

V JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO
Turismo y Sostenibilidad
Área: Antropología y Sociología

Marina Cruz Blasco
Asesora en Turismo Responsable,
Estudiante de 5º curso de Antropología
Social y Cultural en UNED
Ricardo Lyon, 920. Santiago de Chile
marinacruzblasco@yahoo.com
+56 0979485803; + 34 699084013

TURISMO, IDENTIDAD, Y REIVINDICACIÓN SOCIOCULTURAL EN CHILE

RESUMEN:

El presente estudio -aún en curso- se desarrolla en Chile y relaciona los aspectos socioculturales de la sostenibilidad con el hecho de que los proyectos de turismo comunitario han aumentado en número durante los últimos años. Lo hace a partir de la siguiente reflexión: si la sostenibilidad de las intervenciones a largo plazo es difícil de determinar en muchos casos, mayor es la dificultad cuando se trata de definir y cuantificar la sostenibilidad sociocultural. ¿Cómo se explica entonces la coincidencia de ambos fenómenos? ¿por qué proliferan este tipo de proyectos?

Con particular interés por la perspectiva de las sociedades receptoras, esta investigación apunta al papel del turismo más allá de la oportunidad de dinamización económica y de conservación del entorno gracias a su uso no intensivo. A través del análisis del carácter participativo de las intervenciones, aparece un concepto de sostenibilidad polifónico, que no puede comprenderse al margen de contextos histórico-políticos complejos. Una aproximación así permite reflexionar sobre el turismo como herramienta para la visibilidad y reivindicación de aspectos socioculturales, y se propone como posible explicación para el incremento de este tipo de proyectos, pese a las muchas incertidumbres que las comunidades deben afrontar durante su desarrollo.

Palabras clave: sostenibilidad, desarrollo, turismo comunitario, identidad, revitalización étnica, participación.

ABSTRACT:

This research –which is currently under progress- takes place in Chile and aims at linking the issues of sustainability concerned with its social and cultural dimension, with the considerable increasing of initiatives of community-based tourism over the last years. This relationship is pursued starting from the following consideration: as far as long term sustainability is hard to be determined in many cases, such difficulty gets even more serious when it comes to defining and quantifying sociocultural sustainability. How can the concomitance of both phenomena then be explained? Why is this kind of projects proliferating up to such extent?

Within particular interest in the hosting societies' perspective, this research points towards a role played by tourism further than as an opportunity for economic dynamization and environmental conservation. By analysing the participative nature of interventions, what comes out is a polyphonic concept of sustainability, which cannot be understood separately from complex historical and political contexts. Such an approach allows us to reflect on tourism as a tool for visibility and recognition of social and cultural issues and is proposed as a possible explanation for the growth of this kind of tourist projects, despite of the several uncertainties dealt with by the communities during their realization.

Key words: sustainability, development, community-based tourism, identity, ethnic revitalization, participation.

1. INTRODUCCIÓN

Es un hecho consabido que el turismo constituye una de las actividades económicas más relevantes a escala planetaria, y que aún en periodos de profunda crisis como el que atravesamos, el sector sigue siendo uno de los pocos capaces de arrojar cifras positivas, conservando puestos de trabajo y erigiéndose en destinatario del gasto de no pocos consumidores. La OMT dice de esta industria que es un “motor clave del

progreso socioeconómico”, que “insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible” y que “actúa para que así sea”¹.

Así, mientras los destinos maduros buscan fórmulas para reinventarse y seguir siendo competitivos, los emergentes, a menudo situados en los llamados países en desarrollo, ven en la actividad una posibilidad de activación económica especialmente atractiva, ya que su patrimonio natural y cultural, que por lo general no ha sido “puesto en valor” casa bien, a priori, con conceptos como autenticidad o naturaleza y cultura prístinas, conceptos éstos en torno a los cuales se construye, en buena medida, el imaginario de los potenciales turistas para los destinos “exóticos”.

En este contexto cobra fuerza, tanto por los efectos positivos que se le presuponen, como por su ubicuidad, la tríada turismo – desarrollo – sostenibilidad (Hernández, 2011). Y es en este contexto en el que se sitúa el presente trabajo, que se propone analizar el actual proceso de emergencia en Chile del llamado turismo comunitario.

La hipótesis de partida para esta investigación² parte de que el turismo puede ser entendido como un medio a través del que llegar a diferentes fines. Podemos clasificar dichos fines inspirándonos en los llamados tres pilares de la sostenibilidad: es decir, como fines de naturaleza económica, ambiental o sociocultural. Así, para las comunidades chilenas y en el momento de emergencia turística actual, el turismo sería un lugar de objetivación, construcción, reivindicación y actualización de su identidad, de modo que lo que las mismas entienden por “éxito de los emprendimientos turísticos” no está relacionado únicamente con la consecución de beneficios económicos.

