

Turismo neoliberal globalizado

¿Existen otras alternativas
desde lo comunitario?

Lina Noboa



Serie Magíster

Turismo neoliberal globalizado

¿Existen otras alternativas
desde lo comunitario?

Lina Noboa



UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR
Ecuador

Serie Magíster
Vol. 390

Turismo neoliberal globalizado: ¿Existen otras alternativas desde lo comunitario?
Lina Noboa

Producción editorial: Jefatura de Publicaciones
Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador
Annamari de Piérola, jefa de Publicaciones
Shirma Guzmán P., asistente
Patricia Mirabá T., secretaria

Corrección de estilo: Alejo Romano
Diseño de la serie: Andrea Gómez y Rafael Castro
Impresión: Fausto Reinoso Ediciones
Tiraje: 120 ejemplares

ISBN Universidad Andina Simón Bolívar,
Sede Ecuador: 978-9942-641-93-9
© Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador
Toledo N22-80
Quito, Ecuador
Teléfonos: (593 2) 322 8085, 299 3600 • Fax: (593 2) 322 8426
• www.uasb.edu.ec • uasb@uasb.edu.ec

La versión original del texto que aparece en este libro fue sometida a un proceso de revisión por pares, conforme a las normas de publicación de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

Impreso en Ecuador, diciembre de 2024

Título original:
Retos del turismo comunitario como una alternativa local frente al modelo de turismo neoliberal globalizado

Tesis para la obtención del título de magíster en Ecología Política y Alternativas al Desarrollo
Autora: Lina Adriana Noboa Abdo
Tutor: Fernando José Larrea Maldonado
Código bibliográfico del Centro de Información: T-3844

CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	5
--------------------	---

Capítulo primero

ELEMENTOS CONCEPTUALES PARA LA COMPRESIÓN DEL TURISMO Y EL TURISMO COMUNITARIO EN LAS SOCIEDADES CAPITALISTAS CONTEMPORÁNEAS.....	9
PRODUCCIÓN DEL ESPACIO COMO MERCANCÍA	
EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	9
EL TIEMPO DE OCIO EN MANOS DEL CAPITAL.....	11
DE LA NOCIÓN DE DESARROLLO A LA EXTRALIMITACIÓN.....	13
SENTIDO COMUNITARIO Y REPRODUCCIÓN DE LA COMUNIDAD	17

Capítulo segundo

TURISMO NEOLIBERAL GLOBALIZADO:	
UNA MIRADA GLOBAL Y LOCAL.....	19
NEOLIBERALISMO: LA FORMA DE NUESTRA EXISTENCIA.....	19
VIAJAR MÁS PARA SER MÁS.....	23
Las redes sociales y su poder de influencia en el turismo	26
EL NEGOCIO DETRÁS DEL OCIO: DINÁMICAS DEL TURISMO NEOLIBERAL GLOBALIZADO	28
Turismo neoliberal globalizado: implicaciones económico-políticas	28
El espacio como producto para la industria turística y los impactos socioculturales	33
Las huellas de la industria turística: impactos ambientales del turismo	37
Las plataformas digitales, nuevas herramientas de acumulación	40
DINÁMICAS DEL TURISMO NEOLIBERAL GLOBALIZADO EN ECUADOR.....	43

Capítulo tercero

TURISMO COMUNITARIO: DINÁMICAS EN EL ESPACIO, ESTUDIO DE CASO PALACIO REAL	53
--	----

COMUNIDAD: MÁS ALLÁ DEL CONJUNTO DE INDIVIDUOS	53
TURISMO COMUNITARIO: UN VIAJE TEÓRICO POR UN CONCEPTO EN CONSTRUCCIÓN	57
COMUNIDAD PALACIO REAL, LA VIDA EN LAS FALDAS DEL CHIMBORAZO	62
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO SUMAK KAWSAY	63
IMPACTOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ESPACIO COMUNITARIO.....	66
Impactos ambientales.....	66
Impactos políticos.....	67
Reproducción material y turismo.....	69
Reproducción simbólica y de la comunidad ligada a la actividad turística	72
Relaciones interculturales y turismo.....	75
Relaciones de género y turismo	78
Capítulo cuarto	
TURISMO COMUNITARIO: ¿DE ALTERNATIVA DE DESARROLLO A ALTERNATIVA AL DESARROLLO?	83
El invento del desarrollo y la urgencia de alternativas al desarrollo.....	83
Perspectivas y subjetividades de desarrollo desde la comunidad.....	88
Expectativas colectivas: turismo y reproducción de la comunidad	89
Reflexiones finales: retos y caminos a seguir hacia la construcción del turismo comunitario como alternativa al desarrollo.....	93
CONCLUSIONES	99
REFERENCIAS.....	103

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha configurado discursivamente como una actividad que impulsa el desarrollo de las localidades, genera fuentes de empleo y ofrece una alternativa frente al extractivismo en los territorios. A pesar de esta premisa, el turismo tiende a reproducir el modelo de producción capitalista globalizada y sus dinámicas de acumulación, en el cual los grandes inversionistas perciben el mayor porcentaje de utilidades, de modo que propician dependencias y desigualdad en la distribución de beneficios económicos, al mismo tiempo que se generan externalidades negativas sobre los ecosistemas y las poblaciones locales.

Una de las alternativas a estas dinámicas que han puesto al ocio en manos del capital es el turismo comunitario, que pretende que las comunidades que tradicionalmente han sido objetos antes que sujetos en la actividad turística pasen a ser protagonistas. Esto significa apostar por un modelo económico en que la distribución de los beneficios percibidos es colectiva y en que el modo de desarrollo de la actividad turística es enriquecido por los procesos de participación y gestión, que garantizan el control efectivo del grupo sobre el turismo, a la vez que generan un empoderamiento colectivo sobre el espacio y refuerzan el sentido de lo comunitario.

Las experiencias de turismo comunitario en Ecuador surgen de modo espontáneo a partir de los años 80 (Ruiz et al. 2008, 403). Las primeras visitas de turistas se dieron vinculadas a agencias de viajes o

guías nacionales que irrumpían en la vida cotidiana y contrataban a miembros de la comunidad para que prestaran sus servicios a cambio de míseros pagos (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE], en Cabanilla y Garrido 2018, 63). En el año 2002 se reconoce al turismo comunitario dentro de la Ley de Turismo y a la FEPTCE como interlocutora. Según una investigación de Ruiz et al. (2008, 404), las comunidades identifican al turismo comunitario como una estrategia de desarrollo local, un medio de reivindicación y gestión autónoma de sus territorios, y una actividad enfocada en el beneficio para el conjunto de la comunidad, basada en el trabajo colectivo.

Si bien existen casos de turismo comunitario fundamentados en los procesos de participación, gestión y reparto de beneficios de modo colectivo, la actividad turística comunitaria no está libre de tensiones y puede generar desequilibrio en la cotidianidad de las comunidades. Son varios los factores que influyen para que ciertas experiencias no se lleven a cabo de manera exitosa: un bajo nivel de participación, compromiso y responsabilidad por parte de los comuneros; intereses contrapuestos; inserción de proyectos por parte de organizaciones o instituciones que se llevan a cabo por fuera de las lógicas territoriales; dependencia de patrocinio de agentes externos; inexistentes planes de manejo de los espacios turísticos; y una escasa presencia de servicios básicos (Cabanilla y Garrido 2018, 291-3).

Este estudio está enfocado en el análisis del turismo comunitario en un contexto neoliberal, con sus tensiones y contradicciones, así como del enriquecimiento del diálogo sobre aquellos elementos de la comunidad capaces de hacer frente a las lógicas de acumulación del capital en el ámbito turístico. Esto, con el objetivo de identificar los retos e impactos del turismo comunitario para establecerse como una alternativa local en Ecuador, en contraposición al modelo turístico neoliberal globalizado. Se lo ha estructurado a partir de tres objetivos específicos: 1. caracterizar el modelo de turismo neoliberal globalizado en Ecuador con énfasis en sus relaciones económicas, las relaciones en los territorios y los impactos ambientales, políticos y culturales; 2. especificar los impactos ambientales, políticos, en la reproducción material, en las relaciones interculturales y de género, y en la reproducción simbólica y de la comunidad que se dan por el desarrollo de la actividad turística en el espacio comunitario; y 3. identificar los retos

que afronta el turismo comunitario en Ecuador para constituirse como una alternativa local, frente al modelo neoliberal globalizado.

La metodología empleada fue de carácter cualitativo y se la aplicó en dos momentos. En un inicio se revisó la bibliografía existente, desde la perspectiva de la ecología política. La información obtenida contribuyó a la construcción del capítulo primero, que ofrece elementos conceptuales para la comprensión del turismo comunitario en un contexto capitalista. El capítulo segundo, por su parte, presenta las características generales y los impactos del turismo neoliberal globalizado, así como una aproximación a sus dinámicas en Ecuador.

En un segundo momento, la investigación se llevó a cabo a partir de una metodología mixta que combina y contrasta los resultados de un proceso de revisión bibliográfica y un estudio de caso. En este último se trabajó mediante dos métodos: entrevistas interpretativas semiestructuradas y un taller participativo.

El estudio de caso se realizó en el Centro de Turismo Comunitario (CTC) Sumak Kawsay Palacio Real, de la comunidad Palacio Real, ubicada en la parroquia Calpi, provincia de Chimborazo, Ecuador, a una altitud de 3235 m s. n. m. La comunidad es de origen étnico kichwa de la Sierra centro, y sus habitantes, pertenecientes al pueblo puruwá, se dedican principalmente a actividades en los sectores agrícola, ganadero, artesanal, turístico y de la construcción. El CTC Sumak Kawsay tuvo sus inicios en el año 2006 y actualmente ofrece una experiencia para los visitantes a partir de la relación con los camélidos andinos. La investigación permitió un acercamiento a las implicaciones de una actividad turística con quince años de presencia en la zona, lo que abre la posibilidad de analizar los impactos a lo largo del tiempo e identificar cómo han mutado las expectativas respecto a la empresa, a la forma en que la comunidad se proyecta a largo plazo y los retos que esto implica. Además, se pudo indagar cómo se ha insertado el entramado comunitario y familiar en las lógicas del desarrollo local a través del turismo.

En primera instancia se realizaron entrevistas interpretativas al grupo de turismo de Palacio Real. Los resultados se exponen en el capítulo tercero, que presenta una aproximación teórica a la comunidad y al turismo comunitario, y relata la experiencia y los impactos que perciben las mujeres del grupo a partir de la operación del emprendimiento turístico.

Finalmente, se llevó a cabo un taller participativo con los representantes de la asamblea comunitaria. Durante la jornada se indagó, a partir de preguntas guía, sobre las perspectivas y subjetividades de desarrollo desde la comunidad; las expectativas que tienen del turismo y la reproducción de la comunidad; su mirada sobre las relaciones internas y externas a ella, y el camino que se proyecta seguir, con una mirada a la construcción de presente y futuro.

CAPÍTULO PRIMERO

ELEMENTOS CONCEPTUALES PARA LA COMPRENSIÓN DEL TURISMO Y EL TURISMO COMUNITARIO EN LAS SOCIEDADES CAPITALISTAS CONTEMPORÁNEAS

Este capítulo recoge un conjunto de conceptos planteados desde una perspectiva crítica que ayudará a la comprensión de las dinámicas del turismo neoliberal globalizado y de lo comunitario: la producción del espacio como mercancía desde la perspectiva de la actividad turística; la relación entre tiempo, ocio y capital; la noción de desarrollo desde una perspectiva occidental y la extralimitación como evidencia de la necesidad de modos alternativos al desarrollo; y, finalmente, la comunidad entendida desde la producción de lo común.

PRODUCCIÓN DEL ESPACIO COMO MERCANCÍA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El turismo se consolida en el mercado capitalista con características distintas a cualquier otro tipo de mercancía. El factor que marca la diferencia es que el consumidor no recibe un producto en su espacio de residencia, sino que debe desplazarse a un espacio específico para su consumo: en este caso, un conjunto de espacios de visita y los servicios

necesarios para su estancia. A continuación, se analiza el espacio turístico desde la perspectiva de la «producción del espacio».

A partir de la geografía crítica, Escalera, Palafox y Ángeles (2018, 2) plantean que «el espacio no es concebido como lineal y geométrico, sino más complejo, en el que las relaciones sociales con el territorio producen una materialidad». Lefebvre (1974, 219) resalta la importancia de entender al espacio como un *espacio social*, lo cual implica pasar de la producción *en el* espacio a la producción *del* espacio.

Desde la perspectiva del turismo, López y Marín (2010) explican que los espacios turísticos, a pesar de ser considerados una mercancía, son al mismo tiempo espacios vívidos, en donde se llevan a cabo relaciones sociales históricas. Por lo tanto, los procesos de mercantilización están ligados de manera sistemática a los efectos en lo local.

Lefebvre (1974, 221), por su parte, propone que el capitalismo se ha favorecido también de los espacios que quedaban vacantes, como las montañas y las playas, ya que a partir de la industria del ocio los ha introducido en las dinámicas de mercado. Esto implica la producción de espacios que deben enfrentar transformaciones y una homogenización para pasar a ser productos privilegiados comercializados como mercancía. El consumo del espacio a través del ocio implica que la cotidianidad se transforme en no cotidianidad, al involucrar espacios fingidos, actos y fiestas simuladas: un espacio semirreal (Lefebvre 2013, 387). La producción de espacios de ocio tiende a generar espacios dominados que se integran y reproducen las relaciones de producción capitalista: «Lo que en su día resultaron conquistas de la clase obrera (vacaciones pagadas, días festivos, fines de semana, etc.) terminaron conformando una industria, una conquista del neocapitalismo, la extensión de la hegemonía burguesa al conjunto del espacio» (415).

El afán de convertir todos los aspectos de la vida en mercancía tiene asimismo profunda relación con los símbolos y sentidos de los grupos culturales que se relacionan en los espacios y que, al ser introducidos al mercado, pasan a ser parte de la «economía simbólica», como la define Zukin (en Galarraga, Luna y González 2013, 46). El turismo vende «lugares» y «experiencias»; así, precisa de la identidad y la cotidianidad —es decir, de aquellos elementos materiales e inmateriales que constituyen la cultura— para introducir las como mercancía en los viajes. La industria turística requiere de la apropiación de los sentidos culturales, de su

adaptación y de la invención de muchos otros. Las prácticas sociales, los elementos materiales y las subjetividades pasan a ser controladas por la industria a favor del disfrute de los visitantes (López y Marín 2010).

EL TIEMPO DE OCIO EN MANOS DEL CAPITAL

Heidegger (1951, 28), a partir de sus cuestionamientos sobre el sentido del *ser*, adopta el término *Dasein*, ‘estar siendo’, ‘estar en el tiempo’, pero no solo en cuanto a la existencia, sino a la relación de «ser con su ser», a la comprensión misma del ser. En línea con el filósofo alemán, Dupuy (2012) afirma que la relación del ser humano con el tiempo es a su vez la relación consigo mismo, porque «somos tiempo». No obstante, conviene reflexionar sobre la calidad del tiempo en la sociedad moderna en que vivimos y, por lo tanto, sobre la calidad de nuestro ser.

Las dinámicas de la vida en una sociedad capitalista están direccionadas bajo el paradigma que Benjamin Franklin dejó muy claro en una frase: «El tiempo es dinero». Es así que las sociedades están sometidas a ocupar la mayor parte de su tiempo para producir dinero. Los pensadores del siglo XIX sostuvieron que, gracias a los avances tecnológicos, el ser humano precificaría trabajar menos para generar ganancias que permitieran satisfacer sus necesidades, de modo que podría dedicar ese tiempo al ocio y la realización personal. Pese a ello, un siglo y medio después, el ritmo de trabajo es más duro que nunca, sin que ello necesariamente signifique libertad y prosperidad (Dupuy 2012).

La sociedad moderna da valor al tiempo en función del capital. Trabajar duro y constantemente es considerado el camino hacia el éxito, con más autonomía, un mejor estilo de vida y mayor satisfacción. El acelerado ritmo de vida que impone la modernidad, sobre todo en las ciudades occidentales y occidentalizadas, dificulta la desvinculación del trabajo productivo y sus obligaciones; la necesidad de producir dinero propicia jornadas laborales más largas, que incluyen fines de semana y días festivos, o el aumento de la cantidad de trabajos que uno debe tomar. Todos deben ser flexibles, rentables y capaces de soportar sus labores con una sonrisa para no perder sus puestos. De ahí el estrés, el agotamiento o la depresión permanente. El individuo moderno está preso en la «obsesión de la plenitud», por la que paga caro, especialmente con la «pérdida de sí mismo» (Gomes y Elizalde 2009; Enriquez 2012).

El capitalismo, como sistema de producción, implica un intercambio de mercancías que se sostiene a través de la apropiación privada del trabajo de otros, así como de los medios de producción. Este sistema propicia la acumulación de capital, en el sentido de que unos deben vender su fuerza de trabajo como mercancía, al tiempo que incrementan los capitales privados de otros (Marx 2008, 376).

Las tendencias de organización económica de la vida moderna determinan la producción y reproducción de la vida. Estas dinámicas se dan bajo subjetividades del sistema capitalista que se alejan de la finalidad de la reproducción de los individuos como sujetos sociales pertenecientes a una colectividad social (Gutiérrez, Navarro y Linsalatta 2016, 379). El capitalismo, como menciona Gutiérrez, fomenta el individualismo y deja de lado lo colectivo. El individuo es concebido apenas como sujeto productivo; se lo entiende como un capital humano que debe incrementar su valor de manera indefinida, y sus relaciones humanas se reducen a la firma de un contrato. Su objetivo se centra en ser esencialmente rentable, no solo como trabajador sino como productor de bienestar, placer y felicidad. Se requiere que ese sujeto produzca cada vez más y que goce cada vez más: «[L]a vida misma, en todos sus aspectos, se convierte en objeto de los dispositivos de rendimiento y de goce» (Laval y Dardot 2013, 360). Finalmente, el goce desde la perspectiva de Laval y Dardot se limita al goce de sí mismo a través del trabajo, la disciplina, las jerarquías y la reivindicación de «no deberle nada a nadie» (377).

Según Enriquez (2012), los seres humanos tienen una necesidad vital de holgazanería, de ocio, de perder *el tiempo*. Precisan de tiempo para sí mismos, para pensar, reflexionar, volver hacia su interior e indagar sobre quiénes somos, qué nos motiva, nos atrae, nos hace sufrir, nos da felicidad y placer, así como para tejer sus relaciones sociales, dar y recibir amor. Sin embargo, el capital se ha apropiado de todos los tiempos: las personas no solo se ven presionadas a un ritmo de vida de producción y trabajo, sino que también están subsumidas en el consumo permanente. El capitalismo nos hace pensar que el dinero da libertad, al sentir el máximo placer haciendo absolutamente lo que queremos, sin el más mínimo freno y de forma continua. La presente sociedad de consumo ha impulsado la idea de que el ocio, a través de experiencias extraordinarias y lejanas a la rutina cotidiana, alcanza un valor de

plenitud, realización y dominio. Las experiencias se han convertido en un paradigma que conduce a la felicidad, pero con un valor económico (Lazcano y Madariaga 2016).

Es así que el turismo pasa a tomar un rol importante dentro de la sociedad, como herramienta de escape de la vida cotidiana y el tedio de la jornada laboral. Las estrategias de *marketing* aprovechan estas condiciones para construir necesidades de consumo, al igual que para toda mercancía en un mundo capitalista; de este modo, es prudente diferenciar entre las motivaciones genuinas y aquellas construidas. Nos acercamos a este fenómeno con fundamento en la noción de poder en Foucault (1988, 23), quien expresa que se lo puede definir como un «modo de acción sobre las acciones de los otros». Así, la elección de los destinos pasa a ser una «acción diseñada, dirigida e incluso, en cierto sentido, impuesta como una oferta mercantil» (López y Marín 2010, 225). Esta influencia no se ejerce únicamente sobre la elección de los destinos y los productos de consumo, sino que estructura también una temporalidad del viaje, que vendría a darse en aquellos espacios «huecos» que permite el trabajo asalariado. En este sentido, la comprensión de las dinámicas sociales en que se desarrolla la actividad turística son claves para repensar el turismo, de manera que pueda responder a otras lógicas y no únicamente a la acumulación del capital.

