**Políticas públicas de turismo en el Perú**

**Norma Fuller**

El Turismo es una de las actividades que más creció durante la última década en el Perú. Más aun, esta industria se presenta como una opción para el desarrollo de las zonas rurales y comunidades campesinas y nativas porque ofrece recursos que ya existen –restos, paisajes, historia, cultura. Sin embargo, las ciencias sociales no se han interesado mayormente en este fenómeno y lo han dejado en manos de la empresa privada y de las instancias burocráticas.

El presente trabajo es un intento de dar cuenta de la historia de esta actividad a través de la revisión de las políticas públicas dirigidas a este sector. Nos interesa identificar la manera en que las diferentes concepciones sobre el papel del Estado, la industria privada y las poblaciones locales definieron las políticas públicas y el impacto de las fluctuaciones de nuestra vida política y económica en el desarrollo del turismo. Finalmente intentaré dar cuenta de la versión del patrimonio cultural que guiaron estas políticas y su influencia en el tipo de turismo que propiciaron y propician en la actualidad.

**Primera etapa: Expansión de trasportes e infraestructura.**

La historia del turismo en el Perú corre paralela al desarrollo de esta industria en el mundo. Durante las primeras décadas del siglo XX la expansión de los medios de comunicación terrestre (carreteras y ferrocarriles) y aérea y la consolidación de las clases medias asalariadas facilitaron un cierto desarrollo del turismo interno especializado en vacaciones y salud. Dado lo costoso del transporte ultramarino y, que el Perú está lejos de los países industrializados, durante la primera mitad del siglo XX el turismo receptivo fue incipiente y limitado a viajeros de altos recursos.

Durante la primera mitad del siglo XX el turismo no formó parte de las políticas públicas porque no era considerado como un sector que generase divisas o trabajo. Sin embargo, se observa un lento crecimiento de esta actividad que va paralela a la expansión de vías de comunicación que facilitan la movilidad de la población y al crecimiento y consolidación de las clases medias asalariadas con suficientes ingresos estables para emprender viajes de descanso, recreación y salud. La construcción de vías férreas iniciada a mediados del siglo XIX y concluida a inicios del siglo XX (1851- 1910) sería la primera gran revolución de los transportes en la medida en que unió a las regiones norte, centro y sur. Esta amplia red ferroviaria permitió la circulación segura y cómoda de pasajeros .

El periodo que va desde 1911 a 1930 se caracterizó por la gran expansión de los capitalismos norteamericano, europeo y japonés. Como consecuencia, los países latinoamericanos vivieron un ciclo de crecimiento económico gracias a la demanda creciente del mercado internacional por materias primas. Esta fase prosperidad, llevó a que casi todas las ciudades capitales de la región doblaran, e incluso, triplicaran su población y se modernizaran. Dentro de este clima, el gobierno de Leguía (1919-1930) invirtió fuertemente en la modernización y expansión del aparato estatal. En este contexto los sectores medios crecieron notablemente y cambiaron de fisonomía debido al crecimiento de la burocracia estatal y al surgimiento de una capa de comerciantes y ejecutivos de las nuevas empresas nacionales y extranjeras. El Estado asumió el papel de impulsor de la economía a través de la inversión en obras públicas para atraer a la inversión privada. Se amplió significativamente la red vial con la construcción de carreras, líneas férreas y aeropuertos. Se inició la construcción de la Carretera Panamericana lo que abrió la posibilidad de realizar viajes en automóvil entre las ciudades de la costa. También se construyeron tramos de la Carretera Central que une a la capital, Lima, con la sierra central. La edificación del aeropuerto internacional de Lima permitió recibir vuelos del exterior y facilitó la comunicación con el interior. Este clima de bonanza propició el desarrollo de un cierto turismo interno hacia las ciudades de provincias, balnearios y centros medicinales. Ejemplo de ello son los complejos hoteleros de los balnearios de Huacachina en Ica y los Baños de Boza en Huaral, dos de los puntos mas concurridos por las clases altas y medias iqueñas y limeñas hasta la década de los cincuenta. Asimismo, por el Aniversario de 100 años de Independencia, se emprendieron grandes obras para embellecer y modernizar a la ciudad de Lima. Ello incluyó la construcción de parques, plazas, hoteles, museos y monumentos .