Coincidiendo con Prats y Santana (2011) el turismo es visto en el presente estudio como un tablero de juego en el que los diferentes actores adoptan aquellas estrategias que mejor les ayuden a conseguir sus metas e intereses. Se trata así de un proceso en el que los agentes elaboran sus propios discursos, -no necesariamente contrapuestos- los cuales pueden coincidir o no con las prácticas que pongan en marcha. La sostenibilidad es uno de los pilares sobre los que se construyen dichos discursos, si bien debe ser vista, lo mismo que las metas que se pretende alcanzar a través de los proyectos turísticos, como un concepto multiforme y polifónico.

¹ <http://www.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

² Este trabajo está orientado al desarrollo del “Trabajo de Investigación en Antropología”, como parte de la Licenciatura de Antropología Social y Cultural de la UNED. Las técnicas de investigación empleadas en esta primera fase de trabajo fueron la observación participante y las entrevistas semiestructuradas, a lo largo del año 2011, con diferentes personas que se autodefinen como miembros de comunidades que están llevando a cabo actividades turísticas en Chile, o que están interesadas en hacerlo.

2. SOSTENIBILIDAD, DESARROLLO Y TURISMO COMUNITARIO COMO CONCEPTOS POLISÉMICOS

Como apuntábamos en la introducción, el actual auge de las intervenciones en turismo -a menudo propiciadas mediante políticas y programas concretos promovidos por organismos estatales y supraestatales- puede explicarse por el peso de esta industria en la economía mundial. Se trata de una efervescencia especialmente patente en algunos de los llamados países emergentes y en aquellos con elevados índices de pobreza. En estos lugares, a los rendimientos crecientes resultantes de la puesta en marcha de una actividad en muchos casos aún no explotada intensivamente, se suma la posibilidad de ajuste, a priori, de la industria turística con el concepto de sostenibilidad.

Actualmente, cuando el mito del progreso asociado al crecimiento económico a toda costa se tambalea ante la evidencia de la crisis mundial y el deterioro medioambiental del planeta, el término “sostenibilidad” se ha convertido en poco menos que obligado; pareciera que su sola presencia se interpreta, sino como garante de un crecimiento –sobre todo económico- libre de impactos negativos, sí al menos como manifestación de voluntad de tal garantía. Voluntad a la que, ante la creciente presión popular y la ubicuidad del discurso sostenible, es cada vez más conveniente apelar.

Sin embargo, a pesar de la creciente toma de conciencia desde que se publicara el Informe Brundtland (1987) acerca de la necesidad de optar por un tipo de desarrollo sostenible, no puede obviarse el hecho de que el de sostenibilidad es un concepto que en el ámbito turístico se usa a menudo de forma imprecisa (Hernández, 2011). Además, no enfatiza igualmente -más allá de la teoría- los tres pilares sobre los que se fundamenta. Pero, pese a todo, hoy forma parte de prácticamente cualquier discurso, incluso independientemente de quién lo construya, en qué contexto y con qué fines. Es por esto que no debemos suponerle a la noción de sostenibilidad una homogeneidad, neutralidad y univocidad que no posee.

Siguiendo con esta línea argumental, podemos vincular los conceptos de sostenibilidad y participación. El saber experto en ningún caso daría hoy su visto bueno, ni calificaría de sostenibles, a proyectos no participativos. Pero conviene recordar, como

señala Rahnema (1996), que la participación puede ser “transitiva o intransitiva, amoral o inmoral, forzada o libre, manipuladora o espontánea”.

Por otra parte, si nos centramos en los aspectos socioculturales de la sostenibilidad, nos encontramos con un grado de indefinición aún mayor, y también con una mayor dificultad para medir los efectos positivos o negativos resultantes de la adopción de prácticas sustentables. En el ámbito del turismo, estos aspectos se relacionan en la literatura con la protección del patrimonio y la puesta en valor de la oferta cultural, con el bienestar de la comunidad y con la contribución al desarrollo local. La OMT (2004), en su revisión del concepto de turismo sostenible, declara que éste debe “respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales, arquitectónicos y vivos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural”

A menudo se trata de definiciones impregnadas de una visión de mercado. Los procesos a los que hacen alusión presentan no pocas complejidades, que aumentan si su evaluación se pretende por medio de indicadores y en el corto plazo: ¿cómo afrontar las dificultades de proteger un patrimonio mercantilizado? ¿de quién es la cultura? ¿qué entendemos por comunidad y su bienestar? ¿por autenticidad? ¿y por desarrollo?

El problema de los indicadores no es menor, en tanto que los promotores de proyectos turísticos los utilizan para justificar sus intervenciones y, en caso de creerlo necesario, reajustarlas. En el contexto de una lógica así, lo que no es fácilmente cuantificable es fácilmente obviado, y de este modo los aspectos socioculturales de la sostenibilidad a menudo son vistos por los financiadores como una abstracción incorporada a su discurso sólo en forma retórica.

Partimos entonces de un escenario que se construye en torno a conceptos cuya definición resulta compleja, y en el que se inserta una actividad económica (el turismo) que como tal se fundamenta en la producción de beneficios cuantificables para sus promotores.