DE LA NOCIÓN DE DESARROLLO A LA EXTRALIMITACIÓN

El concepto de «desarrollo» —que proviene de la noción occidental de progreso, surgió en la Grecia clásica y se consolidó en Europa durante el período de la Ilustración— apunta al supuesto de que «la razón permitiría descubrir las leyes generales que organizan y regulan el orden social y así poder transformarlo en beneficio de la gente» (Valcárcel 2006, 5). A pesar de que algunos autores ya empezaron a escribir al respecto en el siglo XX, el desarrollo adquirió una suerte de legitimidad universal en 1949, cuando Harry Truman, en su discurso para asumir el cargo de presidente de Estados Unidos, implantó la idea de que el crecimiento económico y los niveles reducidos de pobreza determinarían la noción de países desarrollados. Fue así que se promovieron condiciones para que a nivel global se pudiera alcanzar el estándar de vida de las sociedades *avanzadas* (Lang 2016, 9).

Los programas de desarrollo no tardaron en extenderse hacia todos los rincones del mundo, con miras a impulsar el crecimiento económico de las poblaciones. Se dio lugar a nuevas formas de relación política, supeditadas a subjetividades creadas a partir del imaginario de modernidad, en el que sujetos *pobres*, *subdesarrollados* y *tercermundistas* requerían encaminarse hacia la meta del progreso, como lo habían hecho los países del Primer Mundo. Se trataba de un desarrollo basado en la extracción de recursos, acompañada de la tecnología y el conocimiento de los profesionales de los países desarrollados (Escobar 2014, 51).

Los *programas de desarrollo* institucionalizaron la ayuda internacional, apoyada por organizaciones no gubernamentales, con el fin de canalizar recursos económicos desde organismos como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial o el Banco Interamericano de Desarrollo; dichos recursos se invertirían en proyectos de desarrollo a manera de receta para dar solución a problemas como la pobreza (Noboa 2011, 93). En esas dinámicas, el turismo pasó a ser visto como un instrumento de modernización: «[I]ncluso en los lugares más apartados donde la infraestructura turística no se encuentra presente y aún no llegan los turistas, el turismo influye como una fuerza retórica del desarrollo que moldea las prácticas económicas, los imaginarios y las expectativas de la sobrevivencia» (López y Marín 2010, 233).

Se profesa el turismo como fórmula para el crecimiento económico y el cuidado ambiental, aun cuando la falta de infraestructuras y conocimiento obliga a aceptar inversiones de empresas internacionales que condicionan, controlan y toman el poder sobre los territorios, un poder otorgado y compartido con el Estado, que, al verse beneficiado por la generación de divisas, silencia las entregas y dependencias que generan las actividades turísticas (Noboa 2011, 85). El turismo abre un camino hacia la acumulación del capital: Palafox (2013) afirma que el Estado asegura las condiciones estructurales y organizacionales, a través de políticas económicas neoliberales, para atraer inversión de las empresas transnacionales, los canales de distribución y los grupos de poder que se conforman a su alrededor, y que fortalecen la centralización y concentración del capital. Estas características suelen causar fuga de inversiones, importación de bienes y servicios, inflación, competencia intersectorial, estacionalidad, abandono de las actividades económicas

locales y dependencia de las economías locales a la actividad turística (Picornell 2015).

Hasta la llegada de la pandemia del COVID-19, la actividad turística se mostraba como una de las actividades económicas con mayor crecimiento en los últimos años, al punto de representar el 10,4 % del producto interno bruto (PIB) mundial en 2018 (Organización Mundial del Turismo [OMT] 2018). Sin embargo, la creciente demanda turística, bajo un modelo capitalista, va dejando evidencia de sus impactos negativos. En el ámbito social, el turismo tiende a fomentar actividades como la prostitución, el consumo de drogas y la inseguridad, a dividir los espacios entre turísticos o residenciales, y a acaparar los servicios básicos de los territorios. En el ámbito cultural, se puede perder el sentido de las manifestaciones autóctonas al comercializarlas y al permitir que la influencia de culturas hegemónicas cambie sus dinámicas.

Los impactos dependen de las políticas y características de los lugares de visita, así como de los visitantes. Respecto a los impactos ambientales, muchos destinos se desarrollan en ecosistemas frágiles y vulnerables a la presión humana, sobre todo en un contexto en que la masificación es sinónimo de éxito y cuando los visitantes exigen cada vez mayores estándares de comodidad. Como resultado, los lugares de visita sufren la contaminación, la erosión y degradación de los espacios naturales, la eliminación y despojo de fauna y flora, así como la polución arquitectónica y la contaminación paisajística en espacios urbanos. La prestación de servicios de hospedaje y alimentación ensucia las aguas y genera cantidades de basura que en muchos casos no es posible gestionar. A ello se suma el transporte, especialmente el aéreo, uno de los mayores emisores de gases de efecto invernadero (Quintero 2004, 268-71).

La necesidad de disminuir los impactos negativos del turismo llevó a la búsqueda de soluciones. Así, se planteó el turismo sostenible, que la OMT define como aquella actividad que

responde a las necesidades de los turistas actuales y las regiones receptoras, protegiendo y agrandando las oportunidades del futuro. Se le representa como rector de todos los recursos de modo que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas manteniendo la integridad cultural de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas en defensa de la vida. (en Llerena 2011, párr. 1)

Sin embargo, los resultados del turismo sostenible no han generado un verdadero cambio en las dinámicas del turismo, pues pocas empresas y destinos turísticos han integrado la sostenibilidad en su operación. El turismo sigue orientado al crecimiento y la obtención de beneficios económicos. Se ha dado una suerte de construcción capitalista de turismo sostenible que no se aleja de los patrones de consumo y acumulación (Mullis 2017).

El desarrollo y sus alternativas sostenibles se proyectan como un acto infinito. La primera vez que se planteó la existencia de límites en el planeta fue en 1972, en el informe *Los límites del crecimiento*, encargado por el Club de Roma. En él se afirmó que los límites de crecimiento del planeta se alcanzarían en algún momento de los siguientes cien años, en caso de mantenerse las tendencias de crecimiento de la población mundial, la industrialización, la contaminación, la producción de alimentos y la extracción de recursos. En tal sentido, se asevera que, mientras más rápido se comience a trabajar para una modificación de las tendencias de crecimiento que permita un equilibrio ecológico-económico, mayores serán las posibilidades de éxito (Meadows et al. 1972, 25).

La vida moderna no contempla límites para el crecimiento. Existe un imaginario colectivo de una naturaleza dotadora de recursos infinitos, y a esto se suma el hecho de que son muy pocas las acciones que buscan soluciones al modo frenético de crecimiento y consumo. La huella ecológica indica que hemos sobrepasado en un 40 % la capacidad de carga del planeta: la economía humana usa recursos y produce residuos a un ritmo que ya no es sostenible. Evidencias como la pérdida de biodiversidad y el calentamiento global dejan claro que hemos llegado a la extralimitación, que es necesario adecuar nuestro comportamiento a la capacidad de carga del planeta (Meana 2016). Esta realidad se debe entender en un contexto social de profunda desigualdad, en el que las élites globales y el modo de producción capitalista generan un acelerado ritmo de degradación ambiental. Un ejemplo de ello se muestra en un estudio que llevó a cabo Oxfam International (2020): el 10 % más rico de la población mundial generó el 52 % de las emisiones de carbono acumuladas entre 1990 y 2015, y respecto al incremento total de las emisiones generadas en ese mismo período, lo correspondiente al 1 % más rico triplicó a lo generado por el 50 % más pobre.

SENTIDO COMUNITARIO Y REPRODUCCIÓN DE LA COMUNIDAD

Para Zibechi (2019, 59), la comunidad «no es, se hace»; es el hacer colectivo de todos quienes, reunidos, forman lo común. No es posible reducir a la comunidad a una institución que una vez que se constituye permanece para siempre. Son los trabajos colectivos los que le dan vida, sentido, fondo y forma. El autor opta, entonces, por utilizar la expresión «hacer comunidad» en lugar de «ser comunidad».

Por su parte, Gutiérrez y Salazar se acercan a la noción de lo comunitario entendiéndola como la forma de constituir y organizar relaciones sociales de *compartenencia*. Esta forma tiende a generar un equilibrio que, si bien no está libre de tensión, tiene como finalidad la reproducción de la vida social. Por lo tanto, los autores le atribuyen como característica el hecho de que la colectividad «tiene y asume la capacidad autónoma, autodeterminada y autorregulada de decidir sobre los asuntos relativos y la producción material y simbólica necesaria para garantizar su vida biológica y social a través del tiempo» (Gutiérrez y Salazar 2015, 25).

A pesar de que el valor de uso de la vida moderna se mide en función del capital, es importante pensar en otras formas posibles de reproducción o mirar hacia aquellas que han estado resistiendo durante años a la expansión de las dinámicas del individualismo capitalista. Los seres humanos somos interdependientes, necesitamos y dependemos de las relaciones humanas y no humanas para la reproducción de la vida. «La comunidad, en tal sentido, es un atributo esencial de la vida: una condición de existencia indispensable para garantizar la reproducción de la misma» (Gutiérrez, Navarro y Linsalatta 2016).

La rápida expansión del capitalismo ha sido reforzada con el discurso de desarrollo; sin embargo, existen y persisten modos de organización social paralelos al modelo capitalista, o que no están completamente regidos por él. Según Gutiérrez y Salazar (2015), desde el punto de vista capitalista, toda estructura social que no esté subsumida real o formalmente en el capital se concibe como *precapitalista*, de modo que se da a entender que todas las sociedades en algún momento llegarán a configurarse dentro de las lógicas del capitalismo. Lo comunitario no se produce dentro de una burbuja ideal sin capital; en realidad está en permanente relación con y bajo permanente asedio del sistema capitalista. Las comunidades están insertas en las dinámicas de acumulación,

de manera que son una combinación de relaciones capitalistas y de reciprocidad. Se abren a las lógicas capitalistas incluso desde las formas de organización estatal, que las subordinan e influyen desde su lógica globalizadora.

Por lo tanto, desde una mirada comunitaria contrapuesta a la lógica del capital, es necesario reforzar la capacidad de dar forma a la reproducción de la vida social, «trastocando, deformando o reformando la propia forma de la dominación, de tal manera que su propia reproducción sea posible a través del tiempo, y al hacerlo se contra[pon]ga al capital» (Gutiérrez y Salazar 2015, 25).

El turismo comunitario se ha visto reducido a una herramienta de desarrollo económico en relación transversal con la comunidad. No obstante, a partir de las conceptualizaciones revisadas, se plantea indagar el modo en el que turismo es capaz de adaptarse dentro de la reproducción de comunidad y los entramados sociales.

CAPÍTULO SEGUNDO

TURISMO NEOLIBERAL GLOBALIZADO: UNA MIRADA GLOBAL Y LOCAL

Este capítulo está dividido en cuatro secciones. Inicialmente se analiza el modo en que el neoliberalismo influye en el sentido de vida en las sociedades capitalistas, desde el enfoque de la *racionalidad*. En la segunda sección, el análisis se centra en las subjetividades instauradas alrededor del consumo de los productos turísticos y la influencia de la tecnología en la configuración de estas dinámicas de mercado. En la tercera sección se presenta un análisis respecto a las dinámicas del turismo neoliberal globalizado y la influencia del capital en la producción de espacios donde opera el turismo. Finalmente, se profundiza el análisis de las dinámicas del turismo neoliberal globalizado en el caso de Ecuador.

NEOLIBERALISMO: LA FORMA DE NUESTRA EXISTENCIA

¿Quién define el modo en que la humanidad lleva a cabo su vida cotidiana? Si bien tenemos la libertad relativa de tomar decisiones, ¿están estas influenciadas por una suerte de *razón colectiva*, que dota de sentido y nos dicta lo que debería ser la vida?

Entre los años 1978 y 1980 se dio un fuerte punto de inflexión que generó cambios en la sociedad y la economía del mundo: Deng

Xiaoping encaminó la liberación de la economía comunista china, que hoy representa el centro de las dinámicas capitalistas y está consolidada con una tasa de crecimiento sostenido sin precedentes en la historia. Por otro lado, Margaret Thatcher, primera ministra de Gran Bretaña, y Ronald Reagan, presidente de Estados Unidos, instauraron nuevas políticas sustentadas en dar respuesta a la crisis capitalista global de 1970.¹ Las políticas implicaban, entre otras cosas, enfrentar al poder de los sindicatos para debilitar la influencia de los trabajadores (desmantelando toda forma de solidaridad social, por ser un obstáculo para la flexibilidad competitiva); dar mayor flexibilidad a los mercados laborales; dismantelar el Estado de bienestar; privatizar las empresas públicas; desregular la industria, la agricultura y la extracción de recursos; reducir los impuestos; suprimir los impedimentos que pesaban sobre los poderes financieros para incentivar la iniciativa empresarial, e inducir una alta afluencia de inversión extranjera en un clima favorable para los negocios (Harvey 2015).

Estas políticas se dieron como parte de un proyecto político cultural o como estrategia de las clases capitalistas dominantes y los poderes financieros para direccionar los beneficios hacia una minoría privilegiada; se establecieron así como una configuración específica para las dinámicas de acumulación, lo cual a su vez permitió fortalecer y expandir su hegemonía globalmente. De este modo inició una nueva etapa del capitalismo a la que se denominó *neoliberalismo* (Duménil y Lévy 2014, 9). A partir de estos antecedentes podemos decir que el neoliberalismo se establece como un *proyecto político cultural*, como una *fase o etapa del capitalismo* y, al mismo tiempo, como una *configuración específica para las dinámicas de acumulación*.

Harvey (2015, 8) esclarece este proyecto político al afirmar que en la práctica el neoliberalismo se puede entender como

1 La década de 1970 estuvo marcada por la crisis de acumulación del capital, que impactó a todos los niveles dada la combinación del ascenso del desempleo y la aceleración de la inflación. Esto significó una amenaza para las élites económicas dominantes, ya que «[e]l descontento se extendió y la unión del movimiento obrero y de los movimientos sociales en gran parte del mundo capitalista avanzado parecía apuntar hacia la emergencia de una alternativa socialista al compromiso social entre el capital y la fuerza de trabajo que, de manera tan satisfactoria, había fundado la acumulación capitalista en el período posbélico» (Harvey 2015, 20).

[u]na teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo, dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada, fuertes mercados libres y libertad de comercio.

Asimismo, Harvey sostiene que el desarrollo geográfico del neoliberalismo a escala mundial se dio de forma desigual, lo que permitió a ciertos Estados fortalecer su economía a costa de otros. Para ello, los grupos de poder precursores del neoliberalismo ejercieron presión en los diferentes territorios, impulsándolos a que generaran climas óptimos para los negocios y en un ambiente de competencia con otros lugares. Los modelos de neoliberalismo estadounidense y británico se esparcieron como la respuesta a los problemas globales, e instauraron una homogeneización política que favorece las condiciones de acumulación y de poder a favor de las clases dominantes.

El neoliberalismo se expandió prácticamente a nivel global, ya fuera de manera voluntaria o a través de mecanismos de presión por parte de organismos internacionales. Las nuevas políticas neoliberales, profundizadas, significaron un cambio de reglas en la marcha del capitalismo. También han modificado el modo de las relaciones sociales y los modos de vida, al implantar nuevas subjetividades en todas las dimensiones de la existencia humana. Con estos fundamentos, Laval y Dardot (2013, 15) defienden la tesis de que el neoliberalismo es ante todo una *racionalidad*,² la razón del capitalismo contemporáneo, que estructura y organiza las conductas y el modo de relacionarnos no solo con los demás sino también con nosotros mismos. Es decir, el neoliberalismo *da forma a nuestra existencia*:

Esta norma obliga a cada uno a vivir en un universo de competición generalizada, impone tanto a los asalariados como a las poblaciones que entren en una lucha económica unos con otros, sujeta las relaciones sociales al

2 Basándose en la «razón gubernamental» de Foucault, los autores se refieren a la racionalidad como una lógica o régimen que estructura la conducta de los seres humanos a partir de subjetividades internalizadas en su interior. En este sentido, en una entrevista con Fernández Savater (2014, párr. 9), afirman que «[e]l neoliberalismo no gobierna principalmente a través de la ideología, sino a través de la presión ejercida sobre los individuos por las situaciones de competencia que crea».

modelo del mercado, empuja a justificar desigualdades cada vez mayores, transforma también al individuo, que en adelante es llamado a concebirse y a conducirse como una empresa. (14)

A esta racionalidad instaurada se le siguen sumando mecanismos mediante los cuales se dirige la conducta de las personas; por ejemplo, la influencia de defensores del modelo neoliberal en la academia, *think tanks*, medios de comunicación y espacios de toma de decisiones, al igual que instituciones internacionales como el Fondo Monetario Internacional o el Banco Mundial, que trascienden y penetran en los modos de pensamiento a través de un discurso hegemónico que llega a incorporarse a la forma natural en que interpretamos, vivimos y entendemos el mundo. A esto se le suma el rápido desarrollo tecnológico y la capacidad de manejo de bases de datos que dirigen la toma de decisiones en el mercado global, pero también de la conducta generalizada (Harvey 2015, 9-10).

En la búsqueda de esclarecer el modo en que el neoliberalismo se ha implantado en tal magnitud a nivel global y en todos los aspectos de la vida, Harvey sostiene que «para que cualquier forma de pensamiento se convierta en dominante, tiene que presentarse un aparato conceptual que sea sugerente para nuestras intuiciones, nuestros instintos, nuestros valores y nuestros deseos» (12). En este sentido, sugiere que los fundadores del pensamiento neoliberal instauraron *la dignidad y la libertad individual* como ejes —en respuesta a la supuesta homogeneización de las economías socialistas—, al punto de considerarlas *valores centrales de la civilización*; efectivamente se trata de ideales convincentes y sugestivos. El neoliberalismo justifica y legitima la acumulación del capital sin que exista una razón más poderosa para dirigir nuestras vidas en otro sentido.

Finalmente, quiero tomar las discusiones de Harvey, Laval y Dardot para reflexionar sobre las preguntas que dieron inicio a este apartado: a pesar de que el neoliberalismo tiene a la libertad como pilar fundamental, no nos da la libertad de vivir fuera de las lógicas del capital y el individualismo. Dirige el sentido de nuestras vidas hacia el consumo y la competencia, pasando por estrategias políticas, pero instaurándose también de manera más profunda: como una racionalidad.

VIAJAR MÁS PARA SER MÁS

El turismo como una práctica deseable y concretable para los poseedores de capitales se presenta asimismo como una manifestación de gusto, distintivo, en el uso del ocio y del tiempo libre.

Paula Florit y Maximiliano Piedracueva

Para Moulian (1997, 9), consumir es una acción cotidiana e indispensable en el desarrollo de la vida, clave para la reproducción material pero también espiritual de los individuos. Es asimismo un modo de relacionarse con los demás y de construir la identidad propia, sin dejar por fuera las relaciones de intercambio con la naturaleza.

El modo de consumo está directamente relacionado con la reproducción de la vida, la cual se configura a través de la producción y la gestión de la vida social y del sentido del mundo (Gutiérrez y Salazar 2015, 29). De esta manera, el consumo viene a ser el medio por el cual se pueden satisfacer las necesidades básicas materiales e inmateriales definidas culturalmente en los grupos sociales. Rodríguez (2013) sostiene que

[c]ada cultura carga a cada objeto de un conjunto de significados simbólicos determinados por su sistema de creencias. Con esto no queremos decir que no existan necesidades básicas que tengan que ser satisfechas mediante el consumo, [...] estas necesidades pueden satisfacerse de diversas maneras y cada sociedad marca pautas distintas en relación a ellas. Por ello resulta difícil establecer unas necesidades básicas y mínimas para todos los seres humanos; aun así, el debate sobre el consumo debe incluir un planteamiento sobre la provisión de unos mínimos para que todo ser humano pueda vivir con dignidad. En sociedades opulentas, el abanico de necesidades y deseos humanos trasciende con mucho el ámbito de lo que puede considerarse básico y se abre a necesidades simbólicas conectadas con creencias sociales y motivaciones psicológicas.