La crisis económica de fines de los años veinte supuso una violenta contracción de la economía nacional. Este periodo se caracteriza por el descontento popular y el control militar del aparato estatal hasta fines de la década de 1930. El primer gobierno de Manuel Prado (1939-1945) significó el retorno a la democracia y una conducción de la economía según la cual el Estado debe asumir un rol protagonista en la tarea de modernizar el país en alianza con la inversión privada (Ob.cit.: 272) El mercado interno creció debido a la expansión demográfica que se inició en la década de los cuarenta y a la política estatal de control de precios y aumento de salarios. Durante este periodo se creó la Escuela de Cicerones (1940) para la instrucción en la actividad turística, que luego se convertiría en CENFOTUR. También se establecieron las primeras corporaciones de desarrollo a través de las cuales el Estado buscaba apoyar y potenciar las iniciativas privadas de expansión económica. En 1942, se inauguró la cadena de Hoteles de Turistas propiedad de la compañía Hotelera del Perú S.A. y se culminó la construcción, de la carretera Panamericana que une a toda la costa. Ello facilitó la comunicación y ofreció servicios de hospedaje adecuados a los turistas.

El corto gobierno de Bustamante y Rivero (1945-1948) se caracterizó por un mayor control e intervención estatal en la economía. Dentro de esta tónica, en 1946 se creó la Corporación Nacional de Turismo a la que se adjudicó la administración de la cadena de hoteles de turistas. Esta entidad continuó con la construcción hoteles . La expansión del papel del Estado y los planes de inversión se vieron frenadas por una grave crisis económica acompañada de un aumento del costo de vida, con el consiguiente descontento general y la caída del gobierno debido al golpe militar del general de ejército Manuel Odría (Ob. Cit.: 290-291).

Los años 50 marcaron el inicio de un nuevo periodo de industrialización, modernización y urbanización. El impacto de la Guerra de Corea sobre los precios de las materias primas y algunas inversiones extranjeras en minería y manufactura dieron nueva vida a la economía nacional. Las finanzas del Estado se expandieron y el gobierno ejecutó diversas obras públicas. La inversión privada se expandió y las clases medias urbanas crecieron y consolidaron. Ello se expresó en una mayor capacidad de gasto en viajes destinados a vacaciones y al cuidado de la salud.

El ochenio de Odría (1948-1953) supuso el retorno al esquema liberal según el cual el Estado cumple un rol subsidiario de la inversión privada y se estimula la inversión extranjera (Garaycochea, 2007). Dentro de esta tónica, el gobierno devolvió la propiedad de la cadena de hoteles de turistas a la Compañía Hotelera del Perú S.A. que expandió significativamente la capacidad hotelera nacional. Asimismo, el Estado, junto con la empresa privada emprendió obras de infraestructura que ampliaron la red de carreteras y el sistema de transportes. Ello supuso la ampliación de las instalaciones necesarias para el desarrollo turístico. El segundo gobierno de Manuel Prado (1956-1960) continúo con las políticas iniciadas por el régimen previo.

