y la experiencia que vivirán.</p>
06:20	<p>Toma general de grupo de artesanas tejiendo.</p>	<p>Testimonio.</p> <p>Antes las turistas, venían los domingos, los días jueves nada mas, ahora con lo que se ha vuelto zona turística diario ahora llegan, diariamente ya no podemos escoger, los jueves, los domingos, como hay bastantes visitantes, llegan diario, nos hemos organizado para hacer demostración, en un centro taller para nosotras seguir trabajando para ganar.</p> <p>Delia Quispe</p>
6:59	<p>En disolvenca aparece nuevamente la ruta de la pista desde el bus que va adentrándose ya al pueblo y la guía anuncia la llegada y da recomendaciones a los turistas, anuncia que se encontraran con el grupo de artesanas que harán la demostración del proceso del tejido.</p>	<p>Voz de la guía.</p> <p>Damas y caballeros, no se olviden sus boletos turísticos, aquí es donde conoceremos una de las casas típicas de chinchero, donde nos demostraran el proceso de teñido, interesante poder aprender de este proceso, el cual se pasan los conocimientos de generación tras generación, de madres a hijas, aquí haremos el turismo vivencial. Compartiendo unos minutos con estas familias.</p>
07:43	<p>Turistas llegan al centro artesanal, ingresan y Guía les da la bienvenida</p>	<p>El número de presentaciones depende en gran parte de cómo la asociación negocia con las guías de turismo, quienes son las proveedoras de los grupos turistas.</p>

SECUENCIA 2			
LA PUESTA EN ESCENA (zona de contacto, centro artesanal)			
TMPO	VIDEO	AUDIO	
07:46	<p><b>La puesta en escena</b> El guía como maestro de ceremonia da inicio al acto de representación y presenta a las señoras que se encargara de explicar el proceso.</p>	<p>Guía. Se siente frio no?, Muy bien amigos ya nos encontramos en unos de los centro de exposición de textiles de Chinchero, en este lugar yo no les voy ha dar la Explicación, lo va a hacer... tu lo vas ha hacer preciosa? ¿Cómo te llamas?.</p> <p>Responde: Delia.</p> <p>Guía. Lo va a hacer Delia, ellas es una maestra porque aprendió de sus padres, y sus padres lo hicieron de sus abuelos, y sus abuelos de sus tataratata abuelos, entonces asi se mantiene la tradición. Ella tiene como idioma madre el Quchua, nuestro idioma nativo, .....</p>	
08:22	<p>La señora inicia la representación mientras sus compañeras van haciendo los diferentes pasos del proceso, los turistas escuchan, sacan fotos, preguntan.</p>	<p>Delia. Bienvenido a este Centro textil, Angelica. Mi nombre es Delia, yo les voy ha explicar sobre el proceso del teñido y la textileria.</p>	
08:48	<p>Planos generales de las artesanas y turistas en el momento de la representación.</p>	<p>Voz en off. Como parte de su jornada de trabajo, las artesanas de la asociación en temporada alta hacen un promedio de 2 a 5 representaciones diarias, desde las 8 de la mañana hasta las 9 de la noche.</p>	
09:06	<p>Planos generales de las artesanas y turistas en el momento de la representación</p>	<p>Voz de las artesanas.</p>	
09:43	<p>Plano medio de grupo de artesanas tejiendo.</p>	<p><b>Testimonio</b> “Nosotras hacemos toda la demostración desde el trasquilado de la lana, el hilado, los tenidos, para tejer combinado las lanas, mediante hojas, raíces tallas, desde como hemos aprendido de nuestros ancestros, nuevamente hemos recopilado y hacemos esas demotraciones a los turistas”</p>	
			Sra. Delia