El consumo en sí no debería tener connotaciones moralmente negativas; sin embargo, el modo de consumo en un contexto neoliberal hace un llamado a la reflexión sobre cómo este ha transformado el sentido que se da a nuestras vidas y el modo de las relaciones en las sociedades capitalistas avanzadas. En esta línea, Gutiérrez y Salazar (2015,

31-2) señalan que el modo de producción capitalista no tiene como fin la organización de la reproducción de la vida, sino que tiende a la producción cada vez más acelerada del valor de cambio para la acumulación de capital.

La economía capitalista no apunta únicamente a lógica de la necesidad, sino a la *obsesión de la mayor ganancia*; por lo tanto, precisa instalar en el interior de las personas el deseo del consumo sin fin. Esto puede devenir en la creación de la identidad de los individuos en función de la posesión de objetos o de la capacidad del acceso a servicios: una identidad que constituye el *yo* en función del *tener* sobre el *ser*. En palabras de Galeano: «Dime cuánto gastas y te diré quién eres».

La búsqueda de confort cotidiano en la modernidad está bien en sí misma, lo que debe cuestionarse son las subjetividades instaladas desde el capitalismo que establecen el consumo como deseo, como proyecto existencial, como sentido de vida o camino hacia la felicidad. A través de una influencia externa, se instalan en el interior de cada ser un impulso insaciable de consumir y una actitud hedonista, lo cual sigue una línea de comportamiento individualista que convierte a las personas en esclavos del consumo. En este contexto, el consumo lleva a endeudarse más allá de la capacidad de pago, subsume a los sujetos en un bucle infinito para mantener el estilo de vida del medio social y el trabajo excesivo para pagar las cuentas. Adicionalmente, deja por fuera la toma de conciencia sobre el gasto social inútil, el consumo exorbitante de unos a expensas del hambre de otros y las repercusiones en los ecosistemas (Moulian 1997; Rodríguez 2013): un efecto de la cultura neoliberal que prioriza el individualismo y produce un vaciamiento de los compromisos políticos y sociales.

En el afán de acercarnos a la comprensión de las dinámicas consumistas en el turismo, es necesario puntualizar que los turistas viajan para estar en presencia de lugares, personas y objetos. Sin embargo, no pueden adquirir ni tomar posesión de ellos más allá de un sentido espiritual o simbólico (MacCannell 2002, 146). En el caso específico de la actividad turística, las personas pasan de comprar cosas a comprar experiencias.

Los viajes como deseo que motivan el consumo están relacionados con el placer en la utilización del tiempo libre, pero los viajes por placer no están al alcance de toda la población, ya que están supeditados a la capacidad de pago de los consumidores. «[E]n general, el consumo

hedonista se concentra en los sectores ricos o en las capas medias altas» (Moulian 1997, 20,63). Así, el turismo puede ser visto como una actividad de distinción de estilos de vida que están condicionados por el *habitus* de clase, y pasa a ser un signo de diferenciación y estatus en la sociedad (Florit y Piedracueva 2014, 7).

El concepto de *habitus* permite una mejor comprensión de las dinámicas sociales en torno al consumo de la actividad turística como signo de diferenciación. Bourdieu se refiere al *habitus* como una estructura que define los principios, las lógicas y la percepción del mundo de los individuos, dentro de una división de clases sociales. Al mismo tiempo, se constituye como un sistema que a través de signos distintivos crea una identidad social que define y afirma diferencias. Este sistema genera prácticas que expresan las necesidades inherentes a la condición de clase, es decir, prácticas enclasadadas y enclasantes (Bourdieu 2006).

El turismo tiende a ser una actividad enfocada hacia los grupos sociales con mayor acceso económico, esto es, las clases privilegiadas. «Todo miembro de la misma clase tiene más posibilidades que cualquier miembro de otra clase de encontrarse frente a las situaciones más frecuentes para los miembros de aquella clase» (Bourdieu 2007, 97). En este sentido, las clases empobrecidas y marginalizadas con menores posibilidades de acceso a recursos económicos estarían enfocando sus esfuerzos para cubrir necesidades básicas que no van más allá de la alimentación, la vivienda, los estudios y la salud (en el mejor de los casos), mientras que para las clases privilegiadas el turismo es parte de las necesidades básicas. No obstante las dinámicas de mercado, a través de la estratificación del turismo, se ha hecho posible que este se extienda cada vez con mayor fuerza a las clases populares, quienes destinan sus ahorros hacia el consumo de productos turísticos. Así, el mercado crea un acceso a servicios diferenciados. Un claro ejemplo de ello es la diferencia entre las tarifas de vuelos en primera clase y las de vuelos en clase turista: el servicio y el trato están marcados por la capacidad de pago de los individuos.

Ya desde el siglo XVII, el turismo empezó a tomar una connotación de estatus social. Los jóvenes aristócratas europeos realizaban viajes organizados con la finalidad de recorrer el continente y complementar su formación intelectual, social y artística; lo denominaban «el Grand Tour» (Boyer 2002, 18).

En la actualidad, el turista representa las subjetividades y el modo de actuar del sujeto moderno en general. La búsqueda de prestigio social a través del consumo del viaje se ha visto potenciado por estrategias de *marketing* que deben cumplir con el objetivo de generar ventas de productos y servicios turísticos.

Sin embargo, dichas estrategias de promoción no tienen como único objetivo dar a conocer los productos, sino que también pretenden reforzar comportamientos, hábitos y actitudes que llevan a construir el pensamiento de los turistas, extendiendo una ideología hegemónica de qué es el turismo, cómo hacer turismo y dónde hacer turismo (Guzmán, Garduño y Zizumbo 2009).

Es así que los discursos publicitarios se proyectan a través de mecanismos de persuasión, actuando sobre la memoria, la razón y las emociones, las cuales inciden en los deseos y motivaciones del consumo de los viajeros. De esta manera se refuerzan las prácticas dominantes del turismo en una lógica capitalista y se profundiza la idea de que consumir experiencias genera un valor cultural mayor al capital humano (Guzmán, Garduño y Zizumbo 2009).

LAS REDES SOCIALES Y SU PODER DE INFLUENCIA EN EL TURISMO

Con los avances tecnológicos del siglo XXI, las dinámicas turísticas han tomado un nuevo rumbo. Las redes sociales permiten a los turistas compartir momentos, vivencias, conocimientos y emociones en tiempo real y de manera más amplia que en el pasado. Estas herramientas han tomado un rol protagónico en la influencia sobre el proceso de toma de decisiones respecto a los viajes, así como también en el modo de comunicar experiencias que antes solían ser privadas, comúnmente compartidas solo dentro de pequeños círculos de conocidos (Munar y Jacobsen 2014).

Instagram, Twitter y Facebook, con un largo recorrido, y TikTok, en los últimos años, han elevado a un nuevo nivel el consumo de los viajes. En las redes se comparten fotografías seleccionadas y editadas cuidadosamente para representar una imagen social deseada. Estas publicaciones en plataformas digitales generan un *retorno social*³ que ha

3 Reacciones positivas («Me gusta», comentarios, publicaciones guardadas o compartidas) que generan las publicaciones en redes sociales (Boley et al. 2018).

crecido hasta convertirse en un factor que determina la satisfacción del turista con su experiencia y constituirse como parte de un conjunto de medidas del valor de la persona. Los rasgos extraordinarios del viaje capturados en una imagen pasan a ser rasgos extraordinarios de quien lo experimenta (Boley et al. 2018, 120). En este sentido, las redes sociales han arrastrado a la búsqueda incesante de obtener una fotografía perfecta, sin que esta responda necesariamente a la calidad de experiencia que se está viviendo.

Las selfis y las publicaciones constantes en redes sociales generan un impacto inmediato respecto a por qué y a dónde eligen viajar los turistas, quienes se sienten atraídos por destinos específicos, considerados capaces de generar un mayor retorno social. De igual manera, incrementan el deseo de buscar experiencias únicas, exclusivas o diferentes a las que realizan las otras personas, para proyectar una imagen de ser pioneros en experimentar nuevos destinos turísticos (Han 2015; Boley et al. 2018, 121). Hoy en día no tiene el mismo valor conocer la Torre Eiffel o la Fontana de Trevi que estar en las playas de Tailandia, visitar un templo hindú en Bali o ir de safari a África.

Por otro lado, las publicaciones en redes sociales generan un *efecto arrastre*, que Leibenstein define como el aumento de demanda de un producto debido al hecho de que otros lo consumen; en otras palabras, *el deseo de comprar para estar a la moda*, lo cual otorga una sensación de estatus y diferenciación (en Boley et al. 2018, 121).

El bombardeo continuo de imágenes exóticas en lugares paradisíacos puede provocar la autoexigencia de querer hacer algo, que es en realidad una necesidad impuesta. Además de las fotografías, es común encontrar, en las publicaciones de *influencers* de viajes, frases como «Acumula experiencias, no cosas». Este tipo de mensajes dan cuenta de que el consumismo no está asociado únicamente con lo material, sino también con lo vivencial. Viajar ha entrado en las dinámicas del consumismo, vendido como la receta hacia la libertad, la felicidad y el encuentro con uno.

Es cierto que las experiencias turísticas son capaces de nutrir al ser humano y transformar su relación o perspectiva del mundo. El cuestionamiento en este sentido está enfocado a la lógica de consumo capitalista. Los *scratch maps* o mapas para rascar países, que tienen como objetivo ir mostrando en un mapa todos los lugares del mundo que

se han recorrido —como si tachar países de la lista fuese una obligación—, son un claro ejemplo de cómo se ha vaciado el sentido del viaje, insertándolo dentro de las lógicas de consumo del sistema-mundo capitalista.

Estas lógicas, en las que el turista consume un destino de visita y luego lo pone a disposición para ser consumido virtualmente a través de sus redes sociales, no permite generar conexiones con el entorno de visita, ni conexiones con el entorno social y otros turistas o habitantes locales.

EL NEGOCIO DETRÁS DEL OCIO: DINÁMICAS DEL TURISMO NEOLIBERAL GLOBALIZADO

TURISMO NEOLIBERAL GLOBALIZADO: IMPLICACIONES ECONÓMICO-POLÍTICAS

Hasta los primeros meses del año 2020, que estuvo marcado por el inicio de la mayor crisis de la historia del turismo a causa de la pandemia de coronavirus, la actividad turística se había consolidado como una de las de mayor importancia e incremento en la economía mundial. Esto se ve reflejado en el número de llegadas de turistas internacionales, que pasó de 680 millones en el año 2000 a 1500 millones en 2019; además, se resalta su relevancia por representar el 10,4 % del PIB mundial (OMT 2020).

El turismo moderno se desarrolla bajo el modelo de neoliberalización y su programa político económico de *libre comercio*, lo que implica la consolidación de una economía integrada a nivel mundial (Fletcher 2019, 37). La economía globalizada lleva a que los Estados se entremezclen con los actores transnacionales para crear una imbricación de poder, identidad, orientación y entramados diversos (Beck, en César y Arnaiz 2013, 304). Estas relaciones están marcadas por la hegemonía socioeconómica del capitalismo, que es posible por la influencia de Estados dominantes con supremacía en el acceso a información, tecnología, capitales y armamento (Blázquez, Cañada y Murray 2011, 1).

La actividad turística se desarrolla como un catalizador eficaz en la expansión del capital, dada la demanda de inversión en infraestructura para la prestación de servicios como restaurantes, hoteles, centros de recreación, carreteras y aeropuertos, que, con el fin de atraer ingresos

económicos, se establecen en territorios considerados por su riqueza de recursos naturales y culturales (Palafox et al. 2010, 465). Cabe recalcar que referirse a recursos naturales implica una mirada desde la cual la naturaleza y los ecosistemas pasan a ser objetos susceptibles de apropiación y explotación para el *progreso*, al mismo tiempo que se da una ontología de *desnaturalización* del ser humano.⁴ Asimismo, la cultura local, como recurso, pasa a ser parte del capital turístico y objeto para el *marketing* del lugar, que dota de valor agregado y competitividad en el mercado global, dentro de un sistema de relaciones hegemónicas en que la cultura occidental es el centro y el resto de culturas son percibidas como subalternas (Machado 2010).

La globalización financiera y la ola de capitales que navegan a nivel mundial en el espacio virtual han visto al turismo como uno de sus nichos de inversión, por su «dinámica y capacidad de reposición de inversiones en un tiempo récord respecto a la industria tradicional» (César y Arnaiz 2013, 305).

En este sentido, la producción de espacios turísticos los convierte en espacios de inversión y rentabilidad, de modo que se intensifican la construcción, la especulación inmobiliaria y la urbanización generalizada (Lefebvre 2013). Para acercarnos a un análisis de la producción de los espacios turísticos conviene preguntarnos quién produce qué, cómo y desde qué lógicas, y por qué y para quién.

Lefebvre (2013, 126) esclarece estas interrogantes a partir de conceptos de Marx y Engels sobre las fuerzas productivas. Allí aparece un elemento importante para la comprensión de la producción del espacio: la relación entre la naturaleza y el trabajo, que implica organización, instrumentos, técnicas y conocimientos para concretar dicha producción. Así, basándonos en lo que expone Lefebvre, nos podemos referir a la producción del espacio como la disposición de una serie de actos sucesivos u operaciones encadenadas, de las cuales se da una coexistencia de resultados u objetos producidos (128). Para ello es necesario el

4 «La transición de un valor de uso a uno de cambio es la pauta que ha llevado a la subsunción del hombre y la naturaleza al capital, permitiendo su reificación, es decir, que se conviertan en una cosa u objeto de mercantilización, lo que afecta las relaciones sociales que resultan de la interacción hombre-naturaleza, causando de esta manera una crisis ambiental» (Marín et al. 2020, 108).

movimiento o accionar de los elementos del espacio, de modo que las condiciones materiales del espacio no se separan de la actividad individual o colectiva. Esta actividad colectiva se vendría a dar desde una racionalidad; por lo tanto, la producción del espacio estará influenciada por la convergencia dialéctica de las racionalidades o de las distintas lógicas que confluyan en él. En este sentido, cuando entendemos la producción del espacio y su relación con el capital, este se imbrica, interactúa, es resistido, expelido o adaptado.

Pero el espacio no se produce únicamente por el capital, sino que se encuentra en permanente producción, ya sea desde las lógicas capitalistas o desde una lógica comunitaria, e incluso desde el encuentro de ambas y todas las formas de la infinita diversidad que caracteriza a la naturaleza. Si bien en este capítulo nos referimos a la producción del espacio turístico neoliberal globalizado, en los siguientes iremos encontrando, desde lo comunitario, formas otras de producir el espacio, con un matiz de contradicciones y modos de coexistir.

El espacio, «donde se produce la reproducción de las relaciones de producción capitalista» (Lefebvre 2013, 223), es cada vez más instrumentalizado. En este proceso, los territorios tienden a ser altamente influenciados por los intereses de las empresas transnacionales y grupos turísticos locales, que, de manera general, impulsan procesos de apropiación y despojo de las poblaciones locales y una transformación de su entorno, lo cual deriva en cambios socioculturales propiciados desde la influencia hegemónica de la cultura occidental (Palafox 2013). De tal modo, el turismo ha pasado a formar parte de las dinámicas de acumulación del capital, como explica Palafox:

Los organismos internacionales reconocen que el turismo es un medio para la consolidación del modelo cultural vinculado al modelo económico; así, la generación de divisas, el impulso a la inversión privada y crear un nuevo producto de exportación sin la necesidad de costos de producción, aunado a la necesidad de los Estados subdesarrollados por la creación de empleos y combatir la pobreza, hacen que la actividad turística se constituya en un eje de acumulación. (2)

Las empresas transnacionales han adquirido un alto nivel de influencia y poder a nivel global, a través de estrategias enfocadas en la búsqueda del máximo beneficio económico, como la desregulación

internacional,⁵ que se sustenta con la intervención del Estado corporativo y facilita su expansión en economías a gran escala (Blázquez, Cañada y Murray 2011, 2). Los autores también reconocen que la financiarización de la economía juega un rol importante para acaparar el poder financiero y las inversiones en el sector turístico. Esto, de la mano del fomento y consentimiento de los paraísos fiscales, que generan una lógica de competencia discriminatoria incitando la rebaja de la presión fiscal y el descontrol de las actividades ilícitas.

En este sentido, César y Arnaiz (2013, 305) añaden que el turismo, al ser una de las actividades más difíciles de controlar, ha llegado a convertirse en un medio para el blanqueo de capitales de actividades ilegales, a través del lavado de dinero en la construcción de infraestructura hotelera y actividades de recreación.

El capital internacional genera competencia interestatal para captar las inversiones en el turismo, de tal manera que los países del Sur global flexibilizan el entorno y aplican políticas menos exigentes en relación con la sobreexplotación de espacios naturales, tierra, agua y ecosistemas enajenables y contaminables; la población se expone a la subcontratación; se generan gastos por parte del Estado para infraestructuras de transporte o abastecimiento que responden a intereses privados; se ofrecen exenciones fiscales que permiten la salida de las ganancias que reporta la actividad; y se intensifican las dinámicas de corrupción en la relación política y empresarial frente a la presión de las clases dominantes, en beneficio de sus negocios turísticos e inmobiliarios (Blázquez, Cañada y Murray 2011, 2).

5 Fernández Rozas (2010, 202-3) sostiene que la desregulación de los mercados financieros ha generado que en la actualidad se refuerce un sistema financiero internacional estrechamente vinculado a la economía nacional. El autor atribuye este fenómeno a medidas como la «liberalización de los movimientos de capital con el desmantelamiento de las normativas y de los controles de la actividad financiera». Resalta, además, que estas dinámicas ya fueron planteadas en uno de los postulados del Consenso de Washington, en el que se sostenía que «no solo había que desregular las finanzas sino, también, estimularlas a través de la exoneración de impuestos a las ganancias obtenidas y rebajando las tasas de intereses». Esto incentiva al movimiento de grandes sumas de capital y desplazamiento de las actividades productivas de un lugar a otro, «lo que a menudo despliega intensos efectos desestabilizadores para la economía real, el empleo, el bienestar de la población y el medio ambiente».

Otra de las dinámicas capitalistas del desarrollo del turismo es crear *enclaves turísticos*: sitios que facilitan el control autoritario del territorio y que tienden a modificar el consumo reemplazando y desarraigando la cultura local. Para ello recrean un espacio irreal de espectáculo y consumismo, lejos de los estándares comunes de la población local. De este modo, el territorio o las ciudades pasan a ser entendidas como un paisaje fracturado, dividido por enclaves rodeados de áreas fuertemente vigiladas. Pensados para proteger al turista de experiencias potencialmente desagradables, generan a su vez una marcada diferenciación de riqueza y segregación con respecto al paisaje urbano circundante, generalmente ocupado por los pobres y marginados (Judd 2003, 51).

Estas burbujas abren una oferta turística *residencial exclusiva*, que ofrece al turista destinos con *todo incluido*, como resorts, parques temáticos y cruceros. En ellos, los turistas reciben todos los servicios para su estadía: hospedaje, alimentación, *snacks*, venta de *souvenirs*, transporte, recorridos guiados, actividades recreativas que incluyen infraestructura deportiva, shows, casinos, bares, discotecas... Está dinámica permite a dichos espacios captar todos los beneficios económicos de la actividad turística en el territorio, de manera que el valor monetario está destinado únicamente para los enclaves turísticos y, por lo tanto, los alrededores y los pobladores locales quedan al margen. Las empresas inversionistas aprovechan su experiencia y sus marcas posicionadas a nivel global para insertarse en territorios donde las empresas locales no se consideran competitivas para la recepción del turista internacional, y en donde además existe un bajo nivel de renta, de modo que les resulta fácil atraer a los pobladores locales para insertarse en la cadena productiva como mano de obra (Blázquez, Cañada y Murray 2011).

La inversión extranjera directa en los países empobrecidos suele significar que los beneficios de la actividad turística no se quedan en el territorio. Emilio Pantojas compara las dinámicas del turismo de enclave con la exportación de la plantación o la manufactura. Según el autor, «el turismo de cruceros y de resort representa una actividad con poco valor añadido»; por ejemplo, «de cada dólar gastado en el Caribe, entre diez y veinticinco centavos se quedan en la economía doméstica» (Pantojas 2006, 91).

Así, el turismo refleja la dependencia y codependencia económica que generan las dinámicas capitalistas entre los países de economías

desarrolladas y emergentes. Williams resalta que el sector de los servicios turísticos está fuertemente dominado por los países desarrollados tanto desde la oferta como desde la demanda, ya que el crecimiento de la actividad turística y la economía de los países en vías de desarrollo también depende de la demanda de bienes y servicios de los países del Norte global (4). Así, incluso los desequilibrios en la economía de las potencias económicas genera desequilibrios directos en las economías de los países periféricos.