**Segunda etapa: El Estado inversor**

La década de los sesenta significó un giro en el turismo mundial. Este creció explosivamente gracias al abaratamiento de los medios de transporte y a la expansión de las clases medias y se convirtió en una industria de masas. Los países del tercer mundo ingresaron al mapa turístico como receptores de visitantes del primer mundo. Se trata de un periodo de euforia durante el cual diferentes organizaciones internacionales promovieron esta industria como una vía alternativa al desarrollo. Se incentivó el endeudamiento público y privado para implementar obras de infraestructura y promoción de esta actividad. En consecuencia el turismo ingresa dentro de las políticas públicas como una posible vía de desarrollo. Dentro de este contexto, el primer mandato de Belaúnde (1963-1968) fue un punto de inflexión, por primera vez se diseñaron políticas públicas destinadas a incrementar el flujo de turistas internos e internacionales. Se buscó promover el turismo interno con el eslogan: “Conozca el Perú primero” y con incentivos tales como conceder a los funcionarios públicos adelantos de su fondo de pensiones para que pudieran usarlo en vacaciones.

Este periodo se caracterizó por el interés en expandir la infraestructura vial e integrar todo el territorio nacional. Se emprendió grandes obras de infraestructura vial (Contreras y Cueto, 2004) entre ellas la carretera marginal de la selva que abrió la posibilidad de integrar la región amazónica a los circuitos turísticos. Se construyó aeropuertos en diversas ciudades el interior.

En 1964 se creó la Corporación de Turismo del Perú (COTURPERU) para promover la restauración del patrimonio monumental y el desarrollo de infraestructura hotelera. En 1969 COTURPERU asumió la administración de la cadena de hoteles de turistas. Dentro de este marco se diseñó el Plan Copesco, un proyecto estatal para implementar infraestructura turística en el sur del Perú. Se elaboró junto a la empresa norteamericana Checchi and Company un estudio sobre ‘Las Posibilidades del Turismo en el Perú’.

En este periodo también se incentiva la educación en turismo. En 1965 se fundó la Escuela Nacional de Turismo que se convertiría en el Centro Nacional de Aprendizaje de Servidores en Hoteles (CENASH) destinado a capacitar a trabajadores de hoteles, restaurantes y agencias de turismo. En 1975 se incorporaron al SENATI como programas de Turismo y Hotelería.

El golpe de Estado de Velasco (1968-1975) instauró por siete años un gobierno que favorecería un mayor control estatal de la economía. En adelante el turismo se convertiría en un sector de la economía y se buscó impulsarlo, a través de la promoción del Perú como destino, el apoyo al turismo interno y la construcción de infraestructura. Se incentivó también la inversión privada nacional en hotelería y turismo a través de estímulos tales como la concesión de préstamos y la exención de impuestos para las inversiones en este rubro. Se creó impuestos a los bienes y servicios que se destinaron al desarrollo del turismo (FOPTUR, 1981). El Plan Inca buscó incrementar el ingreso de divisas y estimular el turismo receptivo así como el acceso de las mayorías al turismo interno mediante la inversión estatal en obras de infraestructura turística y en instalaciones tales como la construcción de albergues a precios accesibles.

En 1969 la Corporación de Turismo del Perú se convirtió en ENTURPERU, una empresa estatal dedicada al desarrollo del turismo y a la promoción del Perú como destino basado en su patrimonio natural, cultural y folklórico. Se emprendió restauraciones del patrimonio material: histórico y arqueológico (Franco, 1983:700) y se implementó una política de rescate y revalorización del patrimonio inmaterial con especial énfasis en las poblaciones campesinas y nativas. Para ello se creó ferias artesanales y festivales de artes y danzas populares a lo largo de todo el Perú y se buscó estimular la producción de artesanías como un medio de generar ingresos complementarios entre las poblaciones campesinas y nativas. En suma, el tipo de turismo que se incentivó fue el cultural en sus versiones histórico y arqueológico. Ello iba en consonancia con la ideología oficial que enfatizaba las raíces indígenas de la peruanidad y buscaba revalorizar el acervo cultural de la nación.