SECUENCIA 3 COMO NACE LA IDEA DE REPRESENTAR EL PROCESO DEL TEJIDO		
TMPO	VIDEO	AUDIO
10:22	Escena de otro día en el que los turistas ingresan al local en grupo, y otra sra. Inicia la demostración. (el lavado de la lana con insumos naturales)	Sachaparccay es una planta nativa de la zona...esto es como detergente natural, esto se puede utilizar en lavado de cabello, para que sea resistente, y las personas que son canosas utilizan para que el cabello sea negro..
	Continua demostración del hilado (el mismo día) Sra..	...luego de esto se hace secar y se hilase hace grueso delgado, se proyecta para manta, frazada.
	Bromas	Esto como verán es un hueso...
	Planos variados de la representación	Voz en off: En los casi 30 minutos que dura la representación, las artesanas, muestran un resumen del proceso de la actividad textil, compartiendo con los turistas, algunos de sus secretos y significados, basándose en una especie de guion que ellas mismas elaboraron y que recreado de acuerdo al tipo de turistas y a la demanda de las guías.
12:05	Plano Medio de líder comunitario. Fidel Bara.	<b>Tetimonio (Como nace esta idea de demostrar el proceso)</b> “Siempre habían sras que eran adiestradas al tejido, por lo cual el padre Manya reunió a las mejores tejedoras de este pueblo y llevo hacia la parroquia en donde ellas demostrando el proceso de tejidos para unas agencias operadores de EE.UU, ahí es lo que nace el mercado artesanal y así nace el producto turístico del proceso demostrativo del arte textil y posteriormente hoy en día ya varios centros textiles que están en ese trance. Hasta hoy hay más de 20 centros textiles”. Sr. Fidel Bara



SECUENCIA 4 (PERFORMANCE DE LA GUIA)		
Tiempo	VIDEO	AUDIO
13:04	<p>Guia con el grupo de turistas....</p> <p>Delia se acerca.</p> <p>Guia utiliza muestra la ropa de Delia...</p>	<p>Voz guía:</p> <p>Amigos, les ruego un minuto, no se me vayan todavía. Hamuy Delia.</p> <p>Hubo una pregunta que dije que hiba a contestar,</p> <p>¿Por qué nunca hablan de Tupac Amaru?</p> <p>¿Pregunta para ustedes, la ropa que ella lleva es inca o colonia?</p>

SECUENCIA 5 GESTION DEL CENTRO ARTESANAL		
TMPO	VIDEO	AUDIO
13:28	<p>Imagen de laguna, inicia lluvia en la laguna y pasa en disolvencia al local del centro artesanal también en plena lluvia con las señoras arreglando y atendiendo turistas</p>	<p>Sonido de lluvia y radio con música..</p> <p>Risas del grupo de señoras</p>
	<p><b>Testimonio.</b> Sobre cómo se gestiona el centro artesanal entre las 60 familias que integran la asociación.(imágenes señoras sacando cuentas)</p>	<p>Somos en total 62 mujeres que trabajamos en este centro artesanal, y de las 62, estamos divididos a 10 personas cada semana...</p> <p>Desde domingo hasta sábado nosotras vamos a trabajar aquí y todas las ventas tenemos que llevar en cuaderno anotado con fecha y todos los precios...</p>

SECUENCIA 6 TESTIMONIO GUIA		
TMPO	VIDEO	AUDIO
16:13	<p>Plano medio</p> <p>Guia 1 en el centro artesanal</p>	<p>Pregunta:</p> <p>¿Tu consideras que Chinchero es un producto turístico?</p> <p>Guia</p> <p>Por supuesto vende, vende....</p> <p>¿Qué es lo que vende?</p> <p>Vende cultura</p>

16:33	Turistas y artesanas en el centro artesanal	Voz de Artesana: Esto como verán es un hueso....
17:08	Guia 2	Si nuestra cultura estamos vendiendo, de alguna forma estamos vendiendo nuestra cultura

SECUENCIA 7 LA VERACIDAD DE LA REPRESENTACION		
TMPO	VIDEO	AUDIO
17:27	Continua imágenes de la representación de las señoras, turistas observan y escuchan.	Voz de las artesanas.
17:53	<b>Testimonio sobre la veracidad de la demostración</b>	“Las explicaciones tienen que ser reales, lo que se hace el proceso tiene que ser tal como se trabaja, porque el turista tienen que entender, llevarse ese recuerdo, lo real, como fue trabajada esa pieza que se ha adquirido, de eso depende de que otro de sus amigos vuelvan al local” Fidel Bara
	<b>Testimonio sobre veracidad (la lana adquirida de otros sitios)</b>	Señora habla de la producción de la lana de oveja, no hay espacio actualmente y hay poca lana y esta debe ser adquirida de otros lugares, se compra ya lana procesada.

