

Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad

**Esteban Ruiz, Macarena Hernández,
Agustín Coca, Pedro Cantero, Alberto del Campo**ⁱⁱ

Universidad Pablo de Olavide (España)

Resumen: El creciente impulso del Community-based tourism (CBT) como vía para un turismo sostenible y estrategia para el desarrollo social nos obliga a profundizar en su comprensión. En este artículo proponemos como táctica teórico-metodológica la focalización analítica en la comunidad. El referente empírico de la investigación es el turismo comunitario (TC) en Ecuador, donde se han seleccionado cinco comunidades para llevar a cabo un estudio etnográfico en profundidad. Como conclusión planteamos un marco comprensivo del TC que tiene tres pilares básicos: la centralidad analítica de las comunidades, la consideración del TC como ‘traducción’ antes que como ‘adaptación’ al mercado, y el carácter fortalecedor —antes que debilitador— del TC para las comunidades. De aquí se derivan una serie de indicadores cualitativos que sirven para encarar, desde el punto de vista teórico, la comprensión general del CBT y asimismo son útiles para la evaluación de la sostenibilidad de proyectos y experiencias de CBT.

Palabras clave: *Community-based tourism*; Turismo comunitario; Comunidad; Ecuador.

Abstract: The growing impetus of community-based tourism (CBT) as a means of achieving sustainable tourism and a strategy for social development forces us to seek a deeper understanding of this phenomenon. This paper proposes an analytical focus on the community as a theoretical/methodological tactic. The empirical reference point in this research paper is the concept of turismo comunitario (TC) in Ecuador, where five communities were chosen to conduct an in-depth ethnographic study. By means of a conclusion, a comprehensive framework is put forward for TC, founded on three main pillars: the analytical centrality of the communities; the consideration of TC as a ‘translation’ rather than an ‘adaptation’ to the market; and the fortifying - rather than debilitating - nature of TC for the communities involved. This provides a series of factors that can be used to gain a general understanding of CBT, from a theoretical point of view, and which can also be used to evaluate the social viability of CBT projects and experiments.

Keywords: Community-based tourism; *Turismo comunitario*; Community; Ecuador.

ⁱⁱ • Esteban Ruiz, Macarena Hernández, Agustín Coca, Pedro Cantero, Alberto del Campo son miembros del Grupo de Investigación Social y Acción Participativa (GISAP). Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Pablo de Olavide, Sevilla (España). Email: eruibal@upo.es

Introducción

La preocupación por un turismo sostenible ha animado crecientemente a buscar modalidades y productos turísticos que encajen en las culturas y en el medio ambiente. A su vez, la impotencia para reducir la desigualdad económica y el acceso a los servicios básicos de una gran parte de la humanidad ha convertido al turismo en estrategia emergente para el desarrollo. No es extraño, por tanto, que el *community-based tourism* (CBT) esté hoy fuertemente auspiciado por organizaciones internacionales (WWF, 2001; WTO, 2006), Estados, ONG's, organizaciones internacionales de ayuda al desarrollo y pueblos indígenas, convirtiéndose en muchos países en una panacea del desarrollo turístico *desde abajo*, protagonizado por comunidades que habían sido tradicionalmente objetos antes que sujetos del desarrollo. Los objetivos del CBT son múltiples: "communities' empowerment and ownership, conservation of natural and cultural resources, social and economic development, and quality visitor experience" (Hiwasaki, 2006:677).

No obstante entre los deseos y las realidades siempre se mantienen distancias y no son pocas las críticas a este modelo de operación turística, sea por neocolonialista, excesivamente centrado en lo ambiental y dependiente de ONG's (Manyara, Jones y Botterill, 2006), sea por sus deficiencias desde una 'community development perspective' (Blackstock, 2005). No obstante todo esto depende de qué turismo estemos hablando, de en qué contexto político-institucional se enmarque y sobre todo de qué estemos entendiendo por comunidad.

El interés de las agencias y organizaciones internacionales y nacionales, así como la creciente sensibilidad del mercado, y en definitiva la profusión de experiencias turísticas comunitarias, han convertido al CBT en objeto emergente, necesitado de estudio y reflexión específicos (Stronza, 2001). Pero bajo la etiqueta de *community-based tourism* se esconden realidades muy distintas. El CBT no puede asociarse a ningún producto turístico concreto, si bien es indudable su vinculación con el ecoturismo. Así se reclama la necesidad de plena participación de las comunidades para

culminar los objetivos del ecoturismo (Scheyvens, 1999) y se deja entrever que la falta de este involucramiento es causa de la debilidad o efectos negativos de algunas experiencias ecoturísticas (Hernández et al., 2005). No obstante, el CBT trasciende el *nature-base tourism* y se desarrolla en cualquier otro ámbito del sector turístico (turismo cultural, vivencial, de aventura...). Por otro lado, nos encontramos con muy diversas modalidades de organización y gestión del CBT, contemplándose tanto la participación pasiva de las comunidades en colaboración-dependencia con empresas privadas (como mano de obra), como modalidades en las que las comunidades de forma autónoma tienen pleno control sobre las operaciones turísticas (Wunder, 2000). Pero quizá la circunstancia más imprecisa en torno al CBT —que la hace un contexto tan heterogéneo— es la propia consideración de "comunidad", un concepto muy discutido en las ciencias sociales y que en los estudios turísticos se operativiza de múltiples formas. La comunidad a la que se refieren los estudios sobre CBT tiene un perfil muy variado en relación a las orientaciones teóricas de los autores y los contextos socio-culturales analizados. Todas estas circunstancias —tipos de turismo, modalidades de organización y conceptualización de comunidad— dan cierto carácter difuso al CBT.

En la actualidad todo negocio turístico afirmará una actitud sensible con el medio y la cultura, por eso la organización y gestión turística comunitaria se convierten en el auténtico elemento distintivo del CBT: es la comunidad en el turismo y no tanto el turismo en la comunidad lo definitorio en el CBT. Desde esta perspectiva precisamos estudios que se anclen teórica y metodológicamente en las propias comunidades, esta es nuestra apuesta metodológica. No significa esto que la dimensión de mercado o institucional queden fuera de interés, sino más bien que la atención lógica al mercado, al estado, a otras organizaciones, a la protección ambiental y respeto cultural, deberían enfocarse desde una rigurosa sensibilidad analítica con la comunidad y sus formas organizativas. En este sentido nuestro objetivo aquí es doble: (1) profundizar en la comprensión del CBT a través de la focalización analítica en la comunidad y —como

consecuencia de ello— (2) apuntar indicadores para evaluar la sostenibilidad de proyectos y experiencias de CBT.

Comunidad y *community-based tourism*

La comunidad —como concepto socio-antropológico— tiene al menos dos caras. Una refiere casi exclusivamente a contextos simbólicos apoyados en discursos y prácticas de identificación colectiva en los que pesan más las adscripciones personales que las relaciones y redes propiamente dichas (las comunidades simbólicas). La otra evidencia que la comunidad constituye principalmente un contexto organizativo, de control y gestión social, en el que los individuos se encuentran integrados y desde el cual se gobierna gran parte de sus vidas (las comunidades tradicionales). En realidad, la vertiente simbólica y la vertiente socio-organizativa conforman un continuum que debe integrarse convenientemente para comprender qué es una comunidad. Desde la perspectiva que nos interesa aquí, la comunidad debe ser entendida más bien como una trama organizativa de las relaciones sociales con lógica propia. Este es un tema ampliamente debatido en las ciencias sociales —debate en el que no podemos entrar ahora (ver Crow & Allan, 1994)— con postulados extremos: del rechazo a una noción que confunde más que ayuda para la comprensión de la vida social, a una conceptualización romántica, esencialista de las comunidades como paraísos de la armonía y la ausencia de conflicto. La comunidad precisa ser desmitificada pero asimismo hemos de reconocer su evidente existencia y funcionalidad.

¿Qué concepto de comunidad sería operativo para encarar el CBT? Comunidad es un marco organizativo y de sentido con implicaciones múltiples. Entraña una forma de regulación política que incluye tanto acusados liderazgos internos como foros asamblearios, así como instituciones de gobierno (juntas, consejos, cabildos, directivas) a los que se accede por vías variadas (edad, prestigio, elección). Una trama de relaciones sociales en las que el parentesco juega un papel destacado, y en el que las relaciones cara a cara marcan la pauta general conformándose una densa red social. Es notoria la presencia del conflicto

interno, propio de los procesos de conjugación creativa de intereses individuales, parentales y colectivos enmarcados en la comunidad (Belsky, 1999; Gascón, 1996), así como de desigualdades en razón de género, edad y estatus. La existencia de un sentido territorial muy acusado que no tiene que estar marcado exclusivamente por criterios de ancestralidad, pero sí de gestión, lucha y mantenimiento del territorio y los recursos (Chamoux y Contreras, 1996). En el seno de las comunidades se desarrollan modelos de intercambio capitalista que conviven con modelos de reciprocidad (Temple, 2003), asimismo no podemos olvidar la importancia que adquieren las formas de trabajo colectivo, como la *minga* en el área andina. Y, como no, la comunidad es un marco simbólico-identitario que articula a sus miembros en torno a universos de sentido (Cohen, 1985). La comunidad, siguiendo a Willmott (1986) (citado en Crow & Allan, 1994:3), viene a significar ‘tener algo en común’ y ese común se ancla en tres elementos principales: *place, interest and attachment* (lugar, interés y apego). Desde esta perspectiva, la comunidad conforma tanto un mundo particular como un entendimiento compartido, conformándose así el “fundamento epistemológico de la experiencia comunitaria” que nos apunta Bauman (2001).