El gobierno de Morales Bermúdez (1975-1980) se propuso revertir el modelo económico puesto en marcha por Velasco. Las políticas públicas con respecto a este sector dieron mayor énfasis al apoyo a la inversión privada. En 1977 se promulgó un régimen de incentivos para la actividad turística, entre los cuales se incluyó la exoneración de impuestos, facilidades de pago en la adquisición de terrenos de propiedad del Estado, créditos para el financiamiento con tasas de interés favorables a través de la Banca Estatal. También se otorgó incentivos tributarios a la inversión y/o reinversión privada a través de la liberación del impuesto a la renta en tales casos. (FOPTUR, 1981). En lo referente a la promoción turística, se disminuyó el impuesto a bienes y servicios destinado al desarrollo turístico. En compensación se gravó la salida al exterior con la creación del impuesto al viaje al exterior y la asignación de un costo al trámite de pasaporte.

El Estado continuó asumiendo un rol de promotor y subsidiario del sector. Se creó el Ministerio de Industria y Turismo, al cual se asignó como ámbitos de competencia: planear y promover la provisión de infraestructura turística, normar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos, supervisar y controlar la calidad de los servicios turísticos y favorecer la capacitación profesional de los trabajadores del sector. (FOPTUR, 1981) Se creó el Fondo de Promoción del Turismo (FOPTUR) con el objetivo de intermediar, en lo financiero, entre el sector público y privado y de institucionalizar la promoción turística. Sus tareas eran: promocionar el turismo receptivo; brindar apoyo e incentivar a las empresas de servicios turísticos en la ejecución de programas de promoción del turismo receptivo; apoyar y participar en certámenes, exposiciones, ferias y otros eventos tanto en el país como en el extranjero; apoyar el folklore y la artesanía como medios de atracción turística; realizar planes, programas y proyectos de promoción turística y desarrollar actividades de investigación y capacitación turísticas (FOPTUR, 1981) FOPTUR estaba a cargo también de la construcción de infraestructura básica, sin embargo esta meta se logró solo parcialmente debido a la ausencia de lineamientos concretos (De la Flor 2000: 112-113).

 Junto a FOPTUR, se creó el Centro de Formación Turística (CENFOTUR) como entidad educativa destinada a la formación de profesionales en el sector turismo. Conforme a la concepción estatal del turismo, sus tareas se remitían a: estudiar y determinar las necesidades de formación y capacitación del personal requerido; proponer a la Secretaría de Estado de Turismo la política de formación y capacitación del personal de la actividad turística; planear, elaborar, ejecutar y promover programas de formación y capacitación de acuerdo con las políticas sectoriales establecidas; y emitir pronunciamientos para la apertura de nuevos centros de enseñanza turística y para la ejecución de actividades educativas sobre la materia.

La década de los ochenta estuvo signada por la recesión económica nacional e internacional. A la crisis económica se sumó el clima de inseguridad interna debido a la violencia desatada por movimientos insurgentes que tomaron la vía armada. Al final de los ochenta el sector había colapsado, el flujo de visitantes del exterior era casi inexistente y la hiperinflación de los años 1988-90, que llevó a las clases medias a la ruina, redujo drásticamente el turismo interno.

El segundo gobierno de Belaúnde (1980-1985) profundizó el retorno al liberalismo económico iniciado por Morales Bermúdez. Sin embargo, se enfrentó a un clima de malestar social debido a la crisis económica que hizo decaer los niveles de vida de los sectores medios y populares y al surgimiento de los movimientos insurgentes Sendero Luminoso y Tupac Amaru. En lo referente al sector turístico las políticas estatales se concentraron en la labor de promoción y estímulo a la inversión privada a través de incentivos tributarios y financieros al transporte aéreo y a la construcción hotelera. Dentro de este contexto ENTERPERU, administradora de los Hoteles de Turistas, fue privatizada nuevamente y rebautizada como COTURPERU. En su último año de gobierno, Belaúnde promulgó la Ley General del Turismo que favorecía la inversión privada y la reinversión en turismo. En el primer gobierno de García (1985-1990) se continuó con las políticas establecidas por Belaúnde. Sin embargo, los incentivos a la reinversión se anularon y la actividad turística disminuyó considerablemente debido a la inseguridad interna y a la profundización de la crisis económica.