Por su parte, el turismo comunitario se presenta como una oportunidad de puente entre la rentabilidad económica, la conservación del medio ambiente y el respeto sociocultural. Siguiendo a Ruiz y Cantero (2011), se postula como una actividad que permitiría “cambiar sin cambiar, haciendo de la forma de vida un producto turístico”. Si

la fórmula funcionara, el turismo comunitario definido como “un tipo de turismo de pequeño formato, establecido en zonas rurales y en el que la población local, a través de sus estructuras organizativas, ejerce un papel significativo en su control y gestión” (Cañada y Gascón, 2007) podría constituirse en una actividad sustentable por naturaleza propia, capaz de conjugar equilibradamente aspectos medioambientales, socioculturales y económicos. Las dificultades para lograrlo no son pocas, como ya hemos apuntado. Una de ellas tiene que ver, de nuevo, con la laxitud con la que se define el propio turismo comunitario (Ruiz y Cantero, 2011). Si bien es cierto que, como señalan Cañada y Gascón (2007) “no hay un modelo de Turismo Comunitario aplicable universalmente”, este hecho hace difícil identificar la actividad, promoverla, reajustarla.

No hay duda de que seguimos hablando de términos polisémicos, pero esto no quiere decir que su uso sea siempre retórico y ambiguo: este trabajo, sin obviar las paradojas, contradicciones y, a veces, manipulaciones, operadas en nombre del desarrollo, y los impactos negativos derivados en tantas ocasiones de la actividad turística, no niega que ciertas intervenciones también hayan contribuido a mejorar la calidad de vida de las personas implicadas, a dinamizar economías y a proteger espacios naturales.

Lo que ocurre es que las iniciativas de turismo comunitario a menudo dependen de financiamientos que no están libres de visiones desarrollistas. Así, encontramos principalmente subvenciones destinadas a favorecer los procesos productivos y la actividad empresarial. El turismo adquiere entonces importancia en tanto que sector económico capaz también, indirectamente, de favorecer la conservación de la naturaleza, que es vista como materia prima básica o soporte de la actividad turística. La cultura juega el mismo papel: es capitalizable en el sentido que concede Bourdieu a su concepto de capital cultural. Y aquellas poblaciones que habitan entornos naturales -potenciales destinos turísticos- y poseen un “rico patrimonio cultural”, son vistas como empresarios en potencia que pueden, *mediante su esfuerzo* aunque sin salir de su entorno, contribuir a su propio “progreso” y al de su territorio.

Uno de los puntos fuertes del turismo comunitario para convertirse en una actividad realmente sustentable y coherente podría ser que, frente a otros agentes y emprendedores turísticos, las comunidades implicadas en iniciativas de turismo

comunitario manejan por lo general un concepto de sostenibilidad que sí incide en los aspectos socioculturales. Este trabajo postula que, de hecho, es en este ámbito en el que cabe buscar buena parte de las motivaciones que les llevan a iniciarse en una actividad que para ellos presenta numerosas incertidumbres y riesgos en el plano económico. Ante la lógica capitalista imperante, a menudo es necesario recordar que no todos los intereses o beneficios son cuantificables ni pueden explicarse en términos económicos.

3. EL TURISMO COMUNITARIO EN CHILE

En un país como Chile, que encabeza tanto algunas de las listas que miden el crecimiento económico en América Latina, como otras que dan cuenta de sus grandes brechas sociales³, las dificultades de poner en marcha un *turismo sostenible para el desarrollo* dan lugar a paradojas particulares.

En el país andino, el impulso a la actividad turística es de origen reciente y está basado en la activación de recursos naturales. Es en torno a estos, principalmente, que se está construyendo la imagen turística de un destino en gran medida desconocido aún para los mercados emisores internacionales. La incorporación de la sustentabilidad a la estrategia turística es aún más tardía, con la creación en 2010 de un Comité Nacional de Sustentabilidad Turística y un nivel de desarrollo del turismo sustentable en el país que, según SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo de Chile, 2011) se encuentra todavía en estado inicial.

Por su parte, el turismo comunitario no forma parte de la estrategia en turismo a nivel estatal o regional, a diferencia de lo que ocurre en países como Perú. Puesto que el concepto de turismo comunitario, a través del de comunidad, se vincula con el de población indígena, este hecho puede relacionarse a su vez con la situación del colectivo indígena en Chile, históricamente invisibilizado y marginado, y que aún hoy no ha visto reconocido su derecho de propiedad sobre la tierra o de educación bilingüe.

Es importante señalar que, según el censo de 2002, de una población total en Chile de 15.116.435 personas, 692.192 (el 4,6%) declararon pertenecer a uno de los ocho

³ En 2010 Chile se convirtió en el primer país sudamericano miembro de la OCDE. Por otro lado, según el Informe de Desarrollo Humano de la ONU, durante el mismo año Chile se encontraba en el puesto 119 de la lista de países por igualdad de ingresos, ubicándose entre los 15 últimos estados a nivel mundial.

pueblos considerados en el instrumento censal⁴. Se trata de un porcentaje considerable, superior al que arrojan países como Brasil (0,4%, censo del año 2000) y sólo unos puntos por debajo de Ecuador (6,8%, censo 2001), Honduras (7,2%, censo 2001) o México (7,9%, censo del año 2000)⁵.