SECUENCIA 8 PERFORMANCE GUIA		
20:03	Imagen de la Guía con Sra. Delia en centro artesanal en la demostración Guía utiliza a Delia para hablar de la vestimenta.	Voz de la guía. Inka? Porque'

<b>SENCUENCIA 9</b>		
<b>FUERA DE ESCENA (PASANTIA POR EL VALLE SAGRADO)</b>		
<b>TMPO</b>	<b>VIDEO</b>	<b>AUDIO</b>
20:49	Presidente de la Asociación, llama a las señoras para subir al carro que las conducirá al Valle Sagrado	Voces de las señoras, risas y bromas.
	Señoras sentadas en el bus en marcha, continúan tejiendo e hilando.	Sonido ambiente
	Grupo de señoras llega al centro artesanal de Urquillos en Urubamba para intercambiar experiencias.	Dialogos entre ambos grupos de artesanas.
	Grupo de señoras llega al Centro Arqueológico de Ollantaytambo.	Música de fondo.

<b>SENCUENCIA 10</b>		
<b>RELACION INTERGENERACIONAL CON EL TEJIDO</b>		
<b>TMPO</b>	<b>VIDEO</b>	<b>AUDIO</b>
01:23	JOVEN ARTESANA  Paty Sallo como artesana joven cuenta su experiencia con el tejido y con el centro artesanal.	Yo he aprendido a tejer desde muy niña, mi mamá me enseñó...
01:24	ANCIANA ARTESANA  Contrapicado, de maestra y aprendiz, tejiendo.	Voz en off. La práctica del tejido ha trascendido en el tiempo porque hubo maestras como Alicia Quispe Sallo y jóvenes dispuestas a aprender.  Alicia dice haber aprendido solo mirando, y ahora, con esa tenue voz que parece apagada por el tiempo, enseña con paciencia los primeros puntos y figuras a este aprendiz que ha vendido desde el Cusco.

	PD de rostro de anciana cuenta su experiencia con el tejido	Voz de la maestra. (Sub titulado)	
--	---	--------------------------------------	--

<b>SECUENCIA 11</b> <b>DIA INTERNACIONAL DE LA MUJER</b>			
26:12	Se muestra artesanas participando en el día internacional de la mujer, Matilde Pumayali en un mensaje se dirige a las mujeres de Chinchero, además se ven actividades de esparcimiento, imágenes donde también se ven relaciones de género.	Señoras cantando Himno Nacional  Señoras en juegos y competencias.	

<b>SECUENCIA 12</b> <b>PERFORMANCE DE LA GUIA</b>			
01:28	Guia muestra el traje de las artesanas.	Voz de la guía. La manta es Inka original, se llama lliqlla....	

<b>SECUENCIA 13</b> <b>TRADICION DE LAS TRENZAS EN CHINCHERO</b>			
TMPO	VIDEO	AUDIO	
28:38	Otro día empieza en el centro artesanal con otro grupo encargado de atenderlo, se muestran detalles de los preparativos.	Paisaje sonoro	
	Tradición de las trencitas en las mujeres chincherinas  Señoras se trenzan y hablan sobre esta tradición.	Sonido ambiente, conversaciones y risas de las artesanas.	

<b>SECUENCIA 14</b> <b>Donaciones y asistencialismo</b>			
	VIDEO	AUDIO	
33:29	Plaza de Chinchero, gente en tumulto se congrega.	Sonido ambiente Voz en off.	