Dentro de este sistema, el Estado es un aliado estratégico en las dinámicas de acumulación, pues, a través de políticas económicas neoliberales, asegura las condiciones para el ingreso de grupos de poder económico del sector en el país. Las relaciones entre las empresas transnacionales, las instituciones financieras internacionales y el Estado son un claro ejemplo de ello. Está el caso de México, en donde

[e]l Estado estableció las condiciones necesarias para que las empresas transnacionales se apropien del territorio, del mercado, a fin de posicionar las empresas prestadoras de servicios, y para ello era necesaria la infraestructura que los organismos internacionales financiaban a través de empréstitos. Ejemplo de ello son los 25 millones de dólares que el Banco Interamericano de Desarrollo le otorgó al Banco de México en la década de los 70 para la construcción del Centro Integralmente Planeado de Cancún. (3)

El caso de México da cuenta de las relaciones y dependencias que provoca el modelo de desarrollo neoliberal: por un lado, la necesidad de endeudamiento para cumplir con los requisitos de las empresas transnacionales a través de préstamos a instituciones financieras vinculadas a los grupos de poder; por otro, la dependencia, para la prestación de servicios en el territorio, de empresas transnacionales que, a partir de la concentración de poder corporativo, generan presión sobre el Estado y, en consecuencia, el declive de pequeños negocios, que están destinados a cerrar o vender (5).

EL ESPACIO COMO PRODUCTO PARA LA INDUSTRIA TURÍSTICA Y LOS IMPACTOS SOCIOCULTURALES

Las transformaciones del modo de vida a nivel global generan impactos sobre los distintos espacios. Las relaciones hegemónicas han llevado a instaurar la idea de que la modernización y el desarrollo implican adecuar las realidades al mundo occidental. Este proceso se replica

en la práctica turística, cuando se precisan producir espacios de acogida en función de la influencia occidental, que define los modos de reproducción sociocultural y de desarrollo económico y desencadena despojos, apropiación, funcionalización y homogenización del espacio (Palafox 2016, 18).

El discurso del desarrollo ha instaurado un modo de pensamiento en el que la naturaleza es vista como una cosa u objeto de mercantilización. En relación con esta lógica, el turismo convierte la naturaleza⁶ y el territorio en recursos para la producción del espacio como mercancía, insertando en el mercado a los territorios considerados improductivos; esto implica la reconfiguración de las relaciones sociedad-naturaleza, que incluyen a una multiplicidad de actores. Dichas relaciones vienen acompañadas de problemáticas respecto al modo de gestión y acceso a los recursos en la localidad, con lo que el espacio se inserta en una lógica de mercado, al mismo tiempo que el turismo se convierte en un eje de acumulación del capital (Marín et al. 2020, 108-10).

Producir el espacio como una mercancía turística genera despojo, en muchos casos legitimado por el Estado, que a través de la política pública favorece la mercantilización y privatización de la naturaleza para la realización del turismo. El Estado tiende a manejar un discurso en el que se justifican los megaproyectos turísticos en nombre del beneficio de las comunidades locales; sin embargo, la práctica ha dejado en evidencia que pueden convertirse en una nueva forma de colonización, que implica apropiación y despojo de tierras, incorporación de la comunidad como fuerza de trabajo, especulación inmobiliaria y degradación ambiental (Palafox 2013; Marín et al. 2020).

Los procesos de despojo en nombre del desarrollo turístico avanzan con la rápida expansión de los nuevos destinos a nivel global. En este sentido, para un mejor entendimiento del *modus operandi* de los grupos

6 Lefebvre (2013, 127) plantea una interrogante respecto a la naturaleza y la producción, ante la cual concluye que la naturaleza *crea*, no produce: «Provee recursos para una actividad creativa y productiva del hombre social; pero proporciona solo valores de uso [...]. La naturaleza no trabaja; incluso se trata de un rasgo que la caracteriza: la naturaleza crea [...]. Un árbol, una flor, un fruto no son en modo alguno “productos”, ni siquiera en un jardín. La rosa no tiene por qué, florece porque florece. [...] No le preocupa ser vista». En tal sentido, el autor afirma que «la naturaleza no puede operar conforme a la misma finalidad que el ser humano».

de poder, se presenta a continuación un análisis de Marín et al. (2020) sobre la problemática que ha traído la transformación del espacio como producto para la industria turística, desde una lógica capitalista.

El estudio se llevó a cabo en la zona de ejido José María Pino Suárez (JMPS), en Tulum, Quintana Roo, México, país en donde el movimiento agrario logró conquistar un espacio jurídico en la Ley Agraria de 1915 y el art. 27 de la Constitución de 1917; a través de ellos se posibilitó el reparto de tierras para la producción agrícola a campesinos. A partir de este marco regulatorio se conformaron ejidos y comunidades agrarias.

El ejido JMPS se constituyó en 1973. Para ello se concedieron más de diez mil hectáreas a 49 beneficiarios: 47 campesinos obtuvieron veinte hectáreas cada uno, para fines productivos. Dos personas particulares que antes de la conformación del ejido ya contaban con un terreno frente al mar fueron reubicadas dentro del establecimiento y se les destinaron 200 hectáreas, «con la condición de que sus predios anteriores fueran de uso común para darle salida a la comunidad y evitar conflictos con la tenencia de la tierra, quedando canceladas sus antiguas escrituras» (Cacho, en Marín et al. 2020, 114). El área restante se destinó a la dotación de servicios públicos y recreación para la población local.

Las disputas por las tierras iniciaron cuando los dos posesionarios privados vendieron de manera ilegal tierras de las antiguas escrituras. En 2015 se estaban apropiando de aproximadamente 120 hectáreas de terreno frente al mar con falsos títulos de propiedad. Esta situación es una estrategia para el acaparamiento de tierras del Estado. El trasfondo de apropiación ilegal del territorio se justificó con la realización de un megaproyecto turístico-inmobiliario visto como motor de desarrollo en el país.⁷

Este se puso en marcha en el año 2017, dada la popularidad de su vecino Cancún. Para ello fue necesario convertir el uso de suelo de 77,88 hectáreas en suelo urbano destinadas a actividades productivas primarias, con lo que el Estado tomó el papel de cómplice legitimador de los procesos de despojo y apropiación territorial.

7 En 1992 se modificó el art. 27 de la Constitución, lo cual abrió la posibilidad de enajenar terrenos ejidales y dio facilidades para cambiar las tierras de colectivas a privadas, además de facilitar la privatización, mercantilización y concesión del uso de los recursos naturales, incluso creando incentivos para inversionistas extranjeros (Marín et al. 2020).

En la zona (que colinda con el Parque Nacional Tulum) se construyó el proyecto Aldea Zamá, un lugar exclusivo dirigido a un nicho de mercado de élite con alto poder adquisitivo. Ya se han construido departamentos y residencias que se venden con un precio mínimo de USD 100 000. El proyecto acaparó terrenos que estaban destinados para la universidad de Quintana Roo y, por otro lado, se dio una apropiación ilegal y violenta de 350 hectáreas, lo cual destaca irregularidades por parte de políticos y funcionarios en búsqueda de su propio beneficio.

A esto se suman problemáticas respecto a títulos de propiedad duplicados y subdivisiones de parcelas sin documentos de respaldo, que han llevado al despojo de quienes poseen menos herramientas y poder para su defensa. Por otra parte, para facilitar el desarrollo turístico en Tulum, el Gobierno pone a disposición terrenos sobre los cuales no existe ningún tipo de documentación.

El encarecimiento en la zona ha provocado que los terrenos solo sean asequibles para parte del capital turístico. Asimismo, la segregación y el encarecimiento de la vida han presionado a los pobladores a vender sus tierras a empresarios especuladores a precios bajos; esos terrenos más tarde se insertarán como espacios para la industria turístico-inmobiliaria.

Las comunidades quedan desprotegidas y se ven obligadas a su inserción dentro de las lógicas del mercado, rompiendo sus relaciones más equilibradas con la naturaleza, así como sus tradiciones, cosmovisiones y modos de vida. Sin embargo, también es importante recalcar que existe un proceso de resistencia. En 2016, aproximadamente 2000 personas se manifestaron en contra de la violencia y los despojos. Además, se han creado comités de lucha y vigilancia de predios.

El ejemplo de Tulum permite analizar las relaciones de poder que ejerce el capital turístico de la mano del Estado, bajo el paraguas del discurso del desarrollo. Estas dinámicas de despojo también se reflejan en la presencia de monopolios en los territorios. Por ejemplo, en Cuba, las empresas turísticas españolas ejercen una relación de poder al poseer 23 397 habitaciones en 58 hoteles en la isla. Una sola cadena hotelera tiene el 43,3 % de los cuartos y el 39,6 % del total de los establecimientos. El 56,7 % restante está repartido en nueve cadenas, las cuales suman únicamente 25 hoteles (Navarro, en Palafox 2013, 8).

En general, el turismo tiende a acaparar recursos en manos de los grupos de poder. En el caso del agua —un elemento fundamental para el desarrollo del sector, tanto en el servicio de alimentación y bebidas como en las actividades de ocio y recreación (clubs, balnearios-spa, parques temáticos e incluso para el riego y mantenimiento de jardines)— puede generar afectaciones cuando su distribución limita el acceso de la población local y prioriza el de las empresas de turismo. Un espacio con dificultades de acceso a agua no puede asegurar su permanencia en el tiempo (Peñaloza, Zizumbo y Torregrosa 2017).

El éxito del turismo se suele medir en función del número de llegadas de turistas, el nivel de inversión, la generación de empleo, el ingreso de divisas y su contribución al PIB. Pese a ello, estas variables no se traducen necesariamente en un mayor bienestar social.

Hidalgo (2018, 60-3) analiza la calidad de trabajo que genera el turismo durante el proceso de producción en el sistema capitalista. Afirma que es un sector importante para la generación de empleo, aunque inestable y con remuneraciones precarias. Esto se debe al generalizado exceso de oferta de mano de obra —es decir, al desempleo—, lo cual genera una presión hacia la disminución de los salarios, independientemente del valor de la producción que genere su trabajo.

En este sentido, aun si los propietarios del capital no participan en el proceso de producción, tienden a recibir la mayor parte del valor generado, es decir, una alta plusvalía. Por otro lado, en las empresas en las cuales los propietarios generan valor, estas dinámicas de explotación sobre los otros trabajadores se basan en la relación entre su participación en el trabajo y sus ingresos. Este proceso se da por la constante presión del sistema, dominado por la clase capitalista, que tiene como mayor objetivo el aumento de las ganancias del capital (una necesidad propia del sistema para sobrevivir), de tal manera que utiliza la reducción de derechos laborales para permitirse la explotación de clase de forma creciente (63).

LAS HUELLAS DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA: IMPACTOS AMBIENTALES DEL TURISMO

Nos encontramos en un momento de la historia en el que la distancia no es un problema para viajar. Los viajes entre el continente europeo y las tierras americanas pasaron de durar un mes en el primer

tercio del siglo XIX, con los barcos de vapor, a poco más de cinco días a principios del siglo XX. Se eliminaron barreras en tiempo y espacio para los viajeros, aunque la verdadera revolución del transporte de largas distancias se dio con el auge de los vuelos comerciales.

La industria aérea se potenció a partir del fin de la Segunda Guerra Mundial. El Gobierno de Estados Unidos requería la expansión de la economía a escala global para sostener su productividad económica, y encontró una salida al excedente de aviones militares creando instituciones financieras que otorgaron préstamos de bajo interés a corporaciones para su compra. De la misma manera, a través de programas de asistencia, construyeron y ampliaron los aeropuertos en el extranjero y se alentó a otras naciones a establecer sus propias líneas aéreas nacionales, lo cual resultaba un negocio redondo al poner a su disposición aeronaves, tecnología y acceso a préstamos (Honey, en Fletcher 2019).

La industria del transporte aéreo va de la mano con el crecimiento económico y la expansión de los destinos turísticos en el mundo. En 2019, antes del masivo cierre de aeropuertos por la pandemia del COVID-19, el transporte aéreo registró un crecimiento del 10 % respecto al año anterior, lo cual se tradujo en un total de 68 millones de vuelos (Flightradar24 2020, párrs. 2-3). Cada vez más personas se suman a los vuelos de larga distancia, aunque las aerolíneas de bajo coste también han impulsado el crecimiento de la industria para viajes de distancias cortas, los cuales podrían realizarse en medios de transporte con menores costes ambientales.

La industria aérea ha tomado un rol protagónico dentro del turismo en las dinámicas de globalización, ya que permite conectar destinos distantes o periféricos. Sin embargo, provoca impactos negativos en el ambiente, dentro de los cuales se puede destacar el consumo de fuentes de energías fósiles, la emisión de gases de efecto invernadero —CO₂, NO_x y otras partículas que resultan de la quema de hidrocarburos—, además de otras actividades vinculadas, como el consumo de energía en aeropuertos que trabajan 24 horas y la fabricación de aeronaves e insumos (Kanti 2020, 2).

Por otro lado, nos encontramos en el auge de las *ciudades flotantes* como producto turístico: los cruceros. Estos gigantes están pensados bajo la lógica del todo incluido dentro de las instalaciones, de manera que muchos de los pasajeros no desembarcan en los puertos de visita. El

88 % de las compañías de cruceros están en manos de tres multinacionales.⁸ Estas empresas se manejan bajo las lógicas del mayor beneficio, por lo cual registran sus embarcaciones en paraísos fiscales, con el uso de banderas que les permitan la evasión de impuestos y de normativas laborales y ambientales. Las condiciones laborales se caracterizan por contratos precarios, sueldos bajos y largas jornadas de trabajo (García 2016; Palafox y Vilchis 2019).

A estas implicaciones se suman los impactos ambientales. Los cruceros utilizan fueloil, un combustible prohibido en tierra, calificado como residuo peligroso, cien veces más contaminante que el diésel. Palafox y Vilchis (2019) presentan una equivalencia del consumo al exponer que un crucero mediano, con una capacidad de 2000 a 3000 pasajeros, consume la energía que correspondería a 12 000 autos.

Adicionalmente, los cruceros deben dotar de energía a sus instalaciones. Uno de los más grandes, el *Harmony of the Seas*, precisa de 2 500 000 litros de fueloil al día para hacer funcionar sus servicios, que incluyen bares, restaurantes, piscinas, toboganes acuáticos, discotecas, casinos, pista de hielo, áreas de descanso y espacios comerciales. Este consumo equivale al gasto energético de más de 77 000 hogares estadounidenses. Incluso después de haber mejorado la eficiencia energética, los cruceros pueden llegar a consumir un 35 % más que las embarcaciones antiguas (García 2016, 99).

Finalmente, una de las consecuencias que no se puede dejar por fuera es la necesidad de la descarga de aguas,⁹ que son vertidas al mar durante el viaje. Esto repercute negativamente en los ecosistemas marinos y a veces en poblaciones cercanas a las descargas (99).

Más allá del transporte, el turismo desencadena una serie de impactos ecológicos, empezando por el fraccionamiento y la transformación del espacio (cubriéndolo de infraestructura o manipulando los ecosistemas). A ello se suma la elevada cantidad de recursos y diversos tipos de

8 Carnivale Corporation & PLC, Royal Caribbean Ltd. y Star Cruises (García 2016).

9 En un viaje de siete días, un crucero con 3000 pasajeros puede generar «alrededor de 794 000 litros de aguas negras, 3 780 000 litros de aguas grises, 94 500 litros de agua con aceite y hasta ocho toneladas de residuos sólidos» (Rojas y Primera, en Palafox y Vilchis 2019, párr. 13).

energía que demanda la operación turística, que conduce a intensificar la extracción de recursos naturales.

Ese consumo desencadena la generación de una elevada cantidad de desechos en espacios reducidos, que se suman a los desechos de la población local. Para ello, los territorios deben ser capaces de absorber la excreción del proceso productivo (Blanco 2016, 18). En este sentido, Lefebvre (2013, 176) se refiere a la llegada de los turistas a un territorio como un equivalente de la destrucción de ese espacio: «[E]s una de las mayores contradicciones del espacio en la modernidad: el espacio es consumido tanto en sentido económico como en sentido literal».

LAS PLATAFORMAS DIGITALES, NUEVAS HERRAMIENTAS DE ACUMULACIÓN

Las empresas tecnológicas se han convertido en actores con gran influencia en la economía contemporánea, al mismo tiempo que sus dinámicas dan continuidad al modo de producción capitalista. Estas empresas se desarrollan dentro de un ambiente de competencia que las empuja a buscar la máxima ganancia para mantenerse en pie. De este modo, permanentemente se abren a nuevos mercados, nuevas mercancías y nuevos modos de obtener ganancias (Srniccek y De Sutter 2016, 9-10).

En su libro *Capitalismo de plataformas*, Srniccek y De Sutter afirman que la economía digital puede ser definida como aquella en la cual las empresas dependen cada vez más de la tecnología de la información y los datos para el desarrollo de sus actividades. Se está volviendo esencial en la economía contemporánea, instaurándose como un modelo hegemónico a nivel global. Los autores revelan que,

[c]on un largo declive en la rentabilidad de la manufactura, el capitalismo ha recurrido a los datos como una forma de mantener el crecimiento económico y la vitalidad frente a un sector productivo lento [...]. La plataforma ha surgido como un nuevo modelo de negocio, capaz de extraer y controlar inmensas cantidades de datos, y con este cambio hemos visto el surgimiento de grandes firmas monopólicas. Hoy en día, el capitalismo de las economías de ingresos altos y medios está cada vez más dominado por estas empresas. (11)

Las plataformas digitales han tomado tanto protagonismo en la economía mundial que, si revisamos el *ranking* de los más ricos del mundo

en el año 2021, dentro de los primeros diez puestos se ubican personas vinculadas al negocio de plataformas digitales. Tal es el caso de Jeff Bezos, fundador de Amazon; Elon Musk, quien entre sus múltiples emprendimientos figura como cofundador de la plataforma de pagos en línea PayPal; Bill Gates, de Microsoft; Mark Zuckerberg, fundador de Facebook y propietario de Instagram y WhatsApp; Larry Edison, dueño de Oracle, considerada la empresa más grande del mundo dedicada a la administración de bases de datos en la nube; así como Larry Page y Sergey Brin, cofundadores de Google (Forbes 2021). Este es un claro ejemplo de que la economía actual está dominada por los dueños de un nuevo medio de producción: la información. Estos extraen y mercantilizan la información como forma de propiedad (Wark 2004, 70). Las plataformas digitales, al proporcionar un espacio gratuito para la interacción de usuarios, se convierten en un aparato natural de extracción de datos. «Al igual que el petróleo, los datos son un material que se extrae, refina y utiliza de diversas formas. Cuanto más datos tenga uno, más usos podrá darles» (Srnicek y De Sutter 2016, 29).

Las plataformas vienen a ser infraestructuras digitales que permiten la interacción entre grupos o personas; por lo tanto, pueden tomar un rol de intermediarios aglutinando a diferentes usuarios: clientes, anunciantes, prestadores de servicios, productores, proveedores e incluso objetos físicos. Estas plataformas dependen del *efecto red*: mientras más usuarios se suman a la plataforma, esta toma mayor valor para todos lo demás. A pesar de que en muchas ocasiones se presenta como un servicio gratuito, las plataformas digitales generan ganancias a través de estrategias como la publicidad o el acceso a otros servicios pagados; por ejemplo, Gmail maneja tarifas según el espacio que los usuarios precisen para el almacenamiento de archivos en la nube (Srnicek y De Sutter 2016).

Internet ha transformado el mercado turístico de manera radical; actualmente los hoteles, las compañías aéreas, el servicio de transporte y la operación turística pueden entrar en contacto directo con los consumidores por medio de plataformas digitales y aplicaciones para dispositivos móviles. Esto ha provocado un cambio en el modo de trabajo y el vínculo entre las intermediadoras tradicionales y los turistas (Molinillo 2014, 14).