**Tercera etapa: El Estado Promotor**

En la década de los noventa la economía peruana y la seguridad interna comienzan a recuperarse. Durante el gobierno de Fujimori (1990-2000) se giró definitivamente a un modelo neo liberal en la conducción de la economía y en el diseño de políticas publicas. Se profundizó la privatización de las inversiones y se desmontó y reorganizó el aparato organizacional y la infraestructura estatales. Se disolvió ENTURPERU y los hoteles pertenecientes a la cadena Hoteles de Turistas fueron adquiridos por el sector privado (Indacochea 1996).

El cambio en la importancia económica del turismo fue de la mano con un incremento en la atención brindada desde el Estado a tal actividad. Desde 1993 se observa un crecimiento continuo del sector. Los ingresos de divisas crecieron a tasas del 20% anual hasta 1998 año en que se generaron 913 millones de dólares en divisas. El año 1998 fue declarado oficialmente el "Año de los 600 mil turistas" y 1999 es el "Año del turismo interno" (Chacaltana 1999).

 En contraste con los regimenes anteriores, cuyas políticas se centraron en la construcción de infraestructura y en los incentivos a la inversión, a partir del gobierno de Fujimori las políticas públicas enfocaron la labor de promoción dejando las obras de infraestructura en manos del sector privado. Además se buscó ampliar la oferta turística y las campañas de publicidad del Estado peruano dejaron de enfocar el llamado turismo étnico o cultural y fomentaron no sólo las visitas arqueológicas, sino las culturas vivas, la ecología, las expresiones artísticas regionales y la gastronomía (Manrique, 2000:315). Para ello se implementó herramientas promocionales más variadas y actualizadas. Con este fin se creó PROMPERU entidad que tiene como objetivo propiciar el crecimiento de los flujos turísticos, participar en eventos, establecer alianzas con diversos organismos internacionales y crear y promover productos turísticos peruanos en el mercado internacional.

“Por primera vez se planteó un Programa Integrado de Apoyo del Sector Turismo en el Perú (1996-1999) y se diseñó un Plan Maestro de Desarrollo Turístico Nacional de la República del Perú El Programa apoyado por la UE, en principio, proponía mejorar la competitividad del Perú como destino turístico. En la práctica logró romper esquemas fomentando el desarrollo de productos innovadores que parten de iniciativas locales desde un enfoque de sostenibilidad dentro del marco de un "Turismo Vivencial". La gran mayoría de los proyectos del Programa estaban ubicados en áreas rurales y enfocados a actividades tales como agroturismo, trekking, rutas ancestrales, turismo participativo, etc. tanto en el norte (Cajamarca, Túcume y Huaraz) como el sur del país (Cusco y Valle Sagrado) y algunos de ellos todavía siguen vigentes hoy en día (septiembre 2014) .

 Paralelamente, se buscó mejorar la oferta turística a través de la capacitación de los servidores de esta área y de programas destinados a generar cultura turística en la población. Se promulgó una nueva ley de turismo que creó diversas instancias que garantizan la seguridad del turista tales como la policía de turismo y la fiscalía de turismo. Dentro de este marco INDECOPI firmó un convenio con Promperu para, a través de la fiscalía del turismo , la policía de turismo y el servicio de protección al turismo, se informe al consumidor, se vigile que las empresas cumplan las normas y, dado el caso, se sancione a la empresa y se repare al consumidor. Es decir que se buscaba satisfacer necesidades e intereses del turista pero no se buscaba construir herramientas para que la población local se sienta reconocida social y políticamente. (Ulfe 2008).

El gobierno de Toledo (2001-2006) marcó el inicio de la recuperación económica del Perú en base al modelo ya en marcha durante el periodo de Fujimori. Las políticas públicas se centraron en la promoción del producto Perú y del turismo interno. Paralelamente se incentivó la inversión privada en infraestructura y se dio incentivos tributarios a la inversión en establecimientos de hospedaje.

Para incentivar el turismo interno se otorgó incentivos, tales como el establecimiento de feriados largos. Finalmente, se otorgó beneficios tributarios que eximían de IGV a los servicios de alojamiento y alimentación adquiridos en el país por sujetos no domiciliados.

Como estrategia de promoción internacional, en el 2002 se creó la Marca Turística, símbolo e imagen del Perú. En un principio pretendía dar cuenta y promocionar los monumentos arqueológicos, la naturaleza y las costumbres y festividades que se encuentran en el Perú. El eslogan propuesto fue: “Donde la historia vive” y el texto rezaba “

La famosa piedra incaica de los 12 ángulos sirve de lienzo para dibujar el misterioso colibrí que trazaron los nazca en sus pampas. Esta composición da a luz un ave multicolor que establece un puente temporal entre el pasado y el presente, un puente mágico que une la diversidad cultural y natural de un país cuya historia nos habla sobre la fiesta de la vida. Es un ave que resalta la exuberante belleza de la tierra peruana, salta y brinca trayendo a la memoria insólitos danzantes que celebran cada día la magia del Perú (PromPerú 2002 en: Cortés 2007: 306).

En el 2003 la frase inscrita en la Marca Turística fue cambiada de “Donde la historia vive” a “Perú, país de los Inkas” resaltando así la relación con la cultura incaica porque se consideraba que esta es la imagen que tipifica al Perú. Paralelamente se continuó con la promoción de la artesanía y la gastronomía en tanto expresiones del patrimonio inmaterial que pueden ser ofrecidas para el consumo de los visitantes (Alfaro 2005). También, se inició el Proyecto de Mejora del Sector Turismo en la Comunidad Andina que pretende mejorar el espacio turístico, reforzar los productos, crear un sistema de información, capacitar al personal turístico, generar mayor demanda, asegurar su sostenibilidad social y ambiental, facilitar y generar inversiones.

El turismo interno creció de manera sostenida durante década del 2000. Durante el 2003 se realizaron aproximadamente 13,7 millones de viajes por turismo interno. Incremento considerable respecto al flujo de turistas internos de 1,1 a 2,6 millones registrado durante el año 1997. Sin embargo el crecimiento y flujo presentado fueron reducidos en comparación con el turismo internacional y en relación a la población. Esto se debió, en buena medida, a que la infraestructura turística es limitada. La estabilidad económica atrajo a las inversiones en hotelería y transportes aéreos pero esta fue insuficiente. Tanto en hoteles como en transporte aéreo la inversión más fuerte provino de capitales multinacionales. En el caso de los hoteles, la inversión creció significativamente pero se concentró en pocos destinos ya consagrados y destinados al turismo receptivo. El transporte se desarrolló en el área de los vuelos internacionales en tanto que el sector de vuelos nacionales retrocedió y la oferta es insuficiente.. En consecuencia, a pesar de que este periodo se caracterizó por su tendencia hacia la institucionalización y formalización, el turismo no ha logrado desarrollar todo su potencial.

El segundo gobierno de García (2006-2011) continúa con las políticas diseñadas en el Plan Estratégico Nacional 2005-2015. Se vive un clima de expansión económica que el Perú no veía desde la década de los setenta. El superávit fiscal permite al Estado emprender obras de infraestructura vial y construcción de aeropuertos. Las clases medias viven un periodo de bonanza que se refleja en el dinamismo del turismo interno, auspiciado por políticas que otorgan feriados a los trabajadores del sector público y con campañas publicitarias tales como “Escápate de la rutina” “Perú mucho gusto” y “El Perú lo tiene todo” puestas en marcha por PROMPERU.

Los años 2008 y 2009 marcaron cierto un descenso en la actividad turística debido a la recesión económica mundial. Aunque sigue creciendo su ritmo se ha desacelerado pasando del tercer lugar como generador de divisas al quinto

**Conclusiones**

La historia del turismo en el Perú corre paralela al de nuestra historia y al desarrollo de esta industria en el mundo. La aparición del turismo interno se posibilitó por la expansión de los medios de comunicación terrestre (ferrocarril y carreteras) y por la consolidación de las clases medias asalariadas. Sin embargo, esta actividad no tuvo mayor peso en la vida económica del país hasta la década de los sesenta en que se dio la gran expansión del turismo de masas y comenzó a llegar un flujo de turistas provenientes de los países del primer mundo. Desde entonces ha sufrido fluctuaciones que van paralelas a los climas económico y político nacional e internacional.

A partir de la década de los sesenta, el turismo ha adquirido una creciente presencia y relevancia en las políticas públicas. Se observa una tendencia hacia la institucionalización y formalización de esta actividad. La evolución de su importancia responde a los cambios globales de la industria turística y a las fluctuaciones en la concepción del papel del Estado en la economía. Estas han girado desde posiciones liberales en las cuales el Estado cumple un rol de facilitador de la inversión privada hasta el intervencionismo en el cual lidera el desarrollo. De este modo encontramos que los regimenes liberales dan mayor énfasis a la promoción y al incentivo de la inversión privada mientras que los regimenes populistas enfatizan la inversión en infraestructura. Sin embargo, puede decirse que a lo largo de el siglo XX y el presente han predominado los regimenes liberales por lo que las políticas publicas se han concentrado mayormente en la promoción del producto Perú mientras que la inversión en infraestructura y en la puesta en valor del patrimonio material e inmaterial ha sido poca y dependiente de donaciones de la cooperación internacional o de la iniciativa privada.

El tipo de turismo que caracteriza al Perú como receptor de turistas extranjeros es el cultural. Sin embargo la tendencia a la diversificación de esta actividad lleva a que aparezcan modalidades cada vez más diversas tales como los turismos ecológico, étnico, gastronómico y rural. En consonancia, se observa que las políticas públicas de promoción del turismo se concentraron, hasta la década de los noventa en la promoción del Perú como destino histórico cultural mientras que a partir de las década de los noventa empieza a promocionar diversas variedades de turismo cultural y ecológico.

 La visión del patrimonio nacional que inspira las políticas públicas sobre turismo responde en gran medida al tipo de turismo que el Perú atrae. En consecuencia, enfatiza el pasado prehispánico, la diferencia cultural y la ecología. Puede decirse que esta industria tiende a crear y difundir una imagen exotista del patrimonio cultural peruano.

 Al respecto, resulta ilustrativo analizar la manera en que el Estado nacional define la posición de ciertas minorías étnicas o poblaciones campesinas que mantienen estilos de vida tradicionales para adecuarlas a las demandas del turismo internacional. En el Perú, por ejemplo, las poblaciones campesinas de la región andina y sus manifestaciones artísticas y culturales tienden a ser asimiladas al folclor, al pasado remoto o a las raíces de la cultura peruana, mientras que los grupos étnicos que habitan la Amazonía han empezado a ser vendidos en paquetes de turismo étnico o ecológico como «otros primitivos». Estas políticas expresan de manera gráfica las profundas fisuras de la sociedad peruana.

Uno de los giros más importantes en las campañas turísticas actuales es el afán de revalorizar expresiones culturales antes vilipendiadas. La comida y el sabor, las expresiones del arte, de la historia y el lenguaje se presentan ahora como expresiones del ingenio y la creatividad de los peruanos. Así está en curso un proceso de recuperación del patrimonio cultural peruano liderado por las elites económicas y empresariales, que se coloca una de las grandes productoras de discursos sobre la identidad nacional.