

Turistas

comunitarios en Ecuador



ISSN: 978-9976-14-345-7



9 789976 143407

UNIVERSIDAD DE CUENCA

Turistas comunitarios en Ecuador

Turistas

comunitarios en Ecuador



Márcara Hernández Ramírez
Mateo Estrella Durán
(Coordinadores)

2016





Turistas

comunitarios en Ecuador

Macarena Hernández Ramírez, Mabel Estrella Durán (Coordinadoras)
UNIVERSIDAD DE GUAYAS
2016

©Universidad de Cuenca
Facultad de Hospitalidad

Turistas comunitarios

Mateo Estrella (Coord.)
Macarena Hernández Ramírez (Coord.)
Lucía Fernández Machado
Leonardo Torres León
Agustín Coca Pérez
Esteban Ruiz Ballesteros
Pedro A. Camero

Editor responsable: Manuel Villavicencio

Derechos de Autor: CUE-002769
ISBN: 978-9978-14-340-7

Diseño, diagramación e impresión: AdvantLogic Ecuador S.A.

Tiraje: 300 ejemplares

Año 2016
Cuenca - Ecuador

SUMARIO

I. Introducción, Macarena Hernández Ramírez	5
“Mirar a los turistas, de los otros actores del turismo comunitario en Ecuador”	5
II. De las comunidades vistas por turistas:	19
“Del Voluntariado turístico a un turista con voluntad y deseos”, Lucía Fernández Machado	19
“Turistas comunitarios y visitantes. El caso de Salinas de Guaranda (Ecuador)”, Leonardo Torres León	53
“El turista y el turismo comunitario indígena en la amazonia ecuatoriana”, Agustín Coca Pérez	81
“Turistas en el turismo comunitario. Reflexiones desde Agua Blanca”, Esteban Ruiz Ballesteros	119
III. Recorriendo comunidades, Pedro A. Camero Martín	153
“Viajeros, curiosos, devotos, militantes... Del “Grand Tour” al turismo solidario. Tour Maquita Cushanchic y encuentro Tumbaco, Agosto-Septiembre 2009”	153

INTRODUCCIÓN

Mirar a los turistas, de los otros actores del turismo comunitario en Ecuador

Macarena Hernández Ramírez

Universidad Pablo de Olavide

email: mherram@upo.es

Desde hace décadas el turismo es considerado como algo más que una sencilla transacción económica. Por eso, mirar a los turistas que experimentan el turismo comunitario se convierte en un ejercicio más complejo que el simple análisis del consumo de un producto de mercado. Ya hemos manifestado que detenerse en los agentes del turismo comunitario es etnografiar la historia de un encuentro, donde proponer, buscar, analizar e ir más allá del simple (o complejo) análisis de comprar y vender productos (Hernández, 2007). Abogamos por un giro en la perspectiva para no detenernos en el producto, sino en los consumidores, es decir, una mirada desde los turistas.

Esta consideración del turismo comunitario, concebido más como una actividad que como un producto y abordado como una acción social en la que su objeto gira en torno a la manera en la que se produce el intercambio, es la perspectiva que ha guiado la investigación matriz de la que han surgido las diferentes reflexiones que componen este libro.

A su vez, esto supone un ejercicio previo de revisión y asimilación de las principales propuestas que desde diferentes disciplinas¹

¹ Recordemos que hay autores que incluso han acuñado el término del "turistólogo", señalando como "el turismo, como cualquier fenómeno social, es de comprensión compleja ya que engloba muchas disciplinas para su estudio (Gómez Nieves, 2005: 18).

(fundamentalmente desde el mundo de la empresa, la economía o psicología) se realizarán para valorar el papel de los turistas en el turismo. Así, la gran mayoría de las aproximaciones al papel de los turistas, tienen como principal objetivo determinar la posición del consumidor ante el producto que, en este caso, debemos concretar en el turismo comunitario. En la mayoría de los casos se trata de un análisis desde la empresa y la economía que comienza con una caracterización profunda de las particularidades del producto, para comprobar sus posibilidades y consolidar un destino turístico (Ramos Domínguez, AM, Ramos Domínguez, CE y Ramos Domínguez, RM, 2004) diferenciado. Estos autores, siguiendo a su vez las propuestas de otros teóricos, definen el destino turístico como una configuración compleja, «como una unidad de análisis integrada por una amplia variedad de redes organizativas, entes, individuos y grupos de interés que toman significado en el contexto del destino turístico» (132).

En este marco, los grupos que participan en la actividad turística marcan algunos factores: el factor geográfico en referencia al territorio en que se desarrolla el turismo; el factor personal, representado por la conducta de compra de los turistas y, por último, el factor económico, en consideración de todos los agentes económicos que intervienen en el negocio turístico. Todos buscan las razones que hacen de un destino turístico y producto diferente, atractivo y competitivo o, lo que es lo mismo, deseable para el consumidor. En definitiva, generan una propuesta de análisis mucho más compleja de la que hemos sintetizado y subraya su atención, fundamentalmente, en las condiciones y características del objeto, es decir del destino turístico.

En esta perspectiva, vemos cómo en el Ecuador aparece una de las principales limitaciones de esta mirada, al concebir a la actividad turística como producto definido, más o menos establecido, sin considerar lo dinámico y cambiante del turismo en general y del turismo comunitario, en particular. Un producto donde el aprendizaje y el cambio son constantes (Poon, 1993) y

permanente la redefinición de la relación que se establece entre objeto y sujeto turístico².

Precisamente, en la búsqueda de estas relaciones, encontramos el análisis propuesto desde otras Ciencias Sociales interesadas en este tema como la Psicología Social (Castaño, Moreno y Grego, 2006), la Sociología (Huete, 2007, 2009) y la Antropología (Mancinelli, 2009, Noguea, 2009). En estos casos, prima la búsqueda de las razones del viaje del turista. Así, en primer lugar, se comienza con la consideración de las necesidades humanas: fisiológicas (alimento, descanso, ejercicio, cobijo y sexo)³, de seguridad (protección física y económica), de vinculaciones sociales (aceptación ante los demás y como miembro del grupo, entre otras), de autorrealización (realizar el propio potencial, crear y contribuir) y psicológicas, autoestima o amor propio (reconocimiento del estatus social, confianza en uno mismo, entre otras), (Maslow, 1943).

Estas serían las primeras razones en la selección de los turistas de su destino. Seguidamente, la necesidad económica (de ahorro en dinero, tiempo y esfuerzos conseguidos) (Lanquar, 1985); de identificación (con valores sociales consensuados); de prestigio y pertenencia (de trascendental importancia para la ubicación social de los individuos dentro del grupo); relacionada a la anterior, la de ostentación y vanidad (en la que se dibuja perfectamente el viaje como símbolo de posición social). Necesidad, esta última, en la línea de Néstor García Canclini (1995), cuando nos expone las diferentes lógicas que subyacen a todo acto de consumo, al tiempo que nos recuerda cómo este consumo "sirve para pensar" y cómo es especialmente pertinente en el análisis del turismo comunitario y de los turistas que lo consumen, como veremos en los diferentes artículos.

² Tal y como tendremos ocasión de descubrir en cada uno de los casos presentados de Turismo-Comunitario en Ecuador.

³ Cuestiones estas que han sido especialmente tratadas en diferentes obras por Huete Nieves, R. (2007, 2010, etc.).

Las necesidades descritas son las que ayudan a establecer la llamada motivación turística (Huete, 2007), desde la que se producen la mayoría de los acercamientos a la perspectiva del turista. Una motivación turística que se considera como aquella condición que ejerce empuje en el individuo hacia un determinado tipo de acción, que prevé que le reportará satisfacción. La clave para conocerla, según esta autora, está precisamente en la consideración y estudio por un lado del viaje siempre como algo que satisface (cualquier tipo de necesidad) y, por otro, como un deseo. Y es este deseo desde donde debemos indagar en cómo se produce la elección del viaje, pero sobre todo desde el que hemos de analizar el desarrollo de la actividad del turista en su elegido destino.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) podemos considerar básicamente tres tipos de motivaciones turísticas: las motivaciones personales (necesidad de contacto con la naturaleza, necesidad de conocimiento); motivaciones familiares (necesidad de encontrar cierto estilo de vida no siempre presente y posible en nuestra vida cotidiana) y motivaciones sociales (necesidad de imitación, necesidad de singularidad o necesidad de distinguirse del grupo de pertenencia).

Por lo expuesto hasta ahora, podemos considerar que los principales componentes de la motivación turística se organizan en torno a razones de tipo intrínsecas al propio sujeto que turística, y otras extrínsecas, entre las que hemos de señalar tanto las propias que presenta en producto⁴, como todos y cada uno de los factores sociales que acompañan a los turistas en sus viajes. Factores sociales y culturales que contribuyen a la elección del turista (edad, ciclo de vida y familia, género y clase social), que son precisamente los que, por su dimensión, variedad y relevancia, nos hicieron centrar nuestra mirada en los sujetos turistas.

Insistimos en mirar la actividad turística como acción social, como la historia de encuentros, en la que debemos tener en

⁴ Que supone la famosa conformación del destino turístico.

cuenta no solo una de las partes, sino el conjunto completo. Eso ya lo hemos hecho en anteriores fases de nuestro estudio sobre el turismo comunitario en Ecuador, donde hemos analizado al detalle el proceso de la propia actividad y parte de sus protagonistas: las comunidades y los sujetos que la componen dedicados al turismo (ver Ruiz y Solís Carrión, 2007 y Ruiz y Virzimilla, 2009). En esta ocasión, nuestro principal objetivo es profundizar en la comprensión del funcionamiento del turismo comunitario como motor en el desarrollo socio económico de las comunidades en las que se produce, como necesidad de completar el análisis de los componentes del proceso realizado anteriormente, para mejorar y conseguir su verdadera eficacia como agente de cambio. Por esto, nuestro análisis se ha centrado en los receptores del mensaje emitido desde los discursos del desarrollo y las comunidades: los turistas, su comportamiento en las mismas y la comparación con la actividad en otros destinos. O lo que es lo mismo, en los turistas dentro de sus relaciones con el turismo comunitario, como exponente de ese encuentro del que venimos hablando y nos sitúa en el centro del intercambio, que supone tan solo una de las múltiples formas de las que se puede mirar el turismo comunitario: los turistas como consumidores del turismo.

Abordamos, inicialmente, el mercado considerado como un sistema regido por la utilización del dinero como medio de intercambio, a partir del cual se regula la compra y venta de productos y servicios. Un sistema donde existe una regla básica: los objetos y servicios se compran o se venden para maximizar los beneficios; el valor de estos se determina por la ley de la oferta y la demanda⁵.

Si para nuestro análisis del turismo comunitario aplicamos una definición de mercado como forma de comercio, que se ajusta

⁵ Esta parte de la argumentación ya fue expuesta de manera general por mi parte, en el capítulo "Comprar y vender. De la cultura al mercado turístico en Tumbamba" en *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social* (Ruiz y Solís, 2007).

al mecanismo creador de precios de la oferta y la demanda, caracterizado por su impersonalidad, observamos, además de varias dificultades, como una buena parte del proceso —de sus razones y consecuencias— cómo se verían reflejadas, y por ende obviadas de cara a posibles aplicaciones de desarrollo. Se puede intentar subsanar desde el esquema clásico que han utilizado tanto economistas como antropólogos (con la distinción entre lugar e institución de mercado y entre mercados autorregulados y no autorregulados, etc.) pero, en todo caso, el protagonismo de otros condicionantes que matizan o modifican el principio de maximización económica, nos pone a pensar en las potencialidades que presenta este producto del turismo comunitario —desde la cultura— y como eso, a su vez, define la principal particularidad del producto que se pone en circulación en el mercado.

No podemos obviar cómo las relaciones sociales sirven de apoyo a las económicas, actuando incluso de estrategia para la potenciación de estas. Y cómo, por otra parte, las relaciones económicas sirven de vehículo para la creación y mantenimiento de lazos sociales, «puesto que una relación comercial supone el contacto entre individuos que intercambian, dando lugar, sobre todo, cuando la relación es continuada, a lazos sociales» (G. Crespo, 1993: 55). En el turismo comunitario proponemos buscar cómo la actividad comercial puede verse modificada a través de mecanismos ideológicos y culturales de cara a su adaptación a las expectativas de la sociedad en la que se produce; y cómo, a su vez, el comercio puede influir y participar en la configuración cultural de dicha sociedad (G. Crespo, 1993). Así, al considerar los lazos y relaciones adscritos a actores implicados en el turismo comunitario como elementos básicos, nos situamos plenamente en la cultura como punto de partida. Y no es ninguna novedad, pues recordemos cómo ya Malinowsky (1975) establece, cómo el consumo y la necesidad están relacionados con rasgos culturales (externos) de cada sociedad.

En el caso del turismo comunitario se presenta más adecuada una aproximación en el sentido de reciprocidad equilibrada (Shalinis, 1977), y en su propia consideración del mercado como un espacio para el encuentro de sujetos, situaciones, prácticas e ideologías diferenciadas. Considerarlo, al igual que hace Renato Ortiz, como un elemento de socialización, «al lado de la familia, la religión y las naciones, modela la personalidad de los hombres. Su influencia es planetaria, y se desdobra en la marcha de la modernidad-mundo[...]. El espacio del mercado y del consumo se tornan así lugares en los cuales se engendran y comparten, patrones de culturas» (Ortiz, 1998: 101)⁴.

Considerar, de este modo, al mercado como instancia fundamental de producción de sentido (Ortiz, 1998), nos proporciona el nexo esperado para volver a la cultura, y conocer las formas en las que se participa, desde la actividad del turismo comunitario en el mercado. Todo ello nos permite dimensionar al turista como consumidor, dar un paso más en la búsqueda de ese sujeto y quizás preguntarnos tal y como hace Bauman (1999): ¿Quién es el turista del turismo comunitario? Es de nuevo mirar hacia las formas en la que los individuos se relacionan con la cultura moderna y las experiencias que derivan de esas relaciones. Así, ser turista no implica solamente el acto de viajar, sino una actitud social que conlleva un distanciamiento de la cultura propia y la necesidad afectiva de acercarse al otro para encontrar en él (o ella) el sentido perdido con la modernidad (Urry, 1995). Y no tanto pensando que la capacidad de consumo del individuo se ha convertido en el baremo de su valor social (Romano 1998), sino más bien en cómo el consumo nos presenta contextos culturales específicos y nos instala en la modernidad. Y es en relación a esta especificidad desde donde podemos y debemos analizar el turismo comunitario; considerando la particularidad de la oferta, pero sobre todo la variedad y el perfil de este nuevo turista, y las circunstancias en las que se produce la acción turística.

⁴ Este autor llega incluso a proponer que "la educación de los individuos se llevaría a cabo a través del mercado" (Ortiz, 1998: 86).

Sobre cómo hemos mirado a los turistas

Compartimos con otros muchos autores que lo más destacado del turismo comunitario ha sido la peculiaridad que presenta dicha actividad como oferta. Pero atendiendo a los planteamientos anteriormente expuestos, obviamente nos surge la pregunta de si igual de relevante sería la especificidad del turista. En este formato de turismo comunitario, ¿quiénes son estos turistas y cómo vienen? Con respecto a los factores que delimitan su experiencia, elaboración y manejo de imágenes; pero, sobre todo, ¿qué papel juegan en esa relación o en esa construcción social de la realidad que podemos denominar turismo comunitario?

Para responder a estos cuestionamientos, echamos mano por un lado y una vez más, de las etnografías de los turistas en las comunidades; y por otro, apostamos por acompañar a grupos de turistas en un recorrido o *tour* por diferentes experiencias de turismo comunitario desplegadas por la geografía del Ecuador. Tendríamos la teoría de la recepción⁷ como escenario de fondo; de ahí que nuestra consideración de los turistas como actores de la acción (turística-social) y la obligatoriedad de analizar a estos en su presentación en la cotidianidad de su viaje. Buscando, según propuesta de Goffman (1979) las relaciones en “el cara a cara”. Es decir, hemos intentado desarrollar el llamado interaccionismo estratégico, planeando conscientemente la acción, en este caso con el resto de viajeros y turistas que consumen este turismo. Esta ha sido la manera en la que hemos obrado para poder mirar y hablar de (y con) los turistas que protagonizan este libro.

Más allá de un buen número de consideraciones generadas a partir de esta metodología y recogida de información, podemos entrever algunas de nuestras principales conclusiones o aprendizajes sobre nuestros turistas comunitarios:

⁷ Pensando en autores como Guillermo Orozco o Martín Barbera cuando refieren a los receptores, como productores a su vez, del mismo proceso de comunicación del que participan.

En primer lugar, hemos de aludir a la gran diversidad encontrada entre los turistas que visitan experiencias de turismo comunitario. Bien podemos decir que como en cualquier otro producto turístico, encontramos turistas de todo tipo; desde el que completa su recorrido por el resto del país de manera indistinta, el que se encuentra sin buscar específicamente esta modalidad, hasta el que exclusivamente realiza este tipo de viajes y consumos turísticos en cualquier parte del mundo. Ahora bien, atendiendo a la particularidad que presenta el producto y la oferta del turismo comunitario en Ecuador, podemos trazar algunos rasgos muy generales de un perfil medio de turistas comunitarios,⁸ aunque el número de ecuatorianos va en aumento hay un importante porcentaje de extranjeros —estadounidenses y europeos—, de mediana edad, con formación universitaria y procedentes de una clase más o menos acomodada como para permitirse el gasto que supone una experiencia de este tipo. Son viajeros y consumidores experimentados en su práctica totalidad, pues no es la primera vez que emprenden este tipo de aventura, y en su mayoría buscan entrar en contacto con experiencias comunitarias.

Entre el viaje organizado y en grupo predomina la manera de viajar. Esta es una cuestión de especial importancia de cara a nuestra indagación, pues supone un contacto previo con el lugar y con el viaje, así como de una elaboración de una expectativa. La mayoría refiere a amigos, conocidos⁹, blogs e Internet como fuentes de información y conocimiento de esta clase de turismo. Recordemos que una de las debilidades señaladas en las ofertas de las comunidades viene precisamente de la carencia de un canal de comercialización efectivo. Son turistas que exploran ser diferentes consumiendo algo distinto del mercado, algo que les haga sentirse en “sintonía con su manera de ver y de querer ver el

⁸ Serán analizados de manera particular en cada uno de los casos que componen cada capítulo que suceden a esta introducción.

⁹ El boca a boca sigue vigente como forma de información verbal en medio de la sociedad red (Castells, 2001).

mando". Buscan confirmar la imagen prístina de lo comunitario frente a lo individualista, lo indígena, lo solidario, lo ancestral, de lo no contaminado... En definitiva, de lo auténtico. Y muchos de ellos lo encuentran, o al menos eso parece expresar durante su estancia en las comunidades. Fascinados, sorprendidos y congratulados por encontrar lo esperado en muchos casos, y contrariados en otros, de que la experiencia no sea "de verdad", sino una marca más del mercado.

Dependiendo de cómo haya sido se regresan a sus lugares de origen con la sensación de haber vivido, aunque sea de manera fugaz, una experiencia inalcanzable en su realidad cotidiana... Y ese es otro de los rasgos que debemos señalar en la caracterización de la relación turista-comunidad: la intensidad experimentada en un período muy breve, que en la mayoría de los casos no supera encuentros de tres noches. Tiempo necesario para confirmar lo esperado.

En este encuentro hay un protagonista central: los guías turísticos locales que acompañan en el viaje y a veces al interior de las comunidades. Ellos son los ojos de estos efímeros visitantes, que en la gran mayoría de ocasiones, no solo son la clave para ingresar a la comunidad y descubrir algunos de los significados centrales, sino los poros por los que se siente la comunidad. De su capacidad para transmitir la fuerza de ese tipo de vida y organización (recordemos la clave de la oferta) va a depender el grado de apropiación de cada visitante y el éxito de toda visita. El hecho de ser miembros de pleno derecho y práctica de esas comunidades les otorga el atributo certero para ser nexo, como facilitador de esa relación. Los guías del turismo comunitario son una de las piezas claves en esta actividad. Es sin duda lo más destacado en una abrumadora mayoría de experiencias a través de los testimonios que hemos conseguido en esta investigación, que a continuación conoceremos.

Hemos sido partícipes de una rica y variedad de experiencias de viaje a lo comunitario, dependiendo del tipo de relación que se

establezca entre visitante-anfitrión y de cómo esté organizada la propia oferta turística. Esta riqueza ya la conocíamos, pero lo que no podríamos confirmar hasta este momento es cómo la diversidad que presentan a su vez los turistas enriquece la oferta de turismo comunitario. El turista que viene a consumir comunidad, es decir todo lo que no tiene en su lugar de origen o todo aquello que anhela tener, acaba dando forma al mismo producto turístico resultante.

Sobre este libro

Para finalizar esta introducción subrayamos cómo el texto que ahora tenemos en nuestras manos pretende exponer los resultados más relevantes de la última fase de una investigación sobre turismo comunitario que nos ha tenido ocupados a un equipo de investigadores y profesores de la Universidad de Cuenca (Ecuador) y Pablo de Olavide de Sevilla (España) desde el año 2006. Una investigación que llevaba por título "Viabilidad Social del Turismo Comunitario. Indicadores, modelización y evaluación II", subvencionada por la Agencia Española de Cooperación Internacional. De aquí que los primeros antecedentes los encontremos en los resultados de anteriores fases del estudio, en formato de publicación: *Cultura, Comunidad y Turismo. Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador* (2009), Esteban Ruiz y María Augusta Vintimilla (Coord.) y *Turismo Comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social* (2007), Esteban Ruiz y Doris Solís. La presente entrega sobre el papel de los turistas, entendemos, completa nuestra aproximación al turismo comunitario en Ecuador.

Este libro está compuesto por los aportes de siete investigadores que hemos trabajado en diferentes comunidades durante los períodos que han sustentado nuestro estudio en distintas geografías del Ecuador. Lo hemos estructurado en tres partes: la Introducción, donde se explicitan los planteamientos que nos

llevaron a abordar este análisis y se contextualiza la investigación de la que proceden los textos; en una segunda parte que hemos denominado "De las comunidades vistas por turistas", aparecen la descripción y análisis del papel de los turistas realizados en algunas de las comunidades en la que hemos trabajado en Ecuador: "Del Voluntariado turístico a un turista con voluntad y deseos" en Saraguro, provincia de Loja; "Turistas comunitarios y visitantes. El caso de Salinas de Guaranda (Ecuador)", en Salinas, provincia de Bolívar; "El turista y el turismo comunitario indígena en la amazonia ecuatoriana" en varias comunidades de la Amazonia y "Turistas en el turismo comunitario. Reflexiones desde Agua Blanca", en Agua Blanca, en la provincia de Manabí.

Finalmente, "Recorriendo comunidades", cerramos con un precioso caso de etnografía de viaje, "Viajeros, curiosos, devotos, militantes... Del "Grand Tour" al turismo solidario. Tour Maquita Cuzhanchic y encuentro Tumbaco, Agosto-Septiembre 2009", que realizó uno de los investigadores en un tour de veintidós días por todo el país, y con turistas comunitarios. Así concluimos nuestro intento por mirar a los turistas como actores co-protagonistas, y de algún modo cerrar una etapa que se inició hace algunos años en torno al particular modo de hacer turismo comunitario en Ecuador.

Referencias bibliográficas:

- Bauman, Z. (1999) *Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.
- Castaño, JM, Moreno, A. y Grego, A. (2006) "Factores psicosociales y formación de imágenes en el turismo urbano", en *Paisos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 4, N.º 3, pp. 287-299.
- Castells, M. (2001). *La sociedad Red*. Alianza Editorial.
- García Carlini, N. (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijabo. México D. F.
- Gómez Crespo, P. (1993) *Comprar y vender*. Madrid. Eudema.
- Gómez Nieves, S. (2005) *El desarrollo turístico imaginario*. México D. F. Centro de Estudios de Ciencias Económico Administrativas. Universidad de Guadalajara.
- Goffman, E. (1979) *Relaciones en Público. Micro estudios de Orden Público*. Alianza Universidad. Madrid.
- Herrández Ramírez, M. (2007) "Comprar y vender. De la cultura al mercado turístico en Tunibamba", en *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*, Ruiz y Solís (ed.). Abya-Yala, Quito.
- Hernández, M. y Ruiz-Ballesteros, E. (2011) "Etnogénesis como práctica. Arqueología y turismo en el pueblo Manta (Ecuador)", en *AIBR Revista de Antropología Iberoamericana* 6 (2): 159-192.
- Huete, R. (2010). "Opiniones y actitudes ante el turismo residencial en el sur de la Comunidad Valenciana", en *Paisos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4): 445-46.
- Huete, R. y Mantecón, A. (2007). "La búsqueda de la autenticidad y los cambios en la demanda turístico-residencial", en *Turismo en los espacios literales. Sol, playa y turismo residencial*. López, D. (Ed.). Valencia: Tirant Lo Blanch, pp. 293-311.

- Lansqar, R. (1985) *Sociologie Du Tourisme Et Des Voyages*. Presses Universitaires De France. Paris.
- Malinowski, B. (1975) *Los argonautas del Pacífico Occidental*. Editorial Península España.
- Mancinelli, F. (2009) "More pins on the maps. Las prácticas y los discursos de los turistas americanos de viaje por la Europa Mediterránea", en *Pazos. Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural*. Vol. 7 N 1, pp. 13-27.
- Martín de la Rosa, B. (2003) "Nuevos turistas buscando nuevo producto: el patrimonio cultural", en *Pazos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 1, N.º 2, pp. 155-160.
- Maslow, A. (1943) *Theory of Human Motivation* en *Psychological Review*. Vol. 4, N.º 50, pp. (4), 430-437. American Psychological Association. Washington, DC.
- Nogués Pedregal, AM (2009) "Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo", en *Pazos. Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural*. Vol. 7, N.º 1, pp. 43-56.
- Ortiz, R. (1998) *Otro Territorio*. Bogotá. Convenio Andrés Bello.
- Poon, A. (1993) *Tourism Technology and Competitive Strategies*. CABI Diet.
- Ramos Domínguez, AM, Ramos Domínguez, C.E y Ramos Domínguez, RM. (2004) "Análisis de las preferencias del turista hacia un destino maduro", en *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 10, N.º 2 pp. 131-139.
- Romano, V. (1998) *El tiempo y el espacio en la comunicación: la razón pervertida*. Hira. Guipúzcoa. España.
- Ruiz-Ballesteros, E. y Solís Carrión, D. (coords.) (2007) *Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Abya-Yala, Quito.
- Ruiz-Ballesteros, E. y Vintimilla, M. A. (coords.) (2009) *Cultura, Comunidad y Turismo. Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*. Abya-Yala, Quito.
- Sahlins, M. (1976) *Cultura Y Ruzvito, y no*. Gedisa. Barcelona.
- Urry, J. (1995): *Consuming Pleacer*. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.

II. DE LAS COMUNIDADES VISTAS POR TURISTAS

Del voluntariado turístico a un turista con voluntad y deseos

Lucía Fernández Machado

Universidad de Cuenca

email: lucia.fernandezm@uconca.edu.es

En los Andes Sur del Ecuador el pueblo de Saraguro es, desde hace muchos años, un sitio de paso, un "tambo" en el camino del viajero. Allí se detiene el andar y la mirada, pues llama la atención un pueblo que parece interrumpir el pasar del tiempo o al menos, al que creemos mirar como suspendido en él. Más aún si es domingo o días de fiesta –muy frecuentes por cierto–, por todos los caminos que conducen al pueblo se ven desfilar sombreros negros o blancos con negro, pantalones negros cortos, polleras negras debajo de las cuales asoman los bordados coloridos de los anacos... Entonces, queremos guardar este recuerdo en cámaras de fotos desaprensivas que causan molestia y que, en ocasiones, fueran arranchadas por los "wiguin".¹⁸ Esta presencia de viajeros ha motivado polémicas discusiones entre dirigentes saraguros sobre oponerse a que les retraten o invitar a que los visitantes conozcan su cultura. En septiembre de 2001 se concreta en Saraguro una propuesta de turismo comunitario que se configura en el proceso y se formaliza en dos espacios: la Operadora Saraguro y la Red de Turismo Comunitario Rikay.¹⁹ Esta experiencia se la considera como un modelo exitoso en el contexto de una nueva forma de gestión turística. A ella nos

¹⁸ El wiguin o mote es uno de los personajes que forma parte del grupo de danzantes de las fiestas de Navidad. Cubre su rostro con una bolsa de tela con ojeros. Lleva una cinta larga que le rodea el cuello. En la mano lleva un personaje en miniatura con el que moldea a las personas. Generalmente arrebeta las cosas que le gusta.

¹⁹ Este proceso se puede revisar de manera más detallada en el artículo "Las Lunas, estética y cosmovisión", publicado en *Cultura, Comunidad y Turismo*, editorial Abya-Yala, 2009, pp. 306-317.

acercamos desde la curiosidad académica a partir de 2007, experiencia que se recoge en el artículo "Las Lagunas, estética y creatividad"¹¹; y en la que he persistido, enamorada de un pueblo acogedor y desafiante, con mucho por contar.

Desde entonces he transitado el camino Cuenca-Saraguro en soledad contemplativa o en compañía de grupos de estudiantes e investigadores, conociendo y reconociendo el encanto de un recorrido que en brevísimas dos horas y media, cruza las frías planicies ganaderas de Tanqui y Cumbe, asciende el Nudo de Portete-Tinajillas, para recorrer una cachilla que deja ver, a cada lado, los poblados, hondonadas y montañas que dibujan el horizonte que da a la Costa y el que da al Oriente de este pedazo del callejón interandino. Atraviesa pequeños poblados de altura como La Jarata o La Paz, en los que se detienen "los camioneros", a la vera del camino, por algún plato de comida humeante. Luego, transmuta el espacio para descender por Susudeli, entre ladrilleras, frutales y algo de cañaverales hasta el profundo encañonado del río León, asciende a Oña, mitad del camino entre Cuenca y Loja; mientras contamos historias en "la parada obligatoria" en los secos de gallina de las señoras Alvarado. Al salir de Oña, se cruza el puente que marca el límite de la provincia de Azuay y se lee "Bienvenidos a la Provincia de Loja". La carretera continúa recorriendo planicies de altura: Tablón, Carboncillo y descendiendo nuevamente, allí está el pueblo de Urdaneta con su paisaje de sembríos asociados: maíz, fréjol, habas... El colorido de la vestimenta de su gente anuncia la presencia de un pueblo diferente. Desde la carretera se divisa una formación natural que dibuja un "león dormido" y, al fondo, se levanta elegante, como el pueblo al que cobija, el Cerro Puella. Sabemos entonces que estamos por llegar a Saraguro donde nos esperan nuestros anfitriones Ricardo, Arhino o Luisa, guías designados por la Operadora Saraurku para acompañar la visita.

¹¹ "Las Lagunas, estética y creatividad" publicado en *Cultura, Comunalidad y Turismo*, Raúl Ballesteros, Esteban y Vintimilla, María Augusta (coordinadores), editorial Abya-Yala, 2009, pp. 293-341.

¿Quiénes son los visitantes del turismo comunitario de Saraguro?

Los períodos de estancia en Saraguro permitieron visualizar cómo se entrelazan los factores que intuímos centrales en la experiencia de turismo comunitario, al tiempo que surgían y maduraban inquietudes, nuevas preguntas y la necesidad de otra mirada: la de los visitantes de esta oferta "alternativa" de turismo.

Recuerdo que en agosto de 2008, en una de mis visitas a Saraguro compartí con un grupo de turistas españoles que habían optado por un programa denominado "Vacaciones solidarias". Lo que me llamó la atención fue conocer los canales a través de los cuales llegan los turistas extranjeros al turismo comunitario en general y al de Saraguro en particular. En la noche de bienvenida, en el hostel Achi Wasi se expuso el programa general de su estancia en Saraguro y las visitas a diversos lugares de Ecuador. Comprendí entonces que las relaciones de apoyo financiero de la Fundación Kawsay¹² les permitió establecer contactos con ONGs como Solidaridad Internacional -o *Ajensee Du Mowé*, en Canadá- que canalizan este "voluntariado" que combina una "actividad solidaria" de apoyo al desarrollo de los pueblos al tiempo que conoce otros paisajes humanos. El director de la Fundación Kawsay les comenta que es el sexto año que la fundación recibe grupos y que han tenido:

Buenas experiencias y algunas malas también con ciertas personas que no se adaptan fácilmente, vinieron con otras ideas y se encontraron con otra realidad. Solo cuando están en el terreno se dan cuenta de la realidad donde están; antes, sólo te haces imaginaciones de lo que sería y no es tan

¹² Janus Kawsay, ONG que se constituye en marzo de 1999. Sus integrantes la consideran como producto de un proceso colectivo indígena-mestizo, con fines sociales y educativos orientado al fortalecimiento organizacional y productivo para el desarrollo humano y comunitario (www.kawsay.org).

exacto...; ahora que llevan ya dos días tienen una idea, por ejemplo, de lo cambiante del clima: asoma el sol, ya llueve, ya se nubla; es parte de nuestra convivencia diaria con la naturaleza. Estando con nosotros, más que hacer un trabajo grande por Saraguro es un poco de relación intercultural; para nosotros, esto de vacaciones solidarias es más bien a nivel de sensibilización para con Europa, con ustedes hacia nosotros, para que sepan que existimos y cómo existimos... Esperamos que disfruten al máximo porque no solo van a trabajar, van a disfrutar también.

La propuesta de este programa comprende: la estadia de los integrantes del grupo en diferentes familias que prestan el servicio de alojamiento dentro de la Red de Turismo Comunitario Rikay¹⁴. Están previstos los desayunos y cenas como espacios de convivencia familiar. Durante la estancia los visitantes rotarán por dos alojamientos; de esta manera, conocen otra familia y comunidad. Además, se trata de mantener la ocupación de todos los prestadores de servicios de alojamiento comunitario. Durante el día, los visitantes participan en los proyectos que ejecuta la Fundación Kawsay: inician el trabajo con una charla informativa que les permite escoger las actividades a las que desean incorporarse, de acuerdo con sus perfiles profesionales y/o preferencias; y, todo el grupo almorzará en el hostel Achi Wasi. Los fines de semana se han previsto visitas; una de ellas será a una zona de la Amazonia con dos noches de estadia. Concluye el programa con la visita a la experiencia de turismo comunitario de Salango y Agua Blanca, en la Costa.

Luego de la exposición de este panorama general, me pareció que las preocupaciones de los turistas, individualmente y como

grupo, giraban en torno al itinerario general propuesto a fin de ajustar sus tiempos de estancia en Saraguro, de manera que les permita conocer otros lugares de Ecuador que eran de su interés, como pasar por el volcán Chimborazo. Además, su preocupación también giraba en torno a las condiciones de seguridad del transporte terrestre. Lauro, el saraguro responsable del grupo, ofrecía cumplir al máximo con sus expectativas. Yo sentí que el recorrido planteado era una "vuelta maratónica a la república", que perdía de vista los tiempos, las distancias y las condiciones de la vialidad. Recordé mis experiencias fuera del país. Ese vehemente deseo por estar en todos los sitios de los que he oído hablar y mirarlos aunque al final quede con la sensación de paisajes que pasan veloces por las ventanas de un tren rápido, sin que podamos atraparlos.

El grupo está conformado por siete mujeres y dos varones, todos profesionales, solamente una de sus integrantes recién termina su carrera y aún no trabaja. Para algunos no es la primera vez que optan por este tipo de experiencia: "vacaciones solidarias", alternativa a "pasarme como otras vacaciones tirada al sol en la playa" y como una oportunidad de algo nuevo: "tenía ganas de hacer algo de esto, terminé de estudiar, aún no trabajo, tengo un mes libre y me decía: si no lo hago ahora no sé si habrá otra oportunidad...".

Su aventura en Saraguro arrancó con un tour de distribución en los alojamientos: todos acompañaron a todos a instalarse en "sus nuevas familias", así conocen el espacio al que cada persona hará referencia en sus conversaciones. Al día siguiente, mientras comarten el almuerzo, surgen los primeros comentarios: "tuvimos que venir a pie desde Otacapac, no se previó el transporte"; "mama Luz llama la atención por su forma de ser, su acogida..., está al día de todo"; "el nuevo albergue no presta condiciones adecuadas, no habían limpiado y nos da un poco de reparo, pero sobre todo el baño que, además, está fuera...".

¹⁴ La Red de Turismo Comunitario Rikay es una instancia organizativa para la coordinación de los Centros de Turismo Comunitario (CTC), que se forman en cada comunidad, con los prestadores de servicios turísticos. Surge hacia el 2004 como una estrategia de sostenibilidad de la propuesta turística, impulsada por la Fundación Kawsay.

Pregunté por sus expectativas. El sentir común del grupo está marcado de alguna manera, por el propio discurso de Solidaridad Internacional: "nos decían, no esperen que en un mes se cambie el mundo, pero sí una experiencia nueva, diferente a todas"; creo haber percibido en general una actitud expectante, una persona del grupo decía: "No tengo ninguna expectativa en concreto; es una experiencia nueva en la que todo lo que va pasando es bueno y se valora".

Estuvimos juntos nuevamente, el día de su despedida. Quería recoger sus impresiones, contrastar sus expectativas con su experiencia. Me pareció que marca profundamente "el dar algo de mí" que está presente en esta opción de turismo vacacional solidario. Se podía percibir en el grupo un grado de satisfacción:

"...fenomenal, la acogida de la gente es genial, para mí es lo mejor...".

"...hay gente maravillosa como mamá Luz, su acogida... en su casa fueron encantadores... la elegancia de su vestuario para las fotos...".

"...la forma de vivir con la gente es interesante...".

"...ya no nos parece triste el paisaje de montaña, incluso el que no tiene vegetación...".

"...me gusta mucho lo del baño del inca por su ritual...".

Contrastaban con algunos supuestos sobre la gente:

"...cómo te acogés, aunque yo pensaba que los ecuatorianos eran más bien reservados, tímidos...".

"...yo creía que cuando oían música la gente bailaba, porque cuando oyes música algo se te mueve, me parecieron pasivos...".

Finalmente cierran su experiencia considerando que:

"...No es tanto lo que se aporta, porque realmente no es mucho, cuanto lo que se aprende de los demás...".

Compartí su último día de estancia en Saraguro en una jornada de campamento vacacional con niños y niñas en la escuela de Las Lagunas. Juegos, risas, abrazos de despedida. Los van a extrañar. Fueron relativamente pocos días pero generan lazos de afecto. Luego, la cena con los "alberguistas". Cada uno prepara la comida típica de su tierra: saraguros asan cuyes y traen mote, papas, salsa con papa de sambo; hacen tortillas de maíz y brindan chicha. Los visitantes preparan su "empanada", una tortilla española... una mesa larga y a probar de todo. Luego vinieron los discursos de agradecimiento mutuos, una bebida ofrecida por los visitantes, música, baile... y, al día siguiente, partir.

Me quedé con miles de preguntas sobre quiénes son los visitantes del turismo comunitario. ¿Son tal vez una especie de "voluntariado" que hace a la vez turismo?, ¿son funcionarios de ONGs de desarrollo que implementan proyectos en "el Sur"? o...

Algunas cifras sobre los visitantes del turismo comunitario de Saraguro

La observación de campo permitía algunas intuiciones que busqué contrastar con datos de los registros de la Operadora Saraguro y corroborar con entrevistas a operadoras e instituciones educativas de la ciudad de Cuenca. Para leer los datos de la Operadora Saraguro, correspondientes a los tres últimos años (2007-2009), que recogen la procedencia del turista, el paquete que ha tomado, entre otros. Una de las primeras inquietudes tiene que ver con el "motivo de la visita": 1. giras de estudio: estudiantes universitarios ligados a la carrera de turismo, sumados a unos pocos grupos de estudiantes de nivel medio que visitan espacios de diversidad cultural del país; 2. los grupos de personas que toman un paquete vacacional de "turismo solidario" orientado a la convivencia con familias y la comunidad; 3. turistas que incluyen entre sus opciones de visita, un pueblo que "conserva su cultura ancestral".

Visitantes entre los años 2007 a 2009

Motivo de visita	Porcentaje	Visitantes y porcentajes en relación al total	Porcentaje en relación al grupo	Tiempo de permanencia		
Giras de estudio (turismo educativo)	79,6%	Estudiantes de un programa de estudios de intercambio con EE. UU. 31,7%	39,8%	2 días al 100%		
		Estudiantes universitarios de escuelas de turismo y otros pocos grupos de colegiales. 47,9%	60,2%	1 día al 47,4% 2 días al 12,6%		
		Total	100%			
Turismo solitario	2,7%	Visitantes extranjeros 2,7%	100%	2 días al 13,2% 4 días al 16,7% 10 días al 15,7% 14 días al 13,2% 17 días al 15,7% 21 días al 20,7%		
		Turismo cultural (monumentos)	17,7%	Visitantes extranjeros 8,3%	46,3%	1 día al 13,1% 2 días al 10,1% 3 días al 14,9%
				Visitantes nacionales 2,3%	12,9%	1 día al 41,3% 2 días al 12,7% 3 días al 3,7% 4 días al 3,7%
				Sin información de procedencia 6,9%	39,1%	1 día al 30,4% 2 días al 15,5% 3 días al 4,1%
		Total	100%	100% Total	100%	

Elaborado por: Lucía Fernández
Fuente: Registro de la Operadora Saraguro

Un "turismo educativo"

La mayoría de los visitantes del turismo comunitario de Saraguro (79,6%) son grupos de estudiantes. Creo pertinente hablar de un "turismo educativo" como tendencia que se incrementa desde diversas políticas institucionales a las que suelen acompañar sensibilidades personales que convergen y las refuerzan. Hablaré de las visitas de estudiantes universitarios de las carreras de turismo y de colegiales, grupos con los que he podido compartir esta experiencia.

Universitarios de las carreras de turismo

Para los estudiantes de la especialidad de turismo de las universidades, los recorridos de observación a las diversas experiencias de turismo que se ofertan en el país son actividades integradas a su currículo. En los últimos años, cobran mayor visibilidad propuestas de turismo comunitario como otro campo de interés dentro de propuestas de turismo alternativo. En el caso de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca converge, además, el interés que surge a partir de los procesos de investigación sobre el turismo comunitario en Ecuador. Esta propuesta la lleva adelante un equipo de docentes, conjuntamente con antropólogos de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, que miran con especial interés este tipo de experiencias en la mayor parte de sus giras de estudio: Caganapamba en Cañar, Salinas en Bolívar, Agua Blanca en Machalilla y la experiencia de Saraguro en Loja. Además, la cercanía geográfica hace que existan estudiantes saraguros en la mencionada Facultad, que al momento, entre las primeras promociones de egresados, se plantean trabajos de titulación sobre este ámbito.

Pero ¿cuál es la actitud, impresiones y experiencias de los estudiantes como visitantes del turismo comunitario de Saraguro?

Acompañarles permite observar las actitudes comunes a los estudiantes: "llevados" al recorrido, su conversación recoge las anécdotas del día anterior. Llevan su libreta de campo para anotar observaciones y la cámara de fotos registra, fundamentalmente, "el recuerdo" con sus compañeros y compañeras de la visita: "tómame una foto... espera, yo también" y se les ve "posar", hacer gestos, ponerles cuernos a sus compañeros o compañeras, "tómese una foto conmigo". Son algunas de las peticiones a la guía, la dueña del taller, la saraguro que lleva su atuendo de gala. Todos compran artesanías, las que se venden en el taller de tejidos de taita Encacho, una cerámica de mamá María Sebastiana Clemencia Quishpe, los tejidos de mallos: anillos, manillas, collares, aretes, llaveros..., en el parque o en el salón donde brindan el almuerzo... Se cansan en las caminatas pero igual disfrutan de llegar al sitio, corrotean, ya tienen hambre... Algunos estudiantes aparentan aburrimiento, como que se mueven por inercia con el grupo, situación que se corta a momentos con alguna información que llama su atención como las que les refiere mamá María Sebastiana:

"Esta shila (jarro grande) es para invitar chicha de jora, hay shila más pequeña [...] los dos vasitos comunicados se llaman "con quién viriste" porque cuando una va a una fiesta no debe venir sola, sino siempre de dos...".

"...el sombrero siempre era pesado... se pelaban dando un sombrerozo...".

O las explicaciones de Luisa –la guía– sobre la organización comunitaria y el turismo comunitario:

"... Saraguro Ricuy, que significa "mírame a los saraguros", es la red de turismo comunitario [...] aquí se norman los precios y la calidad de los servicios [...] Sarawku es la operadora para promocionar y vender nuestro producto turístico...".

Tanto en el acompañamiento a grupos como en las conversaciones sobre las experiencias de otros visitantes universitarios, se evidencia que la "ritualidad andina" es la que capta mayoritariamente su atención y genera sus inquietudes y preguntas: "¿Por qué la cruz... (se refieren a la chacana que forman con flores, granos, frutas) es la misma cruz católica?".



Luisa, la guía, explica la chacana al grupo de estudiantes de la Facultad de Historia y Turismo de Santo Domingo de los Tsáchilas (Enero de 2016).

La explicación del significado de cada rymy y la imposición de la religión católica con celebraciones que coinciden con estas fechas, roba la atención mayoritaria del estudiantado. Siento que influye decisivamente la solvencia del "guía nativo", personas como Ricardo, Asunción o Luisa, con quienes hemos compartido su guianza, logran comunicar con total apropiamiento, su espiritualidad. Y quedan flotando impresiones y preguntas como:

"...parece que son un grupo especial de indígenas [...] el trato que nos dieron, la preparación de los guías, sobre todo la calidad de los contenidos que nos transmitieron...".

"...han recuperado sus ceremonias como la de florecimiento; antes lo hacían a escondidas, en la noche, porque era mal visto. Ahora la gente que visita les pide y aprecia por ser una limpia y un baño de buena suerte [...] es un verdadero proceso de patrimonialización que permite que se valore nuevamente...".

"...tenemos curiosidad por saber cómo lo hacían antes, cuando dicen que era prohibido...".

"...hay un punto que me cuestiona, el contacto con la cultura de los extranjeros ¿cómo les puede cambiar?, es un contacto cultural que no creo que no deje huella; el uso de tecnologías que les puede impresionar... y cambiar su cultura...".

No dejan de evidenciar un encuentro con una cultura diferente:

"...creo que somos muy diferentes, sin necesitar ser extranjeros...".

"...llama la atención su vestimenta, la calidad, el costo. Un poncho de lana especial, con tientes naturales, cuesta como 600 dólares...".

En relación con los servicios turísticos, objeto primordial de su visita, emiten algunos criterios como:

"...la atención en el hostel Achi Wasi es de calidad..., la recepción, los meseros... creo que los estudiantes de gastronomía deben aprender...".

"...son muy limpios, muy bien presentados todos, son abiertos, no tienen dificultad para comunicarse...".

O no dejan de plantear la visita como una motivación para posibles emprendimientos del estudiantado en un futuro cercano, mucho más si el centro docente se encuentra ubicado en zonas propicias para ello, como opina la profesora que acompaña al grupo de estudiantes de la Universidad de Santo Domingo de los Tsáchilas:

"Nuestros estudiantes tienen muy cerca la cultura del pueblo Tsáchila y es importante que observen experiencias de turismo comunitario. Alguno de ellos puede optar por trabajar en este campo, que parece tener una buena perspectiva a futuro".

Finalmente, de sus actitudes, preguntas, comentarios, impresiones, me parece percibir que su imaginación sobre el turismo comunitario de Saraguro genera una expectativa menor a la que encuentran en la realidad en relación con la calidad y calidez de los servicios turísticos; al mismo tiempo, provoca muchos interrogantes desde una visión "técnica" de la operación turística que buscarán despejar en las aulas de clase.

Estudiantes de educación media

En el CEDFI¹⁹, unidad educativa primaria y secundaria de la ciudad de Cuenca, las "salidas institucionales" son una herramienta clave en la formación del estudiantado. Un aspecto de las mismas apunta a brindar experiencias "interculturales". Allí se ubica la importancia de las propuestas de turismo comunitario: Saraguro, Caguanapamba, Machalilla, Sahirí en el alto Nangaritza, provincia de Zamora Chinchipe, Olavida en la provincia de Pastaza, como sitios privilegiados para un encuentro con la diversidad cultural del país en condiciones de mayor igualdad, situación que fui descubriendo a lo largo de

¹⁹ Comunidad Educativa de Formación Integral (Cedfi) es una unidad educativa particular laica, con una propuesta educativa alternativa.

los estudios sobre el Turismo Comunitario que la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad desarrolló con la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla¹⁶.

La Operadora Sarauku prepara el recorrido, respondiendo a nuestros requerimientos. El perfil y la mirada del visitante colegial, con sus distancias, replican lo descrito en relación a los grupos de universitarios: las fotos de recuerdo, las compras de artesanías, el descubrir los telares, el trabajo en arcilla, la elaboración de los sombreros, más uno que otro refunfufo de cansancio al subir a los baños del inca pero, siempre, la admiración por las explicaciones de las personas que guían, especialmente lo relacionado con su cosmovisión y religiosidad andina.



Artesanía, integrante del proyecto de turismo comunitario, comparte con el estudiantado de Segundo de Bachillerato del Cecei sus habilidades artesanales: hilado y tejidos de anillo (noviembre de 2011).

¹⁶ Han sido algunos años de un profundo aprendizaje sobre un nuevo fenómeno: el Turismo Comunitario, al tiempo que sobrevive una metodología de trabajo de campo que es la que me motivó y me invita a descubrir lo que está más allá de los datos. Los estudios se recogen en dos publicaciones: "Turismo Comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social", 2007 y "Cultura, Comunidad y Turismo: ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador", 2009.

En los más de diez años de esta práctica institucional es posible afirmar que, aunque siempre esté en un primer plano la "juerga" con sus pares, las chicas y los chicos no dejarán de comentar este encuentro con pueblos diferentes y ser promotores eficaces en su entorno inmediato para nuevos visitantes que buscan una experiencia como la que se oferta en Sarauku. Lo confirman las solicitudes personales de la dirección de la Operadora Sarauku. Sabemos, además, de dos instituciones educativas de la ciudad de Cuenca que también han incluido esta visita en las actividades con sus estudiantes pues en las estadísticas de la Operadora Sarauku se registran dos grupos pequeños de estudiantes secundarios que, seguramente, replicaron la experiencia descrita.

La visita de estudiantes norteamericanos

En Cuenca funciona el CEDEI¹⁷, fundación de intercambio académico y cultural de estudiantes de diversas instituciones educativas estadounidenses, a quienes se ofrece programas de aprendizaje de español con inmersión cultural. Acceden generalmente grupos de estudiantes, mujeres y varones entre los 20 y 24 años. El currículo ofertado incluye una "expedición" a Sarauku, organizada a través Expediciones Apullacta, de propiedad de Carlos Vistinilla, empresario "aliado" del turismo comunitario de Sarauku; razón por la que maneja los grupos a través de la Operadora Sarauku. Así convergen propuestas educativas y alternativas turísticas. Visitar Sarauku, desde la visión institucional expresada por sus directivos, significa:

"Brindar al estudiante la oportunidad de conocer, tan cerca de Cuenca, otra cultura, que le permita entender que Ecuador es un país muy pequeño pero en el que hay

¹⁷ Centro de Estudios Interamericanos (CEDEI) fundado en agosto de 1991. Su objetivo es promover la comprensión mutua entre los pueblos y países de América, fomentando el intercambio académico y cultural (www.cedei.org).

tanta diversidad: otro tipo de paisaje, de formas de vivir, de vestimenta; conocer la historia de los saraguro hombres y mujeres”.

El paquete ofertado se denomina “Ruta artesanal, wajango, música y ritual andino”. Les acompaña en su aventura un guía de la operadora Apullacta, un docente que viene desde Estados Unidos con el grupo y la persona del CEDEI, responsable de la actividad, quien describe la actividad como:

“... es una visita increíble, les fascina. Llegamos en el Achi Wasi que es muy bonito y está a cinco minutos del pueblo. Partimos en seguida en la “chiva” al “pacara” de Gena. Eso tiene una vista espectacular, restos arqueológicos, petroglifos. De regreso tomamos en una casa de familia el “wajango” o “tequila de Saraguro”. En la comunidad de Lagunas visitamos el taller de tejidos y nos explican sobre esta artesanía. Rotamos las meriendas en las comunidades donde saboreamos sepa de quinua o arroz de cebada, el agua de frescos (borchata). Por la noche tenemos música en vivo con el grupo de Baudilio. La otra noche tendremos el “ritual andino”. El domingo se hace una caminata a los baños del inca. A medio día vemos a las personas que salen de masa con sus vestimentas y visitamos el mercado de artesanías. Se almuerza el “pinchi” en otra comunidad.... Acompaño a los grupos varios años y, si tuviera que decir qué es lo que más les agrada a todos, diría que la caminata al “pacara” y el “ritual andino”; y, quizá en lo que han tenido a veces dificultad es con la comida, sobre todo, cuando se sirve frío el “pinchi”.

Al recoger las impresiones y sentires del grupo de estudiantes, luego de su visita, fue posible percibir la motivación institucional por conocer otra cultura que, además,

“es la cultura más pura del Ecuador, que tiene todavía una conexión al pasado y con sus antepasados y, para gente como nosotros, es importante conocer por qué es diferente...”.

Corroboran el criterio de la importancia que tiene como “atractivo” el “ritual andino”, es prácticamente la clave en el éxito de la visita. En esta oportunidad, el ritual fue celebrado por mujeres, situación que les llamó la atención y comentaron:

“Las shamanes son muy apasionadas y creen en lo que hacen... Yo no quiero que se cambie por el turismo... fue una experiencia mística y me siento bien en el alma”.

“Pienso que otros turistas, de otras religiones, creen que es un culto que no deben hacer”.

“... es muy antiguo el lugar, tiene el poder de la energía y es posible sentirlo, para expandir la mente...”.

“Creo que esta ceremonia debe ser diferente cuando lo tienen solamente entre la gente saraguro. Nosotros no tenemos tiempo de aprender o saber lo que pasa y por eso para los turistas es más un espectáculo y menos un momento espiritual, pero es espiritual”.

“De alguna manera es como una muestra, pero, además, es una posibilidad para aprender y cambiar el alma, la energía, porque estamos juntos y somos humanos”.

“Cuando hay mucho turismo la gente también explota la plata de los extranjeros... Por otro lado, sin el turismo no podríamos tener esta experiencia... Necesitamos encontrar un equilibrio entre las dos cosas”.

Una persona de este grupo de visitantes, como ha ocurrido en otros años, se sintió enganchada por la experiencia:

“Quiero regresar por el interés de entender más la cultura del pueblo saraguro y, sobre todo, tener un momento con las shamanes. Tener una experiencia expofica, hablar

con ellas... conocer qué aspectos son iacas o qué aspectos son de ahora o de los españoles, o cuál es la mezcla. Tengo una amiga que gusta también de estos rituales, quiero volver con ella”.

En general, no deja de llamarles la atención su vestuario, sus artesanías, su música. La hospitalidad de su gente.

“Todos en las calles te saludan, aquí (en Cuenca) es diferente”.

La gastronomía, sin embargo, tiene sus reparos:

“El “wajango” es una bebida interesante en su sabor, pero afecta al estómago”.

“La costumbre de beber del mismo vaso como un símbolo de comunión, de compartir, me gusta. Pero, es mucha gente y eso me desagradó”.

La experiencia de varios años del CEDEI les permite afirmar que la visita al pueblo Saraguro es siempre un éxito: conocer a un pueblo único en Ecuador, quizá el que ha conservado más pura su cultura.

Un “turismo cultural”

Turismo cultural es una denominación amplia para tratar de englobar experiencias como “vacaciones solidarias” de las que hablamos al iniciar este relato. Grupos de visitantes de ACSUD Las Segovias, voluntarios que vienen a través de Pandora, o visitas de participantes de proyectos como Codesarrollo, Consultora de Turismo, Comercio AVSF-CEDIR, entre otras, sumados a los visitantes que llegan por cuenta propia o a través de alguna operadora. Al mirar el paquete por el que optan, una

minoría lo hace por la convivencia con la familia. La mayoría visita la ruta artesanal, la del wajango, el museo, música, visita a las comunidades. Alguno la ruta Saraguro-Yacuambi en la Amazonia¹⁹.

Los “Cuadernos de opinión de los visitantes” que se lleva en los albergues (con información desde el 2006) son una pequeña buelta de los visitantes ecuatorianos y extranjeros que han pasado por estos lugares. En número existe una proporción más o menos similar de ecuatorianos y extranjeros. Los extranjeros provienen de España, Canadá, Francia, Estados Unidos, Países Bajos, Alemania, Austria, Corea, Perú, Argentina. De las conversaciones sostenidas con Marcelo y Miguel, dueños de albergues y de la revisión de cuadros de información de la Operadora Saraguro, se desprende que los turistas son en su mayoría “voluntarios” que trabajan en ONGs de desarrollo o personas que en general tienen algún contacto con estos espacios. En los cuadernos hay frases como:

“Me mandó un compañero. Fue muy lindo estar la familia y mandaré otro amigo”. (USA)

“Al llegar a mi país contaré a otros amigos esta experiencia”. (Holanda-Alemania)

Los tiempos de permanencia varían: estancias de un día como de cuatro, cinco, quince días y hasta un mes. Algunos visitantes han vuelto. Sus expresiones nos muestran la intensidad de sus experiencias:

¹⁹ Aspectos relacionados con la comercialización fueron trabajados en el artículo “Las Lagunas, estético y creatividad”, en la parte subtitulada “Inserción en el mercado”, pág. 317 de la publicación *Cultura, Comunidad y Turismo. La oferta turística de la Operadora* se puede ampliar en la siguiente dirección: <http://www.turismosaraguro.com/home.asp>

"Nos sentimos encantados del lugar y de la gente (España)".

"Recordaremos siempre la experiencia y hacer los platos en Francia".

"... admirar el paisaje, la casa, la huerta, la comida" (Canadá).

"No olvidaremos la experiencia con la familia y los niños".

"Les deseo éxitos en su experiencia de turismo comunitario" (Perú).

"...conocer, experimentar esta forma de vida; la tranquilidad del campo, los niños..." (España).

"Quisiera que el mundo sea como esta casa, llena de comprensión y respeto" (Francia).

"Una experiencia para no olvidar nunca, sobre todo la guía de los niños, la comida" (Francia).

"...agradecer el compartir su cultura, ritual, idioma... aprendí mucho en este fin de semana" (USA).

"Hoy entendimos que el turismo comunitario sí es una alternativa de vida y de dignidad para las comunidades" (Alemania).

"Impresiones muy interesantes para personas que no conocemos la vida comunitaria e indígena" (Alemania).

La mayoría de visitantes que han pasado por los albergues familiares son, si cabe la expresión, "voluntarios turísticos"

y resulta difícil esbozar un perfil del turista que busca una experiencia diferente de convivencia con la comunidad. Finalmente, del 17,7% de visitantes que agrupamos en el "turismo cultural", la mayoría (sobre el 73%) permanecen solamente un día en Saraguro. Se constituye en paso hacia el Sur: Loja o Vilcabamba, o de regreso a Cuenca. Este segmento no se abordó directamente, pues las condiciones de privacidad de los clientes de las operadoras fue un limitante.

¿Quiénes promocionan y son el enganche de los visitantes del turismo comunitario de Saraguro?

Los primeros visitantes del turismo comunitario de Saraguro están ligados a las ONGs que impulsaron el proyecto³⁷ (una suerte de "turistas ejecutivos") y sus redes de contactos en este campo. Aquellas que promueven las "vacaciones solidarias" canalizada a través de la Fundación de saraguros Kawsay, la Operadora Saraurku y la Red de Turismo Comunitario Rikuy. Falta añadir otras líneas de desarrollo social, como las descritas anteriormente. ¿Y por qué no decirlo?: el equipo de investigadores que visitamos toda su oferta y servimos de enlace con el turismo académico o convencional.

Con estos datos se busca identificar y comprender quiénes son los visitantes del Turismo Comunitario de Saraguro, por lo que es importante recabar información en las empresas turísticas ubicadas en Cuenca y, sobre todo, en aquellas con las que la Operadora Saraurku mantiene un contacto frecuente.

³⁷ Al respecto, es importante releer la descripción de factores del turismo comunitario como la intervención externa y la inserción en el mercado, trabajadas en el artículo "Las Lagunas, estética y creatividad", que evidencian la estrecha relación entre el surgimiento del turismo comunitario de Saraguro y las ONGs de desarrollo.

A propósito de lo último, un recorrido por las ofertas de operadoras de turismo²⁰, muestra que apenas si existe una oferta del destino turístico Saraguro y que, en general, se podría decir que el Turismo Comunitario no es un producto que se encuentra posicionado en el mercado local, nacional y menos aún internacional. Al respecto, Carlos Vintimilla²¹, gerente propietario de Expediciones Apullacta, desde su experiencia de comercialización, considera que es "muy raro y demasiado esporádico el que un turista pregunte por algo de turismo comunitario". Generalmente, los que se acercan a las operadoras ya tienen un interés más o menos definido, buscan atractivos locales de naturaleza como el Cajas o de artesanías típicas como Chordeleg y Gualaco "que están en las guías de turismo y por ello los turistas demandan".

Opina que la información que tienen los turistas sobre destinos de turismo comunitario como Saraguro proviene de los "guías de turismo" que, en el compartir con el turista y captar sus inquietudes, intereses y curiosidades suelen hacerles recomendaciones. Igual comportamiento tienen las personas que trabajan en las recepciones de los hoteles. Por otra parte, dice Carlos, la búsqueda de productos exóticos para innovar el mercado turístico local no es nueva. Recuerda que su contacto con Saraguro es desde hace unos 16 años. Para entonces, estableció una relación personal con quienes querían brindar un espacio y prestar sus servicios. Pero estas circunstancias generaron un ambiente tenso en las comunidades: la presencia de los turistas era mal vista por un sector, el afán de tomar fotos que tienen

²⁰ Recorri las operadoras de turismo, especialmente aquellas que ofrecían un turismo alternativo. En ninguna se ofrecía turismo comunitario. Al solicitar una visita a Saraguro, de inmediato estaban dispuestos a preparar una propuesta en profusa.

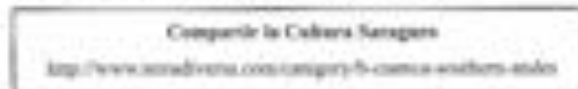
²¹ Carlos Vintimilla, gerente propietario de la Operadora de Turismo Apullacta es un informante clave. Su contacto con Saraguro es anterior al surgimiento de la propuesta de Turismo Comunitario. Como persona y empresario está convencido de la importancia de alianzas que vinculan intereses empresariales individuales y comunitarios en una oferta de calidad.

los turistas generaba incomodidad. Además, el hecho de que sea uno o dos personas de la localidad las que percibían un ingreso; situación que le llevó a suspender la actividad, pues se consideró que no era saludable ni para las comunidades saraguro ni para el turismo. A partir de la conformación de la operadora Sararuku retoma el contacto, al contar con una contraparte que canaliza la operación comunitaria del turismo que ofertan las comunidades saraguro.

Al momento, solamente Expediciones Apullacta incluye en su oferta dos rutas relacionadas con el Turismo Comunitario de Saraguro:



Con posterioridad visité Terradiversa, operadora gerenciada por su propietario Juan Heredia, con quien compartimos algunos criterios sobre el turismo comunitario de Saraguro y que ha incorporado en su oferta la visita a Saraguro:



Los gerentes de las dos operadoras coinciden en señalar que el turismo comunitario no es aún un producto demandado en el mercado, y que Sararuku carece de estrategias de mercado. En palabras de Carlos Vintimilla:

"No tienen una visión más de mercado, les hace falta conocer más al cliente. Se han quedado en el sentimentalismo

de las fundaciones (da la sensación de una ayuda que está casi en el límite con la caridad) que implementan proyectos de desarrollo pero que no tienen una visión empresarial, y no les preparan para manejar una empresa como la comunidad debe hacerlo: compitiendo con calidad en el mercado. O, son ONGs cuya práctica es, generalmente: vengo, te enseño a hacer, te doy recursos, te ayudo a que empieces y me voy. Hubiera sido bueno que miren a futuro y no tengan una actitud celosa con nosotros –las operadoras turísticas– y se nos tilden de tiburones que pagan muy poco y cobran muy caro. Situación que creó un distanciamiento que si bien a algunas personas no nos enoja, perdieron de vista la idea de red en la que podemos ayudarles a vender, a que tengan un beneficio y que, frente al flujo turístico, ellos sepan cuidar el impacto y tener la protección necesaria para su producto”.

Para Carlos, el producto “turismo comunitario saraguro” es un lugar de encuentro entre su apuesta empresarial que apunta a promocionar y vender la marca Ecuador, “la vida en estado puro” expresada en aquello que es “más autóctono, grupos auténticos, gente que tiene menos cambios”, que puede llenar las expectativas del visitante, y, a la vez, satisface también una apuesta personal: “saber que trabajamos para que algo de los ingresos y beneficios que generamos lleguen también a las comunidades”. Apuesta que le llevó en un momento a plantearse en zonas del Oriente el intercambio de servicios turísticos con materiales para los centros educativos o los centros de salud, con la finalidad de garantizar el apoyo al bienestar comunitario, evitando usufructos personales que producen discordias y divisiones al interior de las comunidades, con lo que se generan males antes que apoyos positivos. En esas condiciones: “a esos sitios no voy a llegar así nos den barato. Lo importante es que sea comunitario, que si todos hacen un esfuerzo que les llegue a todos un centavo”.

¿Cómo llegar hasta el visitante del turismo comunitario?

En esta perspectiva, la estrategia de Apullacta es incorporar el turismo comunitario en sus “paquetes” dirigidos a grupos organizados. Por momentos me da la sensación de una suerte de inserción como de un “contrabando”, que colocado ahí, con habilidad y buen gusto, resulta algo irrefutable. Así lo hace con Caguanapamba (comunidad cercana a Ingapirca) y Principal (comunidad cercana a Chordeleg). En el caso de Saraguro considera que su producto turístico tiene bondades especiales, pues además de tener un mayor nivel de organización comunitaria en la operación turística y contar con una infraestructura de alojamiento con capacidad para recibir con calidad a grupos numerosos (20 y 40 personas), el plus de su producto es:

“La ventaja de poder combinar una variedad de actividades: físicas como las caminatas; arqueológicas como la visita al pucara o los baños del inca; culturales como tejidos, música y otras artesanías; y, gastronómicas como el pinchi y expresiones de su espiritualidad como los rituales andinos. Seguro que más de dos actividades llenará la expectativa de los visitantes y siempre tienen más elementos que les gustan y olvidarán si algo no les gustó. Por ejemplo, la mirada desde el pucara y el ritual andino les agrada mucho. Hemos tenido experiencias de verles llorar de emoción, sentir que les llegó profundo (a ellos que son a veces fríos en sus cosas), abrazarse entre amigos y amigas... se siente que lo tomaron muy en serio”.

Percibo que una el negocio turístico con su sensibilidad social. Esto permite trabajar con un especial interés y pulir su propuesta de manera intencionada a fin de posicionarla en el mercado “académico” en particular (CEDEI, Universidad Espíritu Santo), y en algunos otros nichos pequeños de visitantes; situación que ha permitido mantener un flujo permanente de turistas. Esto hace que Apullacta sea considerada por la operadora Sararuku y la Red de Turismo Comunitario Rikuy como “operadora solidaria”.

Otros visitantes llegan a través de operadoras Metropolitan Touring y Maqita Cushunchic. La primera es una operadora mayorista interesada en posicionar en el mercado nuevos paquetes turísticos como el "Loja Ecuador tour, una vuelta en el tiempo. Loja aún no descubierta por el turismo masivo". Se promociona la naturaleza con el Parque Nacional Podocarpus, el paisaje y clima con Vilcabamba, "El valle de la longevidad"; la ciudad de Loja y una vuelta en el tiempo con el pueblo Saraguro descrito en los siguientes términos:

Los Incas conquistaron la región de Loja en 1471 y trajeron a un grupo de personas desde Bolivia (mitimacunas o mitimases), llamados Saraguros. A lo largo de los siglos, los Saraguros han mantenido sus tradiciones, creencias, lenguaje, vestido y por supuesto, su gastronomía que están muy dispuestos a compartir con sus huéspedes. Le invitamos a volver atrás en el tiempo, en la sierra sur del Ecuador un tiempo de armonía en contacto cercano con la naturaleza, donde la persona, el cosmos, el espíritu y la comunidad son los cuatro aspectos principales de la vida.

Existe un contacto directo entre Metropolitan y la Operadora Sararuka para el día de visita de los turistas que optan por este paquete, y que son pocos, considerando (según su opinión) que es un producto que recién ha ingresado al mercado. A diferencia del posicionamiento internacional de las Galápagos, que más identifican al Ecuador turístico. Las entrevistas me permitieron conocer su propuesta, sin embargo, como mencioné en párrafos anteriores, no se pudo recabar opiniones directas de este sector de visitantes.

En el caso de Maqita Cushunchic²¹, su eje comercial ha desarrollado una Operadora de "Turismo responsable,

²¹ Maqita Cushunchic, nombre en lengua quechua, en español se traduce como: "demonios las mano, comercializando como humanos" (MCCH), es una fundación sin fines de lucro, nacida de la experiencia cristiana de las comunidades eclesiales de base, "para incidir en la cadena productiva comercial, en el mercado y en la economía a favor de las personas de los sectores empobrecidos del Ecuador", desarrollando un comercio justo.

compartiendo nuestro mundo". Su perspectiva en este campo es expresada de la siguiente manera: «Nuestro trabajo se basa en mostrar al Ecuador desde un punto de vista más humano y bello, representado los rostros y formas de vida de las personas, valorando la cultura ancestral y el entorno natural».

Por ello, en sus paquetes ofertados se prioriza la visita a proyectos comunitarios donde se puede tener una vivencia respetuosa con la comunidad anfitriona. En paquetes organizados para grupos como el de ACSUR, las Segovias incluyen, entre otras, la visita a la experiencia de turismo comunitario de Saraguro, estancia manejada a través de su operadora Sararuka. Entre agosto y septiembre de 2009, Pedro Cantero²² realizó esta travesía con un grupo de nueve personas; experiencia a la que nos acerca con maestría en "Viajeros, curiosos, devotos, militantes... Del "Grand Tour" al turismo solidario". En su artículo, publicado en esta misma obra, al referirse a la estancia en Saraguro señala:

Allí, el grupo encontrará una comunidad y cierta profesionalidad en este tipo de turismo. Por fin se tiene la impresión de haber "llegado". Esto era lo que ellos esperaban y no hubo nada que les desilusionara. Acogida, rituales, discursos, circuitos, explicaciones y... un excelente guía indígena. Profesionalidad y trato atento, exquisito en su actitud y en sus propósitos. ...Convivir con mamá Luz, con la familia Quispe o cualquiera de las familias de las pequeñas comunidades que nos acogieron compensó la miseria del inicio. ...En fincho, Mama Luz nos dio una lección sobre el don, cada uno de los platos que ella preparó era una ofrenda, circulaba como un presente, antes de retornarlo para el reparto. Lección silenciosa tanto más apreciada por

²² Pedro Cantero, antropólogo, catedrático de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla y miembro del equipo de investigación sobre el Turismo Comunitario en Ecuador. Sus trabajos sobre esta experiencia están publicados en: *Turismo Comunitario en Ecuador* (2007) y *Cultura, Comunidad y Turismo* (2009).

todos. Verdadero ritual sin alharacas ni más retórica que el acto, intrínseco, fundador. El huésped es digno de respeto, máxima eficaz si se quiere que en retorno él nos lo devuelva.

Al día siguiente asistimos a una sesión de "ritual andino". A todos les pareció una vivencia "auténtica". La magia del lugar elegido, el ardor con el que los indígenas interpretaban la ceremonia, la intención carismática de los allí presentes... hicieron que la representación fuera "vívida" como genuina.

Cuando relata momentos de evaluación se refiere a la guía de Ricardo Paqui en los siguientes términos:

La valoración del guía indígena fue excelente. Bien es cierto que la comparación con la guía que nos acompañaba no tenía color, más la comparación no jugó, Ricardo sabía de lo que hablaba, y no solo transmitía sino que su calidad humana nos permitió vibrar con su comunidad. Él fue nuestro ángel custodio y nuestro ahambrador.

Siento que su descripción pone sobre el tapete sensaciones profundas que comparto desde mi experiencia en estos cinco años de contacto con el turismo comunitario de Saraguro. El guía en mi primera visita fue precisamente Ricardo. El camino resultó muy corto para escuchar los saberes sobre su pueblo y su religiosidad andina que, más allá de mis criterios sobre el tema, era un verdadero placer compartir la magia y maestría con la que conduce su guía, magia que brota de la espiritualidad de la que está imbuido.



Integrantes del proyecto de turismo comunitario de Saraguro-comparten el ritual andino con el estudiantado del Segundo Ciclo de la Escuela de Turismo de la Universidad de Cuenca, como parte de la visita ofertada (junio de 2011).

Igualmente, mis estancias en albergues familiares, especialmente en el de Miguel Quizhpe, que llegué a sentirlo como mi espacio; me dio la oportunidad de compartir el "ritual andino" no escenificado para turistas. No intento describirlos, solo guardo en la retina y en la piel hermosas sensaciones de un mundo privado e íntimo. Lo que se presenta al turista creo que siempre tendrá la fuerza o la debilidad de una actuación que, a decir de Alberto del Campo (2009):

Lo esencial es que se creen los marcos y mecanismos para que el anfitrión pueda mostrarse a sí mismo y a los demás tal y como él considera que es (y no como uno cree que el turista quiere verlo), más allá de que todo el material que se ponga en escena pueda tildarse de "tradicional", "exótico" o "puro".

El "ritual andino" percibido tanto por visitantes como por operadores como un atractivo singular en la oferta turística de Saraguro, siempre estará a caballo entre la visión de la "autenticidad" del turista que pretende encontrar, como señala Del Campo, «ese modo de vida: un modo de estar en el mundo auténticamente tradicional, exótico, puro y verdadero» que difícilmente es posible lograr en brevísimas estancias que incluyen al ritual andino como una actividad. Además la posibilidad de generar espacios para compartir donde el tiempo de permanencia y las condiciones de la relación permita poner en juego las emociones que anfitriones y visitantes pueden compartir como auténticas.

Testando algunas reflexiones finales

Creo que este acercamiento al visitante del turismo comunitario en general y al de Saraguro en particular abre una gama de preguntas, desde las experticias del quehacer turístico y la que busca descubrir al visitante a partir de la diversidad de motivaciones y expectativas que se crean y recrean en la búsqueda de nuevas experiencias. Y, sobre todo, nuevas preguntas que salen al paso en el intento de esbozar un perfil de este visitante.

Partiré por el final del hilo que condujo la descripción de este acercamiento que asoma como una primera evidencia: el turismo comunitario de Saraguro no está a la vista en el mercado. Parecería que se mueve en un círculo reducido, ligado más bien a instituciones de desarrollo y sus redes nacionales e internacionales. Ligazón comprensible al ser estas sus fuentes de financiamiento. De esta manera, las ONGs se convierten en canales de contactos y difusión, no despreciables por cierto, pero tampoco suficientes. Por otra parte, la inserción del turismo comunitario en el mercado turístico exige renovadas experticias que armonicen y conviertan en un plus la convivencia de dos

lógicas: la comunitaria y la empresarial de mercado¹⁴; al igual que la creación necesaria de redes de relaciones con otras empresas de la rama, trascendiendo la visión de "operadores solidarios" que podría reproducir concepciones existencialistas. Esto exige identificar las fortalezas y debilidades de su producto y de las estrategias de comercialización para llegar al potencial visitante.

Si intentamos dibujar el perfil del visitante del turismo comunitario de Saraguro tendríamos que decir que en su mayoría (79,6%) son "grupos de estudiantes". Esta situación hasta el momento se ha movido entre instituciones educativas que incluyen en sus políticas y estrategias formativas, opciones como las que ofrece el turismo comunitario de Saraguro. Los cambios operados en el sistema educativo nacional marcan como tendencia una formación en contacto con la diversidad. Esto podría significar en el futuro inmediato, una demanda de "visitas educativas" guiadas por sus anfitriones, que implican un abanico de aspectos: sus artesanías, su forma de cultivar la chacra, las fiestas y la red de relaciones que entrelaza el sistema de reciprocidad, su organización comunitaria, su alimentación y costumbres de la mesa, sus sitios sagrados, su religiosidad andina, y una amplia gama de posibilidades que el turismo comunitario de Saraguro tiene como potencial para responder con calidad. Todo esto implica mirar los requerimientos de este "cliente" que, a mi entender, es estratégico y de largo aliento, al que intuyo como el eje de sustentabilidad de la propuesta y vínculo para la promoción en su entorno inmediato.

En todos los visitantes del turismo comunitario de Saraguro siento que subyace, de diversas maneras, su expectativa de encuentro con "el otro", el diferente que es el pueblo/comunidad saraguro.

¹⁴ En el artículo "Las Lagunas, estética y creatividad" al hablar de la inserción en el Mercado, se describe la observación sobre las fortalezas y debilidades que el encuentro de estas dos lógicas provocan en el acciones conlucano.

Esto hace que la "comunidad" tenga un primer plano y que sus formas de estar en la vida cobren relevancia. En este sentido, la preocupación por la "autenticidad" de parte de los visitantes, se convierte en una exigencia de calidad del "producto turístico". Igualmente, creo intuir que otra clave fundamental son las condiciones de igualdad en este encuentro. En el sentir de los turistas –y el mío propio– es posible advertir una valoración de los guías nativos que transmiten con total apropiamiento y orgullo aquello que consideran que son. Pienso que Saraguro es un terreno fértil en este campo. En su formación convergen diversos proyectos educativos alternativos marcados por su afán de lograr una educación formal "propia", enraizada en su cultura²⁹; así como proyectos de desarrollo a través de diversas ONGs, que tienen la particularidad de contar con líderes saraguros que aúnan el mejoramiento de la calidad de vida con su interés en la recuperación de saberes locales³⁰, procesos que son evidentemente una fortaleza al contar con anfitriones embebidos de identidad. Este mismo criterio de "autenticidad" habría que trasladarlo a los servicios turísticos que aún dejan al visitante cierta sensación de precariedad³¹.

El visitante, por ejemplo, reconoce la calidad y profesionalidad de servicios como los que brinda la hostel Achi Wasi y señala las deficiencias encontradas en algunos albergues; situaciones que arrancaron expresiones (palabras o gestos), que hacen hincapié en la necesidad de marcar distancia entre un servicio turístico con calidad y calidez, y una dádiva de benefactores que se avienen con estoicismo a cualquier situación. Esto implicaría estar a la altura de un mercado exigente de calidad, incorporar lo nuevo que trae la actividad turística, desde la recreación de lo propio; lo nuevo que surge a partir de la experiencia de emigrantes que trabajaron

en campos afines a la actividad turística y que quieren recrear, con elegancia, lo que existe en su medio. Un ejemplo que me parece abre esta perspectiva es la construcción de alojamientos que desde el inicio, en su concepción arquitectónica, buscan recrear el sistema constructivo de la zona, con estilos decorativos del medio y la incorporación de un grado de confortabilidad. Recreación de espacios que acompaña lo mejor de los sabores de su mesa, combinados con alguna tortilla a la usanza española, mestizaje en la preparación de la papa, aprehendido en sus experiencias como migrantes.

Al cerrar la reflexión creo poder afirmar que el "encuentro con el otro, con el distinto" es, y con mayúsculas, la motivación del visitante del turismo comunitario de Saraguro. Esto exige romper el cordón umbilical que pueda atar esta experiencia a lógicas y viejas prácticas de "beneficencia" que generan encuentros entre desiguales: caritativos donadores de algo de lo suyo y receptores expectantes de las dádivas que deben excusar ancestrales culpabilidades, para colocar como piedra angular el encuentro entre iguales. En este sentido, si bien el tiempo de duración del encuentro es un limitante, pienso que es necesario atisbar qué es el turismo comunitario su mejor baza y horizonte, que debe marcar los espacios y tiempos de encuentro entre los visitantes del turismo comunitario de Saraguro y sus anfitriones que, como Ricardo o Mama Luz, causan admiración y respeto al compartir una forma diferente de vida, de dignidad, del don de reciprocidad.

²⁹ En el artículo "Las Lagunas, estética y creatividad", en el subtítulo "Apropiación cultural", se puede ampliar la información sobre el proceso de educación y revalorización cultural.

³⁰ En el mismo artículo, el subtítulo "El liderazgo en Las Lagunas", una mirada desde el turismo comunitario, aporta información al respecto.

Referencias bibliográficas:

- Carrero, Pedro A. y Fernández Lucía. (2007) "Cuando el sapo llora... La acción de agentes externos como factor para el desarrollo del turismo comunitario en las comunidades de Caganapamba y Sisid (Cajal)", en *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social*. Ruiz Ballesteros, Esteban y Solís Carrión, Doris (coordinadores). Quito: Abya-Yala, pp. 125-177.
- Del Campo Tejedor, Alberto. (2009) "La autenticidad en el turismo comunitario. Tradición, exotismo, pureza, verdad.", en *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social*. Ruiz Ballesteros, Esteban y Solís Carrión, Doris (coordinadores). Quito: Abya-Yala, pp. 42-116.
- Fernández Machado, Lucía. (2009) "Las Lagunas, estética y creatividad", en *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social*. Ruiz Ballesteros, Esteban y Solís Carrión, Doris (coordinadores). Quito: Abya-Yala, pp. 293-341.
- Ruiz Ballesteros, Esteban y Solís Carrión, Doris (coord.). (2007) *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito: Abya-Yala.
- Ruiz Ballesteros, Esteban y Vintimilla, María Augusta (coord.) (2009) *Cultura, Comunidad y Turismo, ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*. Quito: Abya-Yala.
- VVAA. (2006) *Cuadernos Docentes. Culturas, Identidades y Gestión Jurídica*. Cuenca: Talleres Gráficos de la Universidad de Cuenca.

Recursos web:

- <http://www.turismosaraguro.com/home.aspx>
<http://www.apulacta.com/>
<http://www.terraversa.com/>

Turistas comunitarios y visitantes: El caso de Salinas de Guaranda-Ecuador²⁷

Leonardo Torres León

Universidad de Cuenca

email: leonardo.torres@ucuenca.edu.ec

Salinas de Guaranda y el turismo

Salinas de Guaranda²⁸ es una de las parroquias rurales de Guaranda, capital de la provincia de Bolívar, en la sierra central del Ecuador. Esta localidad tiene 28 comunidades en pisos climáticos que van del caliente hasta el muy frío, pasando por el templado y frío templado, entre los 1000 y 4500 msnm (Grupo Salinas, Comunalidad 1). La superficie que ocupa la parroquia es de 490 km² (Gobierno Municipal del Cantón Guaranda, 1); en el año 2010 su población llegó a los 5821 habitantes (INEC, 2012: <http://redatam.inec.gob.ec>).

Para analizar la actividad turística de Salinas de Guaranda partiré de los conceptos de turista y visitante que propone la Organización Mundial del Turismo, (OMT), de acuerdo con la cual el turista es «un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado» (OMT, 2009: 46), visitante es aquel que «no permanece en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado» (ibídem).

²⁷ El trabajo se basa en una visita a Salinas de Guaranda en febrero de 2010, durante la cual se entrevistó a los guías de turismo locales y se revisaron los libros de comentarios del Hotel El Refugio y el de la Oficina de Turismo Comunitario. De otra parte se consideraron los trabajos generados sobre Salinas de Guaranda en el Proyecto *Turismo comunitario en Ecuador: hacia un modelo de desarrollo y sostenibilidad social*, desarrollado por investigadores de la Universidad de Cuenca, Ecuador y la Universidad Pablo de Olavido de Sevilla, España. El proyecto contó con el apoyo económico de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID.

²⁸ En el Ecuador existen varias poblaciones con el nombre de Salinas; por ello es necesario agregar el nombre del cantón al que pertenece.

Aplicando las definiciones anteriores, parto de la distinción entre turistas y visitantes, entendiendo a los primeros como las personas que han pernoctado y visitantes quienes manifiestan que el propósito declarado de su presencia es el estudio, el voluntariado, realización de pasantías, observación o incluso han declarado que el propósito es el turismo pero que han retornado el mismo día de su visita.

En los siguientes dos cuadros se da cuenta de la presencia de turistas y visitantes en el año 2009. La información ha sido obtenida del Libro de Visitas de la Oficina de Turismo. Hay que indicar que el registro no es exhaustivo. Durante la permanencia realizada en Salinas de Guaranda puede comprobar que muchas personas quedaban sin ser registradas. No obstante, la información recogida es importante con el objetivo de conocer las características del turismo que recepta Salinas de Guaranda. En el caso de los turistas tenemos la siguiente información:

Cuadro 1

**TURISTAS QUE ARRIBARON
A SALINAS DE GUARANDA**

1.º de enero - 31 de diciembre de 2009

Nº.	País	Total turistas	Días de estadía
1	Alemania	31	1
1	Alemania	2	2
2	Argentina	1	1
2	Argentina	1	2
3	Australia	3	1
3	Australia	2	2
4	Austria	2	1
5	Bélgica	8	1
6	Bolivia	1	1
7	Canadá	19	2
7	Canadá	8	1

8	Colombia	7	2
8	Corea	2	1
10	Cuba	1	1
11	Dinamarca	1	1
12	Ecuador	1762	1
13	Ecuador	379	2
13	Ecuador	20	3
14	Francia	1	3
15	España	21	1
16	Estados Unidos	47	1
16	Estados Unidos	8	2
16	Estados Unidos	3	4
17	Francia	2	1
18	Francia	243	1
18	Francia	9	2
18	Francia	31	2
18	Francia	4	4
19	Guatemala	1	1
20	Irlanda	1	1
21	Israel	1	1
22	Italia	18	1
22	Italia	17	2
22	Italia	12	4
23	Japón	1	1
23	Japón	1	2
23	Japón	1	3
24	Nueva Zelanda	1	1
25	País Vasco	2	1
25	País Vasco	1	2
26	Reino Unido	3	1
26	Reino Unido	3	2
27	Suecia	1	1
28	Suecia	8	1
28	Suecia	7	2
	Total	2718	

Fuente: Libro de Registro de Visitas, Oficina de Turismo
Elaboración: Leonardo Torres

En el siguiente cuadro se presentan los datos sobre los visitantes que arribaron a Salinas de Guaranda durante el año 2009:

Cuadro 2

VISITANTES QUE ARRIBARON A
SALINAS DE GUARANDA

1.º de enero - 31 de diciembre de 2009

Nº.	País	Total visitantes	Motivo
1	Alemania	11	Estudiantes
2	Austria	5	Visitantes
3	Canadá	64	Observación
4	El Salvador	1	Turismo
5	Ecuador	4424	Observación
6	Ecuador	50	Parosito
6	España	1	Observación
7	Estados Unidos	67	Visita
8	Francia	3	Visita
9	Irán	1	Observación
10	Italia	16	Visita
11	Nueva	12	Estudiantes
12	Suecia	3	Visita
	Total	4629	

Fuente: Libro de Registro de Visitas, Oficina de Turismo-Comunitario
El Refugio, Lomas de Turco

La comparación entre los dos cuadros muestra que el número de visitantes es superior al de turistas. En el primer caso llega a los 4629; en tanto que en el segundo, serían 2714. Del total de personas que arribaron a Salinas de Guaranda, 7343, el 36,96% corresponde a turistas y el 63,04% a visitantes.

Como se indicó anteriormente, el total de turistas y visitantes no se encuentra representado en los cuadros anteriores, puesto que no son registrados de forma exhaustiva en la Oficina de Turismo. Lo propio sucede en el Hotel El Refugio, en el que tampoco llegan a ser registrados todos los huéspedes. Adicionalmente

hay que indicar que muchos turistas llegan a la localidad y lejos de solicitar un guía piden mapas e información del lugar para hacer la visita por su propia cuenta y así disminuir sus gastos. Obviamente, los visitantes que cuentan con la interpretación de los guías son los que quedan más satisfechos de la experiencia, ya que reciben una explicación sobre el proceso salinero.

En el caso de los feriados como el de Carnaval, la afluencia de turistas y visitantes es tal, que supera la posibilidad de atención por parte de los guías locales. El registro de turistas y visitantes, en estos casos, implicaría un control al ingreso del poblado, situación que no se da. Un aspecto que se debe resaltar es el hecho de que el Carnaval de Guaranda es uno de los más famosos del Ecuador. Sin embargo, en esos mismos días, podemos constatar la afluencia masiva de visitantes a su parroquia rural Salinas de Guaranda, que demuestra la importancia del lugar como atractivo y destino turístico. En el feriado de Carnaval del año 2010, la afluencia masiva de turistas y visitantes agotó el stock de la fábrica de chocolates.

Sin embargo, el turismo no fue una de las actividades planificadas para el desarrollo de Salinas, como se puede advertir a partir de la siguiente afirmación:

En el fenómeno salinero el turismo es paradójico, creció sin que nadie lo esperara, como ha sido el caso con los hongos bajo el bosque de pinos. Vino por sí solo como un canto rodado. Resultó una consecuencia imprevista. Y, en cierto modo, se ha producido sin que nadie se haya preocupado de redimensionarlo (Cantero, 2009: 242).

Un elemento central a considerar en las diferentes experiencias de turismo comunitario es el grado de cualificación que tienen o no, los encargados de llevarlo adelante. En el caso de Salinas de Guaranda, quienes trabajan en la Oficina de Turismo, no han tenido formación profesional en el área. Esto no ha impedido

el crecimiento de la actividad turística. A futuro, la ausencia de criterios profesionales turísticos, puede convertirse en el mayor obstáculo para mejorar la calidad de la actividad. Sin embargo, si crecen los ingresos que genera el turismo, resultará difícil advertir la necesidad de mejorar la cualificación de quienes prestan el servicio.

Mirando la experiencia con "ojos de afuera"²⁹, un desarrollo de las posibilidades turísticas de Salinas de Guaranda implica introducir e implementar criterios profesionales turísticos para brindar un servicio de calidad, lograr la satisfacción del cliente y evitar disculpas manifestando que se trata de un servicio llevado por jóvenes de una comunidad campesina, y que por tanto pueden ser pasadas por alto determinadas falencias³⁰. Por el contrario, el servicio turístico debe empatar con los niveles de profesionalidad de las restantes actividades de Salinas de Guaranda, tiene que ser igual de bueno y contribuir a la consolidación de las empresas:

El turismo en Salinas es de una importancia considerable y él repercute sobre el comercio y otras actividades empresariales, pues la inmensa mayoría de la gente viene aquí atraída por el renombre de su experiencia empresarial y los productos que ella origina (Cartero, 2009: 205).

De acuerdo a uno de los guías entrevistados, los salineros son personas amables que tratan con cordialidad a los turistas. Salinas de Guaranda ha aprendido a recibir a todas las personas

²⁹ Mirar con "ojos de afuera" es una expresión tomada del proyecto de turismo comunitario del Biocorredor del río Yasunay, que hace referencia a la necesidad de que personas ajenas a una comunidad, desde una perspectiva cultural diferente, jueguen a la misma.

³⁰ El P. Antonio Prió en su libro *La puerta abierta*, señala una característica fundamental en torno al sentido de calidad y de acabados propio del mundo campesino, ajeno a consideraciones de calidad del mundo capitalista desarrollado: «para quien ha nacido y vivido su infancia en una choza de tierra y paja, lo limpio es 'más o menos' limpio y lo recto 'más o menos', rectos» (102).

que han llegado a visitarla. No hay desconfianza ni suspicacia frente a los estudios, por el contrario existe una política a favor de realizar contactos. La hospitalidad de los salineros ha sido apreciada en varios criterios favorables al respecto. En el Libro de comentarios de los clientes del Hotel El Refugio, encontramos:

Salinas es un lugar muy acogedor, con gente buena y amable, con grandes visiones para el futuro, un pueblo emprendedor. Una pequeña recomendación que mejoren [sic] un poquito la organización para la visita de los turistas. Gracias por la productiva y hermosa mañana que nos han brindado (Sexto Economía, Universidad Tecnológica de Ambato, 17 octubre 2009, p. 82).

En el libro antes citado, aparte de felicitaciones y agradecimientos, también encontramos críticas:

Felicitaciones por el empuje empresarial, pero las personas deben recibir talleres de motivación, atención al cliente, promover los productos para mejorar las ventas, mejor higiene del negocio y el personal. Relaciones humanas, más preparación a los guías y conocimiento de los productos y sus ventajas, mejor organización (Lape Rocha, 13 noviembre 2006, p. 57).

Gracias por su acogida y servicio. El lugar es muy lindo, si fuera posible que la comida sea más típica del lugar (Ilegible, 10 agosto 2009, p. 7).

Las 7343 personas que registraron su paso por Salinas de Guaranda y compraron sus diferentes productos en el año 2009, constituyen los primeros promotores de los mismos. Por lo anotado, resulta indispensable que los visitantes lleven el mejor de los recuerdos de su paso por Salinas de Guaranda. Para lograr este propósito es indispensable incrementar el grado de cualificación de las personas que intervienen en los diferentes servicios turísticos.

Turistas, motivaciones y expectativas

Las motivaciones que tienen los turistas informan¹¹ a los mismos y dan sentido a su experiencia turística. ¿Cuáles son las motivaciones que subyacen en las personas que deciden hacer turismo? Las posibilidades aparte de múltiples resultan cambiantes. Uno de los intentos más conocidos de clasificación de los turistas se debe a Erick Cohen en su obra *¿Quién es un turista?* En él se reconoce la existencia de turistas motivados por conocer lugares populares ya sea de forma individual o familiar. Es el caso del turismo masivo. Luego tenemos el turista interesado en lugares no tradicionales, que busca experiencias diferentes, dispuesto a renunciar a las comodidades convencionales; es el caso del turista explorador, que privilegia el contacto con las personas del lugar de su visita. Finalmente, el rómata, motivado por la búsqueda de aventura y vivencias, dispuesto a correr determinado tipo de riesgos, incluso rechaza la denominación de turista.

Ahora bien: ¿cuáles son las principales motivaciones para conocer Salinas de Guaranda? En primer lugar, vale retomar la división entre visitantes y turistas realizada anteriormente. En el caso de los visitantes las motivaciones y expectativas son claras: de lo que se trata es de conocer la experiencia de desarrollo más exitosa del Ecuador contemporáneo:

Estadistas, misioneros, reitantes, economistas, comerciales [sic], comerceros... forman una hueste interesante de personas solidarias o interesadas en acabar su tesis o tan solo intrigadas por lo que este pueblo simboliza. Ellos suelen quedarse algún tiempo, a veces, se acoplan, otras se instalan y su presencia da a la comunidad la oportunidad

¹¹ En el sentido filosófico del término; dar forma sustancial a algo.

de confrontarse con otros enfoques y otras percepciones, lo que a la larga se traduce en transformaciones insospechadas (Castero, 2009: 251).

Por lo tanto, para los visitantes lo que cuenta es la experiencia de desarrollo social llevada adelante en Salinas de Guaranda, cada día más famosa y difundida a nivel nacional e internacional. Por su parte los turistas, tal como han sido definidos, líneas más arriba ¿qué motivaciones y expectativas tienen? Vale al respecto tener presente la apreciación de Nelson Graburn citado por Erik Cohen: «En el sentido más amplio, el objetivo de los turistas, tal como Nelson Graburn (1977) mostró hace ya tiempo, es experimentar algo «extraordinario» diferente a su experiencia doméstica cotidiana. En qué consiste lo extraordinario es, sin embargo, asunto de debate» (Cohen, 2009: 12).

Considero que la cita anterior expresa una conclusión a la que he llegado por mi parte: el turista busca algo diferente y entre más especial y único resulte en relación a su vida cotidiana, mejor¹². Un criterio similar que ratifica las ideas anteriores es el siguiente: «El turista rural comunitario estaría en la búsqueda de experiencias que apelen al deseo de descubrir costumbres propias y ancestrales con estilos de vida diferentes» (PROMPERU, 2009: 5).

De acuerdo a los guías de la Oficina de Turismo, las principales motivaciones de los turistas extranjeros y nacionales, para visitar Salinas de Guaranda serían las siguientes:

En el caso de los turistas extranjeros:

¹² Como profesor de español de cooperantes japoneses, una actividad que realizaba fuera del aula era una visita a un mercado de la ciudad de Cuenca, en el cual aún es posible comprar aves y animales pequeños como conejos, conejillos de indias en pie. Para los estudiantes japoneses era una experiencia física ver aves y animales vivos, los que fueron profusamente fotografiados para tener constancia de una experiencia que para ellos resultó extraordinaria.

- Conocer un lugar de trabajo comunitario solidario conducido por un compatriota. Esto se da, de acuerdo a los guías entrevistados, sobre todo con visitantes de nacionalidad italiana.
- Apoyar a personas que desarrollan propuestas económicas solidarias.
- Disfrutar de un paisaje natural, tranquilo y seguro.
- Observar las microempresas.
- Consumir comida orgánica.

En el caso de los turistas nacionales:

- Disfrutar de la tranquilidad del lugar.
- Comprar productos que benefician a la comunidad.
- Conocer el sistema organizativo y las microempresas.
- Estudiar la experiencia de desarrollo de Salinas de Guaranda.
- Constatar los logros económico-sociales de Salinas de Guaranda.
- Visitar un lugar elegido por extranjeros.

De acuerdo a las motivaciones anteriores, el turista trataría de obtener una experiencia diferente, una vivencia distinta a la que proporciona la vida en la ciudad. De acuerdo a MacCannell, «el turismo básicamente es un mecanismo compensatorio, contrapeso de las insatisfacciones que se encuentra en la base de la vida moderna» (Cohen, 2009: 13). Salinas de Guaranda generaría la expectativa de un lugar marcado por la solidaridad y la cooperación, por tanto, diferente a la ciudad y al mundo capitalista signados por el egoísmo e individualismo. El turista partiría con el sentimiento de haber contribuido a mejorar la vida de personas que están saliendo de la pobreza, con su propio esfuerzo y la colaboración de personas sensibles a su realidad. Aparte de haber logrado su esparcimiento y conocido una experiencia inusual, se quedarían con el sentimiento de haber realizado su propia obra de solidaridad. Visitar una experiencia de turismo comunitario se consideraría una actividad de carácter

social, de profunda sensibilidad¹⁶. Por lo tanto, el atractivo de Salinas de Guaranda consiste en ofrecer una experiencia de trabajo solidario, el ideal de práctica de vida comunitaria. Otro mundo posible, al interior de la realidad competitiva que conocemos.

El perfil de los turistas y visitantes de Salinas de Guaranda

Teniendo presente la distinción entre turistas y visitantes encontramos que los primeros, de acuerdo a los datos recabados en la Oficina de Turismo, sumaban en el año 2009 un total de 2714. En la cifra anterior encontramos que 2163 eran ecuatorianos, es decir, el 79,69%; el segundo lugar lo ocupaban turistas franceses, 267, equivalente al 9,83%; y, el tercer lugar los turistas italianos 68, con el 2,50%. Luego de estos datos lo que más sorprende es la gran variedad de países de origen de los turistas quienes tenían como lugar de procedencia América del Norte, América Central, América del Sur, Europa, Medio Oriente, Asia y Oceanía.

De acuerdo a la entrevista realizada a los guías, por su nacionalidad hay más visita de turistas italianos, norteamericanos y franceses, lo cual coincide con los datos presentados; por el rango de edad, los turistas se encuentran entre los 18 y 65 años, hombres y mujeres por igual; por la duración de la pernoctación, esta última es mayor para el caso de los extranjeros en relación a los nacionales, apreciación que también coincide con los resultados presentados en el Cuadro 1. Finalmente, los guías consideran que los turistas nacionales y extranjeros, tienen una visión social

¹⁶ En una visita a la Comunidad de Agua Blanca, con los estudiantes de turismo de la Universidad de Cuenca, conocimos a dos turistas españolas. A la hora de elegir el comedor es el que van a almorzar tienen dos opciones: un emprendimiento particular de una familia y el comedor de la comunidad. Las dos turistas no consultan las diferencias de calidad, precios o servicios, optan sin dilación por el segundo, expresando que el beneficio está destinado a la comunidad.

a la hora de hacer turismo que consistiría en una sensibilidad especial a favor de los emprendimientos de signo comunitario.

Por su parte los visitantes son, fundamentalmente, estudiantes de las diferentes universidades del Ecuador. Al interior de los universitarios, un grupo especial es el conformado por alumnos de las carreras de Turismo y Gastronomía, para quienes tiene especial interés la experiencia que se lleva adelante en Salinas de Guaranda. No obstante lo anterior, también llegan estudiantes de las carreras sociales, de Economía y Administración de Empresas. Adicionalmente, Salinas de Guaranda es un centro de interés para dirigentes y personal de cooperativas, gobiernos provinciales, instituciones internacionales de cooperación, en suma, para quienes tienen interés en aprender de la experiencia salinera¹⁴.

En el año 2009 de un total de 4629 visitantes, 4474 fueron ecuatorianos, el 96,65%; estadounidenses, en segundo lugar, con 47 visitantes, el 1,02%; canadienses en tercer lugar, con 44 visitantes, el 0,95%. Los 64 visitantes restantes, que representó 1,38% se reparte entre ocho países europeos e Israel. La visita se puede agrupar en dos grandes rubros: nacional 96,65% e internacional el 3,35% restante. Estos datos confirman que Salinas de Guaranda se ha convertido en un lugar de visita obligado para todos quienes trabajan los temas del desarrollo, economía solidaria, cooperativismo, erradicación de la pobreza, organización comunitaria y actualmente, turismo comunitario.

¹⁴ Entre los visitantes del año 2009, registrados en la Oficina de Turismo Imensas: la Universidad Técnica de Ambato, Escuela Politécnica del Chimborazo, Universidad Técnica Espiritual, Universidad Técnica de Cotacachi, Universidad de Cuenca, Universidad Internacional, Universidad de Especialidades Turísticas, Escuela Politécnica del Ejército, Universidad Politécnica, Universidad Politécnica de Santa Elena, Consejo Provincial de Chimborazo, Gobierno Provincial de Sucumbios, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Universidad Nacional de Loja, Universidad Indomérica, Cooperativa Jardín Azuayo, Fundación Caminando Juntos, Asociación de Productores Palmarco, Fundación Liclicofan, Japan International Cooperation Agency (JICA).

Turistas y visitantes en el Carnaval de 2010

Durante mi visita, en febrero de 2010, pude observar a varios grupos de turistas que llegaron en el marco del feriado de Carnaval. El grupo más significativo que arribó fue el de un sindicato de trabajadores franceses, cuya organización tenía como política hacer turismo en los destinos en los que el beneficio del servicio turístico, tenía como objetivo mejorar las condiciones de vida de la comunidad. Por lo tanto, podemos hablar de la existencia de un turista, que se caracteriza por informarse sobre la suerte de los recursos que genera, optando por aquellos destinos que tienen un fin social. A este tipo de turista podríamos caracterizarlo como *comunitario*: ya que aparte de su gozo y esparcimiento, busca efectos positivos para personas y comunidades que gracias al turismo generan ingresos, empleo, cuidado y/o revitalización de su patrimonio natural y cultural, orientados por prácticas solidarias. Para este tipo de turista tiene sentido y un valor especial la perspectiva comunitaria de la vida social y del cuidado de la naturaleza.

Otro caso interesante fue el de una guía de turismo italiana que trabajaba en el país y, al momento, se encontraba de vacaciones con su madre. La guía, debido a su trabajo, conocía todo el Ecuador y escogió a Salinas de Guaranda para pasar los días de Carnaval ya que considera valioso el grado de organización existente en el lugar. Por su parte, un grupo de turistas belgas, que también se alojaba en esos días en Salinas de Guaranda, organizaba cada día su propia caminata. La principal actividad en este caso era el disfrute del entorno natural.

A los turistas ecuatorianos lo que más sorprende son las fábricas y su forma de producción. No les deja de llamar la atención la existencia de tantos emprendimientos exitosos, en una parroquia rural, de una de las provincias de menor desarrollo de la sierra ecuatoriana. La noche salinera nos presentó sorpresas. En una tienda frente al parque central de la parroquia, con borbó y

guitarra, un grupo de hombres entre los cuarenta y cincuenta años cantaban con fervor las coplas tradicionales del Carnaval. El contenido de las letras difícilmente podía ser más triste y desesperanzado, al punto que en ellas se elogiaba a la muerte frente a la vida. Algunas coplas en el tenor anterior dicen:

Cantaremos carnaval
Ya que Dios ha dado vida,
No sea cosa que el otro año
Ya nos toque la partida.
¡Qué bonito es Carnaval!

Porque el que ama a un imposible,
Porque el que ama a un imposible,
Es amante verdadero,
Es amante verdadero.
¡Qué bonito es Carnaval!

Si el pecho de cristal fuera
Se verían los corazones
No hubiera falsas caricias
Ni se ocultaran traiciones.
¡Qué bonito es Carnaval!

Al tiempo que se cantaban las coplas anteriores, a no muchos metros, podíamos encontrar el bar Piedra Dura; en su interior, una enorme inscripción rezaba: *Pink Floyd. The Wall*. La música que se oía en ese lugar es la que al momento se encontraba de moda, entre los jóvenes de 16 a 25 años, en las diferentes ciudades del mundo. Este público difícilmente podría encontrar divertido y menos alegre el ambiente del escenario anterior. Por cierto, los cooperantes extranjeros y otras personas jóvenes que se encontraban en Salinas de Guaranda realizando su trabajo voluntario, tesis u otras actividades tenían en Piedra Dura su punto de encuentro.

En Salinas de Guaranda, en aquella noche de Carnaval, había dos posibilidades completamente distintas para disfrutar una velada. En realidad convivían dos mundos que correspondían a épocas y generaciones diferentes. Tanto los turistas interesados por el folclor y las tradiciones, como los turistas que buscaban esparcimiento en los centros de diversión nocturna, tenían su espacio.

Otro caso a referir es el de una familia quiteña que arribó en el segundo día del Carnaval, acompañada de dos estudiantes francesas de intercambio. Es su quinta visita a Salinas de Guaranda; la primera ocasión fue hace ya veinte y cinco años. El padre narró que tuvieron la oportunidad de conocer al ex jefe de producción de la Ferrero de Italia quien, luego de jubilarse, fue una de las personas que enseñó la técnica y el arte de la fabricación de los chocolates. Para esta familia el trabajo comunitario es lo especial de la parroquia y lo valioso a mostrar, razón por la cual la familia consideró que sus huéspedes debían conocer el lugar.

En los días de Carnaval se produce una verdadera invasión de visitantes de Quito y una presencia fuerte de turistas procedentes de Guayaquil, gran número de ellos se trasladan en sus propios vehículos. En la visita a la mina de sal se integró una pareja de quiteños con un niño. La esposa comentó que comparando a Salinas de Guaranda con otros pueblos de la Sierra del Ecuador, encuentra una enorme diferencia entre el primero y los demás. Afirmó que lo distintivo de Salinas de Guaranda es la mentalidad emprendedora de su gente.

La investigación ya referida (*Turismo comunitario en Ecuador: hacia un modelo de desarrollo y sostenibilidad social*), reconoce en la intervención externa uno de los factores explicativos para el desarrollo del turismo comunitario. Me pregunto: la mentalidad emprendedora en Salinas de Guaranda, ¿cuánto debe a la intervención externa en general y, a la orden salesiana, mediante

la presencia del P. Antonio Polo, en particular? Sin lugar a dudas, Salinas de Guaranda es un claro ejemplo de la importancia de un apoyo externo, en recursos materiales y conocimientos.

Testimonios de visitantes y turistas

La experiencia general de los turistas y visitantes tanto nacionales como extranjeros es gratificante. Lo anterior debido a que todos ellos han encontrado en Salinas de Guaranda elementos ya sean naturales o culturales que les han impresionado de forma positiva y profunda a la vez. En gran medida, el testimonio de los turistas y visitantes ha quedado consignado en los libros de comentarios de la Oficina de Turismo y del Hotel El Refugio, en los que encontramos criterios relevantes para apreciar la experiencia.

Partiendo de que la condición básica para la existencia del turismo comunitario es la organización comunitaria, recojo los testimonios que resaltan esta última. En el libro de comentarios del Hotel El Refugio encontramos el siguiente criterio:

Como ecuatoriano con relación a organizaciones de campesinos en Cotopaxi, me alegra sobremanera haber venido y aprendido lo que hace una buena organización comunitaria. Espero poder volver con miembros de nuestras comunas para que vean que es factible hacer algo mejor sin tener que depender de lo importado (Marcelo Gallo, 29 diciembre 2004, p. 1).

El testimonio anterior revela la profunda impresión que provoca en determinados visitantes los logros obtenidos en Salinas de Guaranda. Explica que se haya convertido en un modelo a seguir y que resulte obligado conocer la experiencia para emularla.

En el mismo libro encontramos los siguientes testimonios:

Ha sido una gran satisfacción el haber conocido este pequeño pueblo, pero grandioso en sus riquezas y más que todo la unión y la organización que ha habido en ella (Hegible, s. f. p. 65).

Es mi segunda visita a esta linda parroquia de Salinas, y siempre me maravillo de sus cosas lindas, sobre todo de la organización y solidaridad (Hugo Narváez, Santo Domingo, 21 agosto 2009, p. 79).

Me parece Salinas un lugar muy hermoso, interesante sobre todo por el trabajo organizado, el mantenimiento de la población y las perspectivas de futuro que tiene (Soledad Yato, Madrid, España, junio 2005, p. 32).

Aparte de la organización se empieza a destacar otro elemento: la solidaridad. La percepción de esta última da lugar a que los turistas y visitantes sientan que han conocido un lugar distinto, uno en el que la vida se lleva de forma diferente, en comunidad y ayuda mutua.

En el Libro de comentarios del Hotel El Refugio, otros turistas consignan las siguientes apreciaciones:

Tranquilidad, naturaleza, trabajo, calma, buenas comidas y muy buena gente. Salinas nos pareció un pequeño gran milagro [...] Que sigan siendo un pueblo unido y digno, trabajando por su propio desarrollo (Turistas italianos, 11 mayo 2005, p. 30).

Felicitaciones por la unión y solidaridad del pueblo de Salinas. ¡Qué prosperen siempre! (Margarita Ruiz A. UTE, S. f. p. 59).

Gracias por su amistad. Salinas lo mejor en unidad y solidaridad (Gerardo Loderna Montalvo, Bolivia, 25 agosto 2007, p. 63).

Un nuevo elemento que se suma a los de organización, solidaridad, dignidad, la equidad: «Un Refugio –alude al nombre del Hotel– para resguardar el sueño de una gran “minga” a favor de la equidad social» (Maysol, S. F. p. 55).

El turista y el visitante de Salinas de Guaranda se llevan la impresión de un pueblo en el que sus habitantes trabajan de forma organizada, solidaria, equitativa. En una palabra: comunitaria. Esto no tendría nada de especial de no ser por el hecho de que el mundo del que provienen se caracteriza por la lógica propia del capitalismo que tiende a la acumulación, y cuyo motor es la búsqueda permanente de la mayor ganancia posible.

Las exitosas empresas salineras constituyen el mayor atractivo para turistas y visitantes. En la encuesta permanente que se realiza en la página Web de El Salinerito sobre el aspecto más llamativo de Salinas de Guaranda, tenemos los siguientes resultados:

Cuadro 3

ASPECTO MÁS LLAMATIVO
DE SALINAS DE GUARANDA
FEBRERO 2013

N.º	Aspecto	Porcentaje
1	Empresas	48,0%
2	Pueblo Antonio	19,3%
3	El paisaje	15,3%
4	La gente	11,9%
5	Las tradiciones	5,3%
	Total	100%

Fuente: Grupo Salinas.
http://www.salinas.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=1
Elaboración: Leonor de Torres

Las empresas generan una idea muy positiva sobre la capacidad de emprendimiento de los salineros. En el libro de comentarios del Hotel El Refugio, se encuentra la siguiente apreciación: «Salinas una parroquia emprendedora, con gente cabarosa y activa, somos de Apurímac Perú de la Provincia de Andahuaylas ciudad de Los Celajes» (Ulise, Flor, María, Martha y Alejandro, 18 noviembre 2009, p. 86).

Llama la atención de visitantes y turistas el desarrollo organizativo y los logros económicos superando las adversas condiciones geográficas. En el Libro de comentarios de la Oficina de Turismo, leemos los siguientes criterios:

Impresionante el pueblo. No se puede creer que hay [sic] tantas empresas chiquitas y medianas en un pueblo tan lejado [sic] de las regiones económicas [...] de Ecuador. Salinas es un ejemplo para todo el mundo de cómo se puede desarrollar una región.

El servicio turístico fue excelente y ha sido una experiencia inolvidable visitarlo (Andreas, Suecia, 19 julio 2007, p. 12).

Mis amigos y yo disfrutamos el paseo por las empresas. La gente de Salinas es muy amable (Ilegible, s. f. p. 3).

Impacta en turistas y visitantes que las empresas salineras coloquen sus productos en países tan distantes de Ecuador y entre ellos como Suiza y Japón, por indicar dos casos. Partiendo de la tradicional división entre lo urbano y lo rural, para los primeros y los segundos, resulta particularmente sorprendente que se puedan colocar mercancías en continentes tan lejanos,

desde una pequeña parroquia rural y que de ella surjan marcas de calidad¹⁷.

Uno de los puntos a favor de la actividad turística en Salinas de Guaranda es la variedad y número de productos que ofrecen a los turistas y visitantes las diferentes empresas, es decir, se ven bien atendidos en este aspecto. Por su comodidad para el transporte y su indiscutible atractivo, los chocolates son los productos más adquiridos. También tienen gran demanda los quesos, los snacks elaborados a partir de la soya y los tejidos. De acuerdo a la apreciación de los guías, los turistas nacionales compran más que los extranjeros.

El paisaje es uno de los recursos que agrada y brinda disfrute al turista y a los visitantes. Impresiona favorablemente la tranquilidad. El Libro de comentarios de los clientes del Hotel El Refugio, registra las siguientes impresiones:

Very beautiful and peaceful village with friendly people. The view spectacular. Hotel very quiet, clean, and good food. Will definitely pass on this information to our other sailing friends to visit as they go inland¹⁸ (Linda Keigher, San Francisco, CA, 4 octubre 2004 p. 19).

¹⁷ La marca "El Salinero" goza de gran prestigio entre la población por la excelencia de sus productos. Se va a Salinas como se puede ir a Vevey para visitar las fábricas Nestlé. «En verdad el turismo de Salinas no deja de ser un ejemplo de turismo cultural, como replicara William Ramirez en una conversación con mi amigo Esteban Ruiz. Este le decía: "en otros sitios la gente viene a ver el medio en el que se vive, los rasgos culturales... y aquí vienen a ver las empresas"; a lo que William responde: "eso también es cultura". Dando por entendido que en Salinas la cultura empresarial es el rasgo característico de la comunidad» (Castro y Andrade, 73).

¹⁸ Un pueblo muy bonito, tranquilo y con gente amable. El paisaje espectacular. El hotel estuvo muy tranquilo, limpio y con buena comida. Definitivamente comentaré esta experiencia a nuestros amigos que están saliendo de viaje hacia el interior.

Nicely chilled out place. Lovely people. Beautiful setting¹⁹ (Pinothin, England, 15 diciembre 2004 p. 24).

El paisaje es resultado tanto por nacionales como extranjeros todos ellos habitantes del mundo urbano. En el espacio de una corta visita, al tiempo que valoran las ventajas del campo, no pueden advertir las desventajas y/o limitaciones que también entraña.

Un nuevo comentario manifiesta:

Thank you for your hospitality. We have enjoyed being here. Very interesting to see what you have managed to do at this place. You have a marvelous view from here, and the journey to this place was a panorama. What lots of good memories we will go back to Norway²⁰ (Alis 31 diciembre 2004, p. 25).

Uno de los recursos con los cuales cuenta Salinas de Guaranda es su paisaje y en términos más generales la naturaleza circundante. Sin lugar a dudas la paz, el sosiego es uno de los elementos que se puede disfrutar en Salinas de Guaranda. Conforme pasan los días se empieza a apreciar sonidos, olores, colores y paulatinamente se descubre plantas, animales, objetos inexistentes en la experiencia ciudadana. La vivencia de la naturaleza es sumamente intensa y gratificante sobre todo para quienes viven en ciudades grandes. De otra parte, resulta especial volver al espacio rural para quienes en su niñez vivieron en el campo. En este último caso resulta especial una experiencia turística que revive un pasado, al que por regla general se quiere retornar entre más se avanza en edad.

¹⁹ Un lugar muy relajado. Gente encantadora. En un precioso entorno.

²⁰ Gracias por la hospitalidad. Disfrutamos estar ahí. Fue muy interesante ver cómo se han arreglado para trabajar en este lugar. Tienen una vista magnífica desde aquí, y el trayecto hasta este lugar fue como un cuadro. Regresaremos a Noruega con montones de buenos recuerdos.

Hay un trasfondo de nostalgia que subyace en la experiencia y que estaría siendo aprovechado, aunque de forma inconsciente.

En Salinas de Guaranda el trato amable, la apertura, la invitación explícita que recibe el turista y el visitante para ser parte de la experiencia salinera ha tenido eco en personas que decidieron aportar al desarrollo local brindando su trabajo de forma voluntaria. También se da el caso de visitantes que llegaron como estudiantes y retornaron como profesionales cooperantes. En el Libro referido, encontramos el siguiente comentario: «creo que la atención y la intensidad que [sic] la mayoría del pueblo es excelente y digna de ser copiada por muchos otros pueblos. Si en alguna cosa puedo ayudarles no duden en contactarme» (Gonzalo Montoya, s. f. p. 15).

Un nuevo comentario indica:

¡Qué bonito este lugar! Varnos a regresar como voluntarias en la fábrica de chocolate... No discoteca [dibujo de una cara triste] muchos chicos guapos [dibujo de una cara feliz]. Ana Kristin chica guapa y divertida de Noruega (dibujos de tres caras felices, 9 octubre 2005. p. 47).

Un testimonio que puede resumir las características presentes en las apreciaciones anteriores, posiblemente es el siguiente:

Agradezco mucho la acogida con que hemos sido recibidos en este lugar. Desde la ciudad en la que vivo, Madrid-España, esto es un paraíso verde integrado por gente realmente amable y dulce. Espero volver algún día para realizar alguna ayuda a este pueblo ejemplo de comunidad y solidaridad. Me emociona haber visto la labor realizada aquí y el ánimo de sus habitantes por seguir adelante. Gracias porque me han enseñado mucho y hasta muy pronto (Hegible, 29 julio 2009. p. 5).

También resulta ilustrativo el comentario de una voluntaria que manifiesta:

Hace un mes que estoy aquí y todo me encanta, el dinamismo de Salinas, la simplicidad, la generosidad de la gente, la naturaleza. Estoy buscando mi paz interior y cada día tengo la impresión de avanzar en mi camino, el camino de la felicidad (Arenza, Voluntaria Francesa, s. f. p. 7).

La idealización de la vida en el campo es particularmente posible en un lugar como Salinas de Guaranda, si consideramos que se encuentra permeada por principios religiosos de la Teología de la Liberación que plantean la opción preferencial por los pobres. De acuerdo a esta última, hay que construir el Reino de Dios en este mundo y cuidar la dignidad material del ser humano ya que cada individuo es un templo del Señor. Para todo lo cual es necesario implementar relaciones de solidaridad y hermandad entre las personas.

Hay que considerar el liderazgo carismático del P. Antonio Polo, carisma entendido aquí como aquella «especial capacidad de algunas personas para atraer o fascinar» (DRAE), para un proyecto noble y desinteresado a favor de los postergados. En su libro *La puerta abierta*, el P. Polo finaliza con una invitación, especialmente difícil de rechazar para quienes buscan un proyecto de vida y no lo encuentran en el mundo del mercado capitalista:

La invitación a 'la gente de afuera' [...] para compartir en hermandad lo mejor de los distintos mundos. 'Compartir' es una palabra clave en la cultura andina [...] y es una palabra mágica para quienes están cansados del exasperado 'competir' del mundo 'adelantado' (Polo, 2002: 197).

El trabajo voluntario ha estado en la base de los diferentes emprendimientos desarrollados en Salinas de Guaranda. Con

diferentes motivaciones, personas en situaciones tan variadas y distintas como estudiantes adolescentes o adultos mayores jubilados, han colaborado a la medida de sus capacidades. Por su parte, Salinas de Guaranda les ha ofrecido un espacio para expresar su solidaridad, un lugar ajeno al egoísmo, al cálculo personal, la oportunidad para sentir afecto y armonía, trabajo con camaradería apuntando a un fin compartido y valorado por todos. Un ambiente como el descrito se explica si consideramos que la experiencia de Salinas de Guaranda se encuentra informada por los valores del cristianismo y la constatación de que el ejemplo es la mejor forma de enseñar. La piedra sobre la que descansa la experiencia es el testimonio de vida del P. Antonio Polo que ha dedicado más de cuarenta años al pueblo salinero. Quien quiera sentir una experiencia de renuncia y entrega a los demás y así dar sentido a su vida, tiene la puerta abierta en Salinas de Guaranda.

Un elemento clave para la promoción del turismo comunitario de Salinas de Guaranda ha sido el testimonio favorable de quienes hicieron la visita. Por tanto son los turistas satisfechos quienes han realizado la mejor promoción: «Cooperantes, estadaños, pasantes y agentes de todo tipo son auténticos heraldos que divulgan la imagen de Salinas y con ello atraen a visitantes» (Cantero, 2009: 243).

Tampoco se puede desconocer la existencia de turistas que no han requerido intermediarios y han descubierto el lugar por sus propios medios. Hay que tener en cuenta que existe información disponible en Internet sobre las experiencias de turismo comunitario en el Ecuador²⁹. Salinas de Guaranda también ha sido promocionada turísticamente gracias a diferentes reportajes realizados por la televisión nacional ecuatoriana que, sobre todo, han destacado la experiencia de desarrollo económico. En el caso de la promoción en el extranjero, las visitas de turistas

internacionales de diversas nacionalidades constituyen en contactos para difundir el turismo comunitario salinero en el exterior.

Conclusiones

A Salinas de Guaranda arriban turistas y visitantes. Los primeros con las expectativas generales de todo turista: búsqueda de experiencias en lo posible singulares, nuevas, gratificantes, enriquecedoras en términos culturales y de diversión. Los segundos para conocer la experiencia salinera. Al interior del conjunto de turistas que visitan Salinas de Guaranda se puede distinguir un grupo de turistas que pueden ser calificados como comunitarios. Los turistas comunitarios son quienes eligen un destino turístico siempre y cuando los beneficios de los servicios turísticos aporten al desarrollo de la comunidad, fortalezcan su organización, contribuyan a mejorar su calidad de vida cuidando su patrimonio natural y cultural.

Los turistas con una visión comunitaria tienen expectativas particulares en relación a su experiencia de turismo ya que valoran el disfrute de la naturaleza, el conocimiento de experiencias alternativas a las del mercado capitalista y su lógica de ganancia y acumulación. Este último tipo de turistas tienen una especial satisfacción en consumir productos que generen ganancia para cooperativas. Se trata de turistas con conciencia ambiental, social y cultural. Las empresas son lo más llamativo de Salinas de Guaranda como ejemplo de desarrollo, por su forma de propiedad, por la capacidad de emprendimiento, por exportar productos de calidad al mercado internacional, por trabajar con principios de solidaridad.

Salinas de Guaranda brinda al turista una experiencia extraordinaria constituida por una conjugación de elementos naturales y culturales que configuran una realidad comunitaria presente únicamente en este lugar, alejado de centros

²⁹ CB: Federación plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE. <http://www.fptce.org/>

desarrollados y que ha sabido integrarse al mercado capitalista con productos de calidad elaborados bajo el principio de superar la pobreza con la solidaridad.

Referencias bibliográficas:

- Cantero, Pedro y Javier Andrada. (2012) *Salinas de Guaranda. Horizonte de economía solidaria*. Quito: Abya-Yala.
- Cantero, Pedro (2009) "El gusano y la flor. Salinas de Guaranda, el turismo en un contexto de economía solidaria", en *Cultura, comunitaridad y turismo. Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*. Ruiz Ballesteros, Esteban y María Augusta Vintimilla (Coord.) Quito: Abya-Yala, pp. 193-267.
- Cohen, Erik (2009) *Principales tendencias en el turismo Contemporáneo*. Internet. <http://revistas.uem.es/cps/11308001/articulos/POSO0565130011A>. Pdf. Acceso: 26 noviembre 2009.
- Gobierno Municipal del Cantón Guaranda (2012) "Salinas". Internet. http://www.guaranda.gob.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=110:salinas&catid=56&Itemid=182. Acceso: 12 diciembre 2012.
- Grupo Salinas. "Cuál es el aspecto más llamativo de Salinas". Salinerito. Internet. http://www.salinerito.com/index.php?option=com_poll&id=7:llamativo. Acceso: 5 febrero 2013.
- Grupo Salinas. "Comunidades". Salinerito. Internet. http://www.salinerito.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=246. Acceso: 12 diciembre 2012.
- Grupo Juvenil Salinas. Libro de comentarios del Hotel El Refugio.
- Grupo Juvenil Salinas. Libro de comentarios de la Oficina de Turismo.
- INEC. N. Salinas. *Sistema integrado de consultas. Censo de población y vivienda 2010*. Internet. <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>. Acceso: 12 diciembre 2012.

- Organización Mundial del Turismo (2009). *Introducción al Turismo*. Internet. <http://pub.world-tourism.org/WebRoot/Store/Shops/InfoShop/Products/1128/9284402697.pdf>. Acceso: 23 enero 2009.
- Organización Mundial del Turismo (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Madrid, OMT.
- Polo, Antonio (2002). *La puerta abierta. 30 años de aventura misionera y social en Salinas de Bolívar, Ecuador*. Quito: Abya-Yala / FEEP / FAO / Desarrollo Forestal Comunal, 2002.
- PROMPERU. *Perfil del Turista Rural Comunitario*. Internet. <http://www.turismoruralperu.facipub.com/facipub/upload/publicaciones/1/80/perfil%20del%20turista%20rural%20comunitario.pdf>. Acceso: 15 octubre 2009.
- Raiz Ballesteros, Esteban y María Augusta Vintimilla (Coord.) (2009). *Cultura, Comunidad y Turismo. Ensayos sobre el Turismo comunitario en el Ecuador*. Quito: Abya-Yala.
- Raiz Ballesteros, Esteban y Doris Solís Carrión (Coord.) (2007). *Turismo comunitario en el Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya-Yala.

El turista y el turismo comunitario indígena en la amazonia ecuatoriana*

Agustín Coca Pérez

Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

email: accoper@upo.es

A modo de presentación

El turismo comunitario aparece en la amazonia ecuatoriana en la década de los noventa del s. XX con la Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y el Ecoturismo (RICANCIE). En la actualidad esta Red es considerada, junto con Agua Blanca (Raiz, 2009), la experiencia pionera en turismo comunitario en la República y forma parte de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FETCE). Fue a mediados de los ochenta del siglo pasado, cuando en diversas comunidades¹ se discute y toma conciencia de la situación de dependencia y marginación que viven los kichwas amazónicos. En estos años se vive las consecuencias

* Este artículo resulta de la participación en la investigación llevada a cabo en la República de Ecuador entre los años 2006 y 2009, donde se desarrollaron los proyectos "Factores condicionantes para el desarrollo y la sostenibilidad del turismo comunitario en Ecuador (2006-2007)" y "Viabilidad social del turismo comunitario. Indicadores, modelización y evaluación", (2008), financiados por la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECT). Quisiera agradecer la implicación y facilidades para la realización de la investigación de los propios miembros de la RICANCIE y fundamentalmente de su diligencia, y muy especialmente de la Comunidad de Machakuyako. También agradecer el cálido acogimiento de los compañeros de la Universidad de Cuenca y la ayuda recibida desde y en Quito tanto por Ana Puente como por David Para.

¹ La "comunidad" en el contexto del Alto Napo, hace alusión a un grupo humano asentado en territorios concretos, que comparten determinados bienes e infraestructuras y que tienen órganos propios de administración. Son poblaciones reconocidas jurídicamente que se asientan, cada una de ellas, en un territorio reconocible por propios y extraños e implica la existencia de instituciones comunitarias que gestionan aspectos concretos de la vida pública (Coca, 2012).

de los efectos socio-ambientales de las empresas petroleras, mineras y madereras que, controladas por capital y agentes externos, se introducen en el Alto Napo con la complicidad de las instituciones estatales. Consecuencia de múltiples deliberaciones surge la RICANCIE y toma la decisión de asumir la actividad del ecoturismo como alternativa económica y de resistencia (Coca, 2012). Nace con tres objetivos principales: la conservación de la naturaleza, la revalorización cultural y la mejora de la calidad de vida de los kichwas.

En un momento de especial revitalización del movimiento indigenista en el Ecuador; en unos años donde la sensibilidad por las cuestiones ambientales escala puestos entre las preocupaciones de los organismos internacionales y la opinión pública de los países centrales del capitalismo transnacional; en un tiempo donde la amenaza de una economía externalizada hace peligrar la propia subsistencia de estas comunidades, la actividad turística pretende ser un vehículo que sirva para reasumir identidad y posibilitar, no solo el mantenimiento de sus propias estructuras organizativas comunitarias, sino la mejora del entorno y el empoderamiento de las poblaciones amazónicas. La RICANCIE se plantea todo un código novedoso, particular, para regular la relación de los turistas con los miembros de la comunidad⁶ para conservar y proyectar la cultura indígena

⁶ 1. No deje desechos plásticos, vidrio y otros materiales que no sean de fácil reciclaje; de haberlos traído regréselos consigo. 2. No se permite cambio o venta de ropa usada a los miembros de la comunidad. 3. La naturaleza brinda diversos paisajes y curiosidades para ser fotografiados; si desea tomar fotos a personas de la comunidad podrá hacerlo con la debida autorización. 4. Si usted participa en las curaciones con plantas u otros recursos del bosque, por favor, cumpla las normas establecidas para este efecto. 5. Debido a que deseamos conservar la integridad de nuestra forma de vida, no se permite a los visitantes permanecer en las instalaciones o en la comunidad más allá de lo acordado. 6. Evite el contacto íntimo con el guía o miembros de la comunidad, pues ello afectaría la moral y tradiciones culturales comunitarias. OIT/ EQUIPO TÉCNICO MULTIDISCIPLINARIO PARA LOS PAÍSES ANDINOS. Documento de Trabajo 140. Turismo sostenible. Estado, comunidad y empresa frente al mercado. El caso del Ecuador. Lima, Oficina Internacional del Trabajo, 2001.

desde los planteamientos organizacionales comunitarios; para conservar y proteger la biodiversidad y conseguir recursos económicos con los que mejorar sus condiciones de vida. A este proyecto se sumaron en un principio 13 comunidades. En 2011 son nueve las que participan: Alukus, Capirona, Chuva Urko, Galeras, Huasi Talag, Machakuyaku, Río Branco, Runa Wasy y Shinchipura.

Las páginas que siguen tienen un carácter descriptivo y sintetizan algunos aspectos de la investigación realizada entre los años 2006 a 2010 en la RICANCIE. En primer lugar se estudia la oferta turística de las distintas comunidades, anotando su evolución en el tiempo y destacando los aspectos más singulares. Se perfilan las características del visitante que opta por esta modalidad (edad, sexo, nacionalidad de procedencia, formación), y se señalan las principales formas de comercialización de los paquetes turísticos de la Red. Finalmente, se realiza una descripción de los distintos contextos y espacios donde se desarrolla la vivencia del turista en la comunidad. Este texto es una aproximación a los espacios, contextos, interacciones [...] que se desarrollan en torno al cliente que contrata los servicios de la RICANCIE.

Se utilizan distintos tipos de fuentes: las encuestas de satisfacción de la actividad realizada por los propios turistas y que las oficinas de RICANCIE pusieron a nuestra disposición, diversos documentos y estudios que sobre el mercado turístico comunitario se realizaron sobre la propia institución y otra bibliografía que de manera continua se ha generado con respecto a la RICANCIE. Sin olvidar, la información generada por la propia RICANCIE, distribuida de distinta forma (web, dipícos, entre otros). También de la información oral y de la observación y otras técnicas como las encuestas, entrevistas abiertas, semi-cerradas y en grupo llevadas a cabo a lo largo de las diversas estancias realizadas. Durante varios periodos estuvimos en la Comunidad de Machakuyaku (años 2006 y 2009), Runa Huasi (2006), Chuva Urko y Capirona (2010). Se participó en las

actividades con los turistas y tuvimos la oportunidad, no solo de establecer lazos con ellos, sino también con los integrantes de la propia comunidad.

La oferta turística de las comunidades de la RICANCIE: características y evolución

La construcción del producto turístico para el mercado y la dirección por parte de expertos foráneos fue una constante desde la aparición del Turismo Comunitario en el Ecuador. El turismo es importante en cuanto que visualiza valores asociados a la modernidad tardía (Augé, 1998) y reconstruye realidades a partir de estos valores asociados al mercado. Este es una de las grandes preocupaciones de la dirigencia de la RICANCIE: ¿Cómo adecuar los productos turísticos a la demanda? ¿Cómo conseguir que vengan más visitantes?⁴³

En el año 2002, Norbert Holth realiza un estudio de Mercado⁴⁴ para la RICANCIE. Efectúa un exhaustivo análisis sobre las posibilidades, carencias, competidores, oportunidades y amenazas de la propuesta ecoturística a principios del presente siglo. Con la intención de que sirva para los miembros de la RICANCIE, usa un lenguaje rico, particular, lleno de metáforas y ejemplos cercanos a la realidad cotidiana de los hombres y

⁴³ *Agencia de Ecoturismo Comunitario, Horizontes2000 - Organización Austriaca de Cooperación para el Desarrollo.*

⁴⁴ *Objetivos que no pocas veces entran en contradicción con la defensa del ensano y de su propia cultura, que implica principios y lógicas diferentes cuando se opuestas al mercado. Es este estado permanente de inestabilidad lo que caracteriza al turismo comunitario y lo que determina el devenir de estas comunidades. Hay problemas latentes derivados de la adecuación de una realidad como producto turístico. Problemas que se derivan, como plantea Valcende (2007) del proceso de reconstrucción de una realidad con el fin de situarse en el mercado "¿Pero dónde están los límites de esa reconstrucción? ¿Hasta qué punto las insígnias propuestas para la venta en el mercado turístico son asumidas por toda la población?" (Valcende, 2007: 2).*

mujeres involucrados en la Red. Caracteriza así el producto ecoturístico comunitario:

Es importante señalar que el producto de RICANCIE no es un producto que uno compra en el mercado y se lleva a su casa. Tomamos el ejemplo de comprarse una sartén en la feria de Tena. No es importante conocer la persona que vende esta sartén ni las que la produjeron. Lo importante es que el precio es razonable y que el producto sirva y sea de buena calidad. El proceso de comprar el producto dura ni 5 minutos. El producto de ecoturismo comunitario de RICANCIE, en cambio, es un producto cuyo proceso de compra y consumo dura algunos días, a veces más que una semana. La experiencia del turista con el producto de RICANCIE es una experiencia vivencial intensiva (Holth, 2002: 13).

Y, con seguridad añade: «Por ello es sumamente importante que el turista salga satisfecho y le haya gustado el producto de Ecoturismo Comunitario de RICANCIE y que no exista ni un ingrediente de baja calidad» (Holth, 2002: 13). A continuación define la oferta de la Red y especifica la situación en la que se encuentran las comunidades que en ese momento pertenecen a ella.

1. Intercambio cultural y convivencia	2. Aventuras	3. Salud y chamanismo	4. Relajación	5. Conferencias y seminarios	6. Investigación científica
Capitosa					
Huancabamba	Salazar Aldea	Rio Blanco	Capitosa	Huancabamba	Huancabamba
Urcu		Salazar Aldea	Urcu	Capitosa	Machacuyacu
Venecia	Huancabamba		Venecia		
Machacuyacu	Machacuyacu	Galena	Rio Blanco	Urcu	Urcu
Rio Blanco	Rio Blanco	Rio Huasi	Rio Huasi	Cuya Loma	Salazar Aldea
Salazar Aldea	Galena		Cuya Loma		Chaca Urcu
Rio Huasi	Chaca Urcu		Chaca Urcu		
Cuya Loma					Galena
Galena					

Fuente: Hohl, E. 2002.

Hohl (2002) define los productos turísticos que ofrece la Red de esta forma:

[Intercambio cultural y convivencia] «Ofrece sobre todo la cultura Quichua y la convivencia con los turistas. El turista que busca el intercambio cultural es un turista que quiere compartir y conocer las costumbres y los valores de la gente Quichua». [Aventuras] «Esta línea ofrece a los turistas una experiencia en la naturaleza y no tanto cultural a través de caminatas extensas por la selva». [Salud y chamanismo] «Esta oferta ofrece a los visitantes el conocer más profundamente el mundo espiritual de los Quichua. Sobre todo el aspecto de curaciones por yachags con plantas medicinales». [Relajación] «El turismo de relajación se busca por gente que quiere descansar o pasar algunos días tranquilos en un ambiente calmo, sano y seguro. No necesitan mucho contacto con la gente local aunque aprecian actividades

auténticas sin un show». [conferencias y seminarios] «La oferta de conferencias y seminarios se caracteriza por un ambiente tranquilo, inspirador y seguro con posibilidad de caminar y estar en la naturaleza». [investigación científica] «Esta oferta se caracteriza por el interés por parte de los visitantes en aprender y llevar información científica de la comunidad» (Hohl, 2002:18-21).

Desde esta clasificación se pasa a continuación a caracterizar la oferta turística de la RICANCIE y haremos uso de otra documentación referida a las programaciones turísticas efectuada en cada comunidad y las encuestas de satisfacción.



Cartel asociativo de RICANCIE en sede de Tena.

El análisis de la oferta turística por comunidad Alukus:

En 2010, la oferta turística de Alukus se centra en aspectos relacionados con el conocimiento de la cultura kichwa (visita de cultivos y elaboración de chicha; elaboración de artesanía con semillas; contar historias y leyendas; tejer shigras (pequeñas carteras de cabuya) y canastas; conocer las trampas tradicionales,

la danza autóctona, el lavado de oro y los juegos y el tiro con cerbatana) introduciendo algunas actividades relacionadas con la observación de aves, las caminatas y los baños. Hemos analizado los paquetes turísticos diseñados para dos y cuatro días, si bien se pueden ampliar a demanda del visitante interesado. Hay una escasa demanda de esta comunidad y son escasas las encuestas que hemos localizado referidas a la misma.

Capirona

Es la Comunidad fundadora de la RICANCIE y tiene varios paquetes turísticos de dos, tres y hasta cuatro noches, y su oferta se amplía a demanda de los interesados. Concierta directamente con determinadas empresas sin mediar la RICANCIE presentando programas específicos. Su oferta se centra fundamentalmente en el conocimiento de la cultura kichwa (charla de la historia de la comunidad; ceremonia de la *guyusa* para "recibir energías para ahuyentar los peligros y los malos espíritus" (RICANCIE. Programa Capirona. 20/11/2010). De igual manera, la presentación de leyendas populares de la Amazonia, visita a huertos familiares, elaboración y degustación de chicha, juegos tradicionales y deportes favoritos, elaboración de artesanía de barro y otras actividades recreativas (baños, cabotaje, regatas). En estas actividades "culturales" una gran parte de la comunidad ha de participar en las distintas tareas que se ofertan.

Capirona es indiscutiblemente una de las comunidades líder de la RICANCIE. Aquí comenzó el turismo comunitario adviriéndose luego otras comunidades. De este lugar son oriundos gran parte de los principales líderes que organizaron la RICANCIE en sus primeros momentos, y de aquí era en 2010 el presidente de la FEPTCE. Hoy continúan planteando nuevas estrategias organizativas para que posibilite la consolidación de estas iniciativas.



Turistas comunitarios en Capirona.

En Capirona se está fomentando el concurso privado para la organización de actividades y servicios turísticos, compartiendo el protagonismo que hasta el momento tiene la organización comunitaria. Para ello, en 2010 organizaron un carnaval que difundieron y tuvo una exitosa acogida: distintas familias vendieron privadamente comida, caldo y bebidas; se organizaron regatas de canoas y baile. También se realizaron limpiezas medicinales. Hoy existe un "banco comunitario", iniciativa novedosa que intenta capitalizar la experiencia turística (Coca, 2012). Hemos de concluir que la oferta turística de Capirona en estos diez años desde que se escribió el estudio de mercado de la RICANCIE, se abre a otros campos fundamentalmente relacionados con la investigación científica. Capirona sigue siendo la comunidad que todo aquel que quiera investigar sobre esta forma de economía social, de turismo comunitario tiene necesariamente que visitar. La existencia en la propia comunidad de una escuela de capacitación sobre turismo comunitario se convierte en otro referente en el plano docente y científico. En las encuestas se evalúa positivamente la experiencia significándose la actitud de los guías y las actividades relacionadas con el "programa cultural".

Chuva-Urku

En la programación aparecen como atractivos los baños en el río, la visita a la «cueva refugio de los espíritus de la selva» (RICANCIE. Programa Chuva-Urku, 20/11/2010), el conocimiento de las plantas medicinales, observación de insectos y mariposas, la narración de historias y leyendas o compartir el ritual de la toma de la guayusa para «tomar energía positiva para el día» (RICANCIE. Programa Chuva-Urku, 20/11/2010). Pero lo que distingue a Chuva Urku del resto de comunidades es la existencia de varios miles de hectáreas declaradas como reservas naturales y en un muy óptimo estado de conservación, en las que se pueden observar una multitud de especies animales y vegetales. El bosque primario es uno de los atractivos fundamentales y en él la existencia de distintas especies de monos, de osos hormigueros y de un sinnúmero de aves. La reserva de Chuva Urku es una de las mejores conservadas de la RICANCIE. Las caminatas, el avistamiento de animales y los miradores son presentados desde una guía técnica conocedora de los recursos animales, que se especializa en ornitología.

Hace algunos años visitaban también a la vecina comunidad de Campo Cocha y desarrollaban la «visita a casa familia kichwa para conocer la cultura, aprenda a hablar kichwa con los niños o miembros de la comunidad» (RICANCIE. Programa Chuva Urku, 20/11/2010). Allí también se visitaban los huertos familiares y se preparaba la chicha. Sin embargo, en la actualidad, estos atractivos son secundarios con respecto a los valores reseñados.

Tiene paquetes como mínimo para dos noches y a partir de ahí hasta cinco noches o más a convenir. A diferencia de las demás comunidades los integrantes de Chuva Urku viven en Tena. Ubicada las tierras en territorio Huaorani, los kichwas beneficiados por el reparto que se produjo en el segundo tercio del siglo XX fueron rechazados por este grupo indígena varias

veces. En la actualidad los propietarios de las tierras viven en un barrio de Tena y gestionan colectivamente sus tierras. En estos años Chuva Urku se ha ido especializando en sus atractivos «naturales» que lo mantiene en paralelo con el perfil que se asocia al conocimiento de la cultura kichwa. Lo que es muy bien valorado por el perfil de turistas que eligen esta comunidad.



Desde Chuva Urku

Machakuyaku

Sus actividades y atractivos se centran fundamentalmente en el conocimiento de la cultura kichwa y su entorno rural. Tienen unas pozas de aguas sulfurosas en un ancho del río con cualidades medicinales. En concreto en la oferta que desde la oficina se le hace al turista se ofrece la visita a la escuela bilingüe; las caminatas y la visita a la cueva del Duende, donde se observarán las «estalagmitas y estalactitas»; escuchar las leyendas de la comunidad; conocer el rito de la «guayusa como fertilidad recibir energía para alejar los peligros con la sinfonía de un instrumento musical flauta» (RICANCIE. Programa Machakuyaku, 20/11/2010); la visita al árbol gigante, a la casa

familiar, conocer la cultura y las plantas, conocer los insectos y las aves pequeñas, las trampas, el programa cultural...

En la actualidad se especializan en acoger a grandes grupos de estudiantes –procedentes por lo general de Quito– en una cabaña que tiene para más de una veintena de personas. Junto con Capirona y Sincipura es la comunidad que más turistas acoge. Hace dos años era imposible acceder en auto, por lo que gran parte del trayecto (una hora aproximadamente) había que realizarlo andando. Hoy entran los taxis (carriónetas) por el camino lastrado existente. Machakuyaku acoge también a un gran número de voluntarios dedicados fundamentalmente a investigaciones sociales. En el momento en el que estuvimos en 2010 y en 2009, un geógrafo y una antropóloga estaban llevando a cabo allí sus estudios.



Voluntaria holandesa en Machakuyaku.

Su oferta turística se resintió con el abandono de la RICANCIE de la vecina comunidad de Salazar Aitaca con la que tenían un circuito que pasaba por un puente colgante y una zona de selva. Este puente se hizo gracias a la ayuda recibida de proyectos de cooperación europea y puso en contacto estas dos comunidades. La caminata aumentaba en dos días la estancia en Machakuyaku. Hay que destacar por un lado el protagonismo de esta comunidad

en la vida de la organización, habiendo estado durante años, algunos dirigentes de Machakuyaku asumiendo cargos de representación en la RICANCIE. En estos años han consolidado el turismo en la línea denominada por Hohl (Hohl, 2002) cultural, perdiendo las posibilidades que el trayecto a Salazar Aitaca le ofrecía. Aún así, se han abierto a la contratación de grandes grupos.

En cuanto a la valoración por parte de los turistas, las únicas críticas que hemos identificado han estado relacionadas con cuestiones menores de infraestructura (escasa agua en las dachas, colchón duro...) valorándose especialmente la calidad de la presentación cultural, las comidas y la experta guía.

Río Blanco

Tiene varios paquetes turísticos (de dos y hasta cuatro noches) además de los disponibles para tour operadores con los que concierta. En la caracterización efectuada en 2002 se resaltaba su oferta por un amplio abanico de productos (aventura, intercambio cultural y convivencia, salud y shamanismo). Si hacemos caso a la programación disponible en la actualidad observamos cómo se vincula con el conocimiento del entorno (plantas ornamentales), las caminatas y la visita a las cascadas, los baños..., pero la mayor parte de las actividades apunta a lo que se denominó intercambio cultural y de convivencia (juegos con niños y adultos, ceremonia de la guayusa, visitar los huertos y elaborar chicha, artesanía de shigras y canastas, práctica de pesca deportiva, ritual de la toma de la guayusa, tienda de artesanía...). Es interesante también el papel central que en esta comunidad toma la ayahuasca y la ceremonia con el chamán. No todas las comunidades tienen un chamán o alguna persona introducida en estos saberes, requisito imprescindible para llevar adelante estas ceremonias. En estos años, los voluntarios también han elegido esta comunidad para realizar diversas investigaciones.

Sinchipura

Cercana a la localidad de Tena esta comunidad se incorpora a la RICANCIE hace apenas dos años. Cuenta con una oferta turística que compagina los atractivos "naturales" con los aspectos diseñados y reconocidos como de intercambio cultural. Cuenta con un puente colgante y selecciona elementos como "los cuentos con familias quichuas", artesanías con materiales del medio, la elaboración de chicha, los baños y caminatas en una reserva forestal. También programa el conocimiento y la identificación de insectos mariposas y pequeñas aves, la elaboración de la chicha, juegos tradicionales. Mantiene una reserva de bosque primario que aprovechan como recurso turístico. También ocupa un papel central el reconocimiento de la ayahuasca y la ceremonia con el chamán. Este año, la RICANCIE se ha centrado en publicitar los recursos de Sinchipura lo que ha aumentado la afluencia de visitas a la comunidad.

HuasiTulag

Cuenta con una selección de productos turísticos que compagina los atractivos "naturales" con los aspectos diseñados y reconocidos como de intercambio cultural. Oferta elementos como "los cuentos con familias quichuas", artesanías con materiales del medio, la elaboración de chicha, los baños y caminata en una reserva forestal. Es otra de las comunidades poco demandadas en la RICANCIE si bien cuenta con unas excelentes infraestructuras (caballos, centro de reuniones, cocina, entre otras).

Galeras

Aparece en el estudio de Holth (Holth, 2002) como una de las comunidades valoradas por sus atractivos turísticos relacionados con el chamanismo y las curas medicinales, la cultura kichwa (guayusa, danza, etc.), la aventura y la investigación científica. En 2010, si bien las programaciones que se relacionan con Galeras coinciden con esta oferta, son escasos los paquetes turísticos que vende la RICANCIE de esta comunidad.

En resumen, durante estos años las principales comunidades protagonistas en la RICANCIE siguen siendo Capiroña, Río Blanco y Machakuyaku en cuanto a haber consolidado la estrategia basada en el turismo comunitario y sus productos. Entra en la actualidad con empuje Sinchipura que en estos dos años está acaparando a muchos visitantes y perfilando unos paquetes turísticos que se abren a la diversidad de productos existentes. Hay que destacar cómo Charva Urku se especializa en un ecoturismo centrado fundamentalmente en los atractivos que contiene su reserva natural. Es interesante al respecto cómo, si comparamos la situación de la demanda actual con la habida en 2002, esta apenas ha variado, en cuanto a la elección de comunidades por parte del turista aunque, eso sí, ha aumentado el número de paquetes vendidos.

Perfil del turista

Una vez realizada esta descripción actualizada de los atractivos turísticos que oferta la RICANCIE, es hora de perfilar al tipo de turista. En 2006, tras nuestra estancia en Machakuyaku y tras entrevistar a dos docenas de turistas en cuatro meses, concluimos que el perfil del turista que va a Machakuyaku es el de un hombre o mujer, de veinte a cincuenta y cinco años (Coca, 2007: 118). Si se analizan los datos de las encuestas disponibles en la RICANCIE, para los años 2009 y hasta febrero

de 2010, de América los estadounidenses y canadienses son los que más servicios contratan con la RICANCIE. Le siguen los propios ecuatorianos, los peruanos, chilenos y argentinos. De Europa, los franceses con diferencia los primeros; seguidos por los vascos y catalanes de los procedentes de la península ibérica; los alemanes y ya más distanciados belgas, holandeses y suecos. Si son europeos o norteamericanos hay una ligera diferencia en cuanto a ser las mujeres las principales usuarias, siendo hombres si proceden del resto de estados americanos.

En cuanto a la edad, no hemos visto registrados a niños menores de 10 años, ni tampoco a personas excesivamente ancianas. Predominan la franja entre 19 y 45 años, decreciendo la demanda a partir de esta edad. Otro aspecto importante es la formación: un 90% de las encuestas analizadas corresponden a personas que tienen ya la titulación universitaria o están en proceso de obtenerla.

En cuanto a la forma de viajar encontramos una diversidad de opciones:

Por un lado están los turistas que contratan a través de otros operadores. Una modalidad muy extendida es la visita de alguna comunidad dentro de un recorrido por el Ecuador en furgonetas. Se trata de grupos de entre seis y diez personas, las que puede contener el vehículo que les transporta por la república. El precio por día multiplica por tres los que se cobra en la propia oficina de la RICANCIE. Otra modalidad son los grupos de estudiantes que vienen directamente desde las grandes ciudades ecuatorianas en viajes de estudio en autobuses. Estos grupos van directamente a la Comunidad desde sus lugares de origen.

Luego, una parte importante de los turistas que contratan con la RICANCIE lo hace directamente en la oficina, ya una vez hecha la reserva con anterioridad, se acercan directamente en la oficina, eligiendo y cerrando la operación en el acto. Se paga entre 40 y 60 dólares, negociándose el precio en algunos casos.

En todos los casos se incluye la comida, la cama y el disfrute de las actividades programadas. En cuanto a otros gastos, dentro de la comunidad, las posibilidades de emplear dólares se circunscriben a que la comunidad tenga alguna tienda o bar en los que poder gastar. En muchas comunidades de la RICANCIE, no hay luz eléctrica, lo que en la mayoría de los casos restringe la posibilidad de adquirir cervezas frescas, uno de los artículos más demandados en Capirona. A veces, cuando esto es posible, se traen las "jabas" directamente frías desde la ciudad (como en el caso de Machakuyaku). Existen a veces tiendas de comestibles donde emplear el dinero en galletas, tabaco, golosinas..., pero su accesibilidad es otro elemento a tener en cuenta. Por ejemplo, en Machakuyaku, estas tiendas (dos) surten a la propia comunidad y los turistas no suelen comprar en ellas. Sin embargo, en Capirona, la tienda está ubicada en el propio comedor. El desembolso en artesanía sí suele darse en la mayoría de las comunidades pero no en todas. Así en Machakuyaku no se ofrecía esta posibilidad de compra al turista. Otro gasto extra es la donación al final de la estancia de alguna propina a los guías, a los cocineros o a los meseros:

Tras estar en el ecuavóley se reunieron todas las personas en torno al bar del comedor allí R. se gastó cinco dólares en galletas y chupetas [...] en la artesanía [...] los guías se gastaron exactamente cuarenta y tres dólares. Y compramos fundamentalmente collares sardillos y pendientes [...] al final dieron treinta dólares de propina: diez al guía, diez al mesero y diez a la cocinera. También brindó tres cervezas mientras las mujeres estaban poniendo el puesto en las mesas del sitio donde se daría la presentación (Cuaderno de Campo, febrero de 2010, A. Coca).

Otro elemento interesante que se deriva del análisis de las encuestas es que la gran mayoría de los visitantes que no se articulan a través de las dos primeras modalidades, optaron por venir a Tena gracias a las sugerencias aportadas por personas

que anteriormente ya habían contratado los servicios de la RICANCIE. Holth (2002) en su estudio subraya esta opción característica de la RICANCIE de tal forma que plantea cómo un tercio «de los turistas que visitaron RICANCIE durante marzo de 1999 y mayo de 2001 demuestra que el 33,33% o sea cada tercer turista que viene a visitar RICANCIE recibe la información de amigos o familiares que ya visitaron las comunidades [...] La información boca a boca es la más importante forma de hacer conocer sobre RICANCIE en el mundo» (Holth, 2002: 14).

En las encuestas analizadas esta opción se consolida junto a la información extraída de guías turísticas. Internet como medio de información sobre la RICANCIE queda en tercer lugar.

El turista, el grupo y la comunidad

A continuación se describen algunas situaciones en las que los turistas se relacionan en el contexto del turismo comunitario, entre ellos y con el resto de la comunidad. Para ello se definirán espacios concretos con los grupos y las comunidades.

La oficina

La RICANCIE tiene una oficina en la ciudad de Tena que frecuentan dirigentes de las comunidades, la contadora, el gerente y los turistas. La oficina atiende las necesidades de organización y administración de la actividad turística. De cada operación turística el 25% de los ingresos se destinan al mantenimiento de la oficina (alquiler, electricidad, mobiliario, salario de la contadora, gerente). Aquí se convienen los pagos. Se trata de un local bajo, cercano a la estación de autobuses. Tiene una bodega en la que los turistas dejan pertenencias que no serán útiles para ser transportadas a las comunidades.

En la recepción se sitúa el gerente que atiende a los clientes y les explica las ofertas que tiene en cada comunidad, los precios que han de pagar y las condiciones de su estadia. Es la parte pública del local, en la que se disponen dos bancos corridos de madera sobre los que destaca el cronograma de las reservas del mes en curso y un mural fotográfico con los principales atractivos de cada comunidad. Aquí es fácil encontrar a turistas, solos o en grupos, esperando su marcha a la comunidad o tratando y cerrando el paquete contratado con el gerente. También los vemos esperando a que salga el autobús correspondiente de la estación que les lleve a otro destino en su gira por el Ecuador. Y siempre a miembros de las comunidades: más frecuentemente a los dirigentes de la RICANCIE, que entre sus obligaciones están las de atender al público que llegue o a responsables que tienen operaciones turísticas abiertas. Tampoco es difícil localizar a otros miembros de las comunidades que se reúnen para tratar cualquier vicisitud relacionada con el turismo: problemas que surgen, pagos que hay que hacer, suministros que efectuar. En definitiva, la oficina es el centro de sociabilidad y corazón orgánico de la RICANCIE.



Oficina de RICANCIE.

En 2010 era César Cerda el gerente de turismo Comunitario. La capacidad de escucha (de los intereses del turista) y de

exposición de los servicios y atractivos de las comunidades es una de las grandes cualidades de César. No falta en ninguna ocasión el discurso sobre los fines, objetivos y organización de la experiencia comunitaria. En todas las ocasiones que asistimos a sus explicaciones, tuvo un hablar sereno, vocalizando lentamente, cuidándose de distinguir la importancia social de este tipo de turismo para las comunidades y refiriéndose con vehemencia y compromiso a los objetivos que se propone la RICANCIE. Es interesante apurar cómo en las valoraciones realizadas por los turistas sobre el trato recibido por el personal de la oficina, en la mayoría de los casos, es excelente.

Una vez que el turista se decide por un paquete turístico, se suele concretar la salida que puede ser para otro día, si es por la tarde, o para ese mismo día, si es de mañana temprano. Se suele pagar en el acto y se recibe el recibo correspondiente, con el programa donde se precisa las actividades que se contratan. En la oficina se prestan las botas de agua para poder caminar en la selva, recomendándose que se acopien de ropa de agua, linterna y repelente para los mosquitos.

No es inusual que encontremos a turistas haciendo tiempo mientras esperan algún vehículo que les aproxime a la comunidad contratada. Estos tiempos de espera son los que más desagradan a los turistas. Es menos incómoda la espera si la actitud del turista es asertiva con las personas que otros miembros que comparten la oficina, con el gerente, con los otros turistas que llegan o con los miembros de otras comunidades. Es un contexto de interacción entre desconocidos, por lo que hay una actitud activa de los miembros de la RICANCIE que se esfuerzan por estrechar lazos y abrir espacios de conversación. En este sentido, las preguntas sobre la procedencia, días de estancia que traen para el Tena, o la profesión del turista, son temas recurrentes. Es fundamental, en este sentido, el manejo del idioma español por parte del turista, que en la mayoría de los casos permite esta primera aproximación. Y aparece otro tema recurrente y atractivo

para el visitante: la traducción de sus palabras al kichwa⁴⁹. Es cierto, también, que no manejar el idioma ibérico, supone un bloqueo para que esta comunicación se posibilite. Y entonces la sensación del turista puede ser de cierto abandono. Es también la causa de malentendidos y recelos por parte de alguno. Lo que determinará también por parte del gerente, la elección de alguna comunidad donde se tenga conocimiento del inglés por parte de los guías.

César Cerda a Lu y le daba una explicación exacta, vocalizando cada palabra serenamente, sin prisas [...]. Era las ocho de la tarde y al otro día se quedó a las 10 de la mañana en la RICANCIE. Tras la explicación Lu que apenas chaparaba el castellano quedó a un lado y ya nadie se dirigió a ella. [...] Dos chavalas jóvenes llegaban a hacer unas prácticas Rio Branco. Eran voluntarias que ayudaban en lo que hiciera falta. Se iban a tirar dos semanas más. [...] Todo se demoró y nos fuimos a comer Lu y yo. Lu es una norteamericana que viaja con un compañero por Ecuador. Se separaron porque él quería viajar a Otavalo y ella a la Amazonia [...] El plan era que íbamos a Misahuallí y allí nos incorporábamos con un grupo de la empresa Latino Real que opera con alemanes. El caso es que Cerda le dice que se vaya en el bus a Misahuallí cosa que a ella no le parecía. [...] Nos montamos en una camioneta y nos trajeron a Capirona. Ella ahí me dijo que no entendía que pensaba que íbamos a andar varios kilómetros y que se sentía insegura (Cuaderno de Campo, febrero de 2010, A. Coca).

En la oficina es también donde se conocen los turistas que coinciden en los días de convivencia en la comunidad. Puede que no haya otras personas que vayan a la comunidad elegida,

⁴⁹ Durante el resto de la visita será una constante la traducción de cualquier acción, objeto, animal o planta en los días que se esté en la comunidad.

pero puede también que coincida con que a esa comunidad y en esos días vayan otros turistas. Antes de iniciar el viaje, el gerente los presenta o ellos mismos se saludan.



Foto: visita de actividades.

El trayecto hasta la comunidad

Desde Tena a la comunidad se viaja en taxi, en autobús o en canoa. Y casi siempre acompañado por el guía, o algún miembro de la RICANCIE, que al llegar a la comunidad le presenta al guía. Este cuenta con la titulación adecuada, y será a partir de ahora el medio a través del que se relacione el turista con su entorno. En el camino se detendrán en alguna de las tiendas de ultramarinos en las que se avitallan de los ingredientes necesarios y que no sean posibles de encontrar en la comunidad, para mantener a los visitantes en los días contratados.

Estos viajes, en las encuestas, aparecen a veces valorados muy negativamente, fundamentalmente por la espera o cuando se realizan en bus que suelen dejar a los visitantes lejos de las comunidades a las que acceden andando. Es usual también que el taxi se detenga y en la parte posterior suban a caminantes. Por lo general, la cabina se reserva para los turistas. El taxi se suele

complementar en muchas ocasiones con el viaje en canoa de motor hasta llegar a las proximidades de la comunidad. Es lo que ocurre, por ejemplo, para aproximarnos a Chirva Urku.



Canoa Motor rumbo a Chirva Urku con el guía Salomón.

Previamente se ha llamado desde la oficina a los canoeros que están esperando en el lugar convenido. Los turistas antes de embarcar cambian de calzado, se untan repelentes... y comienzan a establecer lazos con el guía. También en este punto es donde se incorporan, a veces, parte de las otras personas que se encargan en Chirva Urku de la cocina –los meseros y cocineros– y de la artesanía. Allí fueron presentadas por el guía a la espera de embarcar en las Canoas.

El guía

En absolutamente todas las encuestas, los guías de la RICANCIE, y da igual en qué comunidad nos hallemos, están valorados de forma excelente. La capacitación de las personas dedicadas a estas labores ha sido una de las preocupaciones principales

mantenidas por la RICANCIE desde su surgimiento. Pudimos analizar y comparar las guías de tres guías de Machakuyaku (Eusebio, Daniel y Javier) así como de Cristóbal de Capiróna y Salomón en Chuva Urku. Sin grandes diferencias entre ellos, y cada cual especializado en algunos aspectos de las guías, mantuvieron siempre una excelente valoración por parte de los grupos guiados.

Ellos son los encargados de explicar e interpretar el entorno, los atractivos turísticos, así como cualquier aspecto o circunstancia que les demanden los turistas. Han de ser solícitos a las peticiones e imponer, también, los límites en las relaciones que se establezcan con el entorno socioecológico, representando en todo momento a la comunidad frente al visitante.



Richard y Cristóbal en Capiróna.

El guía despertará por la mañana a los turistas, les acompañará por la noche a las cabañas, comerá como uno más en su mesa. En alguna ocasión propiciará tiempos libres o descansos que serán

los únicos ratos en los que desaparecerá hasta la hora convenida. Son los encargados de referir las leyendas y ser mediadores y traductores de la realidad de las comunidades. Nada de lo que se hace está fuera del control de los guías. Pasan el tiempo y deciden cuándo y qué actividad hay que desarrollar. El guía suele ser hombre (aunque hay algunas guías mujeres) con edades adultas. Por cada grupo suele haber uno, sin embargo en los tours organizados es posible que estas labores sean compartidas por la persona que les acompaña desde otros destinos. Es el caso de Richard, guía oficial de LR, una empresa dedicada a trabajar con turistas alemanes. Conocedor de Capiróna, Richard compartía con Cristóbal las labores de guía sirviendo, durante los días que estuvimos en Capiróna, de traductor.

En la comunidad: los contextos e interacción

Hay diversos contextos de interacción, donde se establecen las relaciones entre los miembros de los grupos de visitantes y los miembros de la comunidad. Podríamos, a *grosso modo*, distinguir entre aquellos espacios más privativos para el grupo de turistas, y otros, en los que predomina la interacción del grupo de turistas con los miembros de la comunidad. Entre estos espacios estarían otros no significados especialmente pero, como veremos, donde se da un fluido diálogo que caracteriza a los productos que oferta la RICANCIE.

Entre los primeros, es decir, entre aquellos espacios donde la conversación y el diálogo se experimenta, casi en exclusiva, por los miembros del grupo visitante (que como se dijo pueden pertenecer a nacionalidades, edades y profesiones muy diferentes) localizamos las cabañas, los momentos de las caminatas donde no interviene el guía, los baños y los momentos y lugares destinados para los descansos, que por lo general suelen ocurrir en el comedor o en las cabañas.

Las cabañas

La tipología de cabañas que identificamos en las tres comunidades, en las que más detenidamente realizamos el trabajo de campo, presentan una morfología tanto externa como interna similar. Se trata de un espacio cubierto cónicamente con palma toquilla de entre 40 y 60 m² en los que se diferencian un amplio espacio para las camas (varían, entre cuatro y ocho), un baño con retrete, lavabo y ducha, y en algunas ocasiones una mesa. Por lo general, se presentan estas cabañas de dos en dos y entre una y otra se establece una zona común. Frente a las cabañas suele disponerse unas cuerdas que sirven para secar las ropas de los viajeros. También cuentan con una estructura en la que ubican las botas antes de entrar en las habitaciones y a veces barracas.



Cabañas en Machacuyacu.

Las cabañas son los espacios privados que por excelencia tienen los grupos de turistas. Cada grupo de turistas se alojará en una, si bien hay veces que no coinciden los grupos diferentes de turistas con el número de cabañas, por lo que se reparten los lechos. No

es lo usual entre turistas o visitantes que se acojan a los precios referidos en las tarifas de la RICANCIE, sí entre los que por una u otra razón (voluntarios, grupos de científicos, entre otros) hayan conseguido bajarlos. Estas cabañas comunican por senderos ornamentados con plantas, con el comedor y/o con el centro social en el que se desarrollan algunas actividades contratadas. En ningún caso están cercanas a las bases de sus anfitriones, prefiriéndose que se localicen en un sitio lo suficientemente apartado para no interrumpir la vida de la comunidad y permitir el descanso adecuado de los viajeros, pero a la vez próximo para poder estar atentos a los turistas.

Las cabañas y su equipamiento (camas, colchones, mosquiteras, duchas, lavabos) reúnen en ocasiones las críticas de los turistas. La escasez de agua a la hora de darse una ducha o en algunos casos, la dureza del colchón, son las cuestiones que de manera aislada hemos ido recopilando de las encuestas analizadas. Pero, por lo general, en la mayoría de los casos, y así se nos comunicó por parte de los turistas con los que compartimos experiencias en estos años, quedaban satisfechos de las instalaciones. Es más, muchos de ellos nos manifestaron la placidez de las largas horas dormidas "en el corazón de la selva". Y a pesar de declarar su impresión por la multitud de sonidos que se escuchan durante la noche, curiosamente ninguno se quejó de insomnio. A quién responsabilizaban de ello: el cansancio de las actividades a las que físicamente se sometían durante el día y a la placidez y comodidad de las instalaciones.

Estos espacios se usan para dormir, para ocupar los momentos reservados para el descanso entre actividad y actividad. Suelen ser estos lugares los inmediatamente anteriores o posteriores a las comidas. En ellos, además de aprovecharse el tiempo para cambiarse de ropa, ducharse u otras necesidades personales, suelen estrecharse lazos entre los turistas.

Las caminatas, los baños y otros espacios de tránsito

El baño es uno de los momentos en los que el grupo suele permanecer fuera de las miradas y la atención del guía o de otros miembros de la comunidad. Por lo general es un momento de refuerzo de los subgrupos que se crean. Durante las caminatas, mientras se sigue al guía en fila india, se establece la interacción entre los miembros del grupo, que en dos o cuatro días suelen estrechar lazos personales.

En estas caminatas es frecuente la ayuda mutua que se precisa para el paso de alguna vaguada o de algún remonte del terreno, donde si bien el turista recibe la ayuda del guía, entre los miembros del grupo se suele ser cooperativo. Es ahora donde se intercambian las cantimploras con agua y se recibe o se dona alguna golosina. El grupo anda por un medio que de antemano le es hostil. El guía advierte precaución al grupo: hay que tener cuidado de no perder la fila, de mirar donde se pone el pie y, por supuesto, no tocar ni apoyarse en ninguna de las ramas o árboles ya que se corre el riesgo de encontrarse con alguna serpiente inesperada. La inseguridad, el riesgo se comparte y siempre provoca comentarios, no exentos de tensión y también gracejo. Es indudable que caminar horas de forma conjunta, compartir la experiencia de estar y saberse en manos del guía con los peligros que se identifican en la selva, provoca la cohesión del grupo. En estos trayectos hay tiempo, entre comentario y comentario del guía, para conocerse mejor, e incluso para valorar la propia actividad y la experiencia que hasta el momento se lleva vivida en la comunidad. Es ahora también donde las preguntas hacia el guía descubren las particulares curiosidades de cada uno de los visitantes y las expectativas que tienen. De este modo, hay cuestiones que redundan sobre la propia comunidad y su organización, sobre los propios rituales existentes en la comunidad, sobre las variedades de plantas y usos, sobre las enfermedades y chismes. Es durante estos trayectos donde surgen los límites entre la cooperación del grupo y se refuerzan

los subgrupos. Donde aparecen los disensos y los recelos e incompatibilidades.

Las visitas a las cuevas es otro momento que se sale de la comunidad y se entra en un espacio que se presenta como lugar sagrado para la cultura kichwa. Sin duda, es uno de los atractivos principales en los que los guías exponen cómo han de comportarse los turistas en su interior y las limitaciones y precauciones que han sido dictadas por el chamán. Se trata de lugares inspeccionados, según las palabras y la presentación de los guías, por los chamanes que tras tomar la ayahuasca acordaron con los espíritus que viven aquí la posibilidad de ser visitados. La oscuridad, la existencia de marciélagos, arañas y la variedad de figuras pétreas se viven desde el silencio que imponen los guías. Suele ser un atractivo valorado muy positivamente por unos visitantes que doblan sus cuerpos y se introducen en oscuros senderos a la luz de las linternas o las velas. Es también un momento propicio para la colaboración entre el grupo que se ayuda mutuamente para no dar un traspie, compartiendo linternas y avisándose de los obstáculos que encuentren.

En estas ocasiones, a las que hay que sumar la visita al árbol gigante en Machakuyaku o Capirona, o a la demostración de trampas tradicionales, el guía es el interlocutor, con el grupo, estableciéndose críticas, comentarios, sin la mediación de ningún otro miembro de la comunidad que se visita. Es interesante en este sentido destacar que por lo general en las caminatas y visitas a estos atractivos, suele acompañar, cerrando el grupo, un ayudante del guía que no suele interactuar con los turistas. Sobre todo en aquellas caminatas largas. Estos ayudantes suelen compartir estas tareas con la de mesero o camarero.

Hay otros espacios donde la interacción con la comunidad, se establece de forma diferida. Es decir, no se trata de una demostración de algún aspecto de la cultura kichwa, como cuando se prepara la chicha, el tabaco o por ejemplo la artesanía,

sino se trata de espacios en principio destinados al descanso o relax del turista pero en el que se encuentran miembros de la comunidad con los que se interactúan. Es el caso de las comidas y los momentos previos o posteriores a ella. Estas se suelen dar en el comedor. Un comedor que se establece bajo un techado de paja toquilla y en que se dispone una mesa de grandes proporciones. Junto a este habitáculo y conectado con él se ubica la cocina, en algunas ocasiones (Capirona) una tienda-bar y a veces (caso de Charva Urku) una huasi en la que se alojan las cocineras.



Mollo de pollo.

En estos espacios, trabajan los cocineros y los meseros, que por lo general suele traer a sus hijos e hijas menores o adolescentes. Tanto con estos miembros, como con su parentela, los turistas establecen una relación diferente, por la asiduidad del trato, a la que establecen con otros miembros de la comunidad. En esas espera es asiduo ejercitar con ellos juegos de papiroflexia: siempre asistimos a la elaboración de aviones y barcos de papel que los niños acogían gustosos. También es una buena ocasión para abordar a los/las cocineras mientras preparan sus platos, entrar en la cocina y preguntar por tal o cual receta, ayudar a

poner los cubiertos o preguntar, cuando se establece la confianza precisa, por las particulares curiosidades que cada cual tenga de la cultura kichwa. En muchas ocasiones, este espacio y la comunicación que en él se dio era el más valorado, sobre todo en las comunidades que como Capirona o Machakuyaku, ofertan "la convivencialidad cultural". La fluidez de la comunicación y "la sensación de no estar preparadas las conversaciones, ni lo que nos van a mostrar" como nos decía una valenciana, era algo que valoraba de forma especial.

Los niños como siempre son un nexo entre los turistas y la comunidad y en este caso Garín y Virginio de cuatro y seis años que están en la cocina con su papá Cesar (gerente de turismo comunitario en Capirona) son objeto de diversos regalos de papiroflexia por parte del grupo de los alemanes que nos acompañan esta noche. U. sigue e intenta jugar con el niño y un avión pero esta pasa de ella. [...] Hasta el momento las interacciones han sido escasas... (Cuaderno de campo 2010, A. Coca).

La interacción directa con la comunidad

Porque a partir de aquí, el resto de actividades tienen como protagonista alguna tarea de la comunidad en la que sus miembros se ven implicados. Es el caso de la presentación de la ceremonia de la garyusa, a la que hay que asistir de madrugada y en la que tras entrar en una huasi, el anfitrión toca la flauta e inicia la interpretación de los sueños vividos durante la noche. Mientras los hijos, aún somnolientos, esperan que los oritos se hagan al calor de la lumbre. Se prueba el té de garyusa y tras conversar unos minutos se regresa a las cabañas para recibir el desayuno. O la preparación del tabaco, que en Machakuyaku tiene al más anciano de la comunidad como protagonista, que da a probar el cigarro. O la presentación de la chicha, donde es la mujer la que toma el protagonismo elaborando desde la dulce

yuca, la chicha. En todos los casos, el guía describe la actividad e interpreta el significado que tiene para los kichwas. Los curiosos formulan sus preguntas contestando él algunas, pero abriendo la comunicación entre los visitantes y los protagonistas de las actividades.

La entrada en estas casas particulares, en el caso de Machakuyaku, permite observar sus dependencias y preguntar por cualquier adorno o elemento que despierte su curiosidad. Para entrar se dejan en el umbral las botas de agua y caminan descalzos en el interior. En algunos momentos la no observancia de esta práctica, que privilegia a los turistas con no descalzarse, fue valorado por algunos de forma negativa, al querer sentir la autenticidad de la vivencia (Del Campo, 2007).



Artesanías

Entre las actividades que se ofrecen aparecen las demostraciones deportivas. Estas son de diferente naturaleza, dependiendo del grado de interacción que suponga con el resto de miembros de la comunidad. El juego de la cerbatana se presenta como una técnica de caza ancestral, hoy escasamente utilizada. Tras desvelar los diferentes elementos que confluyen en la naturaleza de los mate-

riales que la componen y del mítico curare, son alentados a probar puntería en un blanco concreto. El juego les hace participar uno por uno, ante el regocijo de los niños que se arremolinan alrededor. Otras veces, como en Capirona, el grupo de turistas se

sientan cómodamente y observan cómo juegan al cuarvokey los jóvenes de la comunidad, mientras se sirven algunos refrescos. Aquí son meros espectadores de un deporte cuyas reglas son explicadas por el guía. Muy raramente observamos a los turistas implicados, codo con codo, en los juegos con los propios miembros de la comunidad, si bien en Machakuyaku, se recuerdan estas ocasiones de forma extraordinaria, y siempre asociadas a retos de grupos de jóvenes visitantes con el equipo de la comunidad.

En la demostración de la artesanía suele implicarse a los turistas que en ocasiones elaboran conjuntamente con el artesano el producto de que se trate. Es el caso de la realización de canastas en Machakuyaku, o de pendientes y collares en Charva Urku. Suele finalizar la demostración con la exposición de obras realizadas que podrá comprar a un precio a convenir.

La visita a la escuela con los niños es otra de las actividades más valoradas. En este espacio, se interrumpen las clases y la maestra incita a los niños que, a coro, saluden a los turistas. En un mapa del mundo se localiza la nación de cada turista y la maestra pregunta a los niños por el continente de que se trata. Se suele finalizar con alguna pregunta por parte de los niños a los turistas y con alguna demostración de canto. En alguna ocasión, algún visitante ha donado material escolar que gustosamente ha agradecido la maestra.

Es importante recordar, la importancia que el idioma y la traducción simultánea tiene en cada una de las actividades. El guía hará de traductor, pero es usual que al paso de cualquier nativo les pregunten si saben decir ya las palabras básicas que han de adquirir. Alipuriya (buenos días), ali tuta (buenas noches), ali chichi (buenas tardes), tania (lluvia), taniapuriya (mañana lluviosa), micuna (comida), peganachu (gracias), manima (de nada). Son expresiones que tienen que aprender y que no le son difíciles de recordar una vez dejen la estadia en la comunidad.

Por último, quisieramos referir al programa cultural. Se trata de un acto en el que explícitamente se muestra tanto algún elemento de la cultura del turista como –y es lo fundamental– aspectos culturales kichwas. De forma casi parecida tanto en Machakuyaku como en Capiróna, este momento presenta diversos pasos. El local puede ser el centro comunitario, el lugar en el que se hacen las asambleas, que además en ocasiones puede servir de comedor escolar. A él han de llegar, es la pretensión de los líderes comunitarios que apuestan por la actividad, el mayor número de personas posibles, siendo un buen barómetro para medir la importancia del turismo en la propia comunidad.

En primer lugar el presidente de la comunidad, o el encargado del turismo comunitario, da la bienvenida “y la despedida” al grupo, agradeciendo la estancia de los visitantes en la comunidad. En todos los casos, a continuación se expone la importancia del turismo comunitario, su distinción con otro tipo de turismo, remarcándose el carácter social del mismo. También se suele repartir cancelazo y algunas galletas o golosinas entre los miembros asistentes.



Bienvenida y despedida al grupo, agradeciendo la estancia de los visitantes en la comunidad.

A continuación tiene lugar algún tipo de actuación: en el caso de Capiróna asistimos a la ejemplificación de la “danza tradicional”, en la que un miembro de la comunidad deleita con música y baile a los asistentes. En estas danzas los protagonistas sacan a bailar a algunos de los visitantes. En Machakuyaku, se presenta también el ritual de “la pedida”, donde el Conjunto Rayo, deleita a los asistentes con sus voces y variados instrumentos. También hacen participar a algún turista que ha de salir a bailar. A continuación, y previamente son advertidos por el guía, los visitantes han de demostrar algún elemento cultural de sus países de origen: canciones y juegos son los elementos más recurrentes. Previamente se presentan y expresan su bienestar por haber compartido los días en la comunidad. Los aplausos se continúan y la ceremonia suele acabar con la interpretación por parte del conjunto musical de algunas piezas musicales. En todo momento, las palabras de los asistentes se traducen al kichwa amazónico. Suele finalizar el acto con música y la retirada de los turistas a sus cabañas, previas palabras de despedida del anfitrión: «y no dejen de hablar de nosotros en sus países de origen, y no dejen de decir que siempre les estaremos esperando» (G. Grefa, Machakuyaku). Tras este acto los propios anfitriones suelen permanecer por algunos minutos más, y todo aquel turista que lo desee también suelen compartir “fuera de programa” la noche y la conversación.

Para finalizar

A la mañana siguiente los turistas desayunan y regresan a la oficina donde rellenan la encuesta de evaluación, retoman sus mochilas y se despiden de la RUCANCIE. Antes intercambian direcciones con el propósito, casi nunca cumplido, de compartir fotos y mantener el contacto desde la lejanía. Desde esta relación virtual conocimos cómo recuerdan hechos concretos, como el avistamiento de un oso hormiguero en Chava Urka, el viaje en canoa tradicional y siempre algún aspecto del discurso sobre

la importancia política del proyecto comunitario. Es un punto sobre el que los guías insisten reiteradamente tanto en sus facetas positivas, como forma de organización cooperativa, como en los problemas concretos surgidos para llevar adelante con éxito la experiencia ecoturística.

Cherna Valcuende (2012) plantea las dos caras de la moneda que lleva aparejada la implementación de la actividad turística para los pueblos indígenas amazónicos:

El turismo se ha vendido como la gran esperanza de los pueblos indígenas, su posibilidad de hacerse visibles en el mundo o, lo que ya parece casi lo mismo, en el mercado. Desde otra perspectiva el turismo es percibido como la gran amenaza de estos pueblos. El caballo de Troya que amenaza con transformarlos en meros objetos de consumo, al mismo tiempo que se incrementa su dependencia del mundo exterior, desde una situación marcadamente desigual (Valcuende, 2012: 9).

Es la situación en la que se encuentra la RUCANCIE. Un problema de equilibrios difíciles. El mercado, que se impone desde lógicas no compartidas por otras formas de estar en el mundo. Por otro, las intenciones que a la hora de gestionar recursos y actividades –en este caso la turística– alientan una estrategia política que pretende el reparto de beneficios y el bienestar colectivo frente a la acumulación de unos pocos.

Ya son veinticuatro los años de gestión comunitaria de esta actividad. Más de dos décadas de mantenimiento de espacios de interacción donde convergen personas de distintas etnicidades provenientes de los estados centrales de la economía mundial, que vienen a un lugar distante, el mítico Amazonas, que gestionan a través de estas experiencias, los propios nativos. Una actividad turística que hasta el momento se resiste mayoritariamente a ser controlada en su gestión por parte de agentes distintos a las

comunidades que integran la Red. Un turismo que convoca y sensibiliza al visitante sobre las problemáticas sociales que se acusan en esta parte del mundo.

Referencias bibliográficas:

- Augé, M. (1998). *El flujó imposible. El turismo en imágenes*. Ed. Gedisa.
- Coca, A. (2008): "Machacuyacu, turismo y organización comunitaria", en *Turismo Comunitario en Ecuador*. Coord. E. Ruiz y D. Solís. E. Quito: Abya-Yala, pp. 93-124.
- Del Campo, A. (2009). "La autenticidad en el turismo comunitario. Tradición, exotismo, pureza y verdad", en *Cultura Comunalidad y Turismo*. Quito: Abya-Yala, pp. 41-116.
- Holb (2002). *Estudio de Mercado*. Inédito. Tena.
- Ruiz E. (2009). *Agua Blanca. Comunalidad y turismo en el Pacífico ecuatorial*. Quito: Abya-Yala.
- Valcuende JM. (2007) "El escenario turístico: imágenes y paisajes en un destino turístico-inmobiliario", en *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales* (Serie documental de Geo Crítica) Universidad de Barcelona. Vol. XII, N.º 766.

Turistas en el turismo comunitario. Reflexiones desde Agua Blanca

Esteban Ruiz Ballesteros

Universidad Pablo de Olavide

email: eruibal@upo.es

Introducción

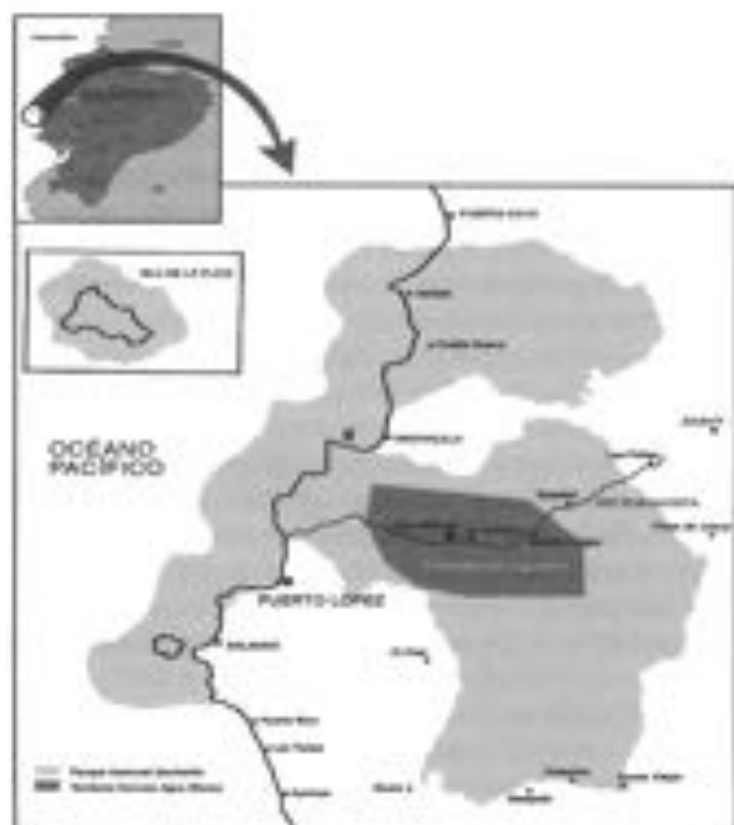
El turismo comunitario no puede ser caracterizado por una oferta turística propia o por un producto turístico exclusivo. Esta modalidad de turismo tiene su particularidad en la forma en que la actividad turística se organiza y gestiona, con un protagonismo variable de la población local articulada comunitariamente (Ruiz-Ballesteros y Solís 2006; Ruiz-Ballesteros et. al. 2008, Ruiz-Ballesteros y Vintimilla 2009). Resulta evidente que el turismo comunitario permite el desarrollo de cualquier tipo de turismo en sus múltiples variantes, desde el ecoturismo al turismo étnico, pasando por el vivencial o el turismo místico, y así cualquier otra variedad de turismo conocida o por venir. Es más, en muchas de sus ofertas específicas podemos encontrar trazas de varias de estas tipologías turísticas a un mismo tiempo, conformando en el plano local un producto múltiple que hace más consistente y atractiva la oferta. En este respecto el turismo comunitario no difiere de la tendencia turística más general.

Tampoco cabe asociar esta modalidad turística a grupos humanos concretos o ámbitos geográficos particulares. El turismo comunitario es desarrollado tanto por pueblos indígenas como por campesinos mestizos, en zonas del Oriente tanto como en la Costa o la Sierra, y hoy por hoy constatamos iniciativas para su implantación en Galápagos (Ruiz-Ballesteros y Cantero 2011); asimismo tampoco podemos caer en la tentación de asociarlo en exclusividad con ámbitos rurales ya que es susceptible de encontrarse también en contexto urbano, articulando a vecinos o pequeños emprendedores de las ciudades.

Toda esta variabilidad interna hace que potencialmente, los clientes de esta modalidad turística respondan al amplio abanico de turistas que podemos encontrar en torno a cualquier destino y oferta turística. Algo de verdad hay en ello, al menos teóricamente, pero no cabe duda de que el turismo comunitario puede atraer a turistas particulares no solo por lo que ofrece como estricto producto turístico, sino por el interés que suscita su propio modelo de organización y gestión de la actividad turística: el propio "comunitarismo" de esta modalidad turística puede convertirse en producto turístico en sí mismo.

De esta forma, determinar el perfil del turista del turismo comunitario se antoja una empresa complicada y no sé hasta qué punto estéril. Sin embargo, reflexionar sobre el turista del turismo comunitario es a todas luces necesario si queremos comprender cabalmente esta modalidad turística. Estamos en cierta forma atrapados en una paradoja. En principio parece especialmente recomendable considerar el estudio etnográfico de destinos turísticos comunitarios concretos (como se hace en este libro) para no caer en la tentación de atribuir teóricamente características que no han sido contrastadas empíricamente. Ante el desconocimiento del asunto lo más saludable es el estudio de casos particulares que en su comparación con otros nos permitirán ir modelando cual es el perfil (si es que lo hay) del turista cliente de estos destinos tan particulares. Esa es la intención de este capítulo al hilo del caso de una comunidad concreta: ¿quiénes son las personas que visitan Agua Blanca? ¿Qué hacen en la comunidad? ¿Qué carácter tiene ese encuentro entre visitantes y anfitriones?

Agua Blanca



Agua Blanca es uno de los referentes del turismo comunitario en Ecuador. Esta pequeña comunidad de unos 260 habitantes se encuentra a cinco kilómetros de la costa, dentro del Parque Nacional Machalilla, en la provincia de Manabí, cañón Puerto López, parroquia Machalilla. El medio natural en el que se ubica —el bosque seco tropical y el bosque nublado de montaña— es extremadamente frágil a la acción humana, y las actividades antrópicas sobre él han sido profundamente vigiladas y transformadas en los últimos decenios (caza, tala de madera, producción de carbón vegetal). Agua Blanca es pionera en el

turismo comunitario desde mediados de los ochenta, aunque su mayor desarrollo se ha alcanzado a partir de 2000 (Ruiz-Ballesteros 2007, 2009). El desarrollo del turismo natural y cultural (sobre la base de los abundantes restos arqueológicos que atesora la comunidad) es la clave, como estrategia de sostenibilidad, de la permanencia de los aguablanquenses dentro del parque (Ruiz-Ballesteros 2011, Ruiz-Ballesteros y Gual 2012). En un principio, como en tantas otras zonas protegidas del mundo, se barajó la posibilidad de evacuar a la población local del área protegida pero su resistencia forzó la búsqueda de alternativas.

En Agua Blanca, el turismo se organiza de forma comunitaria. La comunidad tiene la posesión de su territorio (unas 8000 has.) y autorregula —con el beneplácito del parque— sus actividades dentro el mismo, incluyendo la actividad turística. No hay competencia externa posible ya que el territorio comunitario está cerrado a la iniciativa privada. La oferta turística comunitaria es un complemento a la oferta turística del parque en general, centrada en Puerto López, capital del cantón. Aproximadamente un tercio de los visitantes al parque —33 318 en 2007— visitan también Agua Blanca. Este nicho turístico no presenta conflictos dignos de mención, habida cuenta de que los empresarios turísticos del cantón asumen la exclusividad de la comunidad en la gestión de las visitas a su territorio y entienden esta oferta como un complemento a la oferta que ellos manejan. Asimismo desde el parque —y tras un período conflictivo en los ochentas— se entiende que el desarrollo turístico de la comunidad tiene como contrapartida una conciencia ambiental por parte de sus habitantes acorde con la filosofía proteccionista y asimismo implica una vigilancia efectiva por parte de la comunidad sobre un territorio que el propio parque no podría cubrir con efectividad.

Así, los recursos que se usan turísticamente (el medio y las ruinas arqueológicas) son posesiones de la comunidad y

como tales rigen una organización colectiva para atender a los visitantes que llegan para realizar una visita de entre dos y cuatro horas a la comunidad. Esta visita es una de las fuentes de ingresos monetarios de los aguablanquenses: 24,5% del total de los ingresos a la comunidad en 2006, incluidas las ventas de artesanía y otros servicios turísticos. La organización turística comunal permite un reparto muy plural de los beneficios, que llegan con diferente incidencia a casi el 70% de las familias de Agua Blanca (Ruiz-Ballesteros 2009). El turismo propicia trabajo como guía, el número de estos —uno por grupo doméstico para favorecer la mayor participación posible— viene marcado por un umbral de ingresos mínimos de la actividad que la haga "rentable". Esos ingresos se reparten de forma igualitaria y equitativa entre los guías. El trabajo turístico se organiza en turnos de diez días en los que los guías no pueden trabajar en ninguna otra actividad. Por tanto, los ingresos que se obtienen deben justificar esta exclusividad en la ocupación, al tiempo que autorregula el número comunitarios que pueden trabajar como guías. En el período del estudio de campo (2008) el número de guías rondaba la treintena.

La comunidad mantiene otras actividades (huertos para el autoconsumo, trabajo fuera de la comunidad en la construcción o como guías del parque, carboneo, recolección de frutos silvestres, ganadería) que de forma complementaria permiten un umbral de subsistencia que los habitantes consideran razonable, al punto de desistir recientemente de las tradicionales pautas de migración de la comunidad. En todo ello el turismo tiene un papel fundamental.

Por otra parte, y frente a las seculares tensiones entre la comunidad y el parque por la conservación del entorno, el desarrollo del turismo ha ido acompañado de un cambio sustancial en las formas de relación de los aguablanquenses con el entorno (Ruiz-Ballesteros y Hernández 2010, Hernández y Ruiz-Ballesteros 2011). En los últimos decenios, tras la

desaparición de la hacienda que explotaba de manera muy intensiva el medio con orientación al mercado y de las prácticas que en el mismo sentido continuaron los propios comuneros, se está produciendo una recuperación ambiental reconocida por la propia dirección del parque. Sin abandonar completamente algunas de las prácticas más lesivas para el medio (carbón y ganadería) su reequilibrio con la actividad turística permite una complementariedad de actividades que rebaja sensiblemente la presión sobre el entorno, permitiendo su recuperación.

En todo este proceso la comunidad como tal se ha venido fortaleciendo como sistema de organización colectiva: por un lado, la asamblea, como máximo órgano comunal, es el ámbito en el que se discute y presenta cualquier iniciativa interna o externa y se controlan todas las actividades comunitarias sobre el medio; por otro, esta estructura comunitaria encausa y filtra la intervención externa en forma de acción gubernamental y actividades de las ONG's (Ruiz-Ballesteros 2012, Ruiz-Ballesteros y Gual 2012).

Desde la perspectiva del modelo que ha elaborado Okasaki (2008) para evaluar el turismo de base local, Agua Blanca constituiría un ejemplo extremo en el continuum que pueden presentar estas experiencias, ya que muestra un protagonismo prácticamente absoluto de la comunidad en la actividad turística. Podemos decir que la comunidad de Agua Blanca, con un producto turístico muy definido, tiene un control total de las actividades turísticas en su territorio solo matizable por la lógica contingencia de la demanda. Evidentemente el caso muestra también amenazas manifiestas, como es la debilidad de la promoción del producto turístico y la dependencia de este sobre el atractivo mayor que supone el parque.

Turistas y viajeros en la comunidad¹⁶

A los pocos días de llegar escuché ruido en la cabana de al lado. Era Leonardo, un ecuatoriano agringado que llegaba desde Montañita. Viajaba solo. Trabajaba de ingeniero mecánico en Estados Unidos, su esposa y dos hijos quedaron en Guayaquil mientras él emprendía poco menos que un viaje iniciático. Estuvo cuatro días en Agua Blanca y al final me confesó que había encontrado aquello que venía buscando: un sentido para él y su vida. Viajeros como Leonardo no abundan, al menos en apariencia; de su estilo fue el único que encontré en la comunidad. Charlamos más de una vez y compartió conmigo sus dudas existenciales y cotidianas. Fue intensa nuestra relación a pesar del poco tiempo que compartimos. Debe ser otra característica del turismo: la intensidad en poco tiempo. Su caso no es extraño. A menudo, si conseguimos el espacio y el tiempo para pararnos a pensar un poco, terminamos en una amalgama de incertidumbres, dudas, insatisfacciones que tejen todos los ámbitos de nuestra vida, dibujando el torbellino incesante que nos define. Leonardo subió a la montaña de San Sebastián con Isidro, se lo había recomendado algún aspirante a gurú de Montañita, "allá encontraría la respuesta a su pregunta", le habían dicho. Para él fue una experiencia cargada de mística. Leonardo estaba inmerso en esa encrucijada gris en la que todo se nubla y uno no sabe a dónde mirse: el pasado aparece sin sentido, el presente se tambalea, y el futuro no arroja luz. Parece que cuatro días consigo mismo bastaron para aclarar sus ideas. Me contó sus diferentes experiencias a lo largo del viaje y cómo se sentía, me contagió su emoción, a mí, que también estaba lejos de los míos. Al año me lo volví a encontrar en la comuna, había vuelto ahora con su familia. Me dijo que quería que sus hijos y su esposa conocieran aquel lugar que tanto había significado para él.

¹⁶ El contenido de este apartado y el siguiente reproducen en líneas generales el capítulo "De visitantes y turistas" de mi libro *Agua Blanca. Comunidad y turismo en el Pacífico Ecuatorial* (2009).

Ecuador condensa una animada actividad de cooperación internacional. Deben ser miles los extranjeros que ingresan al país para trabajar con alguna de las innumerables ONG's y otras instituciones similares. Una vez tan lejos, los cooperantes aprovechan algún momento de su estancia para conocer esta tierra. Los grupos de estos extranjeros son habituales en Agua Blanca: sacos que enseñan inglés en Quito, francesas que vienen a visitar a una amiga que trabaja en una ONG de Cuenca, familiares de algún misionero, grupos de animosas enfermeras españolas que hacen voluntariado en el verano ecuatorial. De todos estos grupos me encontré en la comunidad. Llegaban siempre desde Puerto López al hilo de su visita a las ballenas si era temporada. Su estancia era corta, apenas unas horas para ver los restos arqueológicos, un chapuzón en la laguna, algunas fotos y a seguir contemplando escenas de este estimulante país en algún otro sitio.

Cargados de cámaras, prismáticos y voluminosas guías de aves, aparecen de cuando en cuando los amantes de los pájaros. Pasan horas a lo largo del valle del río Buenavista avistando aves e identificándolas en las láminas de sus libros. Su pasión me fascina, muchas veces no es tanto el avistamiento en sí, sino la identificación exacta de la especie en los catálogos que portan lo que supone el éxtasis de la visita. Mark era holandés, aunque profesor de fisiología vegetal, su verdadera pasión eran los pájaros. Venía con un guía propio que lo acompañaba en su recorrido por el país. Para este, quiteño, vivir en la comunidad debía ser increíble porque no se tienen los servicios mínimos. A veces es en el campo que se descubre la ciudad. En cambio Mark apenas parecía fijarse por donde pasaba, sus ojos eran para los pájaros, al parecer único sentido de su periplo.

Ivan y María son catalanes de Igualada, ciudadanos del mundo. Híppies de diábolo y comedia, mazas y malabares. Realizaron una simpática y cariñosa actuación para los niños de la escuela, durante el receso. Llevaban seis meses recorriendo Sudamérica,

ya estuvieron en el norte de África. Financiaban su periplo con los malabares. Vivían al día, con un exiguo equipaje hacían del propio tránsito el sentido del viaje. No pidieron mucho a cambio. Acamparon en los huertos, adaptándose a todo; hubo momentos y lugares mejores, y momentos y lugares peores. Algún turista les invitó a una cena y aprovecharon para compartir historias y aventuras propias de los viajeros. «Esto es mejor que África —me dijeron— porque aquí todos nos entendemos». La experiencia de vagar por Latinoamérica les parecía increíble. Todo terminará en unos meses cuando deban volver a buscar trabajo y ahorros para el próximo periplo. Cabaña los espera. ¿Quién dijo que el viaje no puede otorgar sentido al conjunto de la vida?

Una pareja de unos cincuenta años se llevó cuatro días en la cabaña de Nilo. Traían su carro, vinieron desde Quito, visitaron la comuna y decidieron establecer acá su cuartel general para visitar la zona. No es frecuente este tipo de visitantes. Desde Agua Blanca salían cada mañana y regresaban cada noche. Algo parecido ocurrió con la pareja de recién casados que me acompañó en la cabaña de al lado un par de noches. El alojamiento era barato, la comaridad tranquila; ¿qué mejor lugar dónde reposar tras un día de playa en Los Frailes?

Cooperantes, voluntarios, pasantes, son denominaciones sinónimas para designar a los que vienen a la comunidad con algún propósito indefinido de "ayudar" mientras están acá. No es difícil imaginar que yo mismo fui designado de esa forma hasta que quedé simplemente sin calificativo, eso de "antropólogo" es difícil de asumir. Tras un tiempo quedó claro que si bien no era turista tampoco era cooperante, pasante o voluntario. Creo que sigo flotando en el limbo de lo indefinido para la mayoría de los aguablanquenses. El desfile de este tipo de visitantes fue ciertamente notable durante el tiempo que frecuenté la comuna, de sus descripciones e impresiones están llenos mis cuadernos de campo. Forman una legión de visitantes asiduos, según temporada, a la comunidad. En sus estancias hacen trabajos

variados de acuerdo con la comunidad y de camino "conocen la vida, las costumbres y el medio". Una forma más barata de compartir con los demás.

Martín, vasco y Paoline, inglesa, vinieron de voluntarios a "ayudar". Estaban bien posicionados sociolaboralmente y habían decidido dedicar un tiempo a recorrer mundo compartiendo sus habilidades, aprendiendo y ganando el sentido de ser útiles a otros. Entendían que esto solo era posible más allá de su propia sociedad, una sociedad en la que todo se mide, se compra y se vende. Nunca pensaron que esta comunidad en la que recalaron, también sabía moverse por esos principios, sobre todo para con los que vienen de fuera. Él es ingeniero geólogo y ella técnica en computadoras. Estuvieron tres meses entre Perú, Bolivia y Ecuador. Los primeros días en Agua Blanca lo pasaron con Isidro en el huerto, vivían con él; después los pusieron a enseñar informática e inglés, además de instalar un par de ordenadores que estaban amarrados desde que los donaron unos voluntarios. Residieron en la comuna casi un mes y cada cinco días cambiaban de familia. Esta rotación —condición necesaria al interior de la comuna— los llevó de casas mejores a casas peores. A veces se lamentaban de la falta de privacidad en ciertas casas, de las condiciones de higiene; encontraban mucha sal y mucha azúcar en las comidas, el café les desilusionaba; se sentían torturados por las gallinas y los gallos arañando el alba, incomodados por los mucílago, molestos con los insectos que pican y las cucarachas...; y, sobre todo, hartos del agua fría en la ducha. Cierto que las quejas no son generales, en algunas casas se está mucho mejor que en otras, pero como hay que cambiar forzosamente de lugar de alojamiento siempre queda lugar para la queja y la frustración. Me dejaban entrever que se sentían un poco desilusionados con su estancia acá, las condiciones que vivieron en alguna de las casas terminaron contagiando la valoración de sus propias actividades: «Yo no he venido a enseñar, esperaba otras cosas», se lamentaba Martín. En gran medida salieron de la comuna con una imagen bien distinta de la que les animó a esta aventura.

Dos españoles de Alicante habían viajado tres semanas con una agencia que vende tours de turismo comunitario en Ecuador. Lo que más les gustó fue Manduriacac, al norte del país. Se quedaron una semana más para ver las ballenas y vinieron a Agua Blanca. Estaban completamente seducidos por lo comunitario, más allá de lo natural y de las espectacularidades propias que atraen a los turistas, ellos parecían fascinados por esa imagen prístina, pura y romántica que desde occidente nos hacemos de la vida comunitaria. Por eso se miraban con satisfacción cuando Stalin —que ya había captado su interés por el tema— les dijo refiriéndose a tierras y terrenos que «aquí nadie es dueño de nada, todo es de todos». Hacían preguntas sobre la organización y comercialización comunitaria, y constantemente establecían comparaciones con la vida en España. Se congratulaban y disfrutaban de esa sorpresa, de descubrir que la vida puede ser de otra manera. Parece que el viaje tiene como fin certificar que el paraíso existe, otra cosa es quedarse a vivir en él. Volverán a Alicante a contar lo que vieron de excepcional. Las Indias siguen siendo el paraíso para la imaginación europea.

Un crucero norteamericano arribó al puerto de Manta. Se preveía que unos cientos de sus ocupantes vinieran hasta el parque nacional y por tanto visitaran Agua Blanca. Finalmente, el domingo anunciado llegaron 150 gringos al mismo tiempo, con la intención de hacer un mini recorrido por la comuna, apenas las urnas y el museo; no se adentrarían más. El grueso de los visitantes eran ya mayores; sus vehículos y ellos mismos inundaban la plaza que forman el museo y las artesanías. Era un hervidero de guías del crucero y grupos de ancianos bajo un sol abrasador. Los guías de la comunidad hicieron grupos manejables y llamaron a compañeros que no estaban trabajando para poder dar abasto, en apenas dos horas, a una visita tan numerosa. Los baños se vieron colapsados y la organización puesta a prueba. Todo resultó razonablemente bien atendido. Las artesanías hicieron su agosto. Estos turistas llegaron a una Agua Blanca vendida como destino indígena tradicional dentro

de su recorrido por la costa pacífica americana. Era el momento de perrecharse de productos auténticos después de haber llegado a una comunidad ancestral. Los precios de las artesanías se revalorizaron de súbito. En apenas dos horas y media el huracán pasó, dejando unos dólares para los aguablanquenses y el efímero recuerdo en los turistas de haber visitado una "comunidad auténtica" que había quedado obviamente recogida en sus cámaras.

Escuelas, colegios y universidades han consolidado en Agua Blanca uno de los destinos preferentes de sus visitas culturales. Los colegios y escuelas de la provincia y las universidades que imparten especialidades turísticas, tienen en esta comaridad bien un magnífico ejemplo de ecoturismo y turismo cultural, para unos, bien un pretexto para organizar un viaje cultural con tintes recreativos a los vestigios de la cultura manabita, para otros. Todo ello se acompaña con la posibilidad de dar al viaje un sentido lúdico en las playas circundantes. Los autobuses, levantando un rastro de polvo por la carretera de acceso a la comuna, van llegando a lo largo del día. Con sus ocupantes se hacen grupos pequeños que realizan el recorrido turístico atendiendo a las explicaciones de los guías y bajo la atenta mirada de sus profesoras y profesores. A veces los estudiantes tienen que realizar trabajos y ensayos sobre diferentes aspectos de la visita y por ello inquietan a los guías con preguntas, cuyas respuestas van anotando a lo largo del recorrido. Son el grupo de visitantes más numerosos a la comuna. Cada vez más niños y jóvenes ecuatorianos conocen de la existencia de Agua Blanca.

Los fines de semana y feriados oficiales del país, son frecuentes las visitas de familias ecuatorianas que emprenden desde destinos relativamente cercanos (Manabí, Guayas, Santa Elena...) una excursión hasta Agua Blanca. Este destino está adquiriendo auge como parte del incipiente turismo interior ecuatoriano, lo cual se refleja en las visitas y en el interés de los visitantes. Sin duda el propio sentido del producto turístico aguablanquense anima esta

corriente turística ya que —como veremos más adelante— la visita articula elementos y opciones de turismo muy diversas que satisfacen completamente a este segmento particular del turismo en familia.

De una manera genérica, los amantes de la naturaleza —que son legión entre los meses de junio y septiembre— terminan recalando en Agua Blanca tras plantearse en Puerto López qué más pueden hacer en la zona. Ya han ido a la Isla de la Plata a contemplar sus aves, han avistado ballenas, han disfrutado de la playa de Los Frailes, probablemente también han visitado el bosque nubado desde El Pital... Parece que el Parque Nacional Machalilla, objetivo de su atracción, ya les ha ofrecido lo que esperaban. Se abre como oportunidad visitar la comunidad de Agua Blanca para conocer sus restos arqueológicos y su laguna de aguas medicinales. Grupos de alemanes, holandeses, británicos, españoles, franceses, canadienses... que decidieron acercarse hasta la costa manabita en su viaje programado por Ecuador, visitan la comuna. Llegan tanto en parejas como en grupos mayores, sea de forma organizada por agencias de la zona o bien de manera completamente privada. Estos visitantes vienen de mundos muy distintos entre sí y terminan descubriendo que lo más relevante de su viaje son las formas de vida de sus semejantes humanos antes que las caprichosas formas que exhibe la naturaleza.

Múltiples conversaciones con ellos me llevan a intuir esta conclusión. Claro que no será esto lo que se refleje en sus miles de fotografías; la verdadera sorpresa permanecerá en sus cabezas, rumiándose durante un tiempo. Paradójicamente, Agua Blanca se presenta para ellos como un destino cultural, pero les permite conocer el bosque seco tropical y asimismo tiene una vertiente más recreativa en su laguna. Estos visitantes abandonan la comuna fascinados con "la variedad de cosas que han encontrado aquí en tan poco tiempo", desde los pájaros a las ruinas, de los árboles a la laguna, del museo a la propia comunidad. Muchos de

los turistas con los que me topé en Ecuador, América y Europa habían visitado Agua Blanca y mantenían un grato recuerdo de su paso por la comunidad. Es complejo poder afinar el recuerdo en medio de una visita de varias semanas a un país tan variado como este del que se desprenden tantos estímulos e impresiones. Pero todos los que pasan por Agua Blanca lo recuerdan de forma nítida.

De manera muy incipiente se está introduciendo en Agua Blanca el turismo vivencial. A diferencia de otras experiencias de turismo comunitario nunca fue este el fuerte de nuestra comunidad. Una pareja de franceses con sus dos hijos llegaron un tarde de la mano de Cristóbal. Desde su país habían contratado una estancia de varios días en la comuna a través de Internet, querían experimentar "la vida en una comunidad". Jugaron al fútbol con los niños de la comuna, saborearon la cocina de Yolanda, visitaron con lúcido las Goteras, y probaron lo que pocos visitantes experimentan: el atardecer y las noches de Agua Blanca. No es el primer grupo que venía con estas inquietudes; imagino que cada vez serán más los que así lleguen.

Como vemos en este recorrido impresionista, los visitantes a la comuna conforman un grupo muy heterogéneo. Desde los escolares a los voluntarios; desde quienes permanecen en la comuna apenas unas horas a los que residen en ella por varias semanas; desde quienes están interesados por la arqueología a quienes lo están por los pájaros; desde quienes se fascinan por lo comunitario a los que completan ese estresante mundo del turista con otra visita programada más. Todos estos visitantes recalán en la misma comuna. Parece curioso que un contexto tan pequeño dé lugar a un consumo tan amplio y variado en cantidad y calidad. Sin duda es una de los secretos del turismo en Agua Blanca, y evidentemente de su éxito.

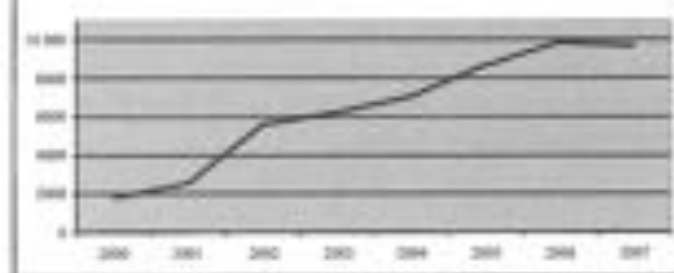
La mayoría de los visitantes vienen a la comuna como parte de otro destino de mayor calado, el parque nacional, y dentro del

atractivo de este hay que tener muy clara la centralidad de la temporada de ballenas que atrae a la zona a la mayor parte del turismo extranjero. De estos flujos vive la oferta de la comunidad, y sus visitantes son fiel reflejo de ello. Para una gran parte de los que visitan Agua Blanca, la comuna es un elemento opcional más del paquete del parque nacional, que en realidad se articula en torno a la temporada de ballenas y la Isla de la Plata. Se comprueba que el número de visitas a la comuna va en aumento al mismo ritmo que se incrementan los visitantes al parque. No obstante, no podemos hacer extrapolaciones simplistas. Como hemos visto, los visitantes son muy heterogéneos y aunque una parte importante de los mismos son extranjeros y su visita se correlaciona con la visita al parque, hay otros muchos —sobre todo los escolares, pero también familias y voluntarios— que no pueden ser asociados gratuitamente a ese flujo que se orienta hacia el parque y las ballenas. Esta apreciación no solo tiene una incidencia cuantitativa sino estratégica, ya que nos presenta con nitidez las diversas fuentes e inquietudes que alimentan el turismo en la comuna, que si bien se nutre fundamentalmente del parque también atiende a otras demandas. Esta diversidad de turismo fortalece la propia oferta comunitaria: no depende de un solo flujo turístico, sino antes bien de un abanico de tendencias con distintos sentidos y efectos.

Visitantes al Parque Nacional Machalilla⁴⁷ y comuna Agua Blanca⁴⁸

Año	Visitantes Parque Nacional	Visitantes Agua Blanca
1996	20 178	
1997	21 310	
1998	19 349	
1999	18 823	
2000	30 869	1810
2001	28 363	2523
2002	24 248	5600
2003	27 367	8200
2004	27 868	7048
2005	28 117	8648
2006	34 833	9830
2007	33 318	9682

Visitantes anuales Agua Blanca 2000-2007



⁴⁷ Datos facilitados por la Oficina del Parque Nacional Machalilla, elaboración propia.

⁴⁸ Elaboración propia con datos del comité arqueológico de Agua Blanca.

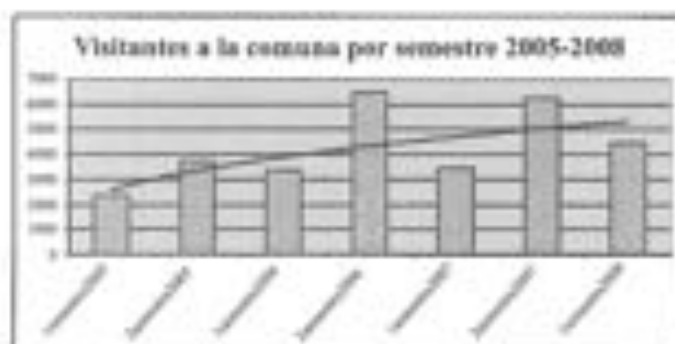
Visitantes Agua Blanca por nacionalidades⁴⁹

Procedencia	Porcentaje
Ecuador	21,67%
América	
USA	6,89%
Canadá	1,77%
Argentina	1,34%
resto América	1,79%
Europa	
Alemania	5,09%
Francia	5,07%
Holanda	3,11%
España	2,41%
Italia	2,16%
Reino Unido	2,10%
Suiza	1,79%
Bélgica	1,77%
resto Europa	4,28%
resto mundo	1,50%
NS/NC	8,00%
	100%

La disponibilidad de datos sobre el número de visitantes a Agua Blanca es complicada, de hecho solo se pueden establecer estimaciones en base a los ingresos por entrada a la comuna. Los precios no son unitarios (escolares, nacionales y extranjeros pagan de forma diferenciada, asimismo pueden aplicarse precios específicos pactados con grupos) y de todo ello no hay registro específico, sino solo del ingreso total. Los datos que recoge, de forma efímera, el comité arqueológico centran su interés en el reparto de los beneficios entre los guías, y no tienen como vocación servir de estadística turística. Por tanto, disponemos de una extrapolación verosímil de la que no podemos determinar el tipo de visitantes de forma rigurosa. Con todo ello se aprecia una

⁴⁹ Este cálculo fue realizado en colaboración con Gisela Morales Cando y Gabriela Cepa Rivadeneira, estudiantes del Licero Empresarial de Quito, sobre el análisis de los registros de visitantes a la comuna entre agosto de 2007 y julio de 2008.

tendencia creciente del flujo de visitantes, así como una clara estacionalidad de las visitas en la temporada de ballenas (junio-septiembre) que coincide con el periodo vacacional estival en el hemisferio norte.



Queda en evidencia la heterogeneidad del visitante y la estacionalidad de las visitas, aunque se mantenga un nivel sostenido a lo largo del año. Es precisamente la amplia tipología de visitantes la que favorece que no se reduzca la actividad turística de forma exclusiva a algunos momentos específicos del año. La configuración del propio producto turístico de la comunidad que es asimismo plural, versátil y diverso, explica (en parte) este carácter del turismo en la comuna.

Visitar Agua Blanca

El eje fundamental del turismo en Agua Blanca es un recorrido que se llama "Conociendo el camino manteño". La visita se adapta a los deseos, intereses y posibilidades de los turistas, sean estos adultos o niños, interesados en unas temáticas u otras, y así dispongan de más o menos tiempo. Por eso el recorrido, dependiendo del nivel de profundidad que se quiera desarrollar, tomará entre dos y cuatro horas.

La caminata, en forma de sendero turístico, comparte recorridos transitados por la comunidad de forma cotidiana, pasa junto al lavadero o atraviesa los huertos, propiciando que los turistas se crucen con la gente que va y viene en sus quehaceres. Vamos a hacernos una idea de la que sería una visita habitual, de esas que pueden disfrutar tanto un grupo de colegiales como una excursión de europeos o una familia ecuatoriana.

Partimos del pequeño museo local. Ante una maqueta general de la zona se presenta el territorio manteño, las dimensiones demográficas y geográficas de esta cultura, y el señorío de Salangome del cual se reivindica capital Agua Blanca. Los manteños vivieron en esta zona entre el 800 d. C. y la conquista española a mediados del siglo XVI. A partir de ese momento se entiende que la zona quedó abandonada como consecuencia de la devastación provocada por la conquista. Algunos guías aprovechan este momento para hacer una presentación de la comunidad en la actualidad, su forma de funcionar y la manera en la que gestionan el turismo comunitario, «si hay visitantes se gana, si no nada, nosotros no somos funcionarios del parque». Para la mayoría de la gente, las peculiaridades del turismo comunitario pasan desapercibidas; sin embargo, otros pueden estar especialmente interesados en esta modalidad turística y entonces las preguntas permiten profundizar en el asunto.

Sobre una columna que marca la cronología arqueológica se explica que los incas no conquistaron a los manteños, sino que comerciaron con ellos (una circunstancia fundamental para reclamar la independencia manteña). Ante una urna funeraria se incide en el protagonismo de la comuna en los trabajos arqueológicos: «en 2002 hemos encontrado este enterramiento», nos dicen. En las distintas vitrinas se muestran los animales propios de los alrededores a través de la cerámica. Atención especial merecen las sillas de poder o sillas en forma de "u", principal elemento distintivo de la arqueología manteña. Los guías procuran que a los visitantes no les pasen desapercibidos

los rostros humanos en las cerámicas («no existían fotografías entonces» apuntarán) y que se comparen con las fotografías de gente de la comuna en la actualidad. En este punto remarcan que «existen aún los rasgos de la cultura manteña en la comunidad»: a pesar de haber pasado el tiempo los rasgos que evidencian las cerámicas (narices, ojos, formas de cabeza) se encuentran con facilidad en la gente que vive hoy en la comuna. En el museo se sacoden sellos, tatuajes y armas. Se suenan las caracolas que servían para la comunicación. Por último se presenta el *spondylus*¹⁰ como eje del sentido comercial de los manteños, hábiles navegantes que comerciaban con él a lo largo de la costa del Pacífico. El museo sirve principalmente para presentar a los manteños y trazar la vinculación que la comunidad reivindica con ellos como ocupantes legítimos de este territorio. De esta forma debe ser entendido tanto como una infraestructura turística como un instrumento de reivindicación política y territorial.

Una vez culminada la visita al museo, se atraviesa una quebrada para acceder a la zona de enterramientos. Allí se explica el fenómeno climático de El Niño y su incidencia en los últimos tiempos. Precisamente fue durante un período de lluvias asociadas a ese fenómeno que se hallaron estos enterramientos. Al abandonar los enterramientos, se muestra la maqueta de una «casa de reunión» de los manteños y se introducen aspectos generales en torno a la vida y organización de esta cultura.

Desde aquí se baja al cauce —la mayor parte del año seco— del río Buenavista, donde se aprovecha para hablar de la climatología y la geología de la comarca. Se hace hincapié que en época de los manteños este río era navegable. Al cruzar el cauce del río se accede a una zona frondosa en la que prima

¹⁰ Molusco bivalvo de grandes dimensiones, similar a la ostra, alimento predilecto de los incas y cuyas conchas jugaron un papel central en el intercambio (a modo de moneda) a lo largo del Pacífico en el período precolombino. Esta zona de Manabí fue un ámbito privilegiado para su captura y uso en la artesanía, al punto de convertirse en distintivo de la cultura manteña. Ver Norton (1986, 1992) y Marcos (1995).

el algarrobo. Nos hablan de sus múltiples utilidades: para construir las partes estructurales de las casas, para alimento del ganado, uso medicinal de su resina para la caries, la floración para las abejas... Este es el momento de referir los animales que habitan el bosque: las termitas, ardillas y biños, horneros y pedrotes. Cléber suele contar que «en la comuna estamos muy preocupados por la medicina tradicional, para el mal de ojo tenemos el perillito, hay dos o tres personas en la comunidad que saben curar porque vivieron de pequeños en el bosque. Se hace una infusión que se refriga en el cuerpo, después se pasa un huevo y tras romperlo se sabe qué pasa con el mal. El mal de ojo es muy peligroso». Ante el barbasco nos ilustran sobre su fruto que se usa como champú y detergente. Con suerte vemos el mot-mot o pedrote —el pájaro más elegante del bosque seco y coincidimos con alguna ardilla que salta entre los árboles.

Atravesamos por los huertos en los que trabajan catorce familias cultivando papaya, plátano, mango, maíz, naranja, limón, yuca... Se afirma con firmeza y obsesión que la producción no se comercializa sino que es para consumo interno; en todo caso, se les vende algo a los de la comunidad que no tienen huerto. Explican las limitaciones de los cultivos ya que se tienen que regar con el agua sulfurosa de la laguna.

Desde los huertos accedemos a la primera zona arqueológica. Se visitan las casas de reunión y se explica la organización sociopolítica de los manteños. En esta parte del recorrido se presentan diversos árboles: palo santo y ceibo. Por el camino se puede apreciar lo más genuino del bosque seco con sus mayuyos. Hay una segunda zona arqueológica con una gran casa de reunión que está techada como medida de protección y en la que se pueden apreciar bases de sillas de poder en sus emplazamientos originales. Solo con grupos muy interesados en arqueología se sigue ascendiendo para llegar al morticajo principal.

Desde la zona arqueológica, tras atravesar de nuevo el cauce del río, se accede a la laguna sulfurosa. Se explica la composición del agua y sus propiedades tonificantes. La laguna es la parte más lúdica del recorrido, la gente se puede bañar y embadurnarse con el lodo medicinal. En sus inmediaciones se tiene preparado un pequeño recinto para una sauna tipo temascal que cada vez tiene más uso. En la laguna los grupos demoran a su antojo, bien para descansar bien para tomar un baño.

Tras la laguna se sube al mirador. El valle del Buenavista aparece con todo su esplendor; se contempla su verdor en contraste al paisaje seco que lo circunda. Desde el mirador se divisa el bosque nublado, así como las distintas partes de la comunidad. Hay todavía un trecho hasta el museo, en el que comenzó y terminará la visita. En este trayecto los visitantes pueden preguntar al guía sobre aquellos aspectos que más les interesan de la visita. Al llegar todavía les espera el pequeño mercado de artesanía en el que se pueden adquirir tanto auténtica artesanía local en tagna o spondylus, como asimismo otros productos del pujante mercado artesanal ecuatoriano.

Si bien este es un esquema general de la visita, hay que tener bien presente que su contenido resulta muy variable, flexible, y adaptado a cada ocasión. He sido testigo de visitas interesadas, sobre todo, en observar la fauna, otras que solo han atendido a los restos arqueológicos, otras que han pasado muy someramente por todas las temáticas, y aún otras que se han centrado exclusivamente en la laguna y sus propiedades curativas, prescindiendo del resto del recorrido. Por lo demás, las visitas pueden hacerse para una sola persona o para un máximo de quince. Cada grupo se acompaña por un guía independientemente del número de sus componentes.

Es muy curiosa la capacidad de los guías para adaptar la visita al inabundante interés de los visitantes. En mis incontables recorridos con ellos no presencié dos visitas iguales. Terminan siendo únicas, dependiendo del estado de ánimo del guía y de esa flexibilidad

intuitiva para hacer la visita dentro de un circuito establecido, que en sí mismo es versátil. No hay ni dos visitas iguales ni dos guías iguales, tampoco se termina viendo lo mismo. Un día las ardillas son la estrella del recorrido, otro son las iguanas que se torman al sol en la laguna, en alguna ocasión ciertos grupos obvian la visita a los huertos.

Si bien la visita guiada que he referido es el eje central del turismo en la comunidad, existen otros productos turísticos. Por un lado, encontramos la posibilidad de visitar el bosque nublado en San Sebastián. Se pueden convertir visitas de un día o de varios a este destino, tanto a caballo como a pie. Este producto tiene una incidencia limitada, ya que desde la vecina comunidad de El Pital se accede a San Sebastián de una forma más cómoda y rápida. No obstante resulta mucho más impresionante la transición que se tiene que salvar desde el mismo valle del río cuando el acceso se hace desde Agua Blanca. Se van sucediendo los distintos tipos del bosque hasta llegar a la cima de la cordillera.

La comunidad ofrece servicios de alimentación (restaurante privado y comunitario) y alojamiento. En total habría casi una treintena de plazas disponibles, pero estas pueden variar ya que muchas de las cabañas se usan también como dependencia doméstica. Al menos cinco familias disponen de cabañas de turismo específicas. Sin embargo, conviniendo con la comuna, muchas de las casas pueden adaptarse para alojar a visitantes en otra modalidad distinta de alojamiento. Igualmente podrían ofrecer alimentación. Estas modalidades más domésticas se usan normalmente para voluntarios o pasantes que vienen de manera organizada y que estarán en la comunidad por periodos relativamente largos, o para eventos (seminarios, reuniones) que precisan de un número elevado de plazas de alojamiento. Asimismo, en el museo existen unas dependencias ideadas como dormitorios que se utilizan para pasantes y voluntarios nacionales que dependen de la comuna.

La comunidad ofrece también la posibilidad de alquilar caballos y organizar recorridos acompañados por guías. Pueden ser a lo largo del valle o con dirección a la playa de los Frailes. Los caballos que habitualmente se utilizan para el trabajo de recolección (tagua, barbasco) o para alguna labor en los huertos, pueden ser rentados con fines turísticos. Por lo demás nos encontramos con la elaboración y venta de artesanías, y asimismo con masajes que un grupo de mujeres ha venido ofreciendo, con discreto éxito.

Este producto general que presento tiene una doble lógica de explotación. Todo lo relacionado con el recorrido y el museo sigue una organización comunal gestionada por el comité arqueológico que agrupa a las treinta personas que trabajan de guías. La explotación de los recursos arqueológicos y ambientales de la comuna sigue una estricta organización colectiva. El alojamiento y la manutención es de orientación privada (exceptuando al comedor comunal y las plazas de alojamiento que hay en el museo), aunque dependiendo del origen de la demanda su gestión tendrá como intermediaria a la comunidad. El centro artesanal está organizado por un comité, pero la venta es particular, de exclusiva gestión privada de cada vendedora. Los caballos son igualmente gestionados por sus dueños, aunque el negocio pueda llegar por demanda de la comunidad.

¿Cómo llegan los turistas y visitantes a la comunidad? En general no existe intermediación entre la inmensa mayoría de los visitantes y la comuna. Ciertamente las pernociaciones son pocas ya que el modelo mayoritario de visita es el recorrido que tiene establecido el comité arqueológico. El flujo de visitantes al parque sitúa ya a los visitantes en la zona, desde aquí el destino Agua Blanca surge en la información que proporciona el propio parque y las agencias de Puerto López. La mayoría de estas visitas se producen de manera privada, los turistas contratan el transporte desde Puerto López (12 kilómetros) normalmente con

taximotes y al llegar a la comuna pagan el ticket de acceso. En otros casos, cuando traen paquetes contratados con antelación, estos pueden incluir la visita a la comuna, pero como se requiere el pago *in situ* y la compañía de un guía de la comunidad, no hay realmente esa intermediación externa. La comuna no tiene intermediarios comerciales para los turistas que la visitan. Como en otros aspectos de la vida de la comunidad, esta ha conseguido establecer un filtro hacia el exterior, que le permite actuar de forma muy autónoma. En el acceso desde la carretera los guías cobran la entrada a los turistas que ingresan a la comuna, vengan por su cuenta, con una agencia o hayan abonado el tipo para la visita al parque; la visita a la comunidad es independiente y no se contrata —ni por antelación— a través de terceros. Esta circunstancia no es baladí. Las visitas de escolares siguen otra dinámica distinta. Con ellos se propicia una negociación directa sobre el coste de la entrada que normalmente se adecua al número de visitantes.

Desde esta perspectiva, hemos de considerar una ausencia de intermediación en el negocio turístico. Claro que ello termina implicando también limitación y debilidad en la promoción y el marketing ya que los medios de la comunidad para autopromocionarse son muy limitados. No obstante, los resultados hasta el momento no hacen de este déficit un condicionante insalvable. Hay una dependencia de un destino turístico consolidado (el parque) y un tipo de turismo escolar sostenido, hasta ahora no se produce una situación comprometida en cuanto al mantenimiento de la demanda.

Las visitas de voluntarios y pasantes merecen sin embargo una cierta matización. Estas modalidades de visita nos adentran en un contexto liminal del turismo. Para algunos será discutible la consideración de estas experiencias como turismo. Espero que el caso que analizamos aclare mi opción de agruparlas dentro de la escena turística de la comunidad.

Cada vez más, cierto tipo de fundaciones están interesadas en conectar con las comunidades para tenerlas como destino de voluntarios. Estos voluntarios vienen desde los países desarrollados de Occidente para "ayudar en esta parte del mundo". Les anima también la posibilidad de aprender español y de conocer otras formas de vida, además de la consabida y lógica dosis de diversión. Con varios representantes de estas organizaciones me encontré durante mis estancias en la comunidad. En estos casos, si debemos hablar abiertamente de intermediarios. Curiosamente es en esta modalidad de visita —que nos podría plantear dudas sobre su auténtica dimensión turística— donde con más claridad vemos desplegarse a la empresa turística más clásica en Agua Blanca; lo que al mismo tiempo nos mostrará la capacidad de la propia comunidad de posicionarse en el mercado. No en vano, estas fundaciones, en la práctica, se asemejan en su proceder a agencias turísticas especializadas.

Tratando con ellos fue la primera vez que escuché hablar de voluntarismo. Al principio me sorprendió, pero rápidamente pude comprobar que era un término que reflejaba a la perfección una forma muy particular, pero en auge, de plantear tanto la experiencia como el negocio turístico emergente. Uno de estos nuevos agentes turísticos me decía:

"Muchas agencias mandan voluntarios a trabajar y realmente se trata de turismo. Nosotros pensamos que es turismo pero el voluntario puede tener experiencia en la comunidad. Otro tipo es trabajo en las comunidades pero para eso hay que tener proyecto durante una o dos semanas para propósitos de la propia comunidad. Otra cosa son los proyectos a largo plazo, y esperamos que como fundación podamos tener recursos para ello, todo con dirección a crear una vida más sostenible. La fundación no va a entregar dinero ni recursos económicos. La comunidad debe hacer los proyectos no para recibir dinero, no se trata de paternalismo,

sino que queremos que la comunidad reconozca su cultura [...]. El voluntariado hay que organizarlo no pueden tener la sensación de desorganización y que no tienen qué hacer [...], la filosofía de mis voluntarios es no pagar nada...".

Con esta filosofía, las fundaciones que se dedican a contactar comunidades para que puedan llegar los voluntarios, deben negociar con los cabildos y asambleas. En Agua Blanca presencié varias de estas reuniones, dado que en otros lugares encontrarán espacios negociadores tan duros como aquí. La estrategia consistía en no pagar nada a la comuna con la justificación de que los voluntarios trabajarían para ella; por el contrario, la comunidad no quería saber nada del asunto si no recibía un aporte monetario por voluntario y día.

En otra ocasión, llegaron unas personas que se presentaron como "investigadores" sobre turismo comunitario, eran de otra fundación. Su objetivo era comprobar la potencialidad de la comunidad para recibir voluntarios. Estimaban que el tiempo mínimo que consideran para la estancia de los voluntarios es de una semana. Me decían que «tenemos que visitar las comunidades para sentir con ellos y ver sus necesidades para hacer los proyectos y que vengan voluntarios aquí, [...] si el voluntario está poco tiempo deja su labor donde quede y ya viene otro voluntario a continuarla, es necesario coordinar para esto». No me cabe duda de que son en esencia operadoras turísticas, solo que venden voluntarismo, uno de los tantos yacimientos de negocio turístico. La comunidad está interesada en ello, pero siempre que controle el proceso y obtenga un beneficio que merezca la pena. Los turistas que se reciben habitualmente tan solo quedan en la comuna unas horas a hacer el recorrido, con el voluntarismo estamos hablando de una presencia continuada que puede repartir beneficios, más allá de los propios guías, al conjunto de las familias que forman la comunidad en concepto de alojamiento y alimentación. Pero para eso hay que coordinar ámbitos en los que la comunidad no ha entrado en profundidad

todavía. Requiere sobre todo una dedicación extra de los dirigentes que viene a saturar las labores tradicionales de la dirigencia, ya de por sí muy amplias.

Otra fundación radicada en Quito estuvo mandando voluntarios a Agua Blanca tras la firma de un convenio con la comuna en enero de 2006. Según reza en el acuerdo «el coordinador orientará a los voluntarios a los eventos y vida cotidiana de la comunidad para enseñarles sobre la cultura y la vida de la comunidad de Agua Blanca»; asimismo «es importante también que otros miembros de la comunidad no traten de aprovecharse de los voluntarios o sacar plata por otras maneras, como venderles servicios particulares no autorizados por los gerentes de la comunidad». En el acuerdo se aseguraba que una organización británica enviaría cuatro veces al año grupos para dos o tres semanas, los voluntarios pagarían \$8 por comida y alojamiento y abonarían a la fundación \$2 por día que están en las comunidades. Los voluntarios contribuirían con un proyecto a la comunidad, trabajando de lunes a viernes y librando los fines de semana. A lo largo de 2006 y 2007 se sucedieron los grupos de voluntarios en la comunidad no sin problemas variados, tanto en la coordinación como en el entendimiento entre fundación y dirigentes de la comunidad. Estas incomprendiciones terminaron dirimiéndose en la propia asamblea comunal. Denoté una cierta insatisfacción tanto entre los representantes de la fundación como en los dirigentes de la comunidad y los propios voluntarios que no parecían completamente satisfechos con su estancia.

El encuentro de visitantes y anfitriones

Los visitantes evidencian el tránsito, los aguablancuenses la permanencia. Estas son las sensaciones encontradas que confluyen en el hecho turístico. Incluso yo en mis estancias he experimentado esa sensación de permanencia en el lugar mientras los visitantes pasan. Así, el contacto con ellos es ante todo fugaz. Para el que permanece el encuentro o la charla fortuita

con el visitante puede ser estimulante, para el viajero es un aditamento más al incentivo de la visita: charlar con un nativo es otra nota exótica a la experiencia. Al final de cada conversación con alguien que difícilmente volverás a encontrar en tu vida, siempre flota la sensación de que todo es de paso, fútil, como si los visitantes no fueran seres reales y consistentes, sino más bien espectrales. Vienen de otro mundo, son de otro mundo; el hecho turístico es más que un encuentro, un simulacro, entre ambos. Desde esta evidencia se construye gran parte de la relación con los turistas y visitantes; en ella se ancla la naturaleza que los comuneros atribuyen a los que vienen de fuera: son un recurso más.

Bien es cierto que muchos de los turistas se preocupan por cómo se vive en la comunidad, preguntan por ello, y si no lo sabían, quedan encantados con esta modalidad del turismo comunitario por lo que se le supone de compromiso con el desarrollo colectivo y la sostenibilidad del entorno. Incluso hay visitantes que acuden a la comunidad atraídos por esta "experiencia comunitaria". Pero no podemos confundirnos: no ese el atractivo que explica las cerca de diez mil visitas anuales, sino un componente más de la heterogeneidad del producto turístico local.

Una mañana, acompañando como tantas veces a un grupo de turistas, uno de ellos, después de que le contara que hacía un estudio sobre el turismo comunitario, me dijo que mi presencia en la comunidad le parecía utilitarista: «¿qué aportáis con ese estudio?» Me propuso en cambio que lo que debía hacer es promocionar en España este tipo de turismo para que la gente viniera, «eso es lo importante», afirmó. Heriberto, un destacado comunero, medio en broma medio en serio, me repetía constantemente un discurso encendido sobre qué iba a aportar yo con mi trabajo, que la comunidad necesitaba apoyo, que qué iba a dejar yo aquí con mi trabajo. Galo me insistía en que faltaban tabos para mejorar el regadío de los huertos y que qué podía yo hacer a ese respecto; evocaba que Colín, el

arqueólogo que excavó en la comunidad, ayudaba en todo eso. Necesitaban cien tubos y eso costaba unos \$ 600. La comuna está llena de signos de los aportes que han ido viniendo de fuera, por más que normalmente prime la queja y la reivindicación sobre la falta de apoyo externo. De fuera viene el recurso, hay que atrarlo como sea, y esta postura se lleva hasta el extremo. No es más que una manifestación de la "cultura del proyecto" que ha propiciado la intervención externa a través de ONGs o agencias internacionales.

Por su parte, el turista viene a consumir. Consume tiempo, experiencias novedosas, paisajes distintos, ensalces sobre la vida comunitaria; en definitiva, variedad y estímulo para su vida. Pero al mismo tiempo es consumido. La vertiente economicista es la que prima por parte y parte en la mayoría de las ocasiones. A veces se deja entrever en el turista extranjero o en el nacional urbanista una especie de complejo de culpa porque considera que el estado del mundo es poco menos que responsabilidad suya, que viene de una sociedad desarrollada a costa de las penurias del resto del mundo. Este complejo lo coloca inmediatamente en una posición de inferioridad dentro de la comunidad. La comuna no es el territorio en el que deba ejercer su poder sino más bien expiar, de forma fagaz, sus culpas. Al fin y al cabo, está de vacaciones, bien puede cambiar su rol habitual, mostrarse de otra forma, ser de otra manera. Aquí asoma con frecuencia el paternalismo y la compasión: «hay que ver lo que han llegado a poder hacer estos choloitos...», y sobre todo el deseo de compensar por «quinientos años de dominación». La comunidad adopta en gran medida la posición complementaria: todos los males nos vienen del exterior y tenemos derecho a exigir al exterior por todos esos males, nos merecemos todo, de ahí que el visitante, el turista, sea poco menos que el enviado para resarcir la dominación y el sometimiento desde la conquista española hasta el momento presente. No cabe pensar que los turistas sean trabajadores explotados en otras latitudes, o que los comuneros vivan en muchos aspectos mejor que quienes

los visitan fugazmente. En esta tesitura, el turista consume comunidad y la comunidad consume turistas.

La sospecha, el temor y —en consecuencia— la resistencia secular de las comunidades se basa en una toma de conciencia clara de su vulnerabilidad ante el exterior, de donde vienen amenazas desconocidas e incontrolables. Por eso el modelo de visita a Agua Blanca, tan controlado en el espacio y en el tiempo mediante el recorrido antes referido, da mucha seguridad a la comunidad. Los turistas llegan y se someten a un recorrido establecido, siempre acompañados por el guía correspondiente. No hay turistas circulando libremente por la comuna. El trato con el turista es tan profesional como cálido, la comunidad vende al turista la visita y a cambio recibe la plata estipulada, se trata de una relación mercantil porque la comuna así lo prefiere, en realidad así lo ha decidido, aún sin saberlo. El visitante es un recurso, la comunidad, por su parte, es un atractivo más en el diseño de una visita o de unas vacaciones, cada parte de este encuentro diseña en buena lid su posición preferida. El extraño, si bien no debe ser considerado gratuitamente una amenaza, es en el mejor de los casos una oportunidad de negocio. Pero, en última instancia, no hay una comunicación intensa entre comunidad y visitantes. A veces he pensado que ambos lo prefieren así.

Voluntarismo, visitas escolares, salidas de fin de semana, excursión cultural al hilo de unos días de playa, viajeros místicos, turistas de crucero, amantes de la ornitología, búsquedas interiores, enamorados de la arqueología, familias que persiguen vivencias, hemos visto que Agua Blanca, como destino turístico comunitario, encierra casi toda la diversidad del turismo contemporáneo, todas sus contradicciones, potencialidades, despropósitos y grandezas. En este caso, no son por tanto las peculiaridades de un determinado tipo de turismo y turista las que explican el fenómeno Agua Blanca. Para comprender el turismo comunitario no parece que sea en sus turistas donde haya que fijarse especialmente, sino más bien en la forma en que se

organiza la actividad turística y sobre todo, en las consecuencias de esa actividad y esa organización para el desarrollo y sostenibilidad del socioecosistema. Por eso precisamente, las comunidades interesadas en el turismo comunitario tienen en la mejora de la calidad de su oferta el mayor reto para acceder con garantías al mercado turístico y convertirlo en un recurso más que les permita seguir siendo eso: comunidades en el mundo globalizado. El turismo comunitario puede tener un tipo de turista específico (comprometido y sensibilizado con lo comunitario), pero no puede renunciar al turista general y por eso debe plantear una oferta que aun con ciertas peculiaridades, compita abiertamente en el mercado. El caso de Agua Blanca ilustra bien esta circunstancia, la particularidad de su turismo comunitario se percibe de "puertas para adentro". Evidentemente, y si pareciera oportuno, se puede utilizar como un atractivo turístico en sí mismo, pero de ninguna manera es lo comunitario el corazón de su oferta. Sus turistas vienen a disfrutar de pájaros, de lagunas medicinales, de arqueología, la forma en que se organiza su visita es algo que concierne ante todo a los propios comunitarios, para la gran mayoría de sus visitantes lo fundamental es la calidad del servicio y el producto que reciben.

Referencias bibliográficas:

- Hernández, M. y Ruiz-Ballesteros, E. (2011). "Etnogénesis como práctica. Arqueología y turismo en el pueblo Manta (Ecuador)", en *AIBR Revista de Antropología Iberoamericana* 6 (2):159-192.
- Marcos, J. (1995). "El Mullo y el Patate: La articulación de la ideología y el tráfico a larga distancia en la formación del estado Huancavilca." en S. Aurelio; S. Alvarez, C. Fauria y J. Marcos (eds.) *Primer Encuentro de Investigadores de la Costa Ecuatoriana en Europa*. Quito: Abya-Yala, pp. 97-142.
- Norton, P. (1986). "El Señorío de Salangone y la Liga de Mercaderes: El cartel Spondylus-Balsa.", en *Miscelánea Antropológica Ecuatoriana* 6:131-143.
- Norton, P. (1992). "Los argonautas del Pacífico Oriental", en Norton, P. y Viracío, M. (eds.) *5000 años de ocupación. Parque Nacional Machailla*. Quito: Abya-Yala, pp. 1-9.
- Okazaki, E. (2008). "A community-based tourism model: its conception and use", en *Journal of sustainable tourism* 16 (5):511-529.
- Ruiz-Ballesteros, E. (2007). "Del machete a la lengua. Agua Blanca y la apropiación en el turismo comunitario", en Ruiz, E. y Carrión, D. *Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito: Abya-Yala, pp. 277-314.
- _____. (2009). *Agua Blanca. Comunidad y turismo en el Pacífico ecuatorial*. Quito: Abya-Yala.
- _____. (2011). "Socio-ecological resilience and community-based tourism. An approach from Agua Blanca, Ecuador", en *Tourism Management* 32:655-666. DOI 10.1016/j.tourman.2010.05.021.
- _____. (2012). "La vigencia de la comunidad. Prácticas para navegar en la globalización desde la periferia andina", en *Changara. Revista Chilena de Antropología* 44: 419-433.

- Ruiz-Ballesteros, E. y Cantero Martolag, 05.021d tourism. An approach from Agua Blanca, Ecuador. *ilca a la g/Turismo de Base Local*, en Floreana (Galg.05.021d tourism.LL. y A. Santana (coords.) *Turismo y patrimonio, entramados narrativos*. La Laguna: Pasos-eBook. p. 63-77.
- Ruiz-Ballesteros, E. y Gual, M. A. (2012). "The emergence of new commons. Community and multi-level governance in the Ecuadorian coast", en *Human Ecology* 40: 847-862.
- Ruiz-Ballesteros, E. y Hernández, M. (2010). "Tourism that empowers? Commodification and appropriation in Ecuador's turismo comunitario", en *Critique of Anthropology* 30 (2): 201-229.
- Ruiz-Ballesteros, E.; Hernández, M.; Coca, A.; Cantero, P. y del Campo, A. (2008). "Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad", en *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural* 6 (3): 399-418.
- Ruiz-Ballesteros, E. y Solís Carrión, D. (coords.) (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito: Abya-Yala.
- Ruiz-Ballesteros, E. y Vintimilla, M. A. (coords.) (2009). *Cultura, comunidad y turismo. Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*. Quito: Abya-Yala.

III. RECORRIENDO COMUNIDADES

Viajeros, curiosos, devotos, militantes... Del "Grand Tour" al turismo solidario. Tour Maqita Cushtunche y encuentro Tumbaco, Agosto-Septiembre 2009

Pedro A. Cantero

Universidad Pablo de Olavide
email: pacanemar@gmail.com

«Nous connaissons la vérité, non seulement par la raison, mais encore par le cœur; c'est de cette dernière sorte que nous connaissons les premiers principes, et c'est en vain que le raisonnement qui n'y a point de part essaye de les combattre».

Pascal, *Pensées* (52).²⁰

Resumen

En consonancia con la lógica "capitalística"²¹, no hay ciudadano que no se precie de haber estado en los lugares que todo "urbanita" debe conocer. Es, hoy día, mercancía simbólica bien valorada, a tal punto que los tours son una de los productos más expandidos del mercado turístico de nuestro tiempo. El turismo solidario, el turismo consciente o el turismo participativo no solo son hoy día productos del mercado, sino que el paquete (solidario, consciente, participativo) es un producto más de la oferta turística. Quienes lo "compran" se dan como meta un

²⁰ Conocemos la verdad no solo por la razón, sino también por el corazón; de esta suerte conocemos los primeros principios, y es en vano que el razonamiento que no es de la partida trate de combatirlos; (Pascal, 1963: 52).

²¹ Guattari crea este concepto para no circunscribir solamente a las sociedades occidentales sino a sociedades de todos los países del planeta impregnadas por los valores del capitalismo que, sin estructuras propiamente capitalistas, están fascinadas por dicho sistema y hacen de sus valores un faro para ellos y su descendencia.

peregrinaje con el que alcanzar la gracia, pero, parejos al devoto, más que escalar, coleccionan reliquias –incluso aquellos que se dan como finalidad romper las fronteras del otro– a modo de nueva religión de lo humano, no hacen más que “distraer” el ánimo jadeante del urbanita y “redimirlo” de la sálita inapetencia.

Prámbulo

El turismo solidario, el turismo consciente o el turismo participativo son hoy día productos del mercado. El paquete solidario es un producto más de la oferta turística, destinado a apaciguar las conciencias de quienes les repugna el imperio monetario. Quienes lo “compran” se dan como meta un viaje de “conocimiento” creyendo que todo “viaje” amplía nuestro horizonte cognitivo pero, a modo del devoto, más que ahondar coleccionan reliquias, incluso aquellos que se dan como finalidad romper las fronteras del otro, tal nueva religión de lo humano. Lejos de dar tiempo al tiempo los “clientes” pretenden, en unas semanas, no una iniciación de consecuencias a largo plazo sino una inmersión “rentable”. Es la lógica imperante del capitalismo contemporáneo, la subjetividad “capitalística”, como la llamara Guattari²⁷, se precia de haber estado en los lugares que todo buen “urbanita” debe conocer. Dean McCannell sostiene que: «esto se traduce en la consciencia individual como un sentido de obligación, si bien una obligación que se realiza con agrado. [...] Las visitas turísticas internacionales modernas poseen su propia estructura moral, un sentido colectivo según el cual existen ciertas

visitas que uno está obligado a ver»²⁸. Es mercancía simbólica tan bien valorada, que los tours son una de los productos más expandidos del mercado turístico de nuestro tiempo. Es cierto que esa forma de “turistar” no es nueva, la moda del “versado” decimonónico impuso que todo cosmopolita que se estimara tal debía haber hecho *Le Grand Tour*. Visitar ciudades y maravillas reconocidas como indispensables. Hoy, salvando las distancias, ocurre otro tanto, aun si ciudades y maravillas tengan otros nombres y sean de moda más perocodera. Antes bastaba con *Le Grand Tour* una vez en la vida, ahora, a modo de una “performancia” sin límites, cada verano impone destinos distintos en ese gran juego de la oca que los media alimentan, propuesto como mejor modo para evadirse del tedio y de la sálita inapetencia que impone la aceleración post-moderna.

No es que antes del XIX no existiera el ansia de viajar, basta con consultar la amplia literatura que existe a este respecto, las obras de García Mercadal (1999), Eric J. Leed (1991), Antoni Maczak (1996) y Alain Corbin ((2001)²⁹ me parecen esclarecedoras; no obstante, entre el viajero clásico y el turista actual existen diferencias, no solo en cuestión de número y solvencia, sino también por razones ideológicas, las que hay entre intentar romper la frontera del otro o remodelar al descubridor y coleccionar lugares comunes. El viaje clásico fue una aventura o una iniciación, en todo caso un extrafarrameo³⁰, mientras que

²⁷ McCannell, 2003: 57-58.

²⁸ José García Mercadal (1999) *Plajes de Extranjeros por España y Portugal*, Valladolid, Junta de Castilla y León (3 vols.); Eric J. Leed (1991) *The Mind of the Traveller. History of Travel*, New York, Basic Books; Antoni Maczak (1996) *Plajes y viajeros en la Europa moderna*, Barcelona, Omega; Alain Corbin (2001) *L'insémination des loisirs, 1850-1960*, Paris, Flammarion.

²⁹ Baste leer cualquiera de los diarios de viaje clásicos para entenderlo; personalmente, tomo como modelo el *Journal de voyage* de Michel de Montaigne por resumir magistralmente esa búsqueda de la distracción y de la alteridad. Durante algo más de un año Montaigne viaja a través de Francia, Alemania, Suiza e Italia con el fin de alejarse de los fastidios domésticos, ahondar sus conocimientos y contrastar la diversidad humana. «Eufónico y retlativista, no busca lo que es igual a lo que ya conoce, que probaría la existencia de una uniformidad humana, sino al contrario la multiplicidad, la diversidad

³⁰ La subjetividad capitalística, tal como es engendrada por operadores de toda naturaleza y de toda talla, está manufacturada para proteger la existencia contra cualquier intrusión de acontecimientos susceptibles de trastocar y perturbar la opinión. Según ella, cualquier singularidad debería, o bien ser evitada, o bien pasar bajo la autoridad de equipamientos y de marcos de referencias especializados. De ese modo, se esfuerza en gestionar el mundo de la infancia, del amor, del arte, así como todo lo que es del orden de la angustia, de la locura, del dolor, de la muerte, del sentimiento de estar perdido en el cosmos...» (1996: 46-47).

Le Grand Tour era un circuito más o menos trillado, el actual turismo de masas es la zambullida en el tópico. La seguridad ante todo. Seguridad en el propósito, seguridad en el destino y seguridad en el retorno. Se vuelve como se fue, indemne, salvo que ahora ya tenemos otra canica más en el agua. Un espejismo con visos de evento. La invención del turismo de masas impone un tipo de mirada, se debe ver lo que ya se vio en folletos o documentales, la realidad debe corresponder con el cliché. Es cierto que hoy también existen viajeros, hoy como antes, también se da quienes buscan otra dimensión al viaje. Quienes viajan como forma de iniciación o para instruirse. No voy a hacer aquí una aproximación teórica sobre el tema, existe una literatura abundante al respecto, de la que me parecen significativas cuatro obras: la de Stefano Cannelli (1998) que versa sobre la transformación de la figura y la mentalidad del turista; la de Marc Boyer (2007) sobre el fenómeno del turismo de masas; y las más filosóficas de Armando Giusi (1995) y G. Gasparini (1998), la primera dedicada a la experiencia del viaje como ocasión privilegiada del encuentro con el otro y, la segunda, sobre el viaje entendido como experiencia de la frontera¹⁷.

Como ya dije, no es el objeto de esta crónica el de ahondar sobre el asunto, pero sí quisiera poner en paralelo aquel *Grand Tour* con el Tour de maestros turistas más comprometidos. El turismo decimonónico tenía cierto viso moral, algo que también conlleva el turismo responsable. Me trota por la mente, la similitud de propósito entre Thomas Cook y las promotoras de turismo responsable. El primero, inventor del turismo moderno, fue pastor bautista que combatía el alcoholismo y promovía

el viaje en grupo como negocio "honesto" y como distracción culta. Las segundas como negocio solidario y encuentro con el otro. Pero si en los propósitos aparece alguna distancia, en el fondo no hay tanta. Pues el tour no permite otro encuentro que el que nos confirma en nuestras conjeturas. Ambos turismos tienen pretensión moral, la de una distracción "honesta" con los matices que implican la "de la honesta voluptate" y la de la honesta cutretería, no solo en la mesa sino en todo lo que rodea a uno y a otro tipo de Tour. El turismo responsable suele confundir el cutreterío con la solidaridad, como si, a modo de virtud, lo cutre nos redimiera de todo provecho inicuo.

Pero no anticipemos. Tras varios años trabajando sobre el turismo comunitario nos interesaba asociarnos a un grupo de turistas que hacían un circuito de turismo "sustentable" y con tal propósito "visitaban" comunidades. Nuestra intención era la de permitirnos comprender qué les motivaba, qué visión de las comunidades tenían los turistas, quién o qué ayudaba a forjar una imagen de la comunidad, qué interrelaciones se establecían en el grupo, qué gastaban.

La oferta de turismo responsable, sostenible o solidario desde España ha crecido en estas dos últimas décadas, pero al analizar las ofertas que se nos brindaban para Ecuador, vimos hasta qué punto eran endebles. De las dos que examinamos como más "serias", el equipo optaría por una de las que ofrecía Maquita Cuzhanchic¹⁸.

¹⁷ La Fundación Maquita Cuzhanchic Comercializando como Hermanos (MCCH), es una institución con 26 años de trayectoria a nivel nacional que trabaja para modificar la estructura y relaciones de la sociedad y la economía, a favor y con la participación de familias, comunidades y organizaciones de menores recursos del Ecuador; a través de procesos equitativos de producción, comercialización y asociatividad, basados en los principios de la socioeconomía solidaria. MCCH, desarrolla a través del país actividades muy diversas, siempre en sintonía con las comunidades de base, en las que se comparten recursos, experiencias y talentos para alcanzar objetivos y metas de beneficio común. Entre esas actividades, se encuentra el turismo. La operadora Maquita Turismo trabaja desde 1993 en favorecer un turismo responsable, bajo principios del comercio justo.

(Aron Brasbybrook, 2000: 27). No obstante, y como ocurre con muchos grandes viajeros, sus viajes resultan más impulsivos que razonados. «A quienes me piden cuentas de mis viajes suelo responderles que sí bien de qué hayo pero no qué busco» (*Los Etnógrafos*, III, IX).

¹⁸ Stefano Cannelli (1998) *L'acqua scende a valle. Riflessioni sul turismo*, Sannacampolo di Stabia, Fara; Marc Boyer (2007) *Le Tourisme de masse*, Paris; L'Hilamattar; Armando Giusi (1995) *Genèse du tourisme*, Roma, Bulzoni; Giovanni Gasparini (1998) *Sociologia degli interessi*, Milano, Bruno Mondadori.

Maquita propuso dos tours: uno en septiembre de 11 días con un grupo francés y otro de 21 días organizado conjuntamente con la asociación levantina "ACSUD Las Segovias", que, en principio, pretendía transitar por las tres grandes zonas continentales del país (Sierra, Costa y Amazonia) y conectar en todas ellas con comunidades indígenas o campesinas que hacían del turismo un modo complementario de recurso y una forma de intercambio "solidario".

La originalidad de dicho grupo radicaba en que se formaba desde España, preparando el viaje en varias reuniones extendidas a lo largo de un trimestre. No era Maquita quien reunía a la gente sino el grupo el que se aglutinaba con un motivo bien específico: conocer, intercambiar, promover. En principio solo participaban quienes se comprometían a una preparación previa.

Optamos por esta propuesta y, tras diversos trámites, pues nuestra negociación se hizo con Maquita y yo no había cumplimentado el requisito primordial, ACSUD aceptó al intruso sin conocer los motivos que le impulsaban a viajar con ellos.

1. Caracterización del grupo de viajeros

- Sin contar el chofer (35 años) ni la guía (26 años) –los dos ecuatorianos–, el grupo lo formábamos nueve personas, con una media de edad superando la treintena: 68 años (yo), de cuarenta a cincuenta (3), más treinta (4), la veintena (1). Todos los componentes del grupo eran personal docente –primaria (2), secundaria (4), universidad (3)–. El chofer de gran experiencia, solía trabajar con Maquita y la guía turística, era recién licenciada en turismo por una universidad de garaje. Seis turistas provenían de la Región Valenciana, una de Pamplona, otra de Toledo y yo de Sevilla.
- Salvo dos mujeres –una procedente de Toledo y otra de Castellón– y yo mismo, todos habían hecho turismo

"responsable" y pertenecían a movimientos u ondas "progres". Estos seis tenían expectativas diferentes de los tres otros. Todos tenían ya experiencia de viajes al extranjero y cuatro habían viajado por Sudamérica en condiciones similares.

- Las dos parejas eran muy caracterizadas, una de larga data y otra de reciente constitución. Cinco mujeres y cuatro hombres (este deslinde entre parejas y desparejados marcaría alguna que otra arbitrariedad en la distribución de habitaciones, pues no estaban previstas habitaciones individuales y las de grupo tocaba repartirlas en función del emparejamiento. Las parejas funcionaban como imanes que impedían otro aglutinamiento que el que ellas constituían. Salvo en Pura Honda que los desparejados se negaron a ese agrupamiento y las dos cabafas se repartieron entre hombres y mujeres. Reparto que permitió un mayor conocimiento y una camaradería que soldaría algo más el grupo como tal.
- Viajamos en un autobús de unas treinta plazas. Cuchero un tanto incómodo (solidaridad obligada), pero que permitió cierta holgura en cuanto a transporte de equipajes, distribución de pasajeros e invitados de las dos comunidades con quienes realmente compartimos algo. La relación entre los componentes del grupo estuvo al inicio muy marcada por la procedencia, y por el emparejamiento, aun si eso no fue óbice para establecer relaciones cruzadas, en gran parte incitadas por el reparto de habitaciones. No hubo verdadero líder del grupo; incluso si desde la organización española se habían dado ciertas responsabilidades a los delegados de ACSUD, pronto se fueron diluyendo, dado el ritmo obsesivo de cada jornada y de la omnipresencia de la guía turística. El chofer tuvo una influencia muy positiva en el grupo y supo dar cierto toque distendido cuando las cosas se envenenaban.
- A parte del tercer día fueron apareciendo las rutinas propias del turista, compras típicas y actividades típicas: ¿qué hay que

ver de imprescindible?, ¿qué se debe saber sobre la gente y el lugar?, ¿es esto auténtico (para comprar)?..., preguntas que conllevaban respuestas simplificadas a las que la guía se prestó tanto más que con ellas cubría su ignorancia.

2. El circuito

Desde la propuesta inicial al viaje final hubo alguna diferencia notable en cuanto al número de días y el propio circuito.

- Reducción de tres días.** Todos supimos, semanas antes de comenzar el viaje que el tour se reduciría tres días: de 21 a 18 días de estancia en Ecuador. Las razones tenían que ver con el precio y con las disponibilidades de algunos de los miembros del grupo y lo decidieron de común acuerdo entre ACSUD y Maquita antes de iniciar el Tour. Mas, en vez de reducir el circuito se optó por limitar las comunidades a visitar (dos en vez de las tres iniciales: Sierra, Amazonia, Costa). La supresión de la visita a la comunidad amazónica fue la consecuencia más lamentable al conllevar un empobrecimiento en experiencias comunitarias. Sin lugar a duda, se cercenó la parte más enriquecedora del programa, pues las estancias en las dos comunidades restantes fueron lo más provechoso del viaje, aun si solo representó un tercio del tour. El viaje así reducido pero continuando con la pretensión de un gran recorrido se amputaba ya de buena parte de su sustancia: la duración y la intensidad (tanto más que la comunidad descartada se anunció como neurálgica y de ello nos dábamos cuenta al entrevistarnos al final del viaje con dos de sus líderes).
- Cambios e imprevistos.** Hubo también algún que otro cambio en el desarrollo del grupo como, por ejemplo, el recorte del recorrido en tren hasta reducirlo a un mínimo, el retraso en la visita a Ingapirca, el cambio de residencia a

nuestro regreso en Quito. Las dos primeras por razones no bien explicadas al grupo se nos presentaron como de orden estructural, mientras que el cambio de residencia en Quito fue impuesto por el grupo a la operadora, por negarse los turistas a residir lejos y en condiciones precarias.

- Desde el inicio, el viaje decepcionó.** Se nos alojó en un albergue somero en un barrio alejado y sin gran interés, talvo el de ser asaltado en plena calle. No hubo acogida alguna, no se había previsto ni tan siquiera un caldito a modo de cena. Soledad/Catredad. Cuartuchos estrechos (3,5 x 2,5), tres camastros desvencijados por cuarto, apenas espacio para movernos. Un wc y una ducha para seis personas. La sensación fue desoladora. Nadie esperaba grandes lujos pero sí un mínimo de mantenimiento y, sobre todo, una acogida. El día siguiente no fue mejor: el desayuno de cuartel, nadie estuvo allí para excusarse o corregir la displicencia de la noche anterior. En la mañana tendríamos un discurso "solidario" impartido por la representante de ACSUD en Ecuador. El paseo por Quito decepcionó a todos. A la ignorancia histórica de la guía turística se añadió su insensibilidad artística y social. Su infanzilismo fue desolador. En la iglesia de Santo Domingo (siglo XVI) su comentario nos dejaría atónitos "Su interior es neogótico. Aquí es todo neo: neogótico, neoclásico, neo...". Su ineptitud resultó palmaria cuando intentó hacernos un ensayo histórico sobre las haciendas, un simplismo de chiste: "La hacienda terminará con el hundimiento del textil y así los hacendados restauraron casitas y cacharros para albergar a turistas que querían reposar, leer un libro, pasear...". ¡Buen comienzo!
- Al día siguiente, el viaje se iniciaría con la visita a la laguna de Quilotoa.** Una laguna formada en el XVIII tras una violenta erupción que colapsó el cráter. ¿Qué asombro para aquellos aventureros ilustres que se acercaron entonces! Qué distancia con lo que ahora encontramos. Hermoso

lugar sobre-explotado. El turismo actúa aquí de modo nocivo, no solo por la acumulación de establecimientos y cauchas de bloque sino por lo asolador que resulta para el mismo paraje. Media docena de hoteluchos, un poblado del oeste en un sitio singular. En cuanto al cráter, ¡un desastre! Bajadas sin discernimiento, decenas de turistas, en riesgo. El camino lleno de irmandicias, botellas de plástico, fósforos, restos de comida, toallitas higiénicas y una erosión brutal. Tan solo el tránsito de caballos bajando a todo tren, para llegar a tiempo a recoger a grupos, causa estragos ominosos. Niños conduciendo las reatas, las bestias exhaustas, terrenos arrasados... ¡A cinco dólares la subida!, dos o tres familias controlan el negocio, sin reparto comunitario alguno. En cuanto a la oferta artesanal, productos industriales de calidad mediocre a precios pleyeros. Maquita se ha limitado a montar un restaurante "comunitario" regentado por un grupo de indígenas folclorizados, comida chatarra y un concepto maledado del turismo -el mal de sangrar al turista hace que una "aguíta" mediocre, servida durante la comida, se cobre en suplemento \$ 2 (\$ 1,68 más propina implícita)-. La gente se fue con mal sabor de boca.

- e. Hasta llegar a Cuenca el tercer día todo fue un tanto decepcionante. En Alausí, lo del tren colmó el sinsaber. El grupo no perdía la ilusión esperando que todo mejoraría. El hotel de Riobamba era destartado y mediocres los modos de albergarnos y la cena. La gente harta de tanta desidia exigió por teléfono al responsable invisible otras condiciones de alojamiento. La espera en Alausí para concluir con un circuito esquelético los descorazonó. Sabían que su viaje no era lujoso pero nadie esperaba un trato tan anónimo ni tanta dejadez. Ellos creían que iban a ser "acogidos" y hasta ahora solo conocieron anonimato y frustración. Creían venir con un organismo solidario que les permitiría conocer, tener relaciones de cierta calidez, ver lo que otros no ven al venir con circuitos comerciales y se creían peor tratados que en

cualquier viaje organizado por una operadora mercantil de mala muerte.

- f. En Cuenca el grupo se negó a cenar en el hotel. ¡Al fin libres! se sienten desatados, en una ciudad a dimensión humana. "Ya que vienes de tan lejos hay que aprovechar". Se lanzan a comprar baratijas y a mirar lo admirable. Una guía local cumple con las visitas obligadas, para el resto, se decide pasar de la guía quiteña y actuar por nuestra cuenta.
- g. En Saraguro, pese a alguna incidencia por cambios de última hora, todo va a cambiar. Allí, el grupo encontrará una comunidad y cierta profesionalidad en este tipo de turismo. Por fin se tiene la impresión de haber "llegado". Esto era lo que ellos esperaban y no hubo nada que les desilusionara. Acogida, rituales, discursos, circuitos, explicaciones y... un excelente guía indígena. Profesionalidad y trato atento, exquisito en su actitud y en sus propósitos. El grupo se dividió en diferentes comunidades para pernoctar y esto permitió aún más un trato diferenciado. Solo cuatro no pudieron disfrutar plenamente de ello por un cambio de última hora, pero aun así, todos se sintieron al fin en el viaje que ellos habían soñado. Convivir con mamá Luz, con la familia Quishpe o cualquiera de las familias de las pequeñas comunidades que nos acogieron compensó la miseria del inicio. Estábamos un tanto reventados, tras haber atravesado el país en un autobús incómodo, pero aquí todos sintieron la estancia como un bálsamo que mitigó tanto cansancio.
- h. En Hincho, mamá Luz nos dio una lección sobre el don: cada uno de los platos que ella preparó era una ofrenda, circulaba como un presente, antes de retomarlos para el reparto. Lección silenciosa tanto más apreciada por todos. Verdadero ritual sin alharacas ni más retórica que el acto, intrínseco, fundador. El huésped es digno de respeto, máxima eficaz si se quiere que en retorno él nos lo devuelva.

- i. Al día siguiente asistimos a una sesión de "ritual andino". A todos les pareció una vivencia "auténtica". La magia del lugar elegido, el ardor con el que los indígenas interpretaban la ceremonia, la intención carismática de los allí presentes... hicieron que la representación fuera "vívida" como genuina. Los discursos iniciales, un tanto maridos, puede que contribuyeran a la veracidad del acto, aceptando su parte de culpa en el despojo histórico que el indio sufrió.
- j. El día anterior a nuestra partida, Ricardo, el guía saraguro, nos condujo hasta Charrical, una comunidad de campesinos que en la confluencia de los ríos León y Paquizhapa construyó un recinto para la acogida de turistas. La empresa la regulaba un grupo de la comunidad con visos un tanto utópicos pero que, gracias a su escepticismo, estaba haciéndose realidad. A modo de una tierra prometida que un día daría los frutos "esperados".
- k. La primera evaluación colectiva que el grupo hizo de la estancia fue positiva. La valoración del guía indígena fue excelente. Bien es cierto que la comparación con la guía que nos acompañaba no tenía color, más la comparación no jugó, Ricardo sabía de lo que hablaba, y no solo transmitía sino que su calidad humana nos permitió vibrar con su comunidad. Él fue nuestro ángel custodio y nuestro alumbreador.
- l. El retorno a Cuenca nos permitió disfrutar de una de las ciudades más apacibles del país. La travesía del Cajas hacia la Costa fue grata. Ahora todo el grupo apreciaba la ruta, no solo por el trazado espléndido sino por el ritmo y la actitud del chofer, no obligado a tragar kilómetros. La estancia en Saraguro nos hizo olvidar todo cansancio y el chofer se prestó a hacer de guía, procurándonos contactos con granjeros y chiringuitos apetecibles. Pero nadie comprendió el interés de una visita a Garyaquil sin ton ni son: visitar el malecón y comer en un fast-food, para poder llegar a toda prisa al alojamiento en Puerto Rico.

- m. Llegamos a Alandalus cansados pero nos esperaba una sorpresa agradable; para compensar por la incuria de los primeros días se nos alojó cómodamente, cosa que apreciamos todos. Una estancia de dos días un tanto relajada, con visita a Puerto López para avistar ballenas y noche de sarao en la playa, compras y más compras... En fin, que como buen turista uno debe llenar el saco. Por un lado completar lo que esperabas o lo que documentales, folletos y más publicidad te anuncian, pero también compras excepcionales que no se esperaban. El turista no aprecia el lema *menos es más*; al contrario, como buen depredador debe saberse repleto. La impostura del tour radica ahí: la mayor parte de los viajeros no volverán y en ese circuito deben llevarse cuanto puedan, como la pesca de arrastre.
- n. La última etapa en Manabí sería la más intensa: Pova Honda. Allí vivimos una experiencia incipiente de turismo comunitario impulsado por Maquita Cushunchic. En eso los campesinos ecuatorianos son ejemplares, no se arropan de discursos, ni reiventan su historia, viven un cotidiano sencillo y su existencia por sí sola es aleccionadora. Los varones ocupamos una cabaña, no muy amplia, pero limpia y bien atendida, una flor en cada cama, la blancura de las telas, la calidez de la madera... Tony pudo dedicarse a su diario; José a sus dibujos y a sus notas; las chicas a sus apañes. Compartimos paseos y comidas, visitamos algún huerto de permacultura -todos los cultivos de la comunidad son orgánicos, con soluciones adaptadas a sus medios y al entorno-, nos hicieron partícipes de proyectos y esperanzas, las mujeres nos enseñaron a preparar el cacao, los niños nos acompañaron y los viejos nos ilustraron. Algunos nos ofrecieron "amorfinos" cálidos, Celidonia nos regaló poemas en la puerta de su casa, Adonis con tan solo 12 años nos dio una lección de repentismo, mientras José, el artista de nuestro grupo, enseñaba a hacer arcos y flechas certeros a los niños de la vecindad. Al tercer día las mujeres de nuestro grupo

andaban revueltas porque querían asistir a una fiesta comarcal a unos 200 km de nuestra comunidad, unas cuatro horas de viaje de ida y otras tantas de vuelta. Ellas argumentaban su interés (una, un tanto confundente, aseguraba que con un día de comunidad ya le bastaba). Los hombres les dijeron que eran libres de ir donde quisieran pero que ellos se quedaban para visitar la laguna, disfrutar del paraje y de la compañía de la gente. La laguna, cuyo proyecto causara en su tiempo tanta desgracia, paradójicamente, es hoy un espacio atractivo. Se podría decir lo que Magris escribe sobre Barcis: «Las aguas del lago artificial resplandecen de un verde esmeralda, como demostración de que el artificio no es menos encantador que la naturaleza, o mejor, que no hay artificio, porque es siempre ella, la naturaleza, la que produce y escenifica todo, incluso aquello que parece contradecirla» (Microcosmos, 2006: 65).

Todos quedamos complacidos: ellas porque partieron a la aventura con gente de la comunidad, porque llegaron cansadas pero repletas de sensaciones, y nosotros por haber penetrado algo más esta realidad, comprendido la intensidad del drama que vivió la comunidad hace 45 años, pero también, por haber tenido una visión del conjunto del valle y de su aparente bonanza. El bosque ruidado es apacible, la bruma taimiza formas y ruidos, los pasos mismos cobran otra dimensión, estás obligado al entorno, la visión no alcanza más allá de lo imprescindible, los frutos se perciben en toda su intensidad, ellos son la luz de esa niebla. La quietud en el sendero, la inquietud en el bosque. Por un momento la misma imagen del diablo: un perro negro, viejo y fiero con una oreja pelada lamiendo las abres de una perrilla blanca. Tomamos una cerveza en un chiringuito con la mocedad de los contornos y de noche platicamos con la gente como si el tiempo se hubiese parado ante nosotros.

Tan solo seis días en dos comunidades valieron por el resto. De vuelta a Quito, el grupo se negó a retornar al albergue de Magrita y se nos acomodó en la Mariscal. Todos aprovecharon

para pasear y hacer compras, compulsivas, como todas las últimas, compras de un viaje cualquiera.

3. Evaluación personal de la experiencia durante el viaje (apuntes sacados del diario de campo)

- a. «El tour me parece la forma más antigua de turismo y la más perversa. Desde el inicio triunfa como una forma social de cumplir un recorrido redundante que todo buen burgués medianamente de "su tiempo" (lo que hoy podríamos decir "in") tenía que haber cumplido. Por principio es un viaje tópico porque lo que interesa es, ante todo, jugar el juego, cumplir con el tablero sin caer en el pozo [...]».
- b. «Terminar felizmente el tour y "hacerlo por completo" son las características primordiales del viaje a las que todo turista aspira. Y aquí se repite la apuesta. Han pagado por la totalidad y privarse de algo les parece un fraude. Ahí encuentro yo el mayor fallo, pues el tour es de por sí manido. La celeridad suple a la intensidad. Si en el siglo XIX o en buena parte del XX el tour podía alimentar largas veladas de encuentro en las que la fantasía del viajero añadía un componente personal al recorrido, hoy toda fantasía es de antemano barrida, ya que el exceso de propuestas es tal que no hay otro remedio que el de cumplir las casillas del juego en su totalidad. Acabar rendido como cumplimiento de un contrato es el que prima la cantidad sobre la calidad. Esto lo hemos hablado en el grupo y sienten hasta qué punto puede ser una trampa. Como están aquí no quieren perderse una migaja [...]».
- c. «Los documentales, folletos e imágenes de publicidad son tan abundantes que no hay realidad que pueda superarlo. Todo es embaucador. No se puede perder uno nada, no vaya a ser que lo que un día de reposo pudiera robarme jamás lo volviera a encontrar. Este grupo, como cualquier otro, cumple con

este hábito. Ningún turista quiere salir de la bucle que el tour impone, pues se ha pagado el todo incluido y en esa oferta no cabe iniciativa personal [...]».

- d. «El apremio de no perderse nada se agrava tanto más que buena parte de los guías es cautiva del tópico como forma de rellenar la "farsa". Salvo rarísimas excepciones de guías de alguna institución (el joven guía bien formado para instruir sobre Guayasamín y su obra en La Capilla del Hombre –aun si un tanto hagiográfico–; Freddy Rosero, viejo guía de Palulahuá de un saber enciclopédico sobre volcanes, bien contextualizado históricamente y con honda reflexión crítica y análisis sociales bien documentados; Ricardo, de Saraguro, joven estudiante de arquitectura cuya autenticidad no necesitaba arparientos ni se arrojaba en discursos pretenciosos) [...]».
- e. «La formación de nuestra guía adolece de una base de cultura general. Todo está hilvanado o, peor, cogido con pinzas. Los tópicos como verdades endebles a la merced de una cifra mal manejada o de un concepto incomprendido. Ejemplo: "Las sociedades precerámicas tenían una cerámica muy refinada". "El Chimborazo es el monte más alto del mundo si se toma en cuenta el nivel del mar". "La civilización Valdivia data de 500 años antes de Cristo". "La civilización Inca es la civilización de la Piedra, pues sabían construir en piedra mejor que nadie". "La gente de la Laguna siempre supo viajar en canoa pues era su único modo de transporte" cuando el embalse tiene menos de 50 años y su construcción representó una catástrofe pues todos sus nexos de comunicación quedaron desarticulados (Pozza Honda) [...]».
- f. «El tópico desgarrador no permitía comprender lo que ocurrió en Pozza Honda y cómo una catástrofe les haría cambiar su percepción del valle, para mal y para bien. Fueron los habitantes quienes nos abrieron los ojos. Antes el

valle se articulaba por un tejido de caminos y agrupaciones; ahora, amputado, funcionaba en bucle de un solo sentido; la laguna como frontera infranqueable impuso un traslado de la población hacia una de las laderas, rompiendo la red sutil de pequeños colonos y obligando a una reagrupación. Reagrupación que conllevó una dinámica resiliente, pues agrupados por familias en recintos, con los años, dicha agrupación familiar daría pie al surgimiento de comunidades de historias cruzadas y al desarrollo de una solidaridad antitípica, de la que hoy se complacen [...]».

- g. «El embalse de 14 km de largo desde la presa a la cola, fue construido en los años sesenta del siglo pasado. Su terminación representó una catástrofe. No solo por la ruptura y desarticulación de ecosistemas y el modo de vida que ellos propiciaban (hábitat disperso y relación estrecha entre este y su entorno) sino por el desplazamiento de la comunidad existente (Las Mercedes) y el sistema de cultivos que comportaba (huertas). Todo el valle fue desestructurado. El sistema de caminos y los modos de transporte y comunicación. Imposibilidad de utilizar carretas y mulos y obligación de habituarse a un medio desconocido: las Canoas. Al cabo de 45 años esto parece superado, pues se ha construido un viario y la gente se ha "reorganizado". Pero en los mayores queda el recuerdo de haber conocido de cerca una catástrofe impuesta (¡¡quedamos aislados!). Sin contar que a eso se añadió la llegada de El Niño, de consecuencias aterradoras, ya que estaban atrapados en una bolsa sin salida (¡No sabíamos qué iba a ser de nosotros!). Incluso los que estaban asentados más arriba, si no fueron desplazados, no por eso se sintieron menos aislados [...]».
- h. «El grupo, tras vivir varios días en una de las comunidades, ha entendido más que a través del discurso estereotipado. Surge entre los turistas la satisfacción que aporta dar tiempo al tiempo, no solo porque compartimos momentos de seriedad,

sino también porque, tras las estancias en Saraguro y en Poma Honda, el grupo ha "comprendido" que la convivencia aporta "conocimiento" [...].

- i. «Los habitantes, una vez eclipsada la guía turística, han sido los embajadores más eficientes de la empresa esperanzadora que hoy viven. Maquita Cushunchic ha jugado en ese proceso un papel crucial, pues les ha permitido cohesionarse como valle en una empresa común. Aunque esto merece un análisis más hondo que solo una estancia prolongada permitiría [...].»

4. Evaluación colectiva al terminar el viaje

- a. Al terminar el tour se dedicó una velada a la evaluación. El grupo no aceptó la propuesta de perder todo un día en los locales de Maquita Cushunchic y se les pidió a los responsables de ACSUD y de Maquita que viniesen al hotel una tarde, tras la caída del sol.
- b. En primer lugar, uno por uno fue expresando la distancia que había entre sus expectativas y lo que hallaron, en particular la acogida y los primeros días tan mal cuidados y tan poco "responsables". Kilómetros y kilómetros sin otro interés que recorrer país a todo tren. *Le Grand Tour* de la mediocridad.
- c. Pero también la mayoría habló de la filosofía del tour -¿qué sentido?-, de la incompetencia de la guía que nos acompañó, de la visión tópica del país que ella inducía y del contrapeso de mi presencia. Pues, al cabo, parecía que yo supiera más de Ecuador que ella, posición nada cómoda para ambos.
- d. Llegado el turno, expuse los puntos que creía más positivos, para mí y para todos, así como de las deficiencias y contradicciones, incluso de fondo, que el tour conllevaba. Entendido como tour de *Turismo Responsable*. Al mismo

tiempo develé el propósito de mi viaje, y con eso mis compañeros comprendieron qué interés podía tener para mí un tour por un país que, a simple vista, parecía conocer.

- e. Todos éramos decentes de primaria, secundaria o universidad y lo que más resentieron es que no se hubiese tenido en cuenta su nivel a la hora de escoger la guía, de una cultura general un tanto floja.
- f. La mayoría, militantes ecologistas, percibían hasta qué punto ese tipo de tour comportaba una huella ecológica inercotada (más de 3000 km recorridos) de la que no se sentían orgullosos.
- g. Sin embargo, constatamos hasta qué punto el grupo sacó provecho de este viaje y qué impresión se llevaron. Y cómo, yo mismo en situación de aprendiz, descubrí aspectos de este país tan rico, diverso y complejo. Incluso al nivel más arcaico, pero en particular sobre el potencial que encierra.
- h. Personalmente, y tras esta experiencia, no creo beneficioso una guía de poca calidad. Por considerar el turismo como vitrina de particular importancia, sopeso la incidencia que eso tenga para la imagen de Ecuador. De ahí la trascendencia que debería tener la formación en cultura general de los guías y, sobre todo, en la visión misma de su país, no ya como colección de tópicos de salón sino en la comprensión social del momento y de las perspectivas que implican. Una buena formación en "guianza" no sería suficiente sin desarrollar la sensibilidad, la aptitud a aprender... No solo se necesitaría adquirir una visión más amplia del propio país y del mundo, sino que estimo imprescindible desarrollar la curiosidad. Saber observar, escuchar e interesarse a los temas más diversos. El guía no muestra solo lo evidente sino que puede enriquecer con sus apreciaciones y, para ello, enriquecerse continuamente con los viajes y contactos que estos procuran.

ya sea por aportación de los propios viajeros o, sobre todo, por los conocimientos de artesanos, profesionales diversos y la población en general. He podido constatar que viejos guías con experiencia de terreno y apertura de espíritu o jóvenes guías locales comprometidos con su comunidad y el planeta son capaces de contagiar al viajero tanto por sus conocimientos como por el modo en que los sienten¹⁹.

- i. De todo el viaje lo que más impresionó a todos y de donde sacamos mayor beneficio fue de la estancia con las comunidades, en particular Saraguro y Poza Honda. Y lo que menos apreciaron fue tanto el kilometraje excesivo como la mediocridad que tuvimos que sufrir en comidas del *poor fast-food*, durante gran parte del viaje.

5. Impresiones sobre el tour

Si en algunas comunidades es notable la fuerza resiliente de sus proyectos, no todo lo relacionado con el turismo tiene este vigor. Ofertando sus identificaciones como mera baratija, sin darse cuenta de que se les utiliza como bíblicos circenses, reducen su cultura a un esqueleto sin sustancia.

¹⁹Últimamente conocí a un viajero en Galápagos que desde hace cuarenta años viene periódicamente a las islas, solo o acompañando a alumnos. Su testimonio me parece interesante. En su primer viaje en los años ochenta vino con 17 alumnos en dos veleros. En aquel viaje estuvieron acompañados por guías con buena formación. "Los guías, ingleses y americanos, eran cultos y, además de enseñarte mucho sobre las islas, podías conversar con ellos de cualquier tema. [...] La diferencia con los guías de hoy en Ecuador es que a estos se les prepara para cumplir una misión precisa pero su formación no va más allá, no se puede ir muy lejos con ellos. Es como cuando encuentras a un testigo de Jehová. Son profundamente amables pero no puedes conversar con ellos. [...] Con los testigos de Jehová, por ejemplo, es inútil hablar de la caída de Adán y Eva, no comprenden que ese pasaje habla de uno mismo. Son el hombre y la mujer quienes se descubrimos desnudos y vieron que eran diferentes. Hasta entonces se creían iguales. El fin del Paraíso es descubrir la diferencia. [...] Un guía ecuatoriano lo mismo, te lleva a un sitio y te explica generalidades, si le preguntas sobre la edad de las tortugas, te responde unas 150 años más o menos, pero no más. No puede ir más lejos. No cabe preguntarse".

- a. En cuanto a la autenticidad, me ratifico en las dadas sobre el juego de máscaras que muchas de las actuaciones indígenas "presentan" a los turistas. Con la obsesión de recobrar raíces precolombinas sobreactúan o, peor aún, escenifican formas esclerosadas o folclorizadas que no se sustentan en una vivencia colectiva. No veo la necesidad de recrear rituales sagrados para el turismo y de paso convertirlos en mero abarrote. Es como si los monjes de cualquier hospedería monástica cantaran un *te Deum* para encandilar a los visitantes o un grupo de la huerta del Rey Moro de Sevilla interpretase un *adefeso* taurístico con la pretensión de hacer ver la auténtica cultura del "pueblo" andaluz, o si un grupillo de los "comuneristas" castellanos presentasen a los visitantes del museo de Peñafiel un ritual celtibero en el intento de hacerles creer que esa es la genuina alma ribereña: *arévacos, vacecos y mamontinos*.

- b. Los antropólogos somos un tanto tocados por esas vertebraciones arcaizantes y creo que hemos contribuido a su desparrame y, por lo que me toca, pido disculpas por haber auxiliado a tamaño disparate, si algún día cometi tamaño simpleza. Deberíamos ser algo más cuidadosos ante esas demostraciones "ex profeso" y, en todo caso, no magnificar sobreactuaciones escénicas. Y lo digo por pensar que comportan un venereo sutil que momifica las perspectivas dinámicas de cualquier sociedad. La entropía acecha a todo grupo que intenta cerrarse sobre sí mismo y no podemos contribuir alegremente a ese maleficio. El juego debe ser siempre juego, en su verdad y en su límite. Por no dar más que un ejemplo comparativo, en Poza Honda, la comunidad mestiza al ofrecernos un recibimiento con toques folklóricos manabitas, ellos y nosotros fuimos conscientes de la "recreación" a la que participábamos. Toda énfasis sobeaba y los "amorfinos", "danzas" y discursos tenían cierta inocencia, incluso en la misma "presentación". Nada de sabuerrios ni de "oraciones" a los ancestros tatclares, ni de seriedad

"impoluta". Ocurría otro tanto con las danzas de los cañaris cuando Doris y Esteban nos visitaron en Caguasapamba, como sucede con las jotas serranas de Sepúlveda que se danzan ante la virgen de Hornaez o las sevillanas corraleras de los lebrijanos cuando acuden a la Hispalense a presentar "las Cruces", son ofrendas rituales sin mayor pretensión que el homenaje. Nadie toma eso como un sacro ancestral, aún más, los toques de humor son frecuentes y los rostros muestran el regocijo al que asistimos. Señalo esto por creer que por ahí apuntan reflexiones que nos ayudarían a comprender la desventura del "pueblo indio", en la que algunos iluminados quisieran encerrarles. Aquí en Ecuador, no son pocos los que sienten ese drama como una encerrona de la que se debe salir, y me pregunto hasta qué punto la creatividad podría ayudarnos en tamaño asunto, al modo en el que el teatro de Valle Inclán desmitifica toda esa demonología esperpéntica de Galicia o los relatos de Gabo lo hace con la historia reciente de Colombia.

- c. Sin querer entrar en detalles sobre la media docena de reuniones que se nos ofrecieron con dirigentes palabreros, marcados por el irredentismo, no percibi geramen alguno que pudiera surgir de cenizas envenenadas por el rencor, olvidando que todo pueblo se afirma en su devenir.
- d. Dos días después de nuestro retorno a Quito y para concluir el TOUR, el broche final antes de la evaluación fue un encuentro con mujeres indígenas de la Ecuarrunari (organización indigenista serrana de la CONAIE) que nos ofrecieron la agenda caducada de 2008-2009 (financiada por la cooperación europea). La agenda, un tanto verbosa, tenía en cuenta el calendario inca como la gran verdad andina, fuera de toda realidad local. Javier Carrera, de la "Red de Guardianes de Semillas"⁴⁰, me comentaba su hastío

de tanto palabreo buero que aplasta la complejidad de la buena América a los ejemplos incas o aztecos y cómo, desde México o Perú, se está elaborando la Gran Verdad de los pueblos indígenas del continente, reduciendo la inmensa riqueza cultural precolombina y las realidades locales a esos dos polos, a expensas de arrasar con todo lo que existe entre medias. ¡Si eso valiera para darnos cuenta de hasta qué punto los textos se afanan en olvidar el contexto!

6. Cómo se construye el relato de la experiencia

- a. Durante el viaje la experiencia tiene momentos bajos y otros álgidos, pero serán los primeros los que primarán; a ellos van dedicadas las fotos e incluso el relato y los dibujos que un veterano va trazando. Eso formará el corpus de la leyenda, eso no solo justificará el gasto sino que servirá de recuerdo para hijos, amigos y familiares y alimentará el tópico de lo exótico. A ello se añadirán diferentes tipos de compras, las nimias y las de gran valor que vendrán a ensañar el cotidiano. El más veterano del grupo, componente de un grupo folklórico progresista adquirirá un charango eléctrico minimalista ultramoderno que cubrirá su viaje. Su esposa comprará mantelerías y rebazos, otros objetos personales o didácticos y todos adquirirán "souvenirs". En total habrán gastado una media de \$ 800 por persona, contando extras y menudencias.
- b. A la hora de evaluar en el recuerdo, algo en ellos ha cambiado. En los últimos momentos, mientras cenábamos fuera de

abierto para el intercambio de información sobre experiencias y métodos que permitan la construcción de una sociedad sostenible desde la base. Su orientación es eminentemente práctica. La idea es presentar ejemplos sencillos, que pueden replicarse fácilmente en casa o en las comunidades. Se tratan temas como cultivos, métodos agroecológicos, tecnologías apropiadas, nutrición, medicina natural, pequeñas industrias y experiencias de vida de promotores de la sostenibilidad. <http://alpa.rodsemillas.org>

⁴⁰ Javier Carrera es uno de los líderes de RGS y editor de la Revista *Alpa* (agroecología, semillas y sostenibilidad). *Alpa* está planteada como un foro

toda institución, se veía cómo iban trastocando los malos momentos. En ello les va el propio éxito de su viaje. Saber transmitir. Así comienza la mitificación de lo "vivido". La transfiguración del bodeo en viaje venturoso. Todos fuimos agentes y actores de algo excepcional que podremos ofrecer a cuantos se presten. Logramos conocer un país por tan solo haber residido más allá del hotel de paso, entre gentes que nos ofrecieron sus palabras y su sonrisa. Incluso, en esta transfiguración, la guía se convirtió en hada providencial. La mediocridad reviste sus mejores ropas. El "viaje" se convirtió en "obra". Un tour infalible, a modo de película que ahora podrían contemplar embobados. En efecto, al terminar el viaje el grupo de Castellón construirá un DVD con fotos y pequeños cortos que sintetiza este tour en viaje idílico que todos han "vivido".

- c. Poco tiempo después de acabar el "tour" recibí una reseña publicada en la prensa local por cuatro miembros del grupo. Todos militantes de la asociación valenciana que preparó el "viaje" y que financia algún proyecto en Saraguro, relacionados con la fundación Hatari. Como se puede constatar en el documento adjunto, al cabo de algunas semanas los escollos se olvidaron, se limaron flecos y queda esa impresión aragésica de haber vivido una experiencia "auténtica", de haber estado inmersos en la beatífica comunidad de ángeles impolutos. En todo caso, lo más sorprendente es eso: que de todas las miserias del "tour" no hayan retenido más que la estancia en las comunidades que practican turismo comunitario de modo consecuente: Pozo Honda y Saraguro (seis días valieron por el resto). Es cierto, y la foto es un fiel testimonio, que en todos quedó grabada la huella de gente como Mama Luz (la vista está tomada desde su casa) y que la última estadia con los montañeses de Pozo Honda a todos nos marcó. Algo de eso debemos retener, que el turismo comunitario es un buen producto turístico a nada que se le cuide, pues lo que la gente puede vivir ahí no le es dado en su entorno habitual; es más,

va a contracorriente de los modos de organización que son nuestros y a la vera del ensueño que alguna vez pensamos como la "eutopía"³⁰ o posible utopía aquí encorizada.

- d. Algo de esa "eutopía" me ha sido dado vivir un fin de semana en Tumbaco, acompañando a un grupo de turistas solidarios que venían a comprobar in situ si los fondos de que disponen convendrían al proyecto de la comunidad indígena, motera del movimiento "Red de Guardianes de Semillas"³¹. Una vez más el impacto fue descomunal, asistiendo a una demostración de cómo lo "auténtico" puede ser una forma de vida compaginada con los siglos venideros. Es más, puede que el mejor modo de salvaguardar el planeta y de vivirlo de modo "armónico". En su gran parte, el grupo lo componían castellanos viejos, gente de la Ribera del Duero, mi tierra natal (¡Dios!, creí alucinar, allí también hay turistas solidarios). Ellos en particular vieron que esa tierra de Castilla despoblada podía echar mano de algo así para regenerar tierra y comunidad, como ellos lo conocieron de niños y como ellos lo piensan para este siglo. La macro-red se entrelaza con la micro-red sin aparente distorsión y lo que se experimenta en este rincón perdido toma tintes de hazaldas de las que añoraban los teóricos anarquistas del XIX. Después de esa intensa jornada, los viejos castellano-viejos, me miraban envidiando un trabajo que me permitiera tocar en vivo algo parejo y puede que mi presencia pesara a

³⁰ Eutopía es un término inventado por Tomás Moro para su ciudad ideal, así la llama en la edición del 1518, que a diferencia del que se imponería en otras ediciones de su obra "La isla de la Utopía" apunta un lugar idóneo. Proviene del griego eu: adecuado, bueno, conveniente, feliz y topos: lugar. Un lugar eutópico es un buen lugar fruto de fe, esfuerzos e ilusiones donde se puede vivir sin agobios.

³¹ La "Red de Guardianes de Semillas" (RGS) es una plataforma social dedicada a promover la agrobiodiversidad y la ecología prístina en Ecuador y el sur de Colombia. Debido al interés en construir modelos integrales de vida, trabajan en agroecología, bioconstrucción, soberanía alimentaria, economía solidaria, alternativas en educación y tecnologías apropiadas. www.redsemillas.org

la hora de decidir las ayudas que otorgarán a proyectos como la reforestación de laderas áridas y a la fascinante recreación de un urbanismo ad-hoc en plena montaña inhóspita (Castilla vibraba en sus adentros). Cómo el esfuerzo de 65 familias podía romper el hechizo del malhadado destino (Castilla en el pensamiento). En fin, que no es banal la carga sentimental de la eutopía "auténtica". Y yo pasé un día "idílico" queriendo creer en lo increíble, fascinado por el cuento de hadas que ve germinar el desierto con solo creer en ello y romperse los cuernos en la hazaña (Castilla en el devenir).

- e. Esta eutopía la vi encarnarse también en aquel otro proyecto de Chumical, que compartimos en agosto con el grupo, en la que una comunidad mestiza traza en las márgenes del río León la tierra bíblica que Moisés solo pudo admirar desde la montaña pues, como yo, él pecó de incredulidad, aún si esta solo cupiera en el breve retazo de la duda.

7. A modo de remate

Las preguntas que motivaron nuestro trabajo creo haberlas ido mostrando en estos apuntes. A la cuestión ¿qué motivaba al turista solidario de este tour?, convengo que estaba implícita la búsqueda de lo que "el otro" nos puede aportar. A sabiendas de que si no nos hará cambiar, alguna simiente quedará para nuestros días de ensueño nostálgica, sin contar que pudimos darnos cuenta de que no era necesaria tanta plata para enfrentar la vida si lo que se quiere alcanzar es un buen vivir solidario. Puede que allí estuviera la gran lección y, al menos a mí, esa es la recompensa que he logrado estos últimos años, tras meses de convivencia con comunidades andinas e insulares. Comprender que el bien supremo del que nos hablaban algunos utopistas estaba en el apoyo mutuo y la malignidad que nos empujaba radica en el egoísmo absoluto.

En lo concerniente a la visión de las comunidades, lamentamos unánimemente no haber podido visitar la comunidad amazónica cuya experiencia se nos hizo entrever como ejemplar, en cuanto a las otras, todo fue demasiado rápido para tener otra perspectiva que no fuera idílica (Saraguro, Poza Honda) o nefasta (Quilotoa), pero algo quedó indudablemente y la muestra es el artículo que los compañeros de Castellón escribieron de vuelta a casa en el periódico local. En cuanto a Maguá, por ser uno de los organismos más respetables de Ecuador, considero que no debería prestarse a organizar viajes kilométricos, sino facilitar el conocimiento de la vida comunitaria y permitir convivencias de varias jornadas, enriquecedoras para anfitriones y huéspedes. Los días pasados en Saraguro o Poza Honda, por ejemplo, son lo más preciado que tuvimos cuando participamos en el tour y eso debería ser un ejemplo replicable de este tipo de turismo. En cuanto a quién o qué ayudaba a forjar una imagen de la comunidad, ya hemos ido viendo el papel del guía saraguro y, sobre todo, el ver vivir a cada comunidad, su día a día, solventar los envites que se dicen para su devenir y sentir el entorno como un bien común que deben transmitir en herencia. Puede que eso fuese lo que más nos impactara y de lo que cada uno sacase enseñanzas inolvidables.

No me extenderé sobre las relaciones que fuimos tramando en el grupo; con el pasar del tiempo fueron haciéndose de relativa complicidad aunque las parejas formasen una barrera difícil de quebrar, pero ¿qué hacer en tan poco tiempo frente a ese escudo protector en el que se cobijan los emparejados como tortugas a la defensiva? No tengo respuesta, pero sí decir que el estar emparejado no impidió la relación entre Tony, el músico enamorado de los instrumentos andinos, y el resto del grupo. Los otros dos tenían aún mucho que tramar juntos para perder el tiempo con extraños. Ellos sacaron provecho de cuanto vieron y vivieron y puede que el viaje consolidara ambas parejas en su quehacer cotidiano. En cuanto a la estimación del gasto por individuo la cifra que ofrecí de \$ 800 es un tanto aleatoria, pues

no pude apreciar cuánto se gastaba en bases ni en consumos varios, tan solo por lo que ví comprar o nos exhibían tras las visitas a mercadillos a modo de trofeos o de "gangas" pues, de eso se trata, de ganguear en viajes y poder mostrar no solo productos "originales" sino a buen precio, lo que realza su valor por lo del arte del regateo que, como bien se sabe, todo viajero debe practicar si no quiere ser tomado por loco. Y por traer, algunos trajeron recetas de platos montubios y formas de tostar el cacao y hacer una bebida aromática y sabrosa.

El viaje sirvió a todos y si no estuvo a la altura de lo que cada uno esperaba jamás contarán la cara oculta de este periplo, la huella ecológica, ni los momentos de tedio, sino la aventura y el "récord" de haber hecho en tan pocos días un tan largo viaje y a tal punto "provechoso", pues no solo "vieron" las tres grandes ciudades del país sino que recorrieron Sierra y Costa, avistaron ballenas, vistaron volcanes, valoraron restos de viejas civilizaciones y pudieron apreciar el interés de la vida en comunidad –algo que en sus países ya se había disuelto tiempo ha–. *El Grand Tour* cumplió su función: distraer e instruir, eso es lo que importa, lo demás contará, si es que cuenta, para mejorar la cosa.

Desde Playa Negra, isla de Floreana
28 de diciembre del año 2012.

Referencias bibliográficas:

- Boyer, Marc (2007). *Le Tourisme de masse*, París: L'Harmattan.
- Braybrook, Jean (2000). "Journal de voyage de Montaigne", in: *La Chouette* N.º 31, London, pp. 27-34.
- Carrrelli, Stefano (1998). *L'acqua scende a valle. Riflessioni sul turismo*. Santarcangelo di Romagna: Fara.
- Carrero Martín, Pedro Antón (1998). "El viaje es siempre interior", en Luis Fernando García Barvón & María Márquez Rodríguez. *Ecoguía/ Sierra de Aracena y Picos de Arceche*. Madrid: Anaya/TouringClub.
- _____. (2003). *Guía de comarcas vitivinícolas y bodegas de Andalucía*, Junta de Andalucía, Consejería de Turismo. Sevilla.
- _____. (2006). *De fiesta en fiesta. Guía de fiestas de los pueblos de Huelva*, Huelva.
- _____. (2007). "Turismo y Cultura: pluralismo cultural y turismo", en Doris Solís Carrión y Esteban Ruiz Ballesteros (Coords.), *Culturas, identidades y gestión turística*. Cuadernos Docentes N.º 1, Cuenca: Universidad de Cuenca (Ecuador) 13-47.
- _____. (2007b). "Turismo interior/ turismo rural en Andalucía", en Doris Solís Carrión y Esteban Ruiz Ballesteros (Coords.), *Culturas, identidades y gestión turística*. Cuadernos Docentes N.º 1, Cuenca: Universidad de Cuenca (Ecuador) 141-159 (en colaboración con Viceme Roselló Olivares).
- _____. (2007c). "Cuando el sapo llora... La acción de agentes externos como factor para el desarrollo del turismo comunitario en las comunidades de Caganapamba y Sisid (Cañar)", en Doris Solís Carrión y Esteban Ruiz Ballesteros (Coords.) *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*, Quito: Abya-Yala (en colaboración con Lucía Fernández Machado), pp.125-177.

- _____. (2008). "Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad", en *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 6, n° 3, pp. 399-418 (www.pasosonline.org). En colaboración con Esteban Ruiz Ballesteros, Macarena Hernández, Alberto del Campo y Agustín Coca.
- _____. (2009). "El gusano y la flor. El turismo en un contexto de economía solidaria", en Esteban Ruiz Ballesteros y María Augusta Vintimilla (Coords.), *Cultura, comunidad y turismo. Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*. Quito: Abya-Yala, pp. 193-267.
- _____. (2011). "Mundo rural y desarrollo en perspectiva ecogastronómica. Apuntes desde la Sierra de Aracena", en Javier Escalera Reyes (Coord.) *Comunar Naturaleza. Productos turísticos y espacios protegidos en Andalucía*. Sevilla, Aconcagua libros (en colaboración con Esteban Ruiz Ballesteros), pp. 49-99.
- _____. (2011b). "Entre Darwin, la Baronesa y el cacave. El desarrollo del turismo de base local en Floreana (Galápagos)", en *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, número especial: "Turismo, Patrimonio e identidad. Un intercambio narrativo", (www.pasosonline.org). En colaboración con Esteban Ruiz Ballesteros.
- _____. (2013). "Turismo pausado en perspectiva de coevolución. Aportaciones desde territorios matrices de Ecuador: Amazonia, Andes, Galápagos", en Jesús Monteagudo (Coord.) *Estrategias de Desarrollo y Cooperación en Turismo Patrimonial y Ambiental (España e Iberoamérica)*. Sevilla, UNIA (en prensa).
- Coebin, Alain (2001). *L'annéement des loisirs, 1850-1960*, Paris: Flammarion.
- García Mercadal, José (1999). *Hojas de Extranjeros por España y Portugal*. Valladolid: Junta de Castilla y León (3 vols).
- Gasparini, Giovanni (1998). *Sociologia degli interstizi*, Milano: Bruno Mondadori.
- Giacci, Armando (1995). *Genius occurrus*, Roma: Bulzoni.
- Guattari, Félix (1996). *Las tres ecologías*, Valencia: Pre-Textos.
- _____. (s. f.), "El paradigma estético", entrevista realizada por F. Urribarri, www.patitrasero.blogos.com/_guattari-el-paradigma-estetico.html
- Hernández Mogollón, José, M.; de Salvo, Paola; di Clemente, Elide (2011). "Slow tourism o turismo de la lentitud: un nuevo enfoque al desarrollo de territorios lentos", en *Book of Proceedings, vol. I. International Conference on Tourism & Management studies*, Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve, pp. 883-893.
- Leed, Eric J. (1991). *The Mind of the Traveller. History of Travel*, New York: Basic Books.
- McCarnell, Dean (2003). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*, Barcelona: Melusina.
- Maczak, Antoni (1996). *Hojas y viajeros en la Europa moderna*, Barcelona: Omega.
- Montaigne, Michel de (1983). *Journal de voyage*, Paris: Gallimard.
- _____. (2007). *Los Ensayos*, Barcelona: Acantilado.
- Origt du Cluzeau, Claude (1998). *Le tourisme culturel*, Paris: PUF.
- Pascal, Blaise (1963). *Pensées et opuscules*, Paris: Le club français du livre.
- Vega, Carmelo (2011). *Lógicas turísticas de la fotografía*, Madrid: Cátedra.

Mediterráneo
 SUPLEMENTO SEMANAL DE

Solidaridad

Viajar con una mirada solidaria

Un grupo de cuestionistas han participado este verano en un viaje de turismo responsable a Ecuador promovido por la ONG ACUAD-Luz Sigovias. Una magnífica experiencia vital

Vamos al fin de semana a hacer turismo de solidaridad a Ecuador y nos encontramos con un grupo de viajeros que nos cuentan una experiencia muy interesante que ha sido el punto de partida de un viaje de turismo responsable a Ecuador promovido por la ONG ACUAD-Luz Sigovias. Este viaje ha sido una experiencia vital para todos los que lo hemos vivido.



Un grupo de viajeros que han participado en el viaje de turismo responsable a Ecuador promovido por la ONG ACUAD-Luz Sigovias.

Este viaje ha sido una experiencia vital para todos los que lo hemos vivido. Hemos viajado con una mirada solidaria y hemos participado en un viaje de turismo responsable a Ecuador promovido por la ONG ACUAD-Luz Sigovias.



Una casa de la mamá en un pueblo de Ecuador.

Este viaje ha sido una experiencia vital para todos los que lo hemos vivido. Hemos viajado con una mirada solidaria y hemos participado en un viaje de turismo responsable a Ecuador promovido por la ONG ACUAD-Luz Sigovias.

Según los viajeros que han participado en este viaje de turismo responsable a Ecuador promovido por la ONG ACUAD-Luz Sigovias, esta ha sido una experiencia vital para todos los que lo hemos vivido.

Este viaje ha sido una experiencia vital para todos los que lo hemos vivido. Hemos viajado con una mirada solidaria y hemos participado en un viaje de turismo responsable a Ecuador promovido por la ONG ACUAD-Luz Sigovias.

Este viaje ha sido una experiencia vital para todos los que lo hemos vivido. Hemos viajado con una mirada solidaria y hemos participado en un viaje de turismo responsable a Ecuador promovido por la ONG ACUAD-Luz Sigovias.

Este viaje ha sido una experiencia vital para todos los que lo hemos vivido. Hemos viajado con una mirada solidaria y hemos participado en un viaje de turismo responsable a Ecuador promovido por la ONG ACUAD-Luz Sigovias.