A diferencia de las agencias de viajes tradicionales, que precisaban una relación de modo presencial con sus clientes, en la actualidad la tecnología ha ampliado los canales de distribución, lo cual permite que los turistas accedan a una cantidad masiva de información y posibilite la planificación de viajes por cuenta propia. Los turistas optan por estos medios porque representan facilidad de compra, facilidad de pago, costes más bajos y acceso a información de manera personalizada, interactiva y a cualquier hora del día. La transformación que ha generado la tecnología en el turismo impacta de manera directa tanto en las agencias de viajes como en las operadoras turísticas, sobre todo a aquellas que no han sabido adaptarse o han fallado en la implementación del uso de las nuevas plataformas (16).

Entre las herramientas disponibles para la organización de viajes están los sistemas de reserva y las agencias de viajes *online*, metabuscadores, redes sociales, comparadores de precios, así como las páginas web de los propios proveedores. El desarrollo tecnológico brinda cada vez mayores facilidades para los usuarios, a través de la creación de aplicaciones para dispositivos móviles y el desarrollo de nuevas tecnologías, como las herramientas de geolocalización, asistentes de voz y un acceso cada vez mayor a la conectividad de internet (Buhalis y Law 2008). Esto implica al mismo tiempo un alto grado de dependencia de los dispositivos móviles tanto para los prestadores de servicios como para los consumidores.

En la intermediación turística encontramos hoy a plataformas como Booking, Kayak, Expedia, Google Flights, Trivago y Airbnb. Esta última nació bajo la idea de economía colaborativa, guiada por la idea de una *interacción entre pares* y no con una empresa. Sin embargo, para Gurran y Shrestha (2021, 108), Airbnb, en lugar de una *plataforma colaborativa*, es más bien una especie de *capitalismo de plataforma*, con la información como medio para la acumulación del capital.

Airbnb ha crecido exponencialmente, al punto de ser mediadora de 5,7 millones de viviendas de dueños individuales, sin la necesidad de construir o desarrollar infraestructuras. Es decir, no genera costos iniciales y, por su particular modo de funcionamiento, aún no es regulada como los operadores turísticos tradicionales. La cuestión frente a esta plataforma es: ¿cómo puede Airbnb no poseer propiedades y ser el mayor proveedor de alojamiento? La respuesta es simple. Airbnb es

dueña del activo más importante: la plataforma de *software* y el análisis de los datos.

Incluso en medio de la crisis de la economía turística por la pandemia de COVID-19, Airbnb ingresó a cotizar en la bolsa y alcanzó una capitalización de USD 86 500 millones, valor por encima de grandes compañías del sector hotelero, como Marriott Internacional o Hilton (Diario Libre 2020). Actualmente, los tres empresarios fundadores de la plataforma Airbnb figuran dentro del *ranking* de las 200 personas más ricas del mundo, elaborado por Forbes.

Srnicek y De Sutter (2016) identifican que esta plataforma opera bajo un modelo de hipercontratación, es decir, subcontrata trabajadores, capital fijo, costos de mantenimiento y capacitación. Los trabajadores que prestan el servicio para esta plataforma trabajan como contratistas independientes, lo que permite a la empresa ahorrar costos laborales en alrededor del 30 %, dado que elimina beneficios, horas extras y días de enfermedad, entre otros.

Otro impacto que se ha podido reconocer a partir de la presencia de Airbnb en la urbe es que la renta de estancias por intervalos cortos causa cambios en las dinámicas de las zonas residenciales de las ciudades. Por ejemplo, en edificios habitacionales, los vecindades sienten inseguridad y se rompen las relaciones, por la presencia de personas extrañas durante todo el año (Gurran y Shrestha 2021, 112).

Airbnb no solo está vinculada al sector de hospedaje en el turismo. La plataforma también permite a los usuarios acceder a prestadores de servicios de la oferta de *tours*. Para ello cuenta con una sección denominada *Experiencias*.

Esta plataforma es un claro ejemplo de cómo incluso emprendimientos creados desde la lógica colaborativa finalmente se convierten en herramientas propicias para un nuevo eje de acumulación.

DINÁMICAS DEL TURISMO NEOLIBERAL GLOBALIZADO EN ECUADOR

Por su ubicación geográfica y las cuatro regiones naturales presentes en su territorio, Ecuador es considerado uno de los países más biodiversos del mundo; además, se reconoce como un Estado intercultural y plurinacional. Es así que los atractivos turísticos del país están

relacionados principalmente al turismo cultural y el ecoturismo (EC Ministerio de Turismo 2019). En el Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021, se cataloga a la actividad turística como uno de los ejes para la dinamización de la economía del país; por ello, se propone posicionar a Ecuador como exportador de bienes y servicios de calidad, apostando por un modelo de turismo sostenible. En este sentido se plantea que el turismo es uno de los sectores prioritarios para la inversión productiva nacional y extranjera (EC Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [Senplades] 2017, 131).

En el año 2018, el turismo se constituyó como la cuarta actividad económica en el país, después del petróleo, el banano y el camarón: contribuyó con un 2,8 % al PIB de la economía ecuatoriana. El gasto turístico receptor representó el 80 % de la exportación de servicios en el país, y alcanzó un monto de USD 1878,6 millones en el mismo año (EC Ministerio de Turismo 2019, 5 y 9). En esta línea, el Gobierno ecuatoriano, en el Plan de Turismo 2030, prioriza como mercado objetivo a los turistas de origen europeo, estadounidense y canadiense, dado que los provenientes de la región latinoamericana responden a un perfil de gasto bajo, que prioriza los precios accesibles en el destino (EC Ministerio de Turismo 2019).

Para 2014, después de una fuerte inversión pública para la construcción de 8700 kilómetros de nuevas carreteras y la modernización de once aeropuertos en un lapso de cinco años, Ecuador se proyectó hacia la captación de inversión privada nacional y extranjera para el sector turístico. Allí, la presencia de las cadenas internacionales tiende a sentirse a través de inversiones directas o del anclaje a una cadena nacional en el país. En este sentido, desde el Ministerio de Turismo se recalcó la importancia de generar incentivos para la inversión en un país «necesitado de desarrollo en el mercado» (EC Ministerio de Turismo 2014).

Palafox (2013, 2) afirma que en la reproducción del modo de producción capitalista del turismo (que se ha consolidado en los últimos años como un nuevo eje de acumulación) el Estado juega un rol importante como actor social,

al dotar de las condiciones estructurales para la llegada de capitales extranjeros en el territorio donde se encuentran los recursos naturales y culturales, mismos que pertenecen a las comunidades. Tales acciones de

promoción de la inversión han provocado el fortalecimiento y expansión de las empresas que se han establecido en los países capitalistas emergentes.

ProEcuador,¹⁰ por parte del Estado, brinda estímulos para promover la captación de inversiones de capitales nacionales e internacionales. La estrategia por la cual se brindan garantías a los inversionistas es la firma de *contratos de inversión*, que se deben cumplir en períodos de hasta quince años. Con dichos contratos, los inversionistas acceden a una reducción total o parcial de aranceles, estabilidad jurídica de los incentivos tributarios y exoneración del impuesto a las salidas de divisas para importación de bienes de capital y materias primas, así como para el pago de dividendos. Además, para los contratos de inversión por montos superiores a USD 10 millones, se permite el acceso a procedimientos de arbitraje para la resolución de controversias que se generen por la ejecución del acuerdo (EC ProEcuador 2019).

Específicamente para el turismo, el Estado ofrece la exoneración del impuesto a la renta por ocho años para nuevas inversiones productivas en Quito y Guayaquil, y por doce años en el resto del país; la devolución del impuesto a la salida de divisas pagado por comisiones en servicio de turismo receptivo; suspensión total o parcial del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos de mercancías para el turismo; y la exoneración de tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo (EC ProEcuador 2019).

A pesar de que el Estado ecuatoriano propone en su carta magna «promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza» (EC 2008, art. 3.5) y «promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización» (art. 3.6), y a pesar del reconocimiento de los derechos de la naturaleza, el país sigue anclado a un histórico modelo de desarrollo que demanda una desenfrenada explotación de los ecosistemas. A través de sus acciones, el Estado

10 «ProEcuador es parte del Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país para promover la oferta de productos y mercados del Ecuador para su inserción estratégica en el comercio internacional» (EC ProEcuador 2019).

promueve el turismo transnacional basado en la inversión privada para la construcción de megainfraestructuras hoteleras, en oposición a lo que se propone discursivamente e incluso desde sus políticas.

En Ecuador están presentes grandes cadenas hoteleras con presencia a nivel global. Una de ellas es la estadounidense Marriott Internacional, que en 2016 absorbió a Starwood Hotels para convertirse en la mayor cadena hotelera del mundo, con 30 marcas y más de 7000 hoteles en 131 países; está presente en Ecuador con los hoteles Sheraton y Marriott (Marriott Internacional 2021). La cadena Wyndham Hotels & Resorts, también estadounidense, posee veinte marcas y está presente en 80 países con más de 9000 hoteles. En Ecuador posee seis, y en medio de la pandemia de COVID-19 se proyectaba una inversión para la construcción de otros dos (Contraste 2020). Tienen emprendimientos en el país, asimismo, la británica Intercontinental Hotels Group, dueña de 6000 hoteles y complejos turísticos en todo el mundo; la compañía internacional Hilton Colón; la cadena francesa Accor International; las españolas Blue Bay y NH Hotel Group; y las estadounidenses Hotels Carlson Hospitality Worldwide, Best Western International, Choice Hotels y Hyatt.

Las cadenas hoteleras en el país prestan servicios para distintos nichos de mercado y distintos tipos de experiencia de hospedaje, desde hoteles lujosos y casas de estancia hasta resorts y *lodges*. Asimismo, muchas de las empresas están vinculadas a otro tipo de prestaciones de servicios turísticos; por ejemplo, Marriott Internacional está vinculada a la venta de experiencias a través de Marriott BonVoy Tours & Activities, que oferta *tours*, especialmente para Galápagos.

En los últimos años han surgido empresas con otros conceptos, como Selina, enfocada en prestar servicios para viajeros de la clase mundial; dentro de un mismo establecimiento es posible hospedarse en habitaciones compartidas con tarifas *low cost* o en habitaciones para un público con mayor poder adquisitivo (Selina 2024). Tenemos aquí un claro ejemplo de cómo las cadenas amplían sus servicios para enfocarse en todos los nichos de mercado.

Los intereses de la industria turística van de la mano de los intereses de otros grupos económicos locales con gran influencia en la inversión de capitales, como la industria inmobiliaria. Tenemos así al consorcio Nobis, que incursiona en varios negocios como la agroindustria, el

negocio inmobiliario y hotelero, los centros comerciales y la inversión en el comercio exterior. Pronobis¹¹ estuvo a cargo de la construcción de hoteles como el Sheraton Guayaquil, los Wyndham Garden de Quito y Guayaquil, el Howard Johnson en Manta, el Sonesta Guayaquil, el Wyndham Airport Quito y el Wyndham Ciudad del Río.

En la actualidad, el grupo se encuentra en la construcción de la primera fase del Karibao Resort Town en General Villamil, macroproyecto de 52 hectáreas conformado por un hotel exclusivo, un *apart* hotel, restaurantes, departamentos y espacios recreativos como canchas de tenis, vóleibol, fútbol, golf, ciclovías y una laguna (Pronobis 2024).

En este sentido, es importante recalcar la relación directa que existe entre la actividad turística y la industria inmobiliaria, además de sus implicaciones ambientales dada la alta demanda de recursos requeridos. Uno de los ejemplos de mercantilización de la naturaleza como materia prima en el turismo y las dinámicas de los capitales de empresas turísticas transnacionales en Ecuador es la cadena hotelera Royal Decameron. Presente en doce países de Centroamérica, Sudamérica y África, posee varias unidades de negocio como Decameron Explorer, que integra paquetes turísticos con transporte aéreo, transporte terrestre y turoperadores. Su origen es de capital colombiano y más tarde, en el año 2014, fue comprada por el Grupo Terranun con fondos estadounidenses (Hoteles Decameron Ecuador 2012).

Royal Decameron Mompiche es el primer hotel con modalidad todo incluido en el país. Inició sus operaciones en el año 2009, con un complejo hotelero construido en un área de 19,5 hectáreas y una infraestructura con capacidad para 600 huéspedes (Hoteles Decameron Ecuador 2012). El hotel está ubicado en el recinto Mompiche, del cantón Muisne, uno de los más empobrecidos del país, con un índice de pobreza por necesidades básicas insatisfechas del 98,3 % en 2010 (Loor, Alodia y Pérez 2018).

El Estado fue un importante aliado para que el resort pudiera establecerse en la zona. Es así que el ejecutivo del hotel comenta en una entrevista para la revista *Ekos* que el destino turístico demandaba dotar al sector de vialidad y servicios básicos (agua y luz), así como encontrar a trabajadores adecuados para brindar sus servicios. «En ese camino un

11 Unidad de negocio inmobiliario del consorcio Nobis.

gran aliado fue el Gobierno nacional. Con el Gobierno hemos hecho una cogestión interesante que se ha plasmado en la construcción de vías, provisión de agua dulce y electricidad. El Gobierno ha cumplido con todos sus compromisos» (en Loor, Alodia y Pérez 2018, 104).

La presencia del hotel en el territorio generó conflictos por la privatización de la playa para uso exclusivo de los huéspedes. Byron Nazareno, miembro de la Asamblea de la Costa, comenta en una entrevista con El Churo Comunicación (2013, 20:00), que, ante el interés del hotel de que se aprobara una resolución para otorgar el uso y mantenimiento de la playa a su favor, la sociedad civil y organizaciones hicieron una toma simbólica y pacífica de la playa para que no se violaran sus derechos de acceso al espacio público. Ante estas acciones fue evidente el respaldo de las autoridades locales y la Policía al proyecto hotelero, ya que durante la toma simbólica acudieron alrededor de cien efectivos para reprimir a los habitantes. Más tarde, las autoridades locales aprobaron una resolución con la cual el Municipio de Muisne, a través de una ordenanza municipal, autorizaba el uso, el mantenimiento, la custodia y la guardianía de la playa a favor de Royal Decameron Mompiche.

Además de atentar contra la libre circulación de pobladores locales en la playa, Nazareno recalca los contrastes de desigualdad que implica la presencia del hotel en el territorio, pues está dotado de electricidad y agua potable e incluso se autorizó el embalse del río Naranjo para el aprovechamiento del agua en las instalaciones. Por su parte, tras cincuenta años de cantonización, Muisne no tiene acceso al servicio básico y no cuenta con un relleno sanitario para los desperdicios que genera el hotel (El Comercio 2009).

El territorio afronta varios procesos de apropiación de los recursos naturales: mientras por un lado la playa es instrumento para la actividad turística, por otro, en una de las playas aledañas se concedió la extracción de tierras negras por su alto contenido de titanio. Son empresas privadas las que se benefician económicamente, al tiempo que los pobladores locales asumen las consecuencias de la alteración de los ecosistemas (El Churo Comunicación 2013, 37:05).

Los megaproyectos turísticos suelen demandar la posesión de espacios amplios en los territorios. Además, sus intereses están enfocados en lugares con gran potencial de atractivo turístico, ya sea por su valor paisajístico, naturaleza virgen y exuberante o cercanía a poblaciones

indígenas. Así, la adquisición de tierras para proyectos turísticos puede generar despojos y apropiación de los espacios.

Tal es el caso de la comunidad Salango,¹² en la provincia de Manabí, en donde el suizo Patrick Bredthauer¹³ empezó en 1990 a comprar tierras en la zona costera, proyectando la construcción de un complejo hotelero de lujo compuesto por cincuenta cabañas. En 1998, Bredthauer compró un terreno que atraviesa el estero La Canoa, en donde se ubica la única vía de acceso a la playa Dorada. Desde entonces, cerró el paso a la comunidad (Roux 2013, 254).

Después de varias negativas de Bredthauer a fraccionar y transferir el dominio de tierras comunales, como pretendía del Ministerio de Agricultura y Ganadería, en 2001, líderes comunitarios que recibieron un monto de USD 32 000 accedieron a venderle 34,35 hectáreas de tierras comunales frente al mar, las cuales incluían un camino de acceso a la playa Río Chico. Con el involucramiento de un juez, la registradora de la propiedad y el juez nacional de caminos, se dio paso al registro de la propiedad a nombre de la inmobiliaria Tocuyo, del señor Bredthauer, a pesar de su ilegalidad por ser tierras comunitarias. Más tarde, el suizo cerró los caminos a la comunidad con garitas, portones y personal armado, con lo que privó a la comunidad del acceso a recursos para actividades de sustento, como pesca, recolección y turismo comunitario (255).

Miembros de la comunidad ejercieron acciones para reclamar la ilegalidad de la inscripción de tierras y el cierre de caminos. No obstante, fueron criminalizados, además de recibir amenazas, agresiones y hostigamiento (Acción Ecológica, en Roux 2013, 256).

El proyecto turístico no se llevó a cabo por los conflictos instaurados en el territorio, ya que, tras la destitución del cabildo que permitió la venta de terrenos y frente a las denuncias de la población, varias instituciones del Estado ejercieron acciones para desprivatizar los caminos y anular las escrituras fraudulentas (257). La comuna de Salango es

12 Constituida como comuna el 30 de octubre de 1979, en 1991 legalizó sus 2536 hectáreas de tierras comunales ante el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

13 Presidente de la empresa La Cemento Nacional y de la Fundación Pro Pueblo, propietario de la Inmobiliaria Tocuyo y miembro del directorio de la Fundación Natura en 2012.

un ejemplo de resistencia frente a los intereses de la industria turística; de todas maneras, se generó una ruptura dentro de la estructura comunitaria.

Los territorios como espacios vividos insertan a la cultura dentro de las lógicas del capital; para ello, basta con mirar cuáles son los productos turísticos que Ecuador vende al mundo y de qué manera lo hace. Ya en 1948, durante el Gobierno de Galo Plaza —en el que se implementaban políticas de modernización—, se envió a Estados Unidos una misión cultural. Se trataba de una delegación de tres indígenas del pueblo kichwa otavalo, dos mujeres y un hombre, que fueron enviados con el interés de consolidar una *propaganda turística viva*, claramente desde una perspectiva etnoarqueológica.¹⁴ Visitaron al presidente Truman, le entregaron un poncho tejido con sus propias manos y llamaron la atención de medios de comunicación, que dieron vida a sus titulares con la noticia «Princesa india ecuatoriana en las Naciones Unidas». Fueron objetos para la propaganda turística, cuando las culturas indígenas en general eran consideradas naturaleza salvaje o seres humanos inferiores (Noboa 2011, 165-7).

Las estrategias de promoción turística en años posteriores solo han cambiado en su forma. En las ferias internacionales de turismo, los delegados (empleados de las instituciones estatales de turismo) llamaban la atención por la colorida vestimenta representativa de las culturas de Ecuador, por los folletos con fotografías de indígenas artesanos y por la invitación a conocer las ferias y las comunidades para poder tomar una foto al *otro exótico*; se convirtieron así en propaganda y rostro del país. Frente a esto, Noboa destaca la «continuidad de la invisibilización del sector indígena como actor, más allá de la *performance*, teatralidad funcionalista, que le deja fuera de las decisiones del sector turístico» (191).

Mientras que en el Mundial de Fútbol 2006 la campaña de turismo de Ecuador consistió en la visita a veinte ciudades alemanas por parte del chamán amazónico Tzamarenda Naychapi —quien llevó a cabo rituales

14 Hace referencia a la *estetización* «que las clases medias y altas del Ecuador han hecho de lo indio como objeto de arte, como mercancía y objeto de admiración y contemplación, guardado en colecciones arqueológicas privadas o mostrado en museos nacionales, como referencia de la autenticidad del pasado indígena y base cultural e histórica de la identidad nacional burguesa» (Muratorio, en Noboa 2011, 165).

para limpiar la energía de los escenarios deportivos, con una gran presencia en los medios alemanes (249)—, en la actualidad el misticismo de las culturas amazónicas llega al resto del mundo a través de las plataformas digitales, con propaganda turística que oferta retiros espirituales, yoga y ayahuasca para purificar el espíritu. En los paquetes se incluyen masajes, un menú vegano (hamburguesas veganas) y un temazcal ayurvédico: un conjunto de elementos de distintas zonas del mundo, fuera de su contexto y comercializando rituales que han guiado el andar de las culturas amazónicas a lo largo de la historia. Además, se ofertan frascos de microdosis de ayahuasca para consumo diario (Akasha Ayahuasca 2021). Es así como la cultura pasa a ser mercancía, y la dominación económica y sociopolítica por parte de los grupos de poder se ve reforzada con la dominación de los imaginarios y el mundo de los sentidos: un proceso de usurpación simbólica que «empobrece, distorsiona, aliena el significado y significación de los símbolos, lo que provoca su empobrecimiento y alteración, su exotización, su folklorización y la pérdida de la fuerza constructora de sentido» (Guerrero 2002, 87).