La comprensión del desarrollo de la actividad turística en las comunidades debe estar mediada por una consideración adecuada de todo lo anteriormente expuesto. No todo agregado humano puede ser considerado comunidad; un colectivo, la sociedad civil, un grupo, una ciudad, no son comunidades en el sentido que aquí requerimos. La comunidad es una estructura de funcionamiento con entidad en sí misma, sin que ello quiera decir autónoma del exterior. Para los efectos que nos ocupan el nivel de relaciones sociales, así como la capacidad de autoorganización y acción colectivas deben ser los elementos principales a considerar. Comunidad no es una cosa, sino una forma.

Desde los estudios de CBT se reconoce ampliamente la centralidad de las comunidades (Afama, 1996; Cusack & Dixon, 2006; Scheyvens, 1999), pero escasamente se investigan desde dentro. Además, en muchos casos la consideración de comunidad

es demasiado laxa, imprecisa o versátil, hasta el punto de que se convierte en una noción tan amplia que ni siquiera refiere a realidades sociales mínimamente homologables, estableciéndose analogías —no siempre reconocidas— con sociedades locales, sociedad civil, o localidades (cfr. Blackstock, 2005; Nepal, 2004; Southgate, 2006): comunidad no es igual a gente. La pertinencia de la apuesta analítica por la comunidad busca priorizar la comprensión del hecho turístico *desde la comunidad*, entendida ésta como un ámbito social heterogéneo de intereses contrapuestos y en conflicto ante el desarrollo del turismo (Belsky, 1999; Southgate, 2006). Pero esa heterogeneidad y los intereses consiguientes se encauzan desde las formas comunitarias de resolución de conflictos y toma de decisiones, que no siempre son adecuadamente analizadas en los estudios sobre CBT, quedando incomprendidas. La comunidad no es un marco en el que ‘todos son iguales’, o en el que las cosas se hacen necesariamente entre todos, sino que hay que enfocarla como un contexto de vida social con sus propias lógicas desde el que se decide qué se hace —colectiva o individualmente— entre los que tienen capacidad de decisión. Es por tanto una forma de gestionar la inherente diversidad de intereses y situaciones que encierra. Debemos pensar la comunidad como un ámbito más racional que romántico, de ahí su funcionalidad y vigencia, por ejemplo para el mundo turístico.

Las peculiaridades del sector turístico están obviamente presentes, pero no son los factores más relevantes para comprender el CBT. La demanda en el mercado y el marco normativo e institucional, son condiciones necesarias pero no suficientes para el desarrollo y la sostenibilidad del CBT. Sin comunidad no hay CBT. Y aunque es cierto que oferta y demanda no caminan nunca solas, en nuestra investigación el énfasis en la demanda —que hemos tenido en cuenta— arroja menos claves interpretativas que el análisis de la oferta. La particularidad de dicha oferta radica en unas formas socio-culturales, unos grupos humanos, unas maneras de relacionarse (con el Estado, con el Mercado, con los turistas, con los otros, así como entre ellos mismos) que es imprescindible conocer. Primar la oferta sobre la demanda desde una perspectiva

analítica puede entenderse como una limitación (todo trabajo tiene limitaciones obvias en el tratamiento de su objeto de estudio). En este caso la limitación es al mismo tiempo una opción de investigación —consciente y estratégica— porque hemos querido centrarnos en el turismo comunitario principalmente desde la perspectiva de las sociedades locales que lo protagonizan.

Comunidad, turismo y turismo comunitario en Ecuador

En Ecuador, ‘comunidad’ es un término con una acusada dimensión histórica, jurídica, socio-organizativa, de gestión de recursos y de reivindicación política indígena-campesina que encardina la vida cotidiana de muchos ecuatorianos. Así el debate académico sobre qué sea comunidad se supera —irónicamente— por vía jurídico-administrativa: las comunidades están determinadas legalmente. Esta circunstancia facilita el desarrollo del CBT y asimismo su investigación ya que demarca claramente los propios ámbitos comunitarios. No obstante, el funcionamiento comunitario y la existencia de realidades comunitarias van más allá de la mera denominación jurídico-administrativa, y no pueden ser reducidas a ésta.

La conformación actual de las comunidades ecuatorianas se asocia a las figuras de la encomienda y el huasipungo como formas de articular el territorio y la mano de obra indígena en la época colonial, agrupando geográficamente a los indígenas en virtud de la lógica de la explotación agraria capitalista. Posteriormente, se constituyó el régimen de las haciendas que reeditaba prácticamente los mismos intereses y que fue en cierta medida desactivado con la Reforma Agraria de 1964. Las comunidades ecuatorianas se constituyen formalmente a partir de finales de los años treinta como forma de restituir la vinculación originaria entre los pueblos indígenas y sus territorios una vez que el régimen de haciendas había perdido gran parte de su sentido económico.

Las comunidades, están reguladas desde la Ley de Comunas de 1937, con diferentes revisiones que llegan hasta la Ley de Organización y Régimen de Comunas de 2004 que define la organización, el gobierno y las facultades de las comunidades (Estrella,

2007). De esta forma, la comunidad se inserta plenamente en la organización político-administrativa del Estado y se da consistencia a los derechos indígenas que reconoce la Constitución de 1998. Las comunas poseen bienes comunitarios (tierras) y tienen un sistema de decisión radicado en la asamblea de comuneros y comuneras que elige anualmente al cabildo, órgano colegiado de gobierno y administración. La reciente potenciación de lo comunitario en el Ecuador coincide con el auge de los movimientos indígenas y su papel político en los años 90 (Estrella, 2007). La consolidación de las comunidades en Ecuador, a través de su estatus político-administrativo como comunas, es, en gran parte, una superposición de disposiciones legales con estructuras políticas ancestrales, donde la democracia participativa se solapa con formas tradicionales en la toma de decisión (cfr. Korovkin 2000, 2001).

El turismo en Ecuador es la tercera actividad económica en importancia tras la extracción de petróleo y la producción de plátano, atrayendo a unos 700 mil visitantes al año. La extraordinaria biodiversidad y riqueza cultural de este pequeño país sudamericano son los catalizadores del sector turístico. Sin embargo, el desarrollo del turismo convencional es muy reciente (Solís, 2007). En este contexto, las comunidades indígenas y rurales empezaron lentamente, durante las últimas décadas del siglo XX, a plantearse su participación en la actividad turística, desarrollando una propuesta propia: el *turismo comunitario* (Solís, 2007). En la actualidad unas 60 comunidades indígenas y campesinas ofertan turismo comunitario (TC), estimándose que esas actividades benefician directa e indirectamente a unas 15.000 personas.

El TC en Ecuador presenta una historia intensa en vicisitudes, dificultades y éxitos, abordada desde diferentes perspectivas e intereses, tanto de forma general como en referencia a experiencias comunitarias concretas (Cabanillas, 2003; Colvin, 1994; Drumm, 1998; Estrella, 2007; Gould, 1999; Jeffreys, 1998; Solís, 2007; Wesche, 1996; Wood, 1998; Wunder 1996, 2000). Las operaciones de turismo comunitario en Ecuador surgieron de forma espontánea desde los años 80 estrechamente vinculadas al ecoturismo, y sólo desde al año 2000 se

plantea la necesidad de reconocerlas oficialmente (legalizarlas), tanto para su regulación como para acallar las voces críticas que las denunciaban como competencia desleal (Estrella, 2007). Estas críticas se basan tanto en una defensa corporativa de las operaciones privadas como en un reclamo por discriminación: al enmarcarse dentro de las comunidades, las actividades turísticas gozan de un régimen de exención fiscal análogo al de la agricultura y ganadería comunitarias.

En el surgimiento del TC se vieron implicados diferentes agentes externos relacionados con el ecoturismo (agencias de cooperación, ONG's), por eso no es de extrañar que el TC fuera formalizado por primera vez al incluirse en 2001 en el Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad. Finalmente el TC adquiere plena forma jurídica en la Ley de Turismo de 2002, en la que además se reconoce a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como interlocutor del TC en el país. Desde estos momentos se inicia un proceso, no exento de conflictividad, para la regulación del TC en Ecuador que tiene un hito fundamental en el acuerdo entre el Ministerio de Turismo y la FEPTCE que establece un Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios (2006). Este reglamento recoge las exigencias que una comunidad debe cumplir para prestar servicios turísticos (Estrella, 2007) y el ministerio reconoce a la FEPTCE el papel protagonista en la regulación y definición del turismo comunitario (concretamente para el reconocimiento de actividades turísticas comunitarias). Recientemente se ha implantado una central de reservas autónoma: el Centro de Información y Comercialización del turismo Comunitario en Ecuador (CITURCE); asimismo se ha editado una guía de TC y un manual de calidad específico para este sector (FEPTCE, 2007a y 2007b).

El turismo comunitario, tal como lo conciben las propias comunidades y su organización (FEPTCE), no es un fin en sí mismo, sino que forma parte de una estrategia más amplia tanto de desarrollo local como de consolidación política. Para las asociaciones y organizaciones indígenas y campesinas, también para las comunidades, el turismo comunitario se convierte en un

medio de reivindicación y autogestión sobre sus territorios y recursos, que sirve para reclamar un lugar en el Estado y en el Mercado, a modo de *tactical tourism* (Gould, 1999).