A partir de la promulgación en 1993 de la Ley Indígena 19.253, que contempla la creación del Fondo de Desarrollo Indígena, el Estado chileno ha destinado a dicho fondo una gran cantidad de ayudas económicas, atrayendo a las comunidades hacia nuevas actividades productivas como el turismo (Bustos, 2011). Este hecho contribuiría a explicar la proliferación de iniciativas de turismo comunitario a la que venimos haciendo alusión, a la vez que indicaría un punto de convergencia entre los intereses estatales y los de las comunidades indígenas. En la misma línea, cabe señalar la presencia de representantes regionales de organismos como SERNATUR, INDAP y CONADI⁶ en el Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario celebrado en 2011⁷, evento al que apoyaron con algún tipo de aportación económica y/o promocional.

Por tanto, la no existencia de un segmento específico para el turismo comunitario en las políticas gubernamentales no parece deberse al rechazo del concepto por parte de los organismos competentes. Más bien parece que son la ausencia de atributos relacionados con la cultura y la identidad en la imagen turística que el país proyecta de sí mismo, así como la definición vaga de la propia noción de turismo comunitario, los puntos de partida para explicar que la fórmula no haya sido oficialmente adoptada en las políticas públicas.

⁴ Se trata de los siguientes grupos étnicos: alacalufé (kawaskar), atacameño, aymara, colla, mapuche, quechua, rapanui, yámana (yagán).

⁵ CELADE-CEPAL. Población total y población indígena según los censos de la ronda del 2000. Fuente citada en Del Popolo y Oyarce (2005)

⁶ Se trata, respectivamente, del Servicio Nacional de Turismo, el Instituto de Desarrollo Agropecuario, y de la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena.

⁷ El Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario, celebrado en noviembre de 2011, fue la primera instancia con vocación de reunir a todos los actores implicados en turismo comunitario a nivel nacional. Organizado por Travolution.org y el Centro Cultural Rayen Wekeche, fueron convocados a participar las comunidades interesadas en este tipo de turismo, ONG, organismos públicos y académicos, y profesionales del sector turístico. www.turismocomunitario.cl.

Coincido con Ruiz y Cantero (2011) cuando dicen que el “turismo comunitario es una forma de organizar la actividad turística (no una modalidad de turismo) en la que la comunidad tiene el papel protagonista en su diseño y gestión, y en la que los beneficios obtenidos tienen aplicación, al menos parcial, en ámbitos de interés colectivo.” Una definición así concuerda con las declaraciones de los participantes en el Primer Encuentro de Turismo Comunitario en Chile, en el que la problemática de la definición de la actividad fue una de las abordadas. Sin embargo, al no tratarse de una modalidad de turismo en sí misma, su inclusión en las políticas públicas se torna compleja, y por consiguiente, se hace también más complejo alcanzar los beneficios que pudieran derivarse de este hecho (subvenciones, campañas específicas de promoción, visibilización de las comunidades, que se “posicionan” a la vez que lo hace la forma de hacer turismo que ellos protagonizan y posibilitan).

En este contexto en el que todavía no existe una visión clara para el turismo comunitario a nivel nacional, los últimos años han visto surgir un número considerable de iniciativas a nivel local que de alguna manera se definen o vinculan al turismo comunitario. La mayor parte de las iniciativas se encuentra en un estado muy incipiente de desarrollo, y de hecho en muchos casos lo que existe es más una declaración de intenciones por parte de las comunidades que una actividad turística en funcionamiento.

4. LA APUESTA POR EL TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS COMUNIDADES CHILENAS. AVANCES PRELIMINARES.

Este trabajo parte de la hipótesis de que las motivaciones que llevan a las comunidades a poner en marcha iniciativas de turismo comunitario no pueden explicarse sólo en términos económicos. En este sentido, un hecho varias veces constatado durante esta investigación fue que, en el marco de diferentes proyectos turísticos incipientes, varias personas que habían recibido remuneración concreta (por desempeñar funciones derivadas del propio proyecto, o como resultado de la llegada de algunos turistas pioneros) por algún motivo dejaron de participar directamente en las actividades turísticas. Otras, sin embargo, no lo hicieron, mientras que algunas más se

sumaron progresivamente a la iniciativa, a pesar de no haber recibido ningún beneficio económico y de que no tenían la seguridad de que fueran a recibirlo en el futuro.

El análisis de las declaraciones que hicieron las comunidades asistentes al Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario también apunta a la confirmación de la hipótesis de partida. Podemos ver en dicha instancia una ocasión para la reflexividad de la que participaron tanto las propias comunidades como otros actores implicados en el desarrollo de la actividad turística (ONG, instituciones públicas, académicas, potenciales turísticas...). A través de distintas tramas narrativas tejidas en torno al turismo, las comunidades se pensaron a sí mismas en relación con esta nueva actividad, y fueron objeto de presentación por parte de los *otros*.

Sin olvidar que narrativas y prácticas no tienen por qué ser coincidentes, del análisis de las conversaciones que suscitó el Encuentro en cuanto a las motivaciones de las comunidades cabe destacar algunos puntos, que se exponen a continuación:

- El turista es deseado por cuanto ofrece una posibilidad de dar a conocer la cultura y los modos de vida de las comunidades, consiguiendo así el respeto que, a ojos de estos colectivos, les ha sido negado durante muchos años. La palabra “respeto” nos remite a otras palabras como “derechos”, “protagonismo”, “agencia”, “reconocimiento legal y social”. Es decir, a conceptos implicados en reivindicaciones de tipo social:

“nos metemos en turismo para mantener nuestra cultura y darla a conocer, y para mejorar nuestra calidad de vida” Mujer atacameña.

“queremos ser soberanos de nuestros productos, no ser explotados por empresas externas” Hombre mapuche.

- Mostrar la propia cultura puede servir para que los miembros de la comunidad le den más valor. Se trata de algo especialmente necesario en el caso de los jóvenes:

“una vez unos turistas franceses vinieron y vivieron con nosotros, aprendieron de nosotros” Mujer pewenche.

Para los dos puntos anteriores, el término que usan las comunidades es “valorar”, pero lo hacen en el sentido de sacar de los márgenes, liberar finalmente de una connotación peyorativa a sus culturas y formas de vida. No hay implícito un sentido económico.

- La obtención de valor económico a través de la actividad turística no aparece entre las motivaciones principales de las comunidades, al menos a nivel de sus discursos. Declaran saber que es una actividad de pequeña escala y dicen que la desarrollarán puntualmente:

“si tú vas a empezar a ofrecer un producto, no es para llenarte los bolsillos de plata, porque es imposible. Es para mostrar lo que uno tiene, su identidad. Porque hay comunidades que tienen eso, aunque es verdad que hay otras que son puro show [...] queremos hacer turismo para mostrar lo que somos y llegar a la gente” Mujer atacameña.

Algunas de las personas que narran experiencias con turistas ocasionales no habían fijado precios para sus productos.

- Sin embargo, la posibilidad de que el turismo evite la emigración de los más jóvenes es deseada y frecuentemente declarada:

“(espero del turismo...) que los niños, que son el futuro, aprendan a trabajar en turismo y no se tengan que ir a trabajar fuera”

- Por último, las comunidades hablan de ciertos valores relacionados con la naturaleza y la autenticidad como de atributos positivos de los que son depositarios, y que creen que los turistas valorarán positivamente.

“si llega una persona de fuera y quiere que la comunidad le hable de la hierbita no sé cuánto, igual va a decir (la comunidad) ¡si es importante!. Entonces, si no lo valoraba, igual puede valorarlo, y seguir de ahí en adelante. Porque vemos el rescate de la agricultura, que por mucho tiempo fue intervenida con muchos programas y qué sé yo, que cambió un poco la forma de producir, ahora se usan

abonos químicos y muchas cosas. Antiguamente, también se producía, pero todo de forma natural. Y eso es lo que quiere cierto tipo de turista, el que no va a ver el show” Mujer mapuche.

Enmarcado en el contexto político-histórico chileno, el surgir de iniciativas de turismo comunitario puede entenderse como parte de un proceso de revitalización étnica y reivindicación identitaria⁸ que utiliza vías pacíficas y que se apropia de discursos y valores con los que en principio cabe concordar, como es el caso de la propia sostenibilidad.

En el concepto de sostenibilidad está implícita la noción de largo plazo, que explica el hecho de que se tomen voluntariamente medidas (decisiones) que pueden ir en contra de la lógica del máximo beneficio. Analizando la retórica de la sostenibilidad desde su dimensión temporal, parece existir mayor coherencia entre las prácticas y narrativas de las comunidades que en la de otros agentes implicados en el desarrollo turístico. Es también una aproximación más equilibrada puesto que subraya y moviliza los aspectos socioculturales de la sostenibilidad, al contrario de lo que hacen otras acciones y prácticas, volcadas de forma evidente en sus aspectos económicos o, a lo sumo, medioambientales.

Siguiendo a Bustos (2011), podemos clasificar las demandas de las comunidades en tres grupos: territoriales, de reconocimiento y respeto por su cultura, y de mejoras de sus condiciones de vida. La naturaleza de dichas reivindicaciones requieren una verdadera inversión a largo plazo para las que la actual efervescencia de iniciativas turísticas constituye un vehículo, un recipiente capaz en principio de canalizar esfuerzos y de aportar (a través de subvenciones o ingresos directos generados por la actividad) parte de los recursos económicos necesarios para ello. En cualquier caso, se trata de un escenario caracterizado por la incertidumbre dentro del cual, si bien las comunidades han de ser vistas como sujetos con capacidad de agencia, no es posible olvidar la posición marginal de la que parten. A esto hay que añadir los riesgos que, como cualquier actividad de mercado, el turismo implica. Puesto que los proyectos emprendidos en el ámbito turístico a menudo nacen a partir de subvenciones externas, podría decirse que los riesgos que estas comunidades afrontan en caso de fracaso no lo

⁸ También de colectivos que no se autodefinen como étnicos.

son tanto en términos económicos (pérdida del capital invertido) cuanto en relación a los efectos desestructurantes que para aquéllos grupos que se organizan en torno a un patrimonio común (natural o cultural) pueda tener su utilización en clave de consumo (García Canclini, 1995 y 2000, en Pérez Galán, 2011). Una mujer mapuche se expresaba así ante la perspectiva de que su comunidad pusiera en marcha actividades turísticas:

“...cuando empiece a rodar la moneda, va a haber gente que empiece a vender su cultura, a escondidas de los demás” (2011)

Es necesario señalar que existe un desajuste entre los mecanismos de financiación externa, que promueven de forma directa o indirecta el “emprendidurismo” individual, y las formas de agencia colectivas. Esto provoca no pocas contradicciones que dificultan el adecuado desarrollo de las iniciativas que partan de una lógica similar, o aspiren a ponerla en práctica, como pueden ser las de turismo comunitario.

Sin embargo, las comunidades no sufren pasivamente dichas dificultades y constricciones. Una muestra de ello es lo ocurrido en el marco de varios proyectos de desarrollo turístico en el Sur del país que implican a comunidades mapuche, y en el propio Encuentro Nacional de Turismo Comunitario. Es significativa la presencia de las personas que representan la autoridad tradicional (formal –lonko- y moral –otros ancianos con opiniones fuertemente reconocidas y legitimadas-) en el transcurso de las actividades, y también, en algunos casos, entre los miembros de las cooperativas y otras formas jurídicas que se han creado para poder operar formalmente en el sector. Esta presencia se constató a pesar de que dichas autoridades no pensarán implicarse directamente en el desarrollo de actividades económicas, al menos en el corto plazo. Considero que este hecho puede interpretarse como una reivindicación de su poder en la nueva esfera no tradicional, y como un intento de posibilitar una solución comunitaria para iniciativas que en última instancia favorecen el individualismo y el “espíritu emprendedor”. También puede entenderse como una estrategia para vigilar el uso de la cultura como recurso turístico e informar a aquellas personas “no emprendedoras” del curso de las iniciativas, a fin de minimizar posibles conflictos. En definitiva, un hecho

similar podría entenderse como un avance hacia el etnodesarrollo del que habla Bonfill Batalla (1982).

5. EL TURISMO COMO ÁMBITO DE TRABAJO CULTURAL E INSTRUMENTO PARA LA REIVINDICACIÓN SOCIOCULTURAL

Los discursos, también los identitarios, van cambiando históricamente. Prestando atención a las narrativas y representaciones que las comunidades chilenas proyectan de sí mismas, puede decirse que en el momento actual -caracterizado por la proliferación de iniciativas turísticas “alternativas”- algunas comunidades han identificado en esta actividad un ámbito que puede ser incorporado a los dominios propios del trabajo étnico, y por tanto del trabajo cultural.

Favorecido por su asociación al concepto de sostenibilidad, que como hemos visto goza de amplia aceptación social y política, el turismo constituye actualmente una herramienta que las comunidades pueden emplear para ocupar un escenario social del que a menudo habían sido marginadas.

Así, en cuanto que el turismo se sustenta en buena medida sobre el territorio, y siendo éste uno de los ámbitos de trabajo cultural por excelencia, la nueva actividad permite no sólo revalorizar ese espacio para sí mismas, sino también mostrarlo a *los otros*, a los turistas, facilitando así el reconocimiento por parte de éstos de la identidad reivindicada, e incorporándolos a la constante reconstrucción de la misma. Algo similar ocurre con otro recurso patrimonial susceptible de ser transformado en producto por la actividad turística: los mitos y leyendas son materiales de trabajo cultural que cierto tipo de turista experiencial, en busca de “vivencias auténticas”, puede mostrarse muy interesado en consumir. El discurso identitario puede ser así más fácilmente contado y escuchado, y el producto turístico puede convertirse en vehículo de reivindicación identitaria.

A este respecto, es significativo mencionar que en ocasión del Encuentro de Turismo Comunitario, en las instancias más informales y distendidas, pero también durante los espacios de exposición en plenarios, algunos de los participantes decidieron manifestar sus opiniones entramadas en relatos míticos, lo cual tuvo gran impacto sobre la audiencia.

La identidad puede definirse como una categoría de la representación y de la práctica constantemente creada y recreada (Ramírez Goicoechea, 2007) a través de diferentes formas de objetivarla e incorporarla y de actualizar la memoria colectiva. Se construye en torno a elementos voluntariamente seleccionados que son cambiantes. De hecho, siguiendo a Pérez Galán (2011), “la frontera entre *lo propio* y *lo reapropiado* es sumamente artificial”. La misma autora señala que “a través de la visión exótica y experiencial de los turistas, el turismo rural comunitario contribuye a la reinvención de una “nueva identidad turística” que no es ficticia ni irreal para sus participantes”, es decir, que es también parte de su identidad.

Para el caso chileno, con un turismo comunitario todavía muy incipiente, las prácticas y representaciones de las comunidades para el turismo quizás no puedan aún considerarse constituyentes de su identidad, ya que el turismo se encuentra en un momento emergente, caracterizado por la construcción de su entramado narrativo, más que por la existencia de prácticas que impliquen, de hecho, a comunidades en la actividad turística. Habrá que esperar a ver cómo discurre el proceso para identificar las diferentes formas de incorporación del turismo al discurso identitario.

Pero aun en una fase tan temprana de su desarrollo, los proyectos turísticos pueden ser vistos por las comunidades como herramientas para la reivindicación de derechos, concesiones, de reconocimiento y respeto, aprovechando las instancias participativas que dichos proyectos promueven en su fase de diseño y ejecución. Un episodio acaecido en el marco de una iniciativa de turismo comunitario que se encontraba en sus primeras fases de desarrollo resulta muy ilustrativo al respecto: La ONG que lo coordinaba se había mostrado cercana a la comunidad y estaba muy presente en su territorio. Paralelamente, otros organismos habían acometido acciones puntuales relacionadas con la dotación de infraestructuras, que no habían funcionado bien. Además, los representantes de estos organismos apenas habían tenido contacto con la comunidad y no eran interlocutores a los que hacer llegar fácilmente las quejas de la comunidad. Así, a pesar de que la ONG no estaba en absoluto vinculada a esas intervenciones, la comunidad escribió una carta que interpelaba al director del proyecto turístico y lo convocaba a una reunión en la que hacerle presentes sus quejas. La reunión se realizó, y la ONG convocó también a los representantes de los proyectos por cuya ejecución la

comunidad se mostraba insatisfecha. La ocasión congregó a algunos de esos representantes, y a muchos más comuneros de lo que era habitual en reuniones ordinarias. Éstos, en sus interpelaciones, interpretaron el mal funcionamiento de infraestructuras no relacionadas con el turismo como muestras del fracaso del proyecto turístico.

Lejos de adoptar una postura ingenua o pasiva, los comuneros se mostraron plenamente conscientes de que, pese a que su capacidad de agencia limitada, su consentimiento era imprescindible para que las intervenciones, con todo su aparato burocrático, siguieran su curso. Desde su punto de vista, su calidad de receptores de subvenciones no les situaba de ninguna manera en una posición inferior o subordinada:

“Estas subvenciones han costado mucho de conseguir, han sido tres años para conseguirlas. Y ni siquiera ha sido gracias a ustedes. Aquí llega mucha gente de fuera que cobra plata y se va, que viene en verano, cuando no hay nieve. Y ahora resulta que la comunidad ha sido beneficiaria de muchas cosas, pero no es verdad, no funciona nada” Comunero en el Sur de Chile.

La reunión continuó con la declaración, por parte de los comuneros presentes, de que no habrían permitido la ejecución de nuevos proyectos hasta no ver solucionados tanto la deficiencia de las instalaciones, como ciertos problemas territoriales que afectaban a su comunidad, y que aunque aparentemente ya estaban resueltos, en la práctica se encontraban atascados desde hacía varios años en trámites burocráticos.

6. CONSIDERACIONES FINALES

Las consideraciones que es posible avanzar en el momento en que se encuentra actualmente la investigación perfilan comunidades sin duda heterogéneas (entre sí y a nivel interno), víctimas en parte de la función política de la participación (Rahnema, 1997) y conscientes de su control cultural limitado (Bonfill Batilla, 1982, 1995) en el marco de los procesos de desarrollo turístico. Sin embargo, estas comunidades no renuncian a llevar sus formas de organización social a los nuevos ámbitos de poder creados de la mano de proyectos orientados al mercado (como lo son los proyectos de

turismo) y ven en las instancias participativas que éstos promueven posibles espacios para reivindicar concesiones y derechos que superan con mucho el horizonte delineado, a priori, por los financiadores y diseñadores externos de este tipo de intervenciones.

Si no cabe entender la actividad turística al margen del valor que organismos nacionales, supranacionales y empresas le otorgan como actividad capaz de generar beneficios económicos, tampoco es posible comprenderla sin tener en cuenta su capacidad para objetivar una realidad muchas veces marginada: la de los colectivos rurales y étnicos. En ambos casos hablamos del turismo como medio, pero el fin puede no ser coincidente. Así, mientras que para el primer grupo de agentes la generación de beneficios económicos es fundamental, para el segundo puede decirse que la rentabilidad económica constituye una meta secundaria frente su papel vehicular y heurístico -en el sentido de vía exploratoria para buscar la solución a un problema, en este caso, fundamentalmente, la falta de reconocimiento social y la propiedad de la tierra.

Es evidente que la sostenibilidad económica de las iniciativas de turismo comunitario no puede ser garantizada de antemano, y que muestra, por el contrario, numerosos riesgos e incertidumbres. Tampoco la sostenibilidad sociocultural puede garantizarse, pero tras un análisis preliminar de las narrativas de las comunidades en torno al turismo, parece que son precisamente los procesos socioculturales aquellos a los que confieren mayor peso a la hora de decidirse por su implicación en iniciativas de turismo comunitario. Esta actividad se basa en una forma de organizar y gestionar el turismo que podría acercarse a un modelo de sostenibilidad más coherente y equilibrado en todas sus dimensiones. Por otra parte, los principios propios de la sostenibilidad inciden sobre ciertos valores con los que las comunidades se identifican (respeto por la naturaleza, trabajo colaborativo, distribución equitativa de los recursos...) y por tanto suponen para ellas una fuente de reconocimiento y legitimación.

El turismo comunitario en Chile se encuentra todavía en una fase de desarrollo demasiado temprana como para adelantar cómo será su devenir, y aunque quepa esperar que se alcanzarán resultados positivos para las comunidades, es necesario tener muy presente que la mercantilización de elementos de alto valor simbólico supone una fuente potencial de conflictos que pueden tener efectos desestructurantes. Además, si bien no hay duda de que las comunidades son sujetos colectivos con capacidad de agencia,

puede que su naturaleza heterogénea haya sido soslayada, y que se les haya atribuido un grado de organización interna que en muchos casos hoy no poseen.

Los próximos desarrollos de este trabajo estarán orientados a profundizar en las motivaciones de las comunidades chilenas que emprenden esta actividad y en la posible generación/resolución de conflictos internos en torno a ella, siguiendo el devenir de diferentes proyectos turísticos de reciente puesta en marcha. Una línea de investigación que va cobrando fuerza y que será próximamente explorada es la que relaciona el aumento de este tipo de iniciativas con un momento de cambio social en el que las comunidades, a la vez que entran en el mercado (en algunos casos, por primera vez) interpretan el turismo en términos de instancias para la cohesión grupal, incorporándolo a su propia identidad.

BIBLIOGRAFÍA

Bonfil Batalla, Guillermo (1982): “Etnodesarrollo, sus premisas jurídicas, políticas y de organización” en *América Latina: Etnodesarrollo y Etnocidio*. Ediciones FLACSO. San José de Costa Rica.

Bustos Zúñiga, Camila (2011). “Grupos originarios, patrimonio cultural y turismo indígena en el Desierto de Atacama (Chile)”. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Colección PASOS Edita nº5: pp. 49-61

Cañada, Ernest; Gascón, Jordi (2007): *Turismo y desarrollo: herramientas para una mirada crítica*. Enlace. Managua

Del Popolo, Fabiana y Oyarce, Ana María (2005): “Población indígena de América Latina: perfil sociodemográfico en el marco de la CIPD y de las Metas del Milenio”. Actas de la conf. *Seminario Internacional sobre Pueblos indígenas y afrodescendientes de América Latina y el Caribe: relevancia y pertinencia de la información sociodemográfica para políticas y programas*. CEPAL, Santiago de Chile, abril 2005.

García Canclini, Néstor (1995): *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo. Ciudad de México.

Hernández Ramírez, Javier (2011). “Naturaleza a la carta. La retórica de la sostenibilidad turística y sus implicaciones en las políticas públicas en Andalucía”. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Colección PASOS Edita nº5: pp.203-215

Pérez Galán, Beatriz (2011). “Nuevas y viejas narrativas turísticas sobre la cultura indígena en los Andes”. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Colección PASOS Edita nº5: pp. 27-48

Prats, Llorenç y Santana, Agustín (Coords.) (2011): *Turismo y patrimonio, entramados narrativos*. Asociación Canaria de Antropología y PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. El Sauzal, Tenerife.

Rahnema, Majid (1996): “Participación” en: *Diccionario del desarrollo. Una guía del conocimiento como poder*, Sachs, William (compilador). PRATEC. Lima.

Ramírez Goicoechea, Eugenia (2007). *Etnicidad, Identidad y Migraciones. Teorías, conceptos y experiencias*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid

Ruiz Ballesteros, Esteban y Cantero Martín, Pedro A. “Entre Darwin, la baronesa y el cucuve. El desarrollo del turismo de base local en Floreana (Galápagos)”. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Colección PASOS Edita nº5: pp.63-77

Otras fuentes consultadas:

Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, Naciones Unidas (1987): *Nuestro Futuro Común. Informe Brundtland*.

Dirección Nacional de Desarrollo Turístico y Dirección de Desarrollo del Producto Turístico (2007): *Lineamientos para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú*.

Encuentro Nacional de Turismo Comunitario en Chile: www.turismocomunitario.cl

Instituto Nacional de Estadísticas y Ministerio de Planificación Nacional (2005): *Estadísticas Sociales de los Pueblos Indígenas en Chile – Censo 2002*. Santiago de Chile.

Organización Mundial del Turismo: <http://unwto.org/es>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). *Informe sobre Desarrollo Humano 2010*.

Servicio Nacional de Turismo, Chile: www.sernatur.cl

Travolution.org (2012): Informe de Resultados. *Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario*.

Nota: Agradezco a Travolution.org su consentimiento para la utilización de algunos de los datos empleados en el presente artículo.