¿Cuán auténticas pueden llegar a ser las experiencias dentro de los enclaves que genera el turismo? En la sierra ecuatoriana se puede encontrar un sinnúmero de casas de hacienda que en la actualidad cumplen el rol de brindar hospedaje a los turistas. La hacienda Cusín, por ejemplo, ubicada al norte de Quito, cerca del lago San Pablo, se autodefine como una «burbuja de paz», invita a una estancia rodeada de «chimeneas danzantes, suntuosos tapices, santos y antigüedades, una casa restaurada del siglo XIX, hogar de un reconocido terrateniente, y considerada en sí misma como una colección de cultura, arte y gente de los Andes» (Hacienda Cusín 2021, párr. 1). Ofrece actividades para las cuales no hace falta salir en búsqueda de otros servicios; los visitantes tienen a su disposición cabalgatas, prácticas de equitación, zonas de descanso y lectura, visitas a la granja y zona de cultivo, visitas guiadas por todas las instalaciones, paseos en bicicleta, juegos de mesa y zonas de juego y esparcimiento. También se oferta una visita al mercado de Otavalo como parte de sus paquetes (Hacienda Cusín 2021). Se reduce la cultura local, específicamente el mercado, como el escenario de encuentro entre las culturas originarias y el visitante. Las artesanías pasan a ser parte de la promoción del patrimonio cultural, generalmente para un mercado internacional en el que

[a] las artesanías de los grupos étnicos que componen el país de acogida se les fijan así las etiquetas de «arte popular», «indígena», «folklórico», «rural», «primitivo», «típico» [...]. Esa garantía, que responde a la búsqueda turística «del Otro» y «de lo Otro», no deja de tener consecuencias para los fabricantes de artesanías cuyos ingresos dependen de la «autenticidad» de su producción. (Ariel de Vidas 2002, 7)

Estos espacios de visita se consolidan exitosamente por la tendencia de las personas que huyen temporalmente de la modernidad, de las grandes urbes, de la rutina, de la vida complicada, buscando refugio en el campo, en el folklore, en el oficio y la vida del artesano. Por otro lado, ofrecen una escapada de la realidad a aquellos turistas que desean vivir una vida semejante a la de las élites, destinando su consumo a productos que los llevan a sentir por un corto tiempo que es *la vida que merecen* (Lefebvre 2013, 176).

CAPÍTULO TERCERO

TURISMO COMUNITARIO: DINÁMICAS EN EL ESPACIO, ESTUDIO DE CASO PALACIO REAL

El presente capítulo muestra los impactos que puede generar el turismo como actividad económica en los espacios comunitarios. Inicialmente se presenta un acercamiento a los conceptos de «comunidad» y «turismo comunitario», así como a su proceso histórico-político en Ecuador. El contenido se basa en un trabajo de revisión de bibliografía y su cotejo con los resultados del estudio de caso en la comunidad Palacio Real, llevado a cabo a través de una entrevista etnográfica semiestructurada con el grupo de turismo. Este capítulo brinda elementos que permiten evidenciar los contrastes entre las dinámicas del turismo neoliberal globalizado —descrito en el capítulo anterior— y las dinámicas del turismo comunitario.

COMUNIDAD: MÁS ALLÁ DEL CONJUNTO DE INDIVIDUOS

Somos territorio comunal, no propiedad privada; somos compartencia, no competencia; somos politeísmo, no monoteísmo. Somos intercambio, no negocio; diversidad, no igualdad, aunque a nombre de la igualdad también se nos oprima. Somos interdependientes, no libres. Tenemos autoridades, no monarcas.

Jaime Martínez

La comunidad, más allá de ser un conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes, como lo define a breves rasgos la Real Academia Española, desde la perspectiva de Gutiérrez y Salazar (2015, 24) debe entenderse más bien en relación con *la forma de reproducir la vida social*. Es decir, no se puede limitar la comunidad comprendiéndola como la agrupación de personas, sino que hay que extenderla al modo que estas tienen de constituir y organizar sus relaciones sociales de compartencia.¹⁵ En este sentido, retomamos del capítulo primero la caracterización de Zibechi (2019, 59), quien afirma que la comunidad *no es, se hace*; por lo tanto, es el *hacer colectivo de todos quienes reunidos forman lo común*.

González define la comunidad como un «modelo de acción intersubjetivo construido sobre el afecto, [...] una construcción teórica de alguna manera extraña de la propia realidad que acostumbra ser algo más sentido que sabido, más emocional que racional» (en Diéguez y Guardiola 1998, 6). Resalta además sus características de lealtad y reciprocidad.

Otro de los aspectos de la comunidad es el espacio, que toma un rol importante por ser el soporte en donde transcurren la vida, el consumo y la producción material y simbólica necesaria para garantizar la existencia biológica y social a lo largo del tiempo. Es allí donde los seres humanos y todos los elementos que conforman los ecosistemas —plantas, animales, agua, aire y tierra— se encuentran intrincadamente interrelacionados. En estas relaciones unos dependen de los otros, de tal manera que su interacción es imprescindible (Diéguez y Guardiola 1998). La espacialidad contiene también el trabajo de los antepasados, por lo que «representa el enlace no solo de las generaciones que viven y actúan al mismo tiempo, sino también entre las de distintas épocas» (Tönnies, en Liceaga 2013, 61).

En relación con lo mencionado anteriormente, el espacio tampoco puede convertirse en el único condicionante de comunidad; hay comunidades erróneamente denominadas por criterios políticos, con límites impuestos desde perspectivas externas, pensadas solo a partir del ordenamiento territorial y la administración (Diéguez y Guardiola 1998, 5).

15 «Esencia de ser uno del otro, y de pertenecer a una colectividad infinita, que tiene que ver no con sistemas sino con sociedades en permanente transformación» (Martínez 2003, 341). Según el autor, la compartencia asegura una producción y distribución entre iguales, de manera horizontal.

«Lo común son los vínculos que construimos para seguir siendo, para hacer que la vida siga siendo vida; vínculos que no pueden ser acotados ni a institución ni a cosas» (Zibechi 2019, 59). Desde su propia naturaleza, la comunidad supone una forma de gobierno para la reproducción de lo común.

Por otro lado, Tönnies se refiere a la comunidad como un organismo vivo, una de cuyas principales características es la permanencia de la unidad de los individuos a pesar de todas las separaciones. El autor también resalta la posesión y el goce de bienes comunes: «El beneficio de cada uno tiende a identificarse con el beneficio común, la riqueza del “individuo” tiende a ser un bien compartido con otros “individuos”» (en Liceaga 2013, 60).

En Latinoamérica, el término *comunidad* suele relacionarse con los modos de vida tradicionales y antiguos o de zonas humildes, rurales o periféricas. Además, se asocia a los pueblos indígenas y campesinos, quienes sostienen relaciones comunes respecto a la tenencia de tierra y agua, instancias de trabajo compartido y la pertenencia a un mismo grupo lingüístico y cultural (66-7). Sin embargo, las comunidades también están presentes por fuera de ellas, como las que se desarrollan en la vida urbana, a través de relaciones, creaciones y prácticas que, si bien se consideran mucho más efímeras y volátiles, permiten y facilitan la reproducción de la vida sin estar plenamente mediadas por el capital (Gutiérrez y Salazar 2015, 24).

Siguiendo la línea de Gutiérrez y Salazar, para el presente estudio entendemos por comunidad a la diversidad de modos de producción de lo común y desde los múltiples espacios en que se dan los entramados comunitarios, conectados al mismo tiempo al mundo simbólico-identitario de los grupos en cuestión. La comunidad tendrá sus formas propias de organización de estar juntos, es decir, una forma de gobierno, lo cual es al mismo tiempo una forma política de existir y resistir.

Por otro lado, se reconoce que las relaciones comunitarias no están exentas de tensión y conflicto, en tanto, si bien responden a intereses a nivel colectivo, también deben afrontar el desafío de generar equilibrio en relación con la diversidad de intereses de parentesco e individuales, así como con los patrones de desigualdad en términos de género, edad o estatus. Además, se ven forzadas a resistir presiones externas que implican, por ejemplo, la necesidad de hallar un modo de convivir con

modelos capitalistas de mercado y, al mismo tiempo, con el principio de la reciprocidad o el trabajo colectivo (Ruiz et al. 2008, 401).

Las comunidades indígenas, específicamente las andinas de Ecuador, responden a un modelo de sociedad comunal que manifiesta las formas relacionales tradicionales, no exactamente las mismas que existían antes de la Colonia, sino que han pasado procesos complejos de cambio (Chiriboga 1983). Sus orígenes destacan dos elementos importantes: la *llajta*, que es el espacio compartido en donde se asientan los grupos de parentesco denominados *ayllus*. Los *ayllus* corresponden a una ampliación de la sociedad familiar o de parentesco.

En el mundo andino, por razones de su adaptación a un ecosistema altitudinal, sus pueblos combinaron un modo de asociación de tipo espacial, la antigua *llajta* o actual comuna territorialmente delimitada, con un modo de asociación parental o ciánica, el *ayllu*, de carácter reticular y transterritorial. Aunque en la actualidad, como resultado de sucesivas transformaciones históricas, la comunidad tiende a identificarse con su concreta determinación territorial, la comuna. (Sánchez Parga 2007, 29)

Luis Macas (2001, 92), que nació y desarrolló su vida en comunidad, desde una perspectiva interna, resalta que la comunidad es un componente vital de la identidad indígena y forma una base fundamental para la resistencia de los pueblos y las nacionalidades frente a las adversidades de imposición neocolonial, de tal manera que permite dar continuidad a la reproducción histórico-ideológica de los pueblos indígenas. En la comunidad andina, las relaciones están basadas en los principios de reciprocidad, respeto a la naturaleza, ayuda mutua, valor comunitario de los bienes y principios de discusión colectiva, entre otros valores.

Para una mejor comprensión de la comunidad andina contemporánea, es necesario acercarnos al proceso de comunalización que atravesaron los *ayllus* en Ecuador a partir del planteamiento de la reforma agraria en 1937. Este proceso se dio a través de la Ley de Organización y Régimen de Comunas, que tenía como objetivo la sujeción de las poblaciones rurales dispersas. La reforma agraria se convirtió en una estrategia de lucha para la abolición del régimen de sometimiento de hacienda y la recuperación de las tierras ancestrales. Cabe mencionar que los sectores indígenas que estuvieron sujetos al régimen de hacienda como familias huasipungueras aún mantenían relaciones comunitarias a través

de vínculos de reciprocidad, trabajos colectivos e identidades culturales. Estos procesos históricos hacen referencia a la fuerza relacional que implican los *ayllus*, que por más de quinientos años ni las encomiendas, ni las haciendas, ni la supeditación al Estado y sus proyectos liberales han logrado disolver (Sánchez Parga 2007, 21-3). De esta manera, nos permitimos afirmar que la forma política de la comunidad es incómoda para el capital. Las comunidades han configurado una organización social desde las bases. En Ecuador, el movimiento indígena es un claro ejemplo de la lucha por ser reconocido como un actor político frente al Estado.

TURISMO COMUNITARIO: UN VIAJE TEÓRICO POR UN CONCEPTO EN CONSTRUCCIÓN

La actividad turística implica el desplazamiento de personas fuera de su entorno habitual de manera temporal y voluntaria. Este desplazamiento genera relaciones humanas a partir del consumo y la prestación de servicios y, por lo tanto, implica al mismo tiempo un proceso productivo.

El «turismo comunitario», como un concepto en construcción, responde a una gran diversidad de experiencias y perspectivas desde las cuales se ha caracterizado y se ha puesto en marcha. Los primeros conceptos de «turismo comunitario» estuvieron vinculados al turismo rural o al turismo de base local (*community-based tourism*), que tuvo su auge en los países del Norte a partir del impulso de políticas que instaban al turismo en comunidades rurales como estrategia de desarrollo. También se ha ligado a términos como *turismo indígena*, *turismo aborígen*, *turismo étnico* o *ecoturismo*, cuyas características predominantes son el espacio, los rasgos culturales y la conservación ambiental (Cabanilla 2018, 122).

Ruiz et al. (2008, 403) consideran que la operación de iniciativas de turismo comunitario en América Latina se da de manera espontánea en la década de 1980, ligada principalmente al ecoturismo. Cabanilla (2018), por su parte, resalta que, frente a la exclusión de varios territorios en los modelos de planificación, la OMT a través de la Declaración de Manila¹⁶ manifestó la necesidad de que el turismo interactuara con otros sectores, y declaró el interés de que su planificación se diera en

16 Declaración realizada en 1980 en la capital de Filipinas, durante la Conferencia Mundial de Turismo, organizada por la OMT.

distintas escalas: a nivel local, regional y nacional. De esta manera, según el autor, se «abre una puerta para romper la preponderancia nacional en la planificación del turismo y resaltar lo local como una nueva escala a incorporar» (Cabanilla 2018, 112). Más tarde, en la Carta de Turismo de la OMT, en 1985, se reitera la necesidad de una planificación multiescalar y se invita a las comunidades visitadas a «ofrecer a los turistas las mejores condiciones de hospitalidad, cortesía y respeto necesarias para el establecimiento de relaciones humanas y sociales armoniosas» (OMT, en Cabanilla 2018, 122). A partir de dichas declaraciones aparecen múltiples manuales y artículos con el objetivo de trabajar en la organización y dirigir las pautas de planificación turística en las comunidades.

En este sentido, el turismo comunitario se plantea desde las organizaciones internacionales como estrategia para insertar a las comunidades en el mercado, y se ha reforzado a partir de la agenda política de la cooperación internacional, que aplica metodologías como la del *turismo pro pobre*, formulando que, al incrementar los ingresos de la población de bajos recursos, el turismo pasa a ser una herramienta eficiente para reducir la pobreza en los países menos desarrollados (Mendoza y Hernández 2019, 27). Es así que el turismo comunitario está concentrado principalmente en el Sur global —el sudeste asiático, África y Latinoamérica—, la región que presenta una mayor oferta (Travé 2019, 6).

A pesar de considerarse que el turismo comunitario surgió de manera espontánea en comunidades asentadas en territorios ancestrales y campesinos, Ruiz y Solís sostienen que las empresas nacionales e internacionales del turismo ingresaron a las comunidades y los territorios indígenas de manera autónoma, para insertarlas como parte de sus paquetes turísticos (en Cabanilla y Garrido 2018, 313). Estas dinámicas no implicaban generar beneficios para la comunidad, y en el mejor de los casos algunos comuneros eran empleados como mano de obra barata de los grandes negocios, utilizados como atractivos turísticos, folklorizados y vistos como parte del paisaje natural (Noboa 2011). Mientras el Estado y la empresa turística vendían «el país de la naturaleza intocada que invitaba a descubrir el paraíso», por otra parte, mediante actividades extractivas se destruían y contaminaban los territorios ancestrales. Un reflejo de la estructura de poder colonial bajo la cual se determinan las relaciones de poder en Latinoamérica hasta la actualidad.

Por otro lado, para las organizaciones indígenas y campesinas, el turismo comunitario se ha consolidado como un medio para la gestión del territorio, los bienes comunes y la actividad turística desde sus propias lógicas comunitarias. Además, se estableció como alternativa o elemento de apoyo de los procesos de resistencia¹⁷ y la lucha permanente por la reivindicación de sus derechos de *seguir siendo* y *seguir estando*, frente al avance de las políticas neoliberales y sus estragos: actividades extractivas depredadoras¹⁸ y/o políticas conservacionistas de los recursos naturales (Loor 2019).

Tal es el caso de la comunidad Capirona, ubicada en la provincia de Napo, que tuvo la necesidad de tejer, junto con otras comunidades de la zona, la denominada Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y el Ecoturismo. Dicha organización desempeñó un papel transcendental para la expulsión de compañías mineras y petroleras en la zona. Este proceso de resistencia, en el que la lucha de las mujeres jugó un rol primordial, impulsó el desarrollo del turismo comunitario como alternativa a las actividades extractivas y visibilizó la importancia de mantener y fortalecer las estructuras de organización comunitaria (Noboa 2011, 265-6).

17 Para tener una idea del contexto, a la par del surgimiento del turismo comunitario en los años 80, en Ecuador, en la Constitución de 1979, se omitió el requisito de saber leer y escribir para ser considerado ciudadano por el Estado ecuatoriano, lo cual había sido un mecanismo de exclusión social que recaía en mayor proporción sobre la población de las comunidades indígenas. Sin embargo, las luchas por la reivindicación de sus derechos aún estaba enfocada, entre otras cosas, en la tenencia de tierra: «[P]or una parte, la colonización emprendida por el Estado a través del Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización, bajo el viejo colonial concepto de ocupación de “*tierras baldías*”; y por otra, por la creación de las nuevas “*áreas protegidas*” que durante la década de los 70 el Ecuador empezó a crear, bajo el concepto de “*áreas sin gente*”» (Noboa 2011, 260).

18 Desde la Colonia y más tarde bajo la lógica de las políticas neoliberales y su división internacional del trabajo, los territorios están expuestos a «la extracción minera, petrolera, forestal y la producción de monocultivos para la exportación, limitando las zonas de uso ancestral y poniendo en riesgo la supervivencia de las poblaciones históricamente asentadas en dichos territorios, quienes se veían obligadas a replegarse *tierra adentro* buscando su seguridad, o enfrentarse a colonos y empresas mediante la lucha organizada para no verse forzadas a abandonar definitivamente sus tierras» (Noboa 2011, 261).

Como se mencionó anteriormente, las comunidades no solo han tenido que enfrentar las consecuencias de actividades extractivas y los intereses de la empresa privada, sino también aquellas enfocadas en la protección ambiental, desarrolladas desde una perspectiva ecocentrista. Tal es el caso de la comunidad Agua Blanca, a la que, a partir de la creación del Parque Nacional Machalilla en 1979, se amenazó con el despojo de sus tierras, frente a lo cual se organizaron movilizaciones en defensa de su territorio.

La creación del parque significó la prohibición de las actividades productivas de la zona, basadas en la producción de carbón y otras formas de explotación del bosque seco tropical, lo que generó conflictos entre los comuneros y la administración del parque. Frente a esta situación, el turismo comunitario se estableció como una actividad económica alternativa para el sustento de la comunidad, que le permitiría conservar el manejo autónomo de su territorio (Noboa 2011, 262; Loor 2019, 25).

A medida que el turismo comunitario va tomando fuerza en Ecuador, se ve la necesidad de crear un espacio organizativo para las comunidades. Así, en julio de 2002, en el Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario en la ciudad de Otavalo, se creó la FEPTCE, organización sin fines de lucro constituida con la misión de «[p]romover y fortalecer las iniciativas de turismo comunitario en Ecuador, respetando su racionalidad y favoreciendo su posicionamiento e identidad propia en el sector turístico nacional, mediante mecanismos transparentes de cogestión técnica y financiera» (Cabanilla 2018, 32).

En los estatutos de la FEPTCE (2022, 4) se conceptualiza al turismo comunitario

[l]a relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva de compartimiento intercultural, en el contexto de viajes organizados, con la participación directa de sus miembros, garantizando así el manejo adecuado de los recursos naturales, la valorización de su forma de vida, el respeto a los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades, pueblos y comunidades locales, distribuyendo equitativamente los beneficios generados por esta actividad.

Desde esta perspectiva se hace énfasis en la relación entre la comunidad y los visitantes y el manejo de la actividad desde la comunidad. Por otro lado, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) enfatiza

en su conceptualización que el turismo comunitario es una *organización empresarial*, que se distingue por la propiedad y autogestión de los recursos patrimoniales de la comunidad. Al mismo tiempo, afirma que el turismo comunitario se da a través de «prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados para el bienestar de sus miembros» y está orientada a fomentar encuentros de calidad e interculturales con los visitantes (OIT 2005, 5).

En esta misma línea, Enrique Cabanilla (2018, 122) se refiere al turismo comunitario como un «modelo de gestión de una empresa social, que no tiene como propósito principal el rendimiento económico de los accionistas, sino generar impactos positivos, de manera que se puedan distribuir entre todos los miembros de una comunidad».