“... nosotros tuvimos muchas amenazas como pueblos indígenas. Justamente en esos años tuvimos la amenaza de empresas petroleras, marmoleras, madereras y había turismo manejado por las gentes de fuera. Y para la gente joven era bueno que hubiera estas empresas porque darían trabajo. Pero la gente mayor y las mujeres dijeron que no eran buenas esas empresas porque se va a deteriorar nuestra naturaleza. E iba haber otras intervenciones externas como la drogadicción, el alcoholismo, la prostitución. Y teníamos que decidir sobre qué hacer. Poner una alternativa que traiga un trabajo que trabajen todos pero que por otra parte no rompa lo comunitario de nuestra gente nativa. Y los dirigentes (...) dijeron: busquemos una alternativa. Y en varias reuniones decidimos que el turismo era una alternativa. Que podía ser una alternativa. (...) Y justamente el turismo ha sido una alternativa que vino a llenar este vacío ...” (presidente comunidad Machacuyacu).

Por definición el turismo comunitario en Ecuador complementa, no subsume, el funcionamiento económico de la comunidad, la diversidad económica es una salvaguarda para las comunidades. Su funcionamiento no se basa en el empleo por cuenta ajena, y en mayor o menor grado, según los casos, debe generar directa o indirectamente beneficios tangibles para el conjunto de la comunidad: aportaciones para los fondos comunitarios. La *minga* y otras formas de trabajo colectivo sirven de base y referente tanto para la organización como para la generación y mantenimiento de las infraestructuras turísticas (que no sólo se utilizan para fines turísticos); asimismo las rotaciones y el acceso (individual o por familias) a las oportunidades del negocio turístico se establecen como líneas preferentes de organización. No obstante, no podemos pensar que en el TC ‘toda la comunidad’ participa directamente en las actividades turísticas, sino más bien que la participación en las actividades turísticas está regulada comunitariamente. La participación de una

comunidad en el TC es decidida en asamblea y desde aquí se organiza en torno a las personas que quieren involucrarse en él, contribuyendo económicamente al conjunto de la comunidad y sometiendo a las regulaciones establecidas. Desde ese momento el TC es una más de las varias actividades que se llevan a cabo en la comunidad a partir de los recursos que esta posee y gestiona. No basta, por tanto, con un análisis socio-económico al uso (amortizaciones, inversiones, rentabilidades, etc...), sino que todo el efecto económico de esta actividad hay que contextualizarlo tanto en la lógica de mercado como en la lógica de las relaciones de reciprocidad comunitarias, en una suerte de doble economía (Temple, 2003; Michaux, González y Blanco, 2000). Es toda esta multidimensionalidad híbrida la que permite comprender apropiadamente los efectos positivos del TC sobre dos aspectos cruciales en las políticas de desarrollo: la emigración y la protección ambiental.

Si no hubiera turismo se fuera toda la gente a hacer carbón ¿y como estaría el valle? pues todo arrasado sin árboles... Además no habría la gente que hay ahora aquí en la comunidad, sólo quedarían los que tienen chivos y animales, los demás estarían emigrados en Salinas o Guayaquil... (comunero de Agua Blanca).

Todo lo expuesto hasta ahora hace del turismo comunitario en Ecuador un inmejorable laboratorio para el estudio de CBT, tanto por la concreción socio-político-administrativa de las comunidades como el potencial de las experiencias de CBT y el nivel de formalización, regulación y organización de las mismas.

Diseño de la investigación

En tanto que fenómeno multidimensional e híbrido, es recomendable que el análisis del TC tenga una sólida base empírica pero que —a diferencia de otros estudios (Cusak and Dixon, 2006)— nos permita acercarnos al CBT sin un marco previo excesivamente determinista. Nuestra estrategia ha sido aproximarnos a la cotidianidad del turismo en las comunidades, a la forma en que las comunidades —desde sus lógicas— desarrollan el turismo, sin planteamientos excesivamente preconfigurados,

abiertos a las contradicciones y las sorpresas. Esta es la esencia de los estudios de caso etnográficos que presentamos aquí. Posteriormente ha venido la confrontación de nuestros resultados con otros trabajos.

Los estudios de caso obedecen a la necesidad de conocimiento empírico para abordar un fenómeno aún incierto a nivel teórico. Para la selección de los casos (comunidades) se han tenido en cuenta tanto criterios geográfico-culturales como criterios directamente relacionados con el desarrollo y las tipologías del turismo comunitario en Ecuador. Así las cinco comunidades estudiadas (Tunibamba, Huertas, Machacuyacu, Caguanapamba y Agua Blanca) se reparten por las tres grandes áreas del Ecuador continental —amazonía, sierra y costa— (ver figura 1). Asimismo, los casos ejemplifican las distintas tipologías de producto turístico comunitario, sea éste de carácter más cultural, étnico, natural o vivencial. Aunque en la mayoría de los casos el TC en Ecuador es practicado por comunidades indígenas también se ha incluido una comunidad mestiza (Huertas). Además, las comunidades ilustran distintas situaciones de madurez en cuanto al turismo. En tres de ellas la actividad turística alcanza ya un notable éxito y relevancia, en las otras dos se está intentando implantar el turismo como parte de la estrategia de desarrollo local. Así no sólo hemos introducido variabilidad en torno a lo geográfico, cultural, turístico..., sino que hemos considerado tanto comunidades que ya trabajan en turismo como aquellas que tienen el proyecto de hacerlo. La comprensión del CBT no puede venir sólo de los casos exitosos, o en funcionamiento, sino también de aquellos en los que una comunidad se está planteando la oportunidad y sus posibilidades para introducirse en la actividad turística (casos de Caguanapamba y Huertas). Los datos ofrecidos como caracterización general de las comunidades (tabla 1) obedecen en cierta medida a los indicadores, factores y sugerencias desarrollados por distintos autores (Belsky, 1999; Causak y Dixon, 2006; Fuller, Bultjens & Cummings, 2005; Hiwasaky, 2006; Jones, 2005; Mitchell and Eagles, 2001; Mitchell and Reid, 2001; Salafsky *et al.* 2001; Tsaaur, Lin & Lin, 2006; Timothy & White 1999; Wun-

der, 1996) y nos ayudan a situar nuestro análisis más allá de las perspectivas que ellos, muy oportunamente, han desarrollado ya.

Los estudios de caso, basados en la estancia de los investigadores en las comunidades, se han desarrollado siguiendo un mismo diseño etnográfico y análogas herramientas técnicas (ver tablas 2 y 3) entre marzo de 2006 y junio de 2007, con periodos de estancia que oscilan entre tres y cuatro meses en cada comunidad. Esta estrategia de investigación nos ha permitido reconstruir desde dentro el proceso a través del cual las comunidades encaran la actividad turística, así como comprobar su funcionamiento en la actualidad. El método etnográfico posibilita el estudio del hecho turístico inserto en el conjunto de la vida y el funcionamiento comunitario a todos los niveles (ideológico, familiar, colectivo, político, económico...), así como desde la perspectiva de la acción de agentes externos a la propia comunidad (instancias estatales, organizaciones no gubernamentales...). Las herramientas técnicas utilizadas han sido orientadas en virtud de las condiciones, tamaños y tipos de turismo en cada comunidad lo que otorga la necesaria flexibilidad y operatividad en cada caso de estudio. Fue capital desde un principio disponer de un claro guión de información que se convirtiera, a su vez, en la forma de reportar el resultado de cada monografía con fines comparativos-analíticos (tabla 2). El diario de campo, la grabadora y la cámara fueron los instrumentos principales con los que registrar la información obtenida.

Un estudio de estas características — que comporta diferentes casos, contempla un enfoque etnográfico y busca la comparación— debe basarse en un consistente trabajo de campo y analítico en equipo (Erikson and Stull, 1998; Ezzy, 2002), sólo así es posible una articulación consistente entre los datos de cada caso investigado para producir resultados conjuntos. El análisis en equipo se ha sucedido en diferentes momentos de la investigación, así el propio trabajo de campo se ha ido reorientando en virtud de los análisis colectivos que se han llevado a cabo a lo largo de los 15 meses que ha durado el proyecto. Sin lugar a dudas esta forma de trabajar ha sido fundamental para alcanzar unos resultados monográfico-comparativos sólidos.