	<p>Gente se junta, hacen colas, hay bandas de musica, jóvenes y niños.</p> <p>La gente bebe chicha, se ve la entrega de pescado congelado y todo el movimiento por recibirlos.</p>	<p>Movimiento en las calles de Chinchero, las comunidades cercanas al pueblos se vienen congregando, ataviados como para un día especial. ¿Es un día de fiesta?, No. Sólo en días del Corpus Cristi y el aniversario del pueblo, la población se congrega de este modo. Pero sin duda, hoy es un día especial.</p> <p>La población ha sido convocada porque hoy llegará la nueva Primera Dama, Nadine Heredia. Todos quieren conocerla, porque aún tienen fresco el recuerdo de la anterior primera dama Elian Karp, quien se nacionalizó peruana y exclusivamente chincharina en este pueblo.</p> <p>Luego de casi tres horas de ansiosa espera, la nueva Primera Dama, nunca llegó, si llegaron pescados y afiches para ser repartidos entre la población. Pese a la desilusión la fiesta continua.</p>
--	--	---

<p align="center"><b>SENCUENCIA 15</b> <b>DILEMAS SOBRE EL DESARROLLO (AEROPUERTO DE CHINCHERO)</b></p>			
<p><b>TMPO</b></p>	<p><b>VIDEO</b></p>	<p><b>AUDIO</b></p>	
<p>37:39</p>	<p>Plano panorámico de paisaje, Nevado la Veronika.</p>	<p>Paisaje sonoro</p>	
<p>37:45</p>	<p>Testimonio 1. Artesana</p>	<p>Ahora, como acá vivimos nosotros un poco tranquilos, con nuestras artesanías, nuestra, agricultura, estamos tranquilos, pero si es que hay aeropuerto ya no será así nuestra vivencia.</p>	
<p>37:57</p>	<p>Plano panorámico de comunidad de yanacona, ámbito del proyecto para el aeropuerto</p>	<p>Sonido ambiente.</p>	
<p>38:10</p>	<p>Testimonio 2: Guia</p>	<p>El Cusco, es una ciudad que esta sobrepoblada, con el aeropuerto en</p>	

		chinchero creo que se traería mas progreso aca. Soy una futurista.	
38:26	Maqueta Virtual del aeropuerto	Música	
38:39	Testimonio 3: Artesana	Ya no habrá nuestras costumbres cuando va haber el aeropuerto, también no solo nos dedicamos a la artesanía, trabajamos en la chacra, esas cosas se van ha perderse cuando haya aeropuerto	
39:02	Testimonio 3. Guia 2.	Tiene sus pros y sus contras, una parte quizá habría desarrollo, pero también bastante contaminación.	
39:19	Maqueta Virtual del aeropuerto	Música	
39:28	Testimonio 4: Artesana joven	Ventajas seria que tal vez, con el aeropuerto tendríamos un poquito mas de ingresos, ... las desventajas seria que ya no viviríamos como ahora libres.	
39:48	Testimonio 5: Artesano joven	El aeropuerto nos va a traer desarrollo, no en si para nosotros, pero si para el ámbito regional, pero en si los campesinos van a ser los mas perjudicados.	
40:51	Testimonio 6: Artesana en mercado de Cusco.	Nosotros como chincheros vivimos de nuestra agricultura, para mi no quisiera, yo no quiero, porque habría contaminación, como en lima, saturado, estamos, naturalmente.	
41:22	Testimonio 7: Artesana	Yo no quisiera que haya el aeropuerto, porque también vamos a tener la contaminación, habrá robos como en lima, como en la ciudad ...	
41:38	Testimonio 8: Guía 2	Afecta mucho al ecosistema, va ha afectar, y habrá un desarrollo, pero veremos si será sostenible o no será sostenible, veremos. Pero diría que mejor que no se realice eso porque habrá destrucción fuerte dela naturaleza.	
42:01	Plano abierto de Avión en despegue.	Sonido del despegue del avión...	
42:08	Maqueta virtual del proyecto de aeropuerto.	Voz en off, del video original de la maqueta.	

42:17	Testimonio 10: Guia 1	Cambiaría su forma de ser, pero eso se puede sopesar..
42:39	Testimonio 11: Anciana artesana..	Voz en quechua. Sub titulado. Si viene el aeropuerto, ¿de que vamos a trabajar? Van a venir bastante rateros, no, no quiero aeropuerto.