Cabanilla analiza las características en común de múltiples conceptos de «turismo comunitario» y concluye que el territorio y la organización cumplen un rol fundamental para su desarrollo; que las comunidades pueden ser rurales o no; que pueden darse en territorios de etnias ancestrales o de poblaciones que no se consideran de tal manera; que coexiste con varias modalidades de turismo —por lo tanto, no se lo considera una modalidad de turismo, sino un modo de gestión—; y que su objetivo no es la generación de beneficios económicos sino la generación de impactos positivos en el entorno natural y cultural.

A pesar de que se puede definir el turismo comunitario a grandes rasgos, cada experiencia responde a realidades territoriales diversas y enfrenta distintos desafíos. El turismo comunitario no se puede encasillar de manera tal que se generalicen sus impactos y su modo de operar en los territorios: es preciso considerar la diversidad, las complejidades y los diferentes significados que tiene una comunidad, dadas las singularidades que cada grupo humano posee.

Algunas experiencias efectivamente han sido una herramienta de lucha y de fortalecimiento organizativo, así como una fuente de ingresos para las familias y una oportunidad para la revitalización cultural. A pesar de ello, también existen experiencias en las cuales el turismo comunitario responde a las lógicas de las agendas neoliberales o simplemente no logra una sinergia dentro del equilibrio de las comunidades, con lo que provoca fraccionamientos internos o inserta dinámicas de competencia con otras comunidades.

COMUNIDAD PALACIO REAL, LA VIDA EN LAS FALDAS DEL CHIMBORAZO

La comunidad Palacio Real es una de las diecisiete comunidades de la parroquia Calpi, en el cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo. Se ubica a 15 kilómetros de la cabecera cantonal, en un territorio de 289,68 hectáreas en las faldas del nevado Chimborazo. La comunidad se encuentra a una altitud de 3235 m s. n. m. y sus temperaturas promedio son de 18 °C durante el día y -2 °C durante la noche. Está conformada por 98 jefes de familia, quienes proveen de recursos económicos a sus hogares, con un promedio de cuatro a cinco personas por núcleo familiar. Se estima que la población es de 450 habitantes, distribuidos en su mayoría en asentamientos dispersos (Gobierno Autónomo Descentralizado [GAD] de la Parroquia Calpi 2015).

Las principales actividades económicas en la comunidad son la agricultura, el trabajo en la construcción y el turismo (GAD de la Parroquia Calpi 2015). Décadas atrás, la producción agrícola estaba destinada al autosustento, y su excedente se llevaba para la venta en ferias de la zona. «Ahí en los años 80-90 sabían sacar a vender en los burros para llevar a Riobamba o Guaranda. Ahí todavía salía bueno vender la cebada, lenteja, quinua, maíz y trigo» (María Trinidad Tayupanda 2021, entrevista personal). Dadas las características de la tierra y las dinámicas del mercado, que no favorecen a los pequeños productores, en la actualidad la producción agrícola está destinada primordialmente al autosustento.

A nosotros para sacar nuestros granos no nos da mucho, por la helada, las sequías y también en el mercado está muy bajo los precios porque hay mucha competencia, no vale para vender, no rinde el trabajo. Imagínese, un quintal de maíz del *chucito*, que decimos, quieren dar máximo 20 dólares; en cambio nosotros para comprar arroz, el bueno está 50, 45 dólares. Imagínese, vendiendo dos quintales de maíz recién podemos comprar arroz. Por eso más bien sembramos en nuestros terrenos para comer nosotros y si hay algún evento colaboramos toda la comunidad y hacemos mote y chicha. (María Trinidad Tayupanda 2021, entrevista personal)

Para el sustento económico de los hogares, la mayoría de hombres de la comunidad trabaja en la albañilería en zonas cercanas como Riobamba, Calpi y San Juan. En algunos casos, cuando los comuneros acceden a obras grandes, se trasladan a ciudades como Guayaquil por

períodos más largos; de todas formas, la migración es temporal. Algunos hombres también trabajan para la empresa Cemento Chimborazo, que se encuentra cerca de la comunidad, ejerciendo trabajos en el proceso de producción y transporte (grupo focal, 2021).

La raíz étnica de los habitantes de Palacio Real es kichwa de la Sierra centro, correspondientes al pueblo puruwá (Espín, Flores y Pinos 2018). El territorio en donde se asienta la comunidad pertenecía a la hacienda Pugru, en donde las relaciones de poder significaron trabajo no remunerado, abusos y violencia para sus pobladores. Además, la comunidad ha venido de un proceso histórico de imposición de la religión católica y las relaciones hegemónicas ejercidas desde la cultura occidental y el Estado hacia las comunidades indígenas. Sin embargo, a partir de la presencia de monseñor Leonidas Proaño en Chimborazo y hasta el día de hoy, el modo de relación entre la Iglesia católica y la comunidad ha cambiado (Van Dorpe, en Jiménez 2016, 0:12). De este modo, desde la perspectiva de la comunidad, la Iglesia se ha convertido en un aliado importante para la ejecución de proyectos enfocados en cubrir las necesidades de la población (grupo focal, 2021).

Se conoce que el nombre de la comunidad se dio a partir de una visita de Simón Bolívar, quien cruzó por esta zona y llegó en búsqueda de refugio para pasar la noche. Al día siguiente, los pobladores de la comunidad le preguntaron cómo había descansado, a lo que él respondió: «He descansado como en un palacio». Fue en honor a ello que se dio a la comunidad el nombre Palacio Real (grupo focal, 2021).

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO SUMAK KAWSAY¹⁹

En el año 2004, la comunidad de Palacio Real recibió una donación económica por parte de las monjas de Calpi, que debía destinarse a impulsar las actividades económicas en el territorio. Una comisión designada tomó la decisión de que los recursos se invirtieran en la compra de camélidos andinos, de manera que su crianza se pudiera aprovechar

19 Toda la información que se presenta en esta sección se escribió en función de los resultados de la entrevista etnográfica llevada a cabo en la comunidad Palacio Real el día 22 de septiembre de 2021. Durante el espacio de diálogo, la información se complementó de manera colectiva, de manera que es la suma de aportes dados durante la entrevista al grupo focal.

para la comercialización de lana y carne. En ese mismo año se creó la Asociación de Mujeres Nuevo Milenio, con el objetivo de fortalecer las actividades de crianza de llamas y alpacas, así como la confección de textiles elaborados con lana de los camélidos. A pesar de los esfuerzos, el emprendimiento con las llamas presentó contratiempos por la dificultad de comercialización de sus productos.

En el año 2006, el sacerdote francés Pierrick Van Dorpe, párroco de Calpi, planteó la creación de un CTC a través de la gestión de fondos con la Asociación Ahuana,²⁰ como una nueva oportunidad para el desarrollo económico. La comunidad, como contraparte, cedió al grupo de turismo un terreno para la construcción de la infraestructura turística y una hilandería, además de sumarse para aportar con la mano de obra para la construcción.

Para la implementación del proyecto se compartió la idea en la asamblea comunitaria, en donde la mayoría estuvo de acuerdo y aprobó su ejecución, a pesar de que la hilandería era la prioridad para ellos. Se considera que su participación fue activa durante el proceso de toma de decisiones y la identificación de atractivos turísticos.

Inicialmente, la comunidad no tenía expectativas claras sobre la actividad turística en el territorio; no obstante, el proyecto contemplaba un proceso de capacitación para quienes deseaban participar en el emprendimiento. Conocer sobre la prestación de servicios turísticos y las relaciones con los visitantes les generó emoción y al mismo tiempo un poco de temor, pues era una actividad nueva en la comunidad.

El emprendimiento turístico fue denominado Centro de Turismo Comunitario Sumak Kawsay. Previo a la llegada del COVID-19 y actualmente, en el esfuerzo de retomar las actividades, se prestan servicios de alimentación, hospedaje, tienda de tejidos, visita al Museo Cultural de la Llama y recorrido de senderos.

Todos estos servicios están relacionados con una temática que gira alrededor de la llama. Así, en el restaurante se sirven seco, chuleta y lasaña elaborados con carne de llama y acompañados con alimentos

20 Asociación francesa sin fines de lucro que brinda acompañamiento a las comunidades indígenas de la provincia de Chimborazo desde el año 1999, con los objetivos de impulsar el desarrollo económico y hacer frente a la pobreza, el racismo, la violencia hacia la mujer y la pérdida cultural.

locales como quinua, cebada, dulce de zapallo y chicha de jora o de maíz morado; la tienda de tejidos pone a disposición de los visitantes prendas y artesanías con lana de llama, elaboradas por el grupo de mujeres Nuevo Milenio; los senderos con vista al Chimborazo se recorren en compañía de los camélidos, mientras se dialoga sobre la vida cotidiana de la comunidad y su historia; y el Museo Cultural de la Llama proporciona fotografías e información sobre los camélidos andinos, su origen, especies, características y su relación con la cosmovisión andina. Finalmente, para el servicio de hospedaje la comunidad cuenta con una infraestructura que consta de tres chozas equipadas con una cama matrimonial y una litera; su capacidad máxima para el servicio de hospedaje es de doce turistas.

El grupo de mujeres sostiene que los visitantes que llegan a la comunidad, por lo general, están interesados en conocer su vida, sus hogares, los cultivos, las plantas nativas y su cultura; especialmente los turistas extranjeros, quienes demuestran gran interés por la comunidad y su cultura. La mayoría de turistas que visitan Palacio Real son de origen extranjero (85 %) (Carrasco, Sucuy y Chávez 2016).

Inicialmente, la Asociación Ahuana abrió un canal de comercialización en Francia, enfocada hacia turistas interesados en conocer la comunidad y apoyar los emprendimientos turísticos. Actualmente, los principales canales de comercialización por los cuales los turistas entran en contacto con la comunidad son las operadoras turísticas, entre las cuales figuran Orquídea Tours, Ranakutours, Kapac-Ñan Tours, Quimbaya Tours y Puruha Razurku,²¹ a los que se les oferta el servicio con la misma tarifa que a las personas que llegan de visita de manera particular. También se promocionan a través de su página de Facebook, el sitio web del Municipio de Riobamba y páginas como GoRaymi.

21 Alrededor del año 2002, mediante un proceso organizativo, se establecieron legalmente once CTC en Chimborazo, los cuales se organizaron a través de la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH) en el año 2006. Puruha Razurku es una operadora turística de CORDTUCH que tiene como objetivo la comercialización de los emprendimientos turísticos comunitarios de la provincia de Chimborazo (CORDTUCH 2019, 7). Las otras operadoras turísticas mencionadas en el párrafo son empresas particulares.

IMPACTOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ESPACIO COMUNITARIO

IMPACTOS AMBIENTALES

A partir de las capacitaciones que se llevaron a cabo para la implementación del proyecto de turismo comunitario en Palacio Real, la comunidad transformó principalmente el modo de disposición de residuos, dado que solían arrojar basura en las vías, calles y parcelas; además, quemaban residuos principalmente no biodegradables. Desde el inicio de la actividad turística, motivados por el elemento de *paisaje limpio*, se potenciaron las iniciativas de disposición de residuos en tachos de basura y las guías turísticas se comprometieron con la limpieza periódica de senderos y espacios comunes y de visita. También se llevaron a cabo campañas de reforestación; no obstante, un muy bajo porcentaje de plantas sobrevivió a las heladas y al tipo de tierra en que se asentaban. Las lupinas y la cabuya son las únicas que subsisten hasta la actualidad (grupo focal, 2021).

Por otra parte, se incentivó el cultivo de plantas medicinales, que además de ser parte de los atractivos turísticos, es un factor de revitalización cultural, pues permite la transmisión de conocimientos a las nuevas generaciones en temas de salud. Más allá de ello, no se identifican otros impactos ambientales en el territorio (grupo focal, 2021).

Antes de la adquisición de las llamas por parte de la comunidad, las familias criaban otras especies, como vacas y sobre todo borregos, de los cuales se aprovechaba su lana (Jenniffer Pagalo 2021, entrevista personal). La disminución de la crianza de vacas y borregos por el fomento de crianza de llamas implica un beneficio para el cuidado de los suelos, ya que los camélidos andinos poseen unas yemas blandas o almohadillas que evitan que sus pisadas degeneren el suelo. Del mismo modo, la característica de sus dientes les permite cortar el pasto en lugar de arrancarlo, de manera que no generan erosión de los suelos, a diferencia de los ovinos y bovinos.

En contraste con el presente estudio de caso, cabe mencionar que el turismo comunitario en varias experiencias ha servido como una alternativa frente a las actividades extractivas. Es el caso de Íntag, una región de bosque nublado localizada en las estribaciones de la cordillera

Occidental de Ecuador, en la provincia de Imbabura. Allí, las comunidades organizadas hacen frente a la extracción de cobre, que repercute en los ecosistemas por contaminación del agua, deforestación y desertificación (Roux 2013). Constituye un ejemplo de que el turismo se puede establecer como herramienta de resistencia frente a la degradación de los ecosistemas y generar impactos ambientales positivos en los territorios.

IMPACTOS POLÍTICOS

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.

Líder de Machacuyacu

El cabildo o directiva comunitaria de Palacio Real está encabezada por un presidente, quien toma decisiones bajo el consenso y la opinión de los miembros de la comunidad a través de la asamblea, bajo una lógica en la que las decisiones deben estar enfocadas en el beneficio común de la población. La directiva es elegida al inicio de cada año y está constituida por nueve personas²² mayores de 18 años, que son designadas por todos los miembros de la comunidad, basados en varios elementos como la edad, las habilidades y su compromiso (grupo focal, 2021).

La asamblea es la que da forma al espacio político, de modo que la acción política colectiva no se limita a designar representantes como tomadores de decisiones absolutos e independientes. En palabras de Gladys Tzul Tzul (2016, 180), «la capacidad de decisión no será delegada a una entidad abstracta, sino que son las mujeres y los hombres quienes la ejercen en las asambleas, de tal forma que autoridades comunales —encarnadas en cuerpos de hombres y de mujeres— son quienes ejecutan las decisiones de las asambleas, pero estas se encuentran sujetas a la decisión comunal».

22 La directiva se compone de presidente, vicepresidente, secretario, síndico, tesorero y cuatro vocales.

Los pobladores de la comunidad de Palacio Real reconocen la fuerza que tiene la asamblea. Le determinan como el centro o corazón de la comunidad y asumen con compromiso su participación en dicho espacio, con normas de autorregulación como las multas por inasistencia, lo cual motiva a la participación de los jefes de familia —hombres y mujeres— o la designación de delegados, que en la mayoría de los casos abren la posibilidad de participación a jóvenes y ancianos (grupo focal, 2021).

El éxito de la actividad turística en las comunidades está determinado en gran medida por el modo de gestión y la capacidad de solución de conflictos que esta pueda aplicar en el territorio y en las relaciones comunitarias. En el caso del CTC Sumak Kawsay, a inicios del proyecto de turismo en el año 2006, en asamblea general se convocó a hombres y mujeres interesados en formar parte del emprendimiento. Como resultado de dicha convocatoria, el grupo de turismo está actualmente integrado por dieciocho mujeres,²³ quienes están involucradas directamente como guías turísticas, responsables del hospedaje y la administración y en la atención del restaurante (grupo focal, 2021).

Para la gestión del CTC se nombra una administradora que desempeña este rol por un tiempo indefinido, que ha variado entre uno y tres años. El cabildo cumple el rol de portavoz entre la administración del CTC y la asamblea, de tal manera que las decisiones respecto a la actividad turística pasan siempre por un espacio común en el que es posible que la comunidad en su conjunto evalúe, sume ideas y tome decisiones (Carmen Chica 2021, entrevista personal). De este modo también es posible rendir cuentas a la comunidad y que el turismo no rompa con las lógicas político-organizativas comunitarias.

El cabildo es algo así como nuestro abuelo, hay que consultar en asamblea, porque uno solito no puede saber qué es mejor para la comunidad. Imagínese que de un día para el otro lleguen personas extrañas y que nadie de la comunidad sepa por qué. Aquí nosotros nos conocemos entre todos y siempre estamos alerta cuando alguien ingresa. Entonces con el turismo es así, la comunidad conoce cómo son las actividades y qué hacen cuando nos visitan. Al principio algunos compañeros no querían que nos visiten, pero ahora estamos contentos. (Celestina Pagalo 2021, entrevista personal)

23 Se describe con mayor detalle el motivo por el cual el grupo de turismo está conformado por solo por mujeres en el apartado «Relaciones de género y turismo».

El grupo de turismo sostiene que, a pesar de que no todos los miembros de la comunidad se han querido vincular a la actividad turística, esto no ha generado conflictos en las relaciones internas, ya que todos los asuntos han sido resueltos a través del diálogo en asamblea (grupo focal, 2021).

Por fuera de la comunidad se mantienen relaciones con entidades que han permitido reforzar los procesos organizativos y productivos del turismo, como la Asociación Ahuana, que continúa apoyando el emprendimiento a través de la promoción turística y capacitaciones; la FEPTCE, ente representativo de las organizaciones de turismo comunitario del país frente a la autoridad nacional turística; la CORDTUCH, que brinda apoyo técnico para la capacitación, promoción y comercialización del turismo comunitario en la provincia de Chimborazo; el Municipio de Riobamba, que brinda promoción turística y ha apoyado para el mantenimiento de casas comunales y baterías higiénicas; y el Gobierno provincial, con apoyo promocional en ferias y material impreso. Además, guardan una fraterna relación con el padre Pierrick, quien incentiva permanentemente a la comunidad a apostar por el turismo (grupo focal, 2021).

Si bien la presencia de la actividad turística en Palacio Real implica un nuevo elemento dentro de la configuración de una producción del espacio, podemos evidenciar que existe una adaptación a las condiciones políticas locales, es decir, pasa por un espacio de toma de decisiones. El planteamiento del proyecto se modeló de manera colectiva, adoptando claramente las ideas de agentes externos que impulsaron y financiaron el proyecto; no obstante, su ejecución se lleva a cabo desde la producción comunitaria, lo cual se irá evidenciando a lo largo de este estudio.

REPRODUCCIÓN MATERIAL Y TURISMO

Los seres humanos requerimos satisfacer necesidades materiales e inmateriales. Tanto la *producción* como la *gestión de la vida social y simbólica* forman parte de la reproducción humana, y están estrechamente ligadas.

La reproducción material se entiende como la producción de bienes esenciales y necesarios para la vida, tales como los alimentos. En la actualidad, en un mundo en donde el modelo capitalista se va ampliando

cada vez con mayor intensidad y avanza con fuerza hacia nuevos territorios, todavía existen y persisten modos de organización social que reproducen la vida de modo no capitalista o no plenamente capitalista, con otras lógicas que no son las de dominación, explotación y despojo (Gutiérrez y Salazar 2015, 22).

Gutiérrez y Salazar sostienen que la comunidad puede entenderse como una manera de dar forma a la vida social, que se caracteriza por reproducir la vida centrada en el valor de uso de lo que se produce. Lo hace desde un lugar distinto al que habita el capital, que norma la vida desde el mercado-Estado y relega la reproducción social al ámbito de lo privado, a través de la apropiación privada, por parte de unos, del trabajo de otros (23).

Al mismo tiempo, los autores afirman que las relaciones comunitarias no habitan en una burbuja aparte del capital, más bien están «asediadas por el capital, y buena parte de las relaciones que se generan y regeneran y de la riqueza social concreta que se crea a partir de ellas están subordinadas y funcionalizadas por el capital, así como muchas de ellas están mediadas por la forma estatal de la política» (25). Sin embargo, su existencia a través del tiempo refleja la capacidad de este modo de reproducción de la vida de adaptarse, deformar y trastocar la forma de dominación capitalista y su modo de producir los espacios.

Como se ha mencionado anteriormente, en la comunidad de Palacio Real la actividad agrícola se contempla como el mayor medio de subsistencia para sus pobladores, pero no representa una actividad económica que permita a las familias cubrir sus necesidades mucho más allá de la alimentación. Para ello se han visto obligadas a salir en busca de trabajos fuera de la comunidad, como mano de obra en la construcción.