Tabla 1. Descripción de las comunidades

<i>comunidad</i>	Tunibamba	Huertas	Machacuyacu	Caguanapamba	Agua Blanca
<i>localización</i>	Sierra Norte Cotacachi / Imbabura	Sierra Sur Sta. Isabel / Azuay	Amazonía Tena / Napo	Sierra Centro El Tambo / Cañar	Costa Puerto López / Manabí
<i>población</i>	600 habitantes	250 habitantes	90 habitantes	1200 habitantes	260 habitantes
<i>Grupo étnico</i>	Otavalo	Mestizos	Kuichua Amazónico	Cañari	Manteños
<i>Actividades económicas aparte del turismo</i>	Agricultura, ganadería, producción de ladrillos, servicios y construcción (fuera de la comunidad).	Ganadería vacuna (quesos), agricultura y horticultura carpintería, ladrillos y adove.	Cultivos subsistencia (banano y yuca), cultivos comerciales (maíz, cacao, maní). Aves de corral.	Agricultura, ganadería, construcción, pequeño comercio.	Agricultura subsistencia, ganadería comercial, frutos silvestres (tagua), construcción, guianza en Parque Nacional.
<i>Inicio actividad turística</i>	2001	—	1993	—	1987
<i>Estado actividad turística</i>	Consolidado	Proyecto	consolidado	Proyecto	consolidado
<i>Habitantes involucrados</i>	Tres familias	20	Toda la comunidad	30	180
<i>Producto turístico</i>	Vivencial, cultural Alojamiento con familias y tours, guías.	vivencial, natural Recorridos, alojamiento y alimentación.	Rutas por la selva, vida de la comunidad, rituales.	cultural, vivencial. Recorridos, alojamiento y alimentación.	Cultural, natural
<i>Visitantes anuales y promedio estadias</i>	500 visitantes, estancia de tres días		150 visitantes, estancia de tres días		9.500 visitantes. Visitas de un día
<i>Organización comunitaria y turística</i>	Asamblea y cabildo autorizan la actividad turística que se implementa por familias	Asamblea. El proyecto turístico esta liderado por la empresa comunitaria MADT producciones.	Toda la actividad turística se organiza directamente desde la asamblea comunitaria.	La organización general es comunitaria, la organización turística específica está por determinar.	Patrocinio de la asamblea y cabildo. El comité arqueológico organiza toda la actividad turística comunitaria.
<i>reparto beneficios</i>	Desde la operadora Runa Tupari se abona a cada familia participante y la parte proporcional a la comunidad		Se asignan salarios a los que participan directamente en las actividades turísticas y se decide el uso comunitario de los beneficios.		El dinero recolectado de la actividad comunitaria se reparte entre los guías. Otras actividades turísticas están grabadas comunitariamente
<i>Intervención externa</i>	Han tenido un notable apoyo de distintas ONG's y agencias internacionales.	Apoyo organizativo desde el programa de turismo comunitario de la universidad de Cuenca	Han tenido un notable apoyo de distintas ONG's y agencias internacionales.	Apoyos organizativos y formativos desde universidades, ONG's y agencia de cooperación internacional	Financiación de las excavaciones arqueológicas, y de ONG's para infraestructura turística y formación
<i>Marketing y venta del producto</i>	Operadora intercomunitaria local Runa Tupari promociona y vende	En proceso con FEPTCE	Operadora intercomunitaria local RICANCIE promociona y vende	En proceso con FEPTCE	Promoción por medios propios y CITURCE

Tabla 2. Guión de la etnografía

1	Caracterización completa de la comunidad y territorio (gentes, actividades, espacios, historia, evolución...). Contextualización del lugar.
2	La comunidad: organización y sentido (diacrónico, sincrónico). Redes de parentesco. La vida cotidiana (prácticas y creatividad). Lo público y lo privado. Claves básicas de diferenciación social al interior de la comunidad.
3	El papel de la actividad turística en la comunidad y la cotidianidad (responsabilidades, tareas, modelo reparto beneficios...). La oferta turística.
4	Cómo se desarrolló el CBT (o la iniciativa en proyecto), proceso diacrónico, intervención externa vs. iniciativa interna (financiación, infraestructura, formación, la producción de la oferta turística...)
5	Transformación de la vida comunitaria por el TC: organización, emigración, ingresos, gastos, nivel de vida, infraestructura nueva creada por el turismo, sentidos y significados...
6	La comunidad simbólica. Discursos de presentación y representación de la comunidad, el discurso de los guías sobre la comunidad, los modelos de identidad comunitaria.
7	Perfiles de los implicados locales en CBT (o los promotores si se encuentra en fase de proyecto). Microbiografías líderes locales.
8	Percepción local sobre el turismo y los turistas. El turismo desde la óptica de los locales no implicados o los que están en contra del turismo.
9	Relación del turista con el local, descripción del contexto del TC como espacio de encuentro entre culturas. Trascendencia, continuidad, consecuencias.
10	Aproximación a la representación de los turistas sobre la comunidad y el TC (expectativas, autenticidad, actitudes...).

Tabla 3. Herramientas técnicas

técnica	Descripción de uso y contexto
Observación participante	inserción en la vida comunitaria, contactos informales cotidianos, participación en actividades familiares (huertos, recolección frutos silvestres, preparación de alimentos...), participación en asambleas y reuniones de la comunidad, <i>mingas</i> y trabajos colectivos, actividades de ocio y tiempo libre, rituales y celebraciones.
Conversaciones informales	estancias en hogares, recorridos y conversaciones con los turistas, discusiones informales en grupo
Entrevistas abiertas con informantes clave	líderes comunitarios, agentes externos (entre 10-15 por comunidad). Grabadas y transcritas.
Microbiografías	seguimiento específico a los guías de la comunidad y líderes comunitarios con entrevistas específicas.
Consulta documentación	cuadernos de visitas, archivos de la comunidad, estatutos de las comunidades, documentación operadoras turísticas, documentos FEPTCE.

El turismo comunitario desde las comunidades

Parecería casi tautológico afirmar que en las comunidades la organización comunitaria se convierte en un factor imprescindible para comprender el hecho turístico comunitario. Pero no lo es. No todas las comunidades gozan del mismo nivel organizativo y político, poseen prácticas colectivas consolidadas, ni tienen igual capacidad de creación, movilización, acción y eficacia colectivas. La propia definición de turismo comunitario subraya una forma de gestión diferente —comunitaria— sobre una activi-

dad y recursos, lo que significa en algún grado la existencia de un espacio de organización autónoma, desde el que vincularse al Mercado y a otros actores (ONGs, organizaciones, Estado). Lo comunitario en Ecuador se concreta en instituciones (es decir, órganos político-administrativos) cuyos objetivos son regular la gestión de derechos y obligaciones, bajo el *desideratum* de simetría e igualdad.

El caso de Machacuyacu es paradigmático, pero en modo alguno único. Allí individuos diferentes entre sí, organizados en unidades domésticas y grupos familiares, donde la propiedad privada de la tierra y la

producción agraria se convierten en la base de sus economías, se dotan de una organización política desde la que autogestionar recursos y tomar decisiones en una esfera donde prima la propiedad y el sentido colectivo: el turismo. El éxito del turismo comunitario en Machacuyacu, pero también en Agua Blanca por ejemplo, se vincula de forma directa con los procesos de participación, de gestión y de repartos colectivos de beneficios que proporciona esta estructura organizativa que garantiza el control efectivo del grupo sobre el turismo, lo cual genera un efectivo *empoderamiento* colectivo sobre recursos y territorios. De ahí que sea crucial entender este particular funcionamiento, donde la *minga* y la asamblea juegan un papel tan importante. No es casualidad que estas dos instituciones, la primera de acción colectiva y la otra de tomas de decisión colectiva (con distintos nombres según el lugar: asamblea, comité, etc.) gocen, allí donde han surgido proyectos de turismo comunitario, de una estupenda salud.

“Cuando nos reunimos nosotros tenemos nuestro pensamiento cada uno. Pero ese no vale. Tenemos que construir un pensamiento colectivo, que sea la suma de los distintos pensamientos individuales, porque el único pensamiento correcto es aquel con el que todos estemos de acuerdo. Aquel pensamiento asambleario, aquella decisión que se haya construido por todos.” (Líder de Machacuyacu)

El caso de Machacuyacu alumbró algo más. Allí el turismo fortalece unas instituciones que se consolidan y refuerzan desde el campo de actuación colectiva en un proceso de feedback que también observamos en otros contextos. El turismo no deja de ser una actividad complementaria a las economías *kichwas*, basadas en las producciones agrarias que se orientan al Mercado pero sobre todo en el autoconsumo que proporciona el cultivo de la chacra. Esto también ocurre en Tunibamba o Agua Blanca, donde el turismo no es la actividad principal. Pero aún así, es lo suficientemente relevante como para constituir un acicate del proceso comunitario. Es en este sentido en el que cabe afirmar que el turismo construye comunidad (a la vez que la comunidad construye el turismo). En Machacuyacu esto queda demostrado por cuanto la acti-

vidad turística trae consigo una ampliación de los intereses comunes: formalización de tierras en propiedad colectiva, los fondos destinados a las necesidades colectivas de la comunidad se consolidan y agrandan con el aporte del turismo, la participación en las asambleas y las *mingas* son más frecuentes, etc. Así los procesos de fortalecimiento de la comunidad a través de la actividad turística sólo son comprensibles desde la existencia de una organización que permite traducir al “lenguaje” comunitario el hecho turístico y viceversa, insertándose así en el Mercado de forma específica y diferenciada. Todo ello bajo el control comunitario de la actividad turística, coordinados desde una operadora indígena de la zona (RICANCIE).

...el turismo comunitario es la unión de todas las gentes (...) la diferencia es que las empresas grandes se benefician sólo ellos y las empresas chicas, a través del ecoturismo familiar, se benefician también sólo ellas. A través de la RICANCIE no se benefician los intereses individuales sino la comunidad. Toda la comunidad. No sólo una o dos familias, sino el conjunto de la comunidad....Tenemos como objetivo alcanzar el ingreso de los turistas y conservar nuestras riquezas culturales y nuestra identidad. Porque nosotros somos indígenas de la Amazonía. (Gerente RICANCIE)

Similar dinámica es la que está en el origen en Huertas del nacimiento de un proyecto de turismo comunitario que allí, dada la particular relevancia de los liderazgos, se articula en una singular simbiosis de iniciativa individual y plasmación colectiva. El liderazgo articula en esta comunidad andina lo que en otros contextos se entiende como categorías opuestas (tradicición-novedad, individuo-colectivo, iniciativa-consenso, etc.). Liderazgo y comunidad no sólo no se excluyen, sino que conviven en una singular armonía tensionada, concretada en un *ethos* (Bateson, 1958) y un *habitus* (Bourdieu, 2000) que resultan adaptantes para el turismo.