<b>SENCUENCIA 15</b>		
<b>DILEMAS SOBRE EL DESARROLLO (AEROPUERTO DE CHINCHERO)</b>		
	<b>VIDEO</b>	<b>AUDIO</b>
43:14	Paneo de cielo a paisaje de campo.	Sonido ambiente Entra musica de quena de la toma siguiente.
43:21	Plano general de mercado	Musica de quena, proviene del mismo mercado.
43:34	Testimonio final. Artesana	Si uno trabaja en una que otra cosita, no puedes sentirte como pobre, sino mas bien estoy sobresaliendo adelante, me siento que no me falta nada, y tengo nomas lo que yo necesito.  Pregunta. ¿Eres feliz?  Si soy feliz, con lo que hago mis cosas, también trabajo en turismo vivencial y la artesanía y la chacra también, y no me falta, entonces me siento feliz.
43:59	Tomas de centro artesanal de noche, las señoras han acabado la jornada y comparten un plato de comida. Se alistan para retirarse.	Dialogas de despedida entre las artesanas y bromas.
44:42.	Plano entero de puerta del centro artesanal, los artesanos despiden a sus compañeras.  Puerta es cerrada por los artesanos	Voces. Hasta mañana, mañana vienen temprano, mañana 8 en punto sino multa.  Sonido del cierre de la puerta.



44:56	Pantalla negra. Créditos.	Tambores de la música autóctona de Chinchero.	
-------	------------------------------	---	--



## CONCLUSIONES

En estos últimos 10 años, desde que los gobiernos de turno comenzaron a darle un mayor impulso a la actividad turística, se ha tratado de encontrar las mejores formas y estrategias de potenciar esta actividad y sobre todo diversificarla. En este afán, desde el sector privado y el propio Estado se vio la necesidad de desconcentrar los beneficios del turismo del icono principal que es Machupicchu y Cusco. Entonces tratando de responder a las nuevas tendencias del turismo como “la gestión de experiencias y emociones”, se descubre un gran potencial en las comunidades andinas para ofrecer lo que se han venido a denominar de varias formas Turismo Cultural, Turismo Vivencial, Turismo Comunitario, Turismo Rural.

*“La imagen del turista que solo dispara flashes para captar la foto postal ya está cambiando. Ahora ya aparece el viajero que quiere conocer las culturas más de cerca, que quiere participar y convivir. No es coincidencia que, entre las motivaciones del turista extranjero para venir al Perú, 47% busque conocer la cultura y 40% venga por los atractivos histórico-culturales, según el Perfil del Turista Extranjero de Prom-Perú ” Ahora el turista quiere conocer el estilo de vida de los lugares que visita, entonces, paralelamente al turismo tradicional, se está desarrollando una alternativa para las comunidades que no tienen un*

*Machu Picchu de jale turístico, pero sí una riqueza cultural para compartir*".  
Mara Seminario, directora de Promoción de Turismo de Prom-Perú<sup>24</sup>.

Toda esta variedad de ofertas, no son otra cosa que el diseño de paquetes, circuitos y rutas, donde el turista puede relacionarse con el paisaje, la geografía, la arqueología, la historia, las tradiciones y manifestaciones culturales y sobre todo la gente, que en este caso responden la mayoría a la identidad indígena o campesina y la consolidan más si de eso depende incrementar sus ingresos económicos. Si quisiéramos hacer un intento de deslinde entre esta oferta de tipos de turismo llegaríamos a la conclusión de que todos finalmente tienen como eje la "cultura" y la "gente"; entonces podríamos decir que el Turismo es por inmanencia Cultural porque ¿no es acaso cierto que una vez que el turista pisa el aeropuerto del país anfitrión ya entro en contacto con una cultura diferente?

Pero también debemos tomar en cuenta que el turismo genera enunciados y discursos variados desde sus diferentes actores sociales que lo dinamizan, desde el Estado, desde las poblaciones anfitrionas, desde los operadores turísticos y desde el propio turista. *"En este sentido el turismo puede ser entendido como una gran maquinaria discursiva que produce representaciones sobre la nación y los grupos que la compone. Estos*

---

<sup>24</sup><http://elcomercio.pe/edicionimpresa/html/2008-01-27/el-turismo-vivencial-auge.html>

*discursos, a su vez, pueden influenciar las versiones sobre la historia y sobre las identidades culturales de las poblaciones receptoras. Dicho de otra manera: como un constructor de relatos sobre la nación, el turismo puede tener un gran impacto en los imaginarios sociales de las poblaciones (Vich 2007). (pag. 14)<sup>25</sup>*

En este documental abordamos la “representación” y su capacidad de agencia, es decir como estos productos turísticos o mercancías, influyen en sus productores, qué cambios genera, cómo los moviliza y específicamente como la representación de su cultura tiene “agencia” en su identidad.