El turismo comunitario en Palacio Real significa un medio de sustento para las personas involucradas en el proyecto, quienes reciben por su trabajo un pago mensual que ronda los USD 100 y beneficia a dieciocho mujeres que están vinculadas al proyecto. Además de ello, los beneficios también se direccionan para quienes proveen productos agrícolas al restaurante y a las artesanas.²⁴ Los excedentes anuales de las

24 Las artesanías son elaboradas por el grupo de mujeres Nuevo Milenio, el cual emprendió en conjunto la iniciativa de producir prendas elaboradas con lana de llama en el año 2004.

ganancias del CTC implican un beneficio común, pues ese dinero se destina a cubrir necesidades colectivas, como el adoquinado de caminos o el mantenimiento de la casa comunal. Incluso adquirieron a nombre de la comunidad un terreno que pertenecía a una persona particular y colindaba con su territorio²⁵ (grupo focal, 2021).

Si bien desde la teoría, como afirman Cabanilla y Garrido (2018, 20), el CTC se puede considerar una empresa que prioriza los impactos positivos para todos los miembros de la comunidad, conviene recalcar que el modelo que se ajusta a este tipo de empresa es la correlación y reciprocidad que mantiene con el colectivo; es decir, rompe con las reglas de la propiedad privada y el beneficio en manos de pocos. En palabras de Gutiérrez y Salazar (2015, 27):

La producción —de riqueza material— que gira en torno a las relaciones comunitarias siempre deviene «forzada» por la política comunitaria, ya que es la trama comunitaria la que va a definir sus alcances y significados en términos de la reproducción colectiva. Afirmamos, pues, que el proceso productivo —relanzado en medio de una trama comunitaria— no es un proceso exclusivamente material y/o físico, sino que es fundamentalmente social.

El turismo se ha visto como una alternativa importante frente a la necesidad de salir de la comunidad en busca de trabajo, y se ha establecido como un aporte al sustento de varias familias. Sin embargo, no ha logrado frenar el fenómeno, ni representa el sustento total de los 98 núcleos familiares. Al mismo tiempo, el turismo no ha requerido el abandono de otras actividades económicas, dado que el trabajo en el CTC se distribuye de manera rotativa en función de las reservas planificadas, de modo que las mujeres del grupo siguen destinando tiempo a las actividades cotidianas que atendían antes de la implementación del proyecto (grupo focal, 2021).

25 Actualmente, en ese terreno se construye una infraestructura para brindar servicio de *llamaterapia*. Las mujeres de la comunidad explican que la *llamaterapia* se usa como tratamiento para enfermedades de adultos mayores, niños y personas con discapacidades a través del contacto con las llamas, dado que transmiten paz y ayudan a los pacientes a generar vínculos afectivos. Este tipo de tratamientos también se suelen ejecutar en otros países con animales como los perros.

Otras comunidades vecinas también pueden percibir el beneficio del turismo. Por ejemplo, en la tienda de tejidos están a la venta productos como mermeladas, chicha de maíz morado, galletas de avena, yogur de *mashua* y otras artesanías elaboradas en la localidad (grupo focal, 2021).

En los últimos años, cubrir las necesidades materiales en la comunidad se ha convertido en un nuevo desafío, dado que el avance tecnológico implica nuevas demandas, principalmente por parte de las generaciones más jóvenes, quienes requieren uniformes escolares y no pueden prescindir de dispositivos como computadoras o celulares para sus estudios o trabajos, más aún a partir del inicio de la pandemia, a lo cual se suma la falta de cobertura de red móvil e internet. Asimismo, se perciben nuevas demandas y modos de consumo en la comunidad respecto a vestimenta, alimentación, medios de transporte y productos de aseo (grupo focal, 2021).

REPRODUCCIÓN SIMBÓLICA Y DE LA COMUNIDAD LIGADA A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El aspecto simbólico es esencial para la reproducción de la vida, ya que dota de sentido y finalidad a la comunidad y a sus formas de reciprocidad como modo de existencia. Zibechi (2019, 59) sostiene que hacer comunidad se basa en la construcción de vínculos que «dan vida, sentido, forma y fondo al hecho comunal». Estos vínculos se refuerzan a través de actividades o trabajos colectivos; solo de este modo es posible generar lazos fuertes que permitan hacer comunidad y que los bienes comunes sigan estando a disposición de todos.

Las actividades comunitarias pueden presentarse de diversas formas. En Palacio Real se identifican tres espacios colectivos: la asamblea, la minga y la fiesta.

Se identifica a la asamblea como centro de la reproducción simbólica de la vida comunitaria, porque todas las decisiones que se toman deben pasar por ahí. En palabras de Carmen Chica (2021, entrevista personal): «La asamblea es más importante que todo, ahí se organiza la minga, se comentan las novedades, las ideas, lo que necesitamos. Es donde podemos hablar para saber si algo está bien, si algo está mal, y hablamos hasta que se encuentran soluciones».

La asamblea es un espacio amplio que permite la participación abierta de jóvenes y ancianos, de modo que al involucrar a las nuevas

generaciones se construyen cimientos hacia la reproducción de la vida comunitaria a través del tiempo.

No solo es para tomar decisiones, la asamblea es para encontrarnos entre toda la comunidad. Todos necesitamos ayuda y también todos podemos ayudar. Por eso la asamblea es importante, porque sin asamblea, ¿cómo existe la comunidad? [...] No podemos vivir solitos, siempre vamos a necesitar ayuda en la vida y por eso mismo, aunque no le voy a mentir, se necesita tiempo, se necesita paciencia, a veces es bastante trabajo, pero sí es bien importante la solidaridad en la comunidad. (Jorge Acalo 2021, entrevista personal)

La minga, por otra parte, se constituye como un espacio de trabajo físico en donde, a través de la suma de manos y esfuerzos, se trabaja para producir bienestar colectivo. No es un trabajo remunerado, mas todos suman sus esfuerzos, dado que individualmente no podrían cumplir con los trabajos que se hacen en conjunto, Además se considera que no solo es una suma de esfuerzos sino también de capacidades, pues cada persona aporta desde su conocimiento y habilidades. Por ejemplo, quienes no pueden hacer trabajos de fuerza están a cargo de la organización o de la preparación de alimentos para el colectivo (grupo focal, 2021).

Toda la infraestructura del CTC se construyó a través de la minga: hubo allí participación de toda la comunidad, no solo del grupo de turismo y sus familias. El turismo no ha cambiado las lógicas del trabajo comunitario. Más bien, las mujeres del grupo de turismo mencionan que están muy agradecidas con la comunidad por hacer posible que el proyecto se desarrollara. Por esa misma razón, ellas siempre brindan su apoyo en otros espacios cuando la comunidad requiere de su ayuda (grupo focal, 2021).

Finalmente, la fiesta constituye un espacio para compartir la vida desde otro aspecto, enfocado hacia el disfrute de la comunidad o el cumplimiento de ritos y ceremonias que alimentan el sentido espiritual colectivo, en la actualidad asociados principalmente a la Iglesia católica.

Para la organización y el desarrollo de las fiestas se delegan funciones y responsabilidades entre los miembros de la comunidad, y también se suman voluntades para cubrir las necesidades materiales de la

fiesta. Por ejemplo, los miembros de la comunidad aportan con los alimentos que tienen disponibles, y en otras ocasiones se aporta una cuota establecida. Las fiestas principales que se celebran en comunidad son Navidad, Finados, Carnaval, bautizos, solsticios y equinoccios (Carmen Tayupanda 2021, entrevista personal).

A partir del turismo comunitario en el territorio, se dio inicio a un nuevo espacio de fiesta, que empezó con la idea de convocar una mayor visita de turistas pero que también se ha convertido en un espacio festivo para toda la comunidad. El evento se denomina Expoferia Palacio Real y convoca a turistas y comunidades vecinas para compartir una jornada con música, baile, presentaciones artísticas, juegos populares, exposición de camélidos, carrera de llamas y feria de productos. El evento ha tenido tal acogida por la comunidad que es uno de sus momentos favoritos para compartir. Representa un espacio de alegría y unión. Es además un reflejo de la importancia que han tomado los camélidos andinos para la comunidad: su presencia se mira como una bendición, dado que ha abierto las puertas a nuevas actividades y proyectos para la comunidad, pero también por el vínculo afectivo que se ha generado con ellos; se los considera parte de la familia, a pesar de que algunos estén destinados a servir como alimento (grupo focal, 2021).

Al mismo tiempo, cabe destacar cómo lo comunitario y el turismo pasan a producir el espacio de modo que ambos elementos se adaptan, moldean y reproducen en conjunto. Así, la infraestructura del emprendimiento se consolida a través de la minga, pasando inicialmente por la asamblea, que organiza el trabajo, dialoga, construye simbólicamente. Del mismo modo ocurre con la fiesta, que pasa a ser un espacio amplio en donde personas externas tienen la oportunidad de conectar con la comunidad, a lo que se suma el significado que pasa a tener la llama en la vida cotidiana de Palacio Real.

Estos espacios están destinados a fortalecer los lazos comunitarios, en contraste con las dinámicas de reproducción de la existencia humana mediadas por el capitalismo, en las que, según Gutiérrez y Salazar (2015, 28), las relaciones se subordinan a la producción de capital y las actividades comunitarias se relegan como actos secundarios y sin significado propio, a pesar de que nutren la reproducción de la vida social en la cotidianidad. En este sentido, los autores afirman que «el capital

mediatiza las relaciones sociales que reproducen la vida y se apropia privadamente de tales relaciones, transformándolas en mecanismo de valorización» (27).

Al mismo tiempo, otros rasgos culturales de la comunidad, que dotan de sentido a la reproducción de la vida, están expuestos a su inminente transformación a lo largo del tiempo. Es visible, por ejemplo, una brecha generacional en la que niños y jóvenes tienen otras preferencias respecto a la vestimenta tradicional, los alimentos y el aprendizaje del kichwa. Incluso, en cierta medida, ha habido una pérdida de interés en la participación en los espacios comunitarios (Flor Tayupanda 2021, entrevista personal).

En la comunidad no existe ninguna institución educativa, por lo cual es necesario que se movilicen a Calpi o Riobamba para sus estudios de escuela, colegio y cada vez en mayor medida la universidad, así como para trabajar quienes no deciden continuar con sus estudios. Dichas instituciones educativas no ofrecen educación bilingüe que permita reforzar el conocimiento del kichwa (grupo focal, 2021).

El turismo comunitario, por un lado, ha generado una revalorización de la cultura a través de la apertura de espacios participativos que permiten compartir los saberes. Por ejemplo, en conjunto con la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, se llevó a cabo un taller participativo de uso de plantas medicinales, espacio en el cual los participantes pudieron recordar, compartir, aprender de otros y destinar un espacio comunitario para el cultivo de plantas medicinales. Asimismo, se ha dado apertura a espacios para compartir cuentos, leyendas y memorias del territorio. Sin embargo, con la llegada de turistas también existe una influencia externa que marca las preferencias en las nuevas generaciones como una prioridad de aprendizaje del inglés sobre el kichwa (grupo focal, 2021).

RELACIONES INTERCULTURALES Y TURISMO

Antes cuando veíamos llegar a un extranjero o a una persona ajena a la comunidad corríamos a escondernos, nuestros mayores decían que ellos nos quieren robar, que hay que tener cuidado. Con el turismo aprendimos que los extranjeros pueden ser nuestros amigos.

María Trinidad Tayupanda, grupo de turismo

El turismo comunitario implica un encuentro entre múltiples mundos o culturas.²⁶ Desde las conceptualizaciones de turismo comunitario de la OIT y la FEPTCE se resaltan las relaciones interculturales que devienen de este encuentro. De todas maneras, cabe recalcar que la interculturalidad va más allá de la diversidad cultural y el contacto entre culturas, ya que precisa determinar qué tipo de relaciones son las que se establecen.

En este sentido, Walsh sostiene que las relaciones interculturales se pueden dar desde distintas perspectivas. En primer lugar, desde un carácter *relacional*, que se refiere al modo más básico y general de contacto e intercambio *entre* culturas; este enfoque deja de lado «las estructuras de la sociedad —sociales, políticas, económicas y también epistémicas— que posicionan la diferencia cultural en términos de superioridad e inferioridad». La segunda es la perspectiva funcional, que va dentro de una nueva lógica multicultural del capitalismo globalizado, mediante la cual «el reconocimiento y el respeto a la diversidad cultural se convierten en una nueva estrategia de dominación, que apunta no a la creación de sociedades más equitativas e igualitarias, sino al control del conflicto étnico y la conservación de la estabilidad social con el fin de impulsar los imperativos económicos del modelo (neoliberalizado)». Finalmente, existe una interculturalidad crítica que demanda una «transformación de las estructuras, instituciones y relaciones sociales, y la construcción de condiciones de estar, ser, pensar, conocer, aprender, sentir y vivir distintas» (Walsh 2009, 3–4). En este sentido, la autora propone la necesidad de que las relaciones interculturales tengan propósito y se entiendan como una propuesta de sociedad o como proyecto político-social que apunte a la transformación de las estructuras sociohistóricas, para la construcción de una sociedad radicalmente distinta.

Uno de los mayores miedos que tenían las mujeres del grupo de turismo en Palacio Real era el encuentro con personas ajenas, así como no saber que esperaban ellas de su visita a la comunidad. Los primeros turistas que llegaron al emprendimiento fueron voluntarios de la

26 «Modo de vivir y de pensar de un pueblo configurado con base en sus experiencias particulares de relacionarse con la naturaleza y con los seres humanos. Involucra todas las expresiones materiales y no materiales» (Moya y Moya 2004, 161). Además, cabe resaltar que la cultura tiene como característica ser aprendida de un grupo social en el que se desarrolla la vida.

Asociación Ahuana, de origen francés, por lo cual la comunicación fue bastante complicada; sin embargo, en aquel entonces el padre Pierrick daba acompañamiento y apoyo a la visita, dado que el proyecto estaba iniciando su operación. En la actualidad, la mayoría de extranjeros que visita la comunidad llega a través de operadoras turísticas que destinan un guía bilingüe para la traducción durante la visita. El grupo de mujeres sostiene que, a pesar de que la comunicación se da a través de un intérprete, ellas pueden interactuar con gestos, sonrisas y expresiones con los turistas, y que aun así es posible percibir su amabilidad e interés. Mencionan que las visitas abren las puertas a un intercambio de conocimientos y experiencias, ya que en muchas ocasiones los turistas comparten con ellas información sobre su lugar de origen, sus experiencias de viaje, sus historias de vida y sus sentires e ideas (grupo focal, 2021).

Antes de la implementación del CTC, los habitantes de la comunidad temían relacionarse con extranjeros por advertencias de sus mayores. Ahora bien, en todos estos años de operación turística, esta imagen se ha transformado, pues sus experiencias han sido positivas y muy fraternales. Comentan que les asombró que más allá de las actividades que ofertan, a los turistas extranjeros les llama la atención conocer sobre su modo de producción agrícola, sus hogares y familias; por lo general hacen preguntas sobre su vida cotidiana, su cultura, y muestran interés por aprender varias palabras en kichwa. Por otra parte, los turistas nacionales llegan en mayor proporción motivados por degustar los platos elaborados con carne de llama. Con ellos también tienen buenas experiencias, pese a que notan menos curiosidad respecto de otras características de su modo de vida, en comparación con los extranjeros (grupo focal, 2021).

En un análisis sobre los impactos del turismo en temas de interculturalidad, se expone que se pueden generar impactos positivos cuando las relaciones se basan en el respeto mutuo. Esto permite una comprensión y aceptación de los otros y su modo de ser, nutridas por un intercambio y aprendizaje de las experiencias de los otros distintos. Se genera entonces una dinámica de enriquecimiento entre todos quienes se relacionan (Albó, en Santafé 2012).

Por otro lado, los impactos negativos se pueden dar en un ambiente en el cual, para su desarrollo, el turismo comunitario requiere la subordinación de la comunidad y la identidad en función de las demandas del

mercado turístico internacional. De esta manera, las relaciones quedarían muy lejos de una dinámica intercultural, dado que la comunidad convertiría a su cultura y a sí misma en objeto de consumo o en parte del producto a consumir, ajustándose a las necesidades de los consumidores. En las culturas indígenas, esta tendencia genera que el encuentro se limite a una construcción folklórica del otro (Santafé 2012).

Desde la comunidad no se perciben impactos negativos, ni se han experimentado problemas o malos ratos durante la visita de turistas y en su relación con ellos. Se afirma que «son las mismas personas de siempre» y que, si bien han adoptado recomendaciones para la preparación de alimentos, la guía y la adecuación de los espacios turísticos, están recibiendo a los visitantes y mostrándose tal y como ellos son. Por ejemplo, el uso de la vestimenta tradicional no es un elemento puesto en escena para la llegada de turistas. En su mayoría, dentro del grupo de mujeres usan la vestimenta tradicional en su vida cotidiana, mientras que otras que han dejado de utilizarla continúan con su decisión de no hacerlo, sin que la vestimenta juegue un rol de elemento folklórico (grupo focal, 2021).

RELACIONES DE GÉNERO Y TURISMO

La reproducción de la vida se sustenta a través del trabajo productivo, que es aquel destinado a proveer y cubrir necesidades de bienes materiales. Sin embargo, también es indispensable el trabajo que sostiene la vida. Con ello nos referimos a los trabajos de cuidado o reproductivos, es decir, al conjunto de actividades o tareas que garantizan la satisfacción de las necesidades cotidianas, generalmente hacia adentro del núcleo familiar: por ejemplo, el tiempo destinado a la preparación de alimentos, el cuidado de la salud, el mantenimiento de la vivienda, la crianza de los niños y la atención a adultos mayores. Desde esta perspectiva, se cuestiona la idea generalizada de que el trabajo corresponde únicamente a las actividades que se realizan como medio para generar ingresos económicos.

El trabajo de cuidado ha sido invisibilizado y su responsabilidad recae primordialmente sobre las mujeres, quienes socialmente lo asumen como algo inherente al hecho de ser mujer (Gómez 2016, 12). El trabajo remunerado, por su parte, tiende a ser una responsabilidad masculina. Esta división sexual del trabajo es parte de un sistema patriarcal que

subordina económica, política y socialmente a las mujeres, y no considera al cuidado como una contribución al desarrollo social y económico, a pesar de que sostiene la vida e incluso subvenciona al trabajo productivo (Anzorena 2008).

Según la OMT (2021), el 39 % de los empleos remunerados en el conjunto de la economía nivel global está a cargo de mujeres, mientras que en la actividad turística asciende a un 54 %. Además, aunque en el conjunto de la economía las mujeres tienen una remuneración un 16,8 % menor, en el turismo esa cifra se reduce al 14,7 %, por lo que se resalta que esta actividad puede generar fuentes de empleo tanto para hombres como para mujeres y aportar a la reducción de la brecha salarial de género. De todas maneras, en el informe se afirma que los empleos turísticos son comparativamente peor pagados, tanto para hombres y mujeres, en relación con otras actividades económicas, y se reconoce una tendencia a que las mujeres sean relegadas a posiciones de menor nivel.

La experiencia del CTC Sumak Kawsay se mira como una oportunidad de trabajo remunerado, especialmente para las mujeres. A pesar de que la convocatoria a formar parte del grupo de turismo fue abierta, ellas fueron las únicas que se sumaron. Esta realidad está dada porque los hombres, que asumen la responsabilidad de proveer económicamente a los hogares, priorizan otro tipo de trabajos con mayor remuneración, a pesar de que ello implica el traslado fuera de la comunidad y que por lo general los trabajos que asumen son forzosos, de alto riesgo y sin acceso a seguro social (grupo focal, 2021). Sumándose a ello, se consideró importante la participación femenina dado que la Asociación Ahuana, que prestó el financiamiento del proyecto, tiene como uno de sus pilares fundamentales el mejoramiento de las condiciones de vida de las mujeres, además de la generación de ingresos económicos, la recuperación de la identidad cultural y la protección del medio ambiente (Asociación Ahuana 2022).

Para las mujeres, contar con un trabajo remunerado en su territorio significa la oportunidad de alivianar la carga que llevan los hombres de sostener solos económicamente a la familia. Asimismo, este incremento de sus ingresos propicia una mayor independencia económica. Algunas mujeres aseguran que a partir de su trabajo en el CTC ya no se ven obligadas a pedir dinero a sus esposos para gastos personales

ocasionales, lo cual se traduce en una mayor autonomía en sus asuntos. Esto depende de las dinámicas de los núcleos familiares, ya que en algunas familias los