El estudio en Huertas demuestra que el liderazgo —como táctica de articulación y compenetración de los niveles individual, familiar, comunitario y global— es parte esencial en el funcionamiento del día a día. La comunidad, tanto en su génesis como en

su desarrollo cotidiano, no se entiende sin estos liderazgos, que son los mismos que han activado el proyecto de TC. Aprovechar este capital social y cultural para imbricarse en el mercado turístico es una propuesta original y a la vez entronca con una manera de hacer las cosas histórica (gestada durante la etapa de acción campesina, en la que ocuparon un papel primordial ciertos líderes católicos) e institucionalizada hoy en múltiples ámbitos políticos de la comunidad: comités de padres de familia, *mingas*, etc. (en cuyo funcionamiento cumplen los líderes un importante rol).

Jaime es quizá el más preparado de nosotros. Conoce lo antiguo y lo de ahora. Lo mismo dirige las danzas folclóricas, como tú has visto, que trabaja con la computadora. Yo mismo le he tenido que pedir varias veces que me escriba en la computadora un informe. Él sabe de papeles. Es listo y está preparado. Es un chico moderno, de hoy. Esa es la verdad. Haría falta alguno más como él. (Vecino de Huertas)

La singular relación simbiótica entre los liderazgos y la comunidad explica en parte el surgimiento de iniciativas de naturaleza híbrida como el TC, que requieren tanto imaginación, creatividad y originalidad, como encaje dentro de un halo de tradicionalidad y autenticidad, tanto el aprovechamiento sinérgico con el exterior como la concienciación y repliegue grupal, tanto la determinación individual como la adhesión y activación de la estructura comunal. En este sentido el TC es una actividad paradójica: ciertos líderes promueven un sueño, una idea, un proyecto que sólo puede cumplirse colectivamente, y que se concreta en valorar la cultura tradicional a través de la más globalizada y moderna de las actividades, el turismo. De ahí la relevancia de unos líderes, cuya naturaleza es *liminal*. Miembros plenos y respetados de la comunidad, su autoridad fue ganada al mismo ritmo que protagonizaban las luchas campesinas y contribuían a la constitución de la comunidad. Pero en dicho proceso se alimentan de su participación conjunta con otros (Iglesia, ONGs, etc.), lo que constituye un capital social y cultural valioso. La imbricación de los líderes con el exterior —ayer y hoy— les confiere un particular conocimiento y relación con los “otros”: la

lógica del mercado, el extranjero, la ciudad, el Estado, la ayuda externa, etc. El líder se convierte así en filtro y motor, en articulador y propulsor, un *activo* —en términos empresariales—, tan necesario como la comunidad, como el propio grupo que da cobertura a la propuesta comunitaria. Lo que en Huertas es un factor para la comprensión de la génesis del proyecto comunitario, en Agua Blanca se concreta en un proyecto ya exitoso, donde los liderazgos cumplieron en su desarrollo un papel igual de relevante aunque desde otras claves. “It must be recognised that tourism is an industry frequently led by individuals with ‘vision’, specially at the community level” (Mitchell and Eagles, 2001:26)

No basta con organización comunitaria y la existencia de sólidos liderazgos. Esta ampliamente reconocida la importancia de las intervenciones externas en las comunidades para el desarrollo del TC. Lo que nuestra investigación viene a destacar es la manera en la que las intervenciones —en forma y contenido— se articulan *con* la comunidad. Con ello estamos destacando el aspecto más humano, de relación y comunicación —confianza— entre la gente de la comunidad y el propio personal de los proyectos (Kiss, 2004; Salafsky *et al.* 2001). Desde esta perspectiva analítica se ponen de manifiesto no ya las estrictas relaciones de poder material, sino las diferentes ‘formas de comprender’ y ‘regímenes de verdad’ que se manejan desde parte y parte, y como esto se hace compatible o no en los proyectos (Wearing and McDonald, 2002). No es extraño que en las intervenciones externas se evidencie una falta de comprensión de los programas por parte de las comunidades (Mbaiwa, 2005:103). A veces los elementos puestos en cuestión —explícita o implícitamente— son tan básicos como ‘naturaleza’, ‘comunidad’ y ‘desarrollo’ (Belsky 1999), lo que da una idea de lo frágiles que pueden llegar a ser las bases de la intervención externa vistas desde la propia comunidad.

El TC podría ser entendido como una estrategia adaptante a un mundo que se extiende, hoy más que nunca, más allá de las fronteras de la comunidad, pero sin que ello haga obsoleto ni reste eficacia a la estructura comunitaria. En muchos casos más bien al contrario. Las comunidades con las

que hemos trabajado han entendido lo que su lugar en el mundo (un lugar marginal) puede proporcionarles, incluso en el sentido más utilitarista. La capacidad para captar, gestionar y articular intervenciones externas está en la base del éxito de muchas de las experiencias de TC que conocemos, no sólo las cinco aquí estudiadas con más profusión. La comunidad no es un ente aislado, ninguna es ajena al proceso de globalización y sus distintas caras, entre las que se encuentran las posibilidades de ser objeto de intervención externa.

Toda intervención desata procesos y es una forma de relación, pero dentro del contexto de una comunidad que funciona antes de la intervención y que debe seguir funcionando una vez que el proyecto termine, lo más relevante no es ya la intervención externa en sí, sino sus formas, cauces y contenidos, que serán los que incidan de forma más aguda en la propia comunidad. No es el establecimiento del turismo como actividad (recordemos, complementaria) lo que implica un impacto mayor en las comunidades, sino la incidencia social de su desarrollo a nivel comunitario. Por tanto la forma de la intervención es la clave. El abanico de intervenciones en el TC va desde las hegemónicas (monitorizadas y patrocinadas exclusivamente por agentes externos) a las participativas (Ruiz, 2005) lo cual condiciona notablemente su desarrollo y sostenibilidad.

En Caguanapamba hemos investigado en torno a un largo proceso de intervención externa en el que tanto la ausencia manifiesta del estado, como la acción de ong's y organismos internacionales para el desarrollo, han venido marcando parte del rumbo del pueblo Cañari. Principalmente se ha asistido a intervenciones hegemónicas y excluyentes, marcadas —en el mejor de los casos— por el paternalismo. Curiosamente ha sido la implementación reciente de estrategias para el desarrollo del TC el que ha venido a inaugurar intervenciones de corte más participativo, patrocinadas con desiguales resultados por una ONG, una universidad y una agencia de cooperación internacional al desarrollo. Es en estos momentos que el proyecto de TC en Caguanapamba está adquiriendo una maduración suficiente para su puesta en marcha. Los líderes locales, los miembros de la comuni-

dad interesados y los promotores externos están empezando a entenderse de manera consistente. La participación —como forma plural de comunicación y toma de decisiones— es el medio, y el empoderamiento debe ser el objetivo último, que sirve para evaluar el efecto de las intervenciones externas y la sostenibilidad de las experiencias de CBT (Scheyvens, 1999). En Caguanapamba la intervención es entendida como relación y por ello la estrategia participativa supone, ante todo, poner los medios para el entendimiento mutuo —no sólo la comunidad debe entender a los agentes de la intervención, sino también a la inversa: los técnicos deben entender a la comunidad—, conformándose un auténtico espacio de comunicación *habermasiana* (Wallace & Rusell, 2004:250). En este sentido el caso de Caguanapamba es sólo un botón de muestra. La intervención externa no es menos relevante en Huertas, Machacuyacu, Tunibamba o Agua Blanca. En todas ellas, a pesar de encontrarse en distintas fases de desarrollo turístico, ha sido el tipo de intervención (más que la intervención en sí misma) el elemento clave para la multiplicación y aceleración de ideas, prácticas, formas de organización y gestión, que bajo la etiqueta de “comunitario” venían gestándose en esos contextos. En todos los casos la comunidad consideró la “oportunidad” de incorporar la intervención externa *como parte del proceso comunitario*¹. A veces el turismo encaja en los modos y contenidos comunitarios ajustándose a las formas organizativas y de representación simbólica preexistentes de las comunidades. Pero hay también casos en que sin existir determinados ámbitos o estructuras comunitarias afines a las necesidades de la gestión turística, éstas han sido creadas desde la lógica comunitaria (el comité arqueológico en Agua Blanca, o las formas de decisión en materia turística en Machacuyacu, por ejemplo).

Hemos visto que aquellos liderazgos más eficaces para la comunidad son también los que no se entienden sin su enmarcación comunitaria. Por ello esos líderes —gestados precisamente en interacción con los “otros”— vehiculan y filtran la intervención externa acorde no ya con las necesidades sino sobre todo con los recursos que supone una organización comunitaria efi-

caz. Conviene por lo tanto no perder de vista que la intervención es tanto más idónea si, por un lado, se da cierto grado de identificación de la comunidad con el proyecto y, por otro, si además de intervenir en su diseño y en la definición de los objetivos estratégicos, la comunidad —o el grupo que la “encarne”— se implica desde el inicio en la toma de decisiones operativas, hasta construir el proceso, evaluarlo y conducirlo. Huertas y Agua Blanca representan los dos polos del inicio y la consolidación de un proyecto de intervención participativa, en el que no están ausentes las diferenciaciones y conflictos internos. El primero de ellos apoyado desde una universidad ecuatoriana, y el segundo desde un equipo de arqueólogos firmes creyentes en la necesidad de implicación comunitaria en las excavaciones. En ambos casos la eficacia de las formas de la intervención residen tanto en la capacidad para nutrir, consolidar y potenciar el sistema organizativo comunitario como en catalizar eso que llamamos “apropiación”.