El producto turístico Chinchero, y la experiencia de los Museos en Vivo ha sido reconocida como una experiencia de turismo alternativo o comunitario de éxito, recibiendo premios e invitaciones frecuentes para compartir su experiencia en pueblos similares.

En el entendido de que la identidad no es un proceso estático y tomando la premisa de Hall de que es un “llegar a ser”, y un “ser”, podríamos decir que en Chinchero el proceso de inserción al mercado turístico que ha conllevado la mercantilización de su objeto de cultura material más representativo como es el tejido y a la vez la creación del Producto Turístico Chinchero, los pobladores de Chinchero vienen reconfigurando sus identidades locales, de ser en un inicio

---

<sup>25</sup> FULLER, Norma. Turismo y Cultura, entre el entusiasmo y el recelo.

los herederos y depositarios del conocimiento textil inka, ahora son los emprendedores exitosos que conviven entre la tradición y la modernidad.

Podríamos añadir de acuerdo a nuestro trabajo de campo definir que el turismo es un espacio intercultural donde hay tensiones, concesiones y negociaciones voluntarias entre ambas culturas, diciéndolo de otro modo y tomando la analogía del “turismo como una nueva zona de contacto entre conquistadores y conquistados”, existe una necesidad de consumir alteridad, de conocer e involucrarse con el otro, de sentir lo que el otro y si es posible llevarse esas emociones y conocimiento; y por otro lado una necesidad de dejarse conquistar, de dejarse conocer, de mostrarse, de compartir conocimiento lo que conlleva para las culturas anfitrionas un proceso de reconfiguración de sus identidades y de retorno a sus memorias e historia.

## BIBLIOGRAFIA

Alfaro, Santiago (editor). *Ciudadanía intercultural: conceptos y pedagogías en América Latina*. Lima: PUCP, RIDEI, 2008.

Ardevol Elisenda. La búsqueda de una mirada. Editorial UOC. Capitulo II. Participación y reflexividad. Pag. 103.

Cánepa, Gisela y María Eugenia Ulfe (editoras). *Mirando la esfera pública desde la cultura en el Perú*. Lima: CONCYTEC, 2006.

Clifford, James. "Identity in Mashpee" (SOCIO 910). En: *The Predicament of Culture*, cap. 12.

Degregori, Carlos Iván. Multiculturalidad e Interculturalidad. En: *Educación y diversidad rural*. Lima: Ministerio de Educación, 1999. Disponible en: <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/Degregori1.pdf>

Fuller, Norma (editora). *Interculturalidad y política: desafíos y posibilidades*. Lima: Fondo editorial PUCP, UP, IEP, 2005.

García Canclini, Néstor. *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa, 2004.

Hall, Stuart. "The Work of Representation". En: Stuart Hall (editor), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications, 1995.

Hall, Stuart. *Sin garantías*.

Poole, Deborah. *Visión, raza y modernidad: una economía visual del mundo andino de imágenes*. Lima: Casa de Estudios del Socialismo, Sur, 2000.

Taylor, Charles. *El multiculturalismo y la política de reconocimiento*. México, DF: FCE, 1993. Una parte del libro se encuentra disponible en: <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/taylor.pdf>

- De la Cadena, Marisol. *Indígenas mestizos. Raza y cultura en el Cusco*. Lima: IEP, 2004.
- Chambers, Sarah. *De súbditos a ciudadanos: honor, género y política en Arequipa, 1780-1854*. Lima: Red
- Degregori, Carlos Iván. "El estudio del otro: Cambios en los análisis sobre etnicidad en el Perú". En: *Perú 1964-1994*. Julio Cotler (editor). Lima: IEP, 1995: 303 -0332.
- López Lenci, Yazmín. *El Cusco, paqarina moderna. Cartografía de una modernidad e identidad en los Andes peruanos (1900-1935)*. Cusco: INC, 2007.
- Méndez, Cecilia. "República sin indios: La comunidad imaginada del Perú". En: *Tradición y modernidad en los Andes*. Henrique Urbano (compilador). Cusco: Centro Bartolomé de las Casas, 1992.
- "Incas sí, indios no: apuntes para el estudio del nacionalismo criollo en el Perú". Lima: IEP, 2da. Edición, 1995.
- Pratt, Mary Louise. *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*. Nueva York: Routledge, 1992.
- Spalding, Karen. *De indio a campesino: cambios en la estructura social del Perú colonial*. Lima: IEP, 1974.
- Eyes see; eyes hear. [www.fao.org/faoinfo/sustdev/cddirect/cdre0038.htm](http://www.fao.org/faoinfo/sustdev/cddirect/cdre0038.htm)
- Pizarro, Navarro Luis Angel. Percepciones del Impacto del Turismo rural en Vicos Ancash.
- Turismo entre el ocio y el negocio: Identidad Cultural y desarrollo económico para America Latina y el Mercosur.
- Fuller, Norma. Turismo y Cultura. Entre el Entusiasmo y el Recelo. 2009.
- El fantasma de colon: el turismo, el arte y la identidad nacional en las Bahamas.
- Chincheros. Atractivos turísticos. 2001.
- Pumacahua y los Clanes de Chinchero.
- Turismo y representación de la cultura: Identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del Cusco. Percy Galan Beatriz.



**Material visual**

*Chungui: horror sin lágrimas* (L. F. Degregori)

*Lucanamarca* (C. Cárdenas y H. Gálvez)

Canibal Tours (Dennis O'rourke)

Incidents of Travel in Chiza Itza

*Amazónico soy* (Chema Salcedo)



ANEXO 1.  
MEMORIA FOTOGRAFICA DEL RODAJE











Fotos 6 y 7. Luego de cada registro, las artesanas solicitan ver la filmación.



Locación: Laguna de Chinchero



Fotos 8 y 9. Equipo de Producción. Locación: Estadio de Chinchero. Ceremonia: Día Internacional de la Mujer





Fotos 9 y 10. Filmando tomas de contexto. Locación: Laguna de Chinchero.





ANEXO 2.CARTA DE ACUERDO CON ASOCIACIÓN DE ARTESANOS**CARTA DE ACUERDO**

Por el presente, la Asociación Virgen de las Nieves, representada por su presidente Sr. Alfredo Cusihuaman con DNI. ~~25.39.7.7.65.~~ y la Srta. Erika Chávez Huamán identificada con DNI 23961700, alumna de la Maestría de Antropología Visual de la Universidad Católica del Perú, suscriben el siguiente acuerdo:

**Referencias:**

La Srta. Erika Chávez Huamán, producirá un video documental etnográfico que tiene por objetivo abordar la memoria, identidad y representaciones para el turismo en el pueblo de Chinchero, para lo cual se tomará la experiencia de la Asociación Virgen de las Nieves, por ser la asociación más antigua y representativa de la zona.

La Asociación consultada en asamblea de socios el día viernes 21 de Octubre del 2011, luego del planteamiento de la propuesta de producción de documental aprobó la elaboración del mismo.

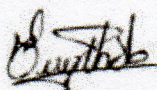
**Acuerdos:**

- La srta. Erika Chávez se compromete a:
  1. Entregar una copia del documental producido una vez concluido
  2. No hacer uso comercial del documental y garantizar que la Universidad Católica haga un uso estrictamente educativo.
  3. Los créditos de la Asociación y de las respectivas personas participantes deberán reconocerse en el documental.
  4. Registrar el video documental sin alterar las actividades cotidianas de la asociación ni demandar actividades que impliquen gastos para la asociación.
- La Asociación se compromete a:
  1. Brindar las facilidades del caso para la filmación del video documental.
  2. Participar con sus testimonios y entrevistas para el documental.
  3. Participar visionando los registros avanzados para dar comentarios y opiniones

Firman en conformidad los suscritos:

*Chinchero, 06 de Noviembre del 2011*

ERIKA CHAVEZ HUAMAN



SR. ALFREDO CUSIHUAMAN