“Apropiación” es la noción que mejor se ajusta a la forma particular de relación de las comunidades con su producto turístico. Es un concepto que tiene que ver tanto con la dimensión simbólica como material (si es que ambas pudieran separarse); tanto con sensación de formar parte de un medio y una cultura como con la actitud de que el territorio y las costumbres se poseen; con proyectarse tanto como con identificarse en rasgos, paisajes y peculiaridades. Cuando en el contexto del turismo comunitario se muestran rasgos culturales o espacios naturales, la apropiación (sus formas y cauces) constituye un elemento analítico central para comprender cómo esa actividad turística se produce y en qué medida está anclada a la cotidianeidad comunitaria.

La apropiación es un proceso que influye poderosamente en la misma esfera perceptiva del ser humano. Supone hacer suyo o hacerse partícipe de un tiempo o un espacio, y es desde aquí que se mira y ve el mundo. La apropiación hace que la comunidad se confunda con el entorno cultural/ambiental a partir de un proceso selectivo de proyección-identificación colectiva. Es de esta forma que el medio, la comunidad y su cultura se funden desde la perspectiva de la “ecología de la vida” (Ingold,

2000), lo que configura una manera de percibir sobre la que se construye el TC.

Reivindicación territorial, derechos indígenas, lucha campesina, culturas del trabajo, procesos de identificación colectiva, marcos simbólicos..., son todos ellos ámbitos que confluyen en torno a la apropiación tal como aquí la hemos entendido. Como proyección/identificación, la apropiación —sus niveles— indicarán mejores o peores circunstancias para el desarrollo y la sostenibilidad del TC. Nuestra investigación muestra que si no se dan niveles mínimos de apropiación difícilmente se podrán articular ofertas turísticas razonables, y mucho menos mantenerlas con eficacia a lo largo del tiempo. Esa apropiación es la que hace posible que la actividad turística contribuya a la conservación ambiental o al control sobre la vida propia, amén de los contenidos de autenticidad que los turistas puedan experimentar en su visita. Asimismo la apropiación explica las bases de un modelo organizativo del turismo que —en mayor o menor grado— muestra un marcado carácter colectivo.

Las cosas se apropian cuando nos relacionamos con ellas de manera tan intensa que pasan a formar parte de la definición de nosotros mismos. Así la apropiación se identifica en los discursos y en las prácticas, es tan cotidiana como excepcional, y constituye tanto un sentimiento como un interés. La relevancia de la apropiación para el turismo reside en el potencial que los objetos así aprehendidos adquieren cuando se muestran-comparten con los turistas, así como por la forma en la que consecuentemente debe organizarse su explotación turística. En Agua Blanca hemos podido comprobar cómo el nivel de apropiación colectiva sobre elementos tan dispares como el bosque seco, las ruinas arqueológicas o la laguna de agua sulfurosa en la que turistas y nativos de bañan, se evidencian en el diálogo que los productos turísticos mantienen con la historia y territorialización de la comunidad, en la inserción de la actividad turística en la cotidianeidad, en el control comunitario de los recursos (más allá de la propiedad estrictamente jurídica), en la construcción del sentido comunitario y en la posesión simbólica del entorno. Esa apropiación es la que explica que el producto turístico sea al mismo

tiempo una forma de presentación-representación de la comunidad en el tiempo (ruinas arqueológicas, lucha por la tierra), y una justificación para la protección y vigilancia ambiental efectivas. Todo ello se entiende como un tesoro que debe ser transmitido, un sentido de la historia que no es más que la plasmación de la continuidad de la comunidad; de ahí la preocupación por la transmisión: la apropiación se 'aprende' en la lucha y en el relato.

¡nadie vino a los talleres sobre la historia de la comunidad que hemos tenido, por lo tanto no saben nada del proceso que ha hecho posible que estén ahora yendo a coger tagua a esas montañas de ahí enfrente o paseando a los turistas por las ruinas!

Los jóvenes no vienen a las reuniones pero eso es culpa en un 50% de ellos y en otro de nuestros padres. Los jóvenes no saben de la hacienda ni de la lucha por la tierra. Hay leyes y hay plata, y mañana los herederos de Lemaire [el último hacendado] podrían reclamar y recuperar la tierra, no tenemos escrituras, y el parque [Parque Nacional Machailla] se quedo con las tierras. Los jóvenes no saben nada de esto y es muy peligroso ... (asamblea comunal en Agua Blanca).

La gestión del turismo arqueológico en Agua Blanca, las formas de la vivencialidad en Tunibamba, los recorridos por la selva en Machacuyacu, son en cierto sentido anómalos y atípicos para el sector turístico convencional. En todo ello tiene mucho que ver las formas y niveles de apropiación que encontramos en estas comunidades en torno a su producto turístico, y que igualmente se apunta en aquellas para las que el turismo es todavía un proyecto. La forma de entender el medio y la historia local en Huertas y como se vuelca sobre el proyecto de TC es una buena muestra de ello. En definitiva, apropiación es una actitud de la comunidad y sus miembros ante el mundo que habitan. Frente a la negación o el repudio (tan propios en contextos castigados por la emigración y el abandono), la apropiación en forma de celebración ritual, discurso mítico, emoción en los relatos, actitud al caminar, justificación del habitar, paciencia ante la adversidad, explicación de los reveses, disfrute de lo propio, modos de compartir..., conforman un estar en la co-

munidad sin el que no podemos entender cabalmente el turismo comunitario en ninguna de las comunidades estudiadas. Los casos en los que el nivel de apropiación es bajo o nulo fácilmente dejan entrever los problemas en la gestión del CBT (ver Mbaiwa, 2005).

Tal vez esta apropiación sea una de las claves de que el producto turístico no constituya una segunda realidad diferenciada y alejada de las otras actividades no turísticas, como ocurre en el ecoturismo, el agroturismo, el turismo cultural, el turismo étnico... cuando son gestionados de forma convencional. El turismo se convierte a veces en el consumo de un simulacro: el nativo es un actor, el lugar un escenario y las prácticas son parateatrales, en el sentido de que lo que se ofrece al turista es un producto creado *ex profeso*. El TC no está libre de estos sesgos, pero el contexto comunitario en el que tiene lugar los puede minimizar notablemente en virtud de su encarnación del mercado.

La interacción de aspectos sociales y económicos es, según se evidencia desde el caso de Tunibamba, lo que permite a los agentes del turismo comunitario el desarrollo de estrategias y tácticas (de Certau, 1990) de inserción en el Mercado desde las lógicas y cosmovisiones comunitarias.

El desarrollo sostenible del turismo local con un rostro más humano, exigió desde el inicio la participación directa de las comunidades indígenas anfitrionas en el desarrollo de oferta de servicios de alojamiento y alimentación para los turistas que visitan la zona. El concepto básico detrás de esta propuesta es el de "convivencia", es decir permitir el intercambio cultural entre visitantes y residentes comuneros mediante el desarrollo de facilidades básicas de alojamiento. Las familias anfitrionas quieren mostrar al viajero una forma de vida auténtica que se nutre de una visión del cosmos diferente a otras existentes. Este encuentro le permite al turista compartir la cultura indígena, disfrutar de un nuevo entorno, experimentar una manera de vida diferente y deleitarse en la proximidad de la naturaleza y de una vida tradicional, todo en un marco de mutuo respeto... (Gestores de Runa Tupari)

Los lazos y relaciones que mantienen los

actores implicados en el TC (turistas y huéspedes) son un elemento básico dentro de la transacción económica que define a todo Mercado y sus formas adquieren características muy especiales en el CBT (Heuman, 2005). Las relaciones sociales sirven de apoyo a las económicas, actuando, incluso, como estrategia para la potenciación de éstas, lo que también se observa en otros lugares como Huertas o Caguana-pamba. Y por otra parte, las relaciones económicas sirven de vehículo para la creación y mantenimiento de lazos sociales. Así, cuando a una de las casas de familia de Tunibamba llegan al final de la tarde unos inesperados turistas (tras el precipitado aviso por parte del gerente de la operadora turística comunitaria *Runa Tupari*), y se propone como actividad turística pasear hasta el llano de la hacienda para recoger la vaca y recolectar berros que improvisen una cena digna, no sólo se está dando respuesta a una demanda turística, sino que, paralelamente, se está estableciendo una relación (una forma de interacción entre la dueña de la casa y los turistas). Sí, es el inicio del negocio, pero sobre todo se está desarrollando una manera de formar parte de la comunidad, aunque sea efímeramente.

Con la incorporación de turistas a sus prácticas cotidianas, se define y establece una manera de presentarse a los otros, que no es otra que enseñar lo más sencillo de sus días y haceres. Esta forma de relación con los turistas se convierte además en una certera “personalización” de la oferta, y por tanto una buena manera de hacer negocio turístico. La forma exitosa en la que se establecen las relaciones (entre la operadora *Runa Tupari*, la comunidad, las familias alberguistas y los turistas) en el escenario del Mercado, contribuye claramente al desarrollo del turismo comunitario. El análisis de las maneras específicas con las que se tejen estas relaciones y su conversión en insumos particulares con los que participar en el Mercado, desvela una singular forma de participar en el abstracto Mercado, desde la concreta cotidianeidad de la comunidad.

Quedarse en uno de los alojamientos rurales es una oportunidad única para conocer personalmente y compartir la vida tradicional de sus anfitriones indígenas,

aprender acerca del mundo de las plantas y cultivos que ellos manejan, sus técnicas tradicionales de producción y los secretos de su preparación... (publicidad *Runa Tupari*).

Se comprueba que, como ocurre en otros lugares (Agua Blanca, Machacuyacu o Huertas), el TC se desarrolla y consolida en tanto en cuanto tiene un encaje lógico en el *ethos* (Bateson, 1958) de las comunidades: cuando aprovecha su urdimbre de relaciones y su capacidad de improvisación. No se trata sólo de un asunto de desempeño exitoso en el mercado turístico según conceptualizaciones previsibles sobre la eficacia y la eficiencia, sino, de manera más amplia, de una forma de encajar material y mentalmente la vida cotidiana y el negocio turístico aplicando estrategias y tácticas que alumbren “how this way of life can be protected from tourism, and how this industry can be shaped to fit into this way of life” (Notzke, 1999:73).

Conclusiones

Nuestro objetivo con esta investigación es doble. Por un lado profundizar en la comprensión del community-based tourism a través del estudio del turismo comunitario en Ecuador y, por otro, apuntar indicadores para evaluar la sostenibilidad de las experiencias de CBT.

El estudio de TC en Ecuador nos sugiere un marco comprensivo del CBT que tiene tres pilares básicos: (1) la centralidad analítica de las comunidades, (2) el entendimiento de la actividad turística comunitaria como ‘traducción’ antes que como ‘adaptación’ al mercado, y (3) que el turismo suponga un afianzamiento antes que una amenaza para las comunidades.

1. Una aproximación consistente al CBT deberá hacerse desde un enfoque analítico y metodológico que contemple lo comunitario mediante estudio de caso etnográfico: es difícil entender lo que pasa en las comunidades sin comprenderlas desde dentro. Habrá que ampliar referencias e intuiciones a otros contextos y formas de CBT distintos del TC ecuatoriano. No obstante, no debe entenderse que desdeñemos aproximaciones analíticas no comunitarias, o metodologías no etnográficas, o que rechacemos cual-

quier forma de asociación de las comunidades con empresas privadas o instituciones públicas, sólo queremos resaltar una apuesta metodológica complementaria, nunca reduccionista. Se precisa entender el funcionamiento de la comunidad para desentrañar su capacidad de acción colectiva, base del CBT. Es muy arriesgado usar un marco de causalidades y factores en gran parte ajenos a la dinámica comunitaria o técnicas de investigación que obstaculizan la comprensión del funcionamiento comunitario. El trabajo de Jones (2005) aplicando al CBT el concepto de “capital social” es una buena muestra de la limitación de estos enfoques a pesar del indudable interés de sus resultados y de evitar acertadamente cualquier “romanticized notion of community” (Jones, 2003:307).

2. Una lectura extendida entre las propias instituciones involucradas en el CBT ve en él o bien un fenómeno de adaptación en términos de cambio-transformación de las comunidades en virtud de interferencias externas, o bien —de manera un tanto esencialista— una forma de resistencia derivada de una natural y arcaica cosmovisión colectivista. No nos parece que ninguna de estas dos perspectivas sean esclarecedoras de la realidad empírica estudiada. Es más pertinente entender el CBT como la “traducción de una oportunidad”: surge un nuevo recurso al que se le aplica la lógica comunitaria para su gestión. Por una de esas paradojas que brindan las prácticas de consumo turístico en la era de la globalización —que tanto homogeneiza como demanda nuevos, imaginativos y diferenciados productos— “lo comunitario” en sí se convierte en un recurso que proporciona singularidad y distinción al producto turístico, lo que a su vez aporta sostenibilidad a formas de organización política-económicas tradicionales entre las comunidades y por tanto a la comunidad en sí.
3. El turismo comunitario en Ecuador es una forma madura de CBT en tanto en cuanto se alcanzan unos niveles máximos de autonomía comunitaria en la gestión turística. Toda la operación turística esta tintada de los cauces y formas de organización y gestión comu-

nitarias. Es fácil concluir que el turismo comunitario —a diferencia de otras versiones de CBT— se erige no tanto en una vía de transformación o disolución de las comunidades, sino que más se asemeja a una táctica que afianza a las comunidades al proporcionarles mayores recursos comunitarios y les dota de una actividad en la que pueden gozar de mayor autonomía en la gestión. Esto no significa que se aislen del medio político, económico y social en el que se insertan, ni que todas las experiencias obedezcan a este patrón. La participación en el TC abre a las comunidades al exterior tanto en lo íntimo (quizá el caso más notable sea a través del turismo vivencial) como a nivel macro (dependencia del Mercado y de las regulaciones estatales); pero lo hace a la manera comunitaria, es decir, enfatizando una presencia activa del colectivo, que es el principal recurso también de sus propuestas turísticas. La diferencia fundamental con otros sectores económicos es que el turismo desarrollado comunitariamente permite que la comunidad en vez de diluirse en el Mercado-Estado en el que se asienta, se reafirme en virtud de sus márgenes de control sobre la actividad turística, del que además no depende en exclusividad. Por otra parte, al hacerse necesario más que nunca lo propio, lo comunitario, la actividad turística fortalece al grupo, no sólo en el sentido de rentabilizar las estructuras políticas y las prácticas comunitarias, sino en el de la valoración y el redescubrimiento de lo comunitario e indígena. Por eso es comprensible que el TC nos muestre también una cara política como medio de reivindicación.

Desde una perspectiva más general, los resultados nos invitan a pensar en otros ámbitos geográficos y culturales, tanto desde el punto de vista metodológico como teórico. Diferentes estudios y modelos de evaluación de la sostenibilidad abogan por la centralidad de la comunidad en los análisis de CBT (Belsky, 1999; Cusak and Dixon, 2006), indicándose de forma explícita que la “community organizational structure and sense of self-identity have a fundamental influence on the sustainability of ecotourism projects” (Cusak and Dixon, 2006:161). Este trabajo viene a profundizar

precisamente en esa perspectiva.

Las etnografías y posteriores análisis comparativos de los estudios de caso nos invitan a focalizar la mirada sobre el CBT en cinco indicadores que han sido analizados implícitamente en el apartado 5: (a) la organización comunitaria, (b) el papel de los liderazgos, (c) las formas y cauces de intervención externa, (d) la apropiación del medio y la cultura, y (e) la encarnación del Mercado en la comunidad. Como podemos comprobar, aunque el estudio se ha realizado dentro de las comunidades no se excluyen elementos externos a ellas (mercado, instituciones, organizaciones...); la peculiaridad es que estos elementos extracomunitarios han sido considerados y analizados desde la comunidad. En cada comunidad estos indicadores cualitativos se conjugan creativamente propiciando el desarrollo y la sostenibilidad del TC. En este sentido hemos evidenciado una interrelación y retroalimentación particular de los distintos indicadores en cada uno de los casos estudiados. La configuración de estos factores en cada comunidad explicaría el surgimiento, desarrollo, bloqueo, conflictos y sostenibilidad social del TC. Es coherente que puedan reivindicarse otros indicadores, pero creemos —a la vista de la investigación— que los reseñados aquí resultan suficientemente relevantes y significativos para procurar elementos de reflexión y análisis, y que en consecuencia bien podrían suponer el primer paso de una modelización analítica —aún pendiente— sobre las condiciones generales del CBT centrado en su sostenibilidad social.

Estos resultados son útiles para evaluaciones y planificaciones en la medida en que se sustentan en un enfoque analítico concreto soportado por una metodología específica que profundiza en el contexto socio-cultural del CBT (Wood, 1998:28). Por tanto, los resultados de la investigación —operativizados convenientemente— pueden ser referentes para la toma de decisiones de agencias estatales, organismos internacionales, ONGs, instituciones de cooperación internacional y otras organizaciones que tienen en sus agendas al CBT, así como para las propias comunidades. Tener en cuenta los indicadores cualitativos aquí presentados puede aumentar la eficacia en la gestión, la sostenibilidad de los proyectos

y proporcionar elementos y orientaciones en las evaluaciones de los mismos.

Nuestro objetivo, a partir de ahora, es desarrollar una modelización que haga más ágil la evaluación de experiencias y la sostenibilidad del CBT desde una ‘perspectiva analítica comunitaria’. Esta empresa no es fácil ya que el sistema que establecen los cinco indicadores señalados aquí es altamente dinámico y complejo, particularmente configurado en cada caso concreto. Además, cualquier modelización habrá de contemplar que el propio desarrollo del CBT afecta en la evolución de los indicadores. La actividad turística no sólo se ve influenciada por la organización comunitaria, los liderazgos, la intervención externa, los niveles de apropiación y la forma en que se practican las relaciones de mercado, sino que, al mismo tiempo, el turismo ejerce una tremenda influencia sobre cada uno de estos ámbitos de la vida en las comunidades. Existe una profunda imbricación recursiva entre la actividad turística y el funcionamiento comunitario. En el CBT no sólo la comunidad construye turismo, sino que el turismo también construye comunidad.

Reconocimientos. Este trabajo forma parte de un proyecto más amplio que ha sido realizado conjuntamente con un equipo ecuatoriano de la Universidad de Cuenca formado por Doris Solis, Mateo Estrella, Lucía Fernández, Karina Farfan, Ana Lucia Serrano y Martha Zenteno. Estamos agradecidos a la AECI por financiar parcialmente el proyecto de investigación, a la Universidad Pablo de Olavide (España) y Universidad de Cuenca (Ecuador) por su apoyo constante para el desarrollo del mismo, y al programa ST-EP de la WTO, la FEPTCE y el Ministerio de Turismo del Ecuador por su estrecha colaboración.

Referencias

- Bateson, G.
1958 *Naven*. Standford: Standford University Press.
- Bauman, Z.
2001 *Community. Seeking safety in an insecure world*. London: Polity Press.
- Belsky, J. M.
1999 *Misrepresenting communities: The politics of community-based rural eco-*

- tourism in Gales Point Manatee, Belize. *Rural Sociology*, 64(4), 641-666.
- Blackstock, K.
2005 A critical look at community based tourism. *Community Development Journal*, 40(1), 39-49.
- Bourdieu, Pierre
2000 *Cuestiones de sociología*, Madrid: Istmo.
- Cabanillas, E.
2003 *El turismo comunitario en el Ecuador. Situación y tendencias actuales*. Quito: Universidad de Especialidades Turísticas.
- Chamoux, M.N. & Contreras, J. (eds.)
1996 *La gestión comunal de recursos. Economía y poder en las sociedades locales de España y América Latina*. Barcelona: Icaria.
- Cohen, A.
1985 *The symbolic construction of the community*. London: Routledge.
- Colvin, J.
1994 Capirona: A Model of Indigenous Ecotourism. *Journal of Sustainable Tourism* 2 (3)
- Crow, G. & Allan, G.
1994 *Community life. An introduction to local social relations*. New York: Harvester.
- Cusack, D., & Dixon, L. 2006
Community-based ecotourism and sustainability: Cases in Bocas del Toro province, Panama and Talamanca, Costa Rica. *Journal of Sustainable Forestry*, 22(1-2), 157-182.
- de Certau, M
1990 *L'invention du quotidien*. Paris: Gallimard.
- Drumm, A.
1998 New approaches to community-based ecotourism management: learning from Ecuador. In *Ecotourism: Guide for planners and managers*, vol. 2. North Bennington: The Ecotourism Society.
- Erikson, K.C. & Stull, D.D.
1998 *Doing Team Ethnography*. London: Sage
- Estrella Durán, M.
2007 La incidencia jurídica en el turismo comunitario en Ecuador. In E. Ruiz & D. Solís *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya-Yala.
- Ezzy, D.
2002 *Qualitative análisis*. London: Routledge
- FEPTCE
2007a *Manual de Calidad para la Gestión del turismo Comunitario en Ecuador*. Quito: FEPTCE.
- 2007b *Guía de Turismo Comunitario del Ecuador*. Quito: FEPTCE.
- Fuller, D.; Buultjens, J. & Cummings, E.
2005 Ecotourism and indigenous micro-enterprise formation in northern Australia opportunities and constraints, *Tourism Management* 26, 891-904.
- Gascón Gutierrez, J.
1996 La gestión de un nuevo recurso: el turismo. Conflicto y lucha por su control en los Andes, In M.N Chamoux & J. Contreras (eds.) *La gestión comunal de recursos. Economía y poder en las sociedades locales de España y América Latina* (pp. 307-335). Barcelona: Icaria.
- Gould, K.
1999 Tactical tourism. A comparative analysis of rainforest development in Ecuador and Belize, *Organization & Environment* 12(3), 245-262.
- Hernández Cruz, R.; Bello Baltazar, E.; Montoya Gómez, G. & Estrada Lugo, E.
2005 Social Adaptation. Ecotourism in the Lacandon Forest, *Annals of Tourism Research* 32(3), 610-627.
- Heuman, D.
2005 Hospitality and reciprocity: Working tourists in Dominica, *Annals of Tourism Research*, 32(2), 407-418.
- Hiwasaki, L.
2006 Community-based tourism: A pathway to sustainability for Japan's protected areas. *Society and Natural Resources*, 19(8), 675-692.
- Ingold, T.
2000 *The perception of the environment*. London: Routledge
- Jeffreys, A.
1998 Ecotourism in northwest Ecuador. *Geography Review*, 11(3), 26-29.
- Jones, S.
2005 Community-based ecotourism. The significance of social capital. *Annals of Tourism Research* 32(2), 303-324.
- Kiss, A.
2004 Is community-based ecotourism a good use of biodiversity conservation

- funds? *Trends in Ecology and Evolution*, 19(5), 232-237.
- Korovkin, T.
2001 Reinventing the communal tradition: civil society and democratization in rural Ecuador in *Latin America Research Review* 36(3)
- 2000 Weak weapons, strong weapons? Hidden resistance and political protest in Highland Ecuador in *Journal of Peasants Studies*, 27(3).
- Manyara, G., Jones, E., & Botterill, D.
2006 Tourism and poverty alleviation: The case for indigenous enterprise development in Kenya. *Tourism, Culture and Communication*, 7(1), 19-37.
- Mbaiwa, J.E.
2005 Community-based tourism and the marginalized communities in Botswana: The case of the Basarwa in the Okavango Delta. In C. Ryan & M. Aicken, *Indigenous tourism: the commodification and management of culture* (pp. 87-109), London: Elsevier.
- Michaux, J., González, M. y Blanco, E.
2000 Ayllu aimara y reciprocidad. *Revista Iberoamericana de Autogestión y Acción Comunitaria* 35-36-37.
- Mitchell, R. E. & Eagles, P. F. J.
2001 An integrative approach to tourism: Lessons from the Andes of Peru. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(1), 4-28.
- Mitchell, R. E. & Reid, D. G.
2001 Community integration: Island tourism in Peru. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 113-139.
- Nepal, S. K.
2004 Indigenous ecotourism in central British Columbia: The potential for building capacity in the Tl'azt'en nations territories. *Journal of Ecotourism*, 3(3), 173-194.
- Notzke, C.
1999 Indigenous tourism development in the arctic. *Annals of Tourism Research*, 26(1), 55-76.
- Ruiz Ballesteros, E.
2005 *Intervención social: cultura, discursos y poder. Aproximación desde la Antropología*. Madrid: Talasa.
- Salafsky, N., Cauley, H., Balanchander, G., Cordes, B., Parks, J., Margoulis, C., Bhatt, S., Encarnación, C., Russell, D. & Margoulis, R.
2001 A systematic test of an enterprise strategy for community-based biodiversity conservation *Conservation Biology* 15(6), 1585-1595.
- Scheyvens, R.
1999 Ecotourism and the empowerment of local communities, *Tourism Management* 20, 245-249
- Solis Carrión, D.
2007 De la resistencia a la sostenibilidad. El proceso histórico del Turismo Comunitario en Ecuador y sus retos actuales. In E. Ruiz y D. Solís *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya-Yala.
- Southgate, C. R. J.
2006 Ecotourism in Kenya: The vulnerability of communities. *Journal of Ecotourism*, 5(1-2), 80-96.
- Stronza, A.
2001 Anthropology of tourism: Forging new ground for ecotourism and other alternatives, *Annual Review of Anthropology* 30, 261-283.
- Temple, D.
2003 *Las estructuras elementales de la reciprocidad*. La Paz: TARI / Plural editores.
- Timothy, D. J., & White, K.
1999 Community-based ecotourism development on the periphery of Belize. *Current Issues in Tourism*, 2(2-3), 226-242.
- Tsaur, S.; Lin, Y. & Lin J.
2006 Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism. *Tourism Management* 27(4), 640-53.
- Wallace, G. & Rusell, A.
2004 Eco-cultural tourism as a means for the sustainable development of culturally marginal and environmentally sensitive regions, *Tourist Studies* 4(3), 235-54.
- Wearing, S., & McDonald, M.
2002 The development of community-based tourism: Re-thinking the relationship between tour operators and development agents as intermediaries in rural and isolated area communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(3), 191-206.
- Wesche, R.
1996 Developed country environmentalism and indigenous community controlled ecotourism in the Ecuadorian Amazon, *Geographische Zeitschrift* 84(3-4), 157-

- 68.
- Wood, M.E.
1998 *Meeting the global challenge of community participation in ecotourism: case study and lessons from Ecuador*. Arlington: The Nature Conservancy.
- World Tourism Organization
2006 *Poverty alleviation through tourism. A compilation of good practices*. Madrid:WTO.
- Wunder, S.
1996 *Ecoturismo, ingresos locales y conservación. El caso de Cuyabeno, Ecuador*. Quito: Abya-Yala / UICN.
- 2000 Ecotourism and economic incentives —an empirical approach, *Ecological economics* 32, 465-479.
- WWF Internacional
2001 *Directrices para el desarrollo del turismo comunitario*. WWF.

NOTA

¹ Nos parece que la dicotomía desarrollo endógeno/desarrollo exógeno es poco operativa para analizar estos procesos de turismo comunitario ya que los que alcanzan una cierta relevancia son precisamente los que son capaces de articular tanto la intervención externa como el impulso interno. El turismo comunitario en Ecuador no es quizá un buen ejemplo de “etnodesarrollo endógeno” tal como se entiende de forma ortodoxa, sino más bien una forma creativa y fructífera de conjugar lo endógeno con lo exógeno; al menos eso se desprende de los casos que hemos estudiado, sin que podamos dejar de lado en alguno de ellos el componente de reivindicación étnica.

Recibido: 19 de noviembre de 2007
Reenviado: 15 de julio de 2008
Aceptado: 19 de julio de 2008
Sometido a evaluación por pares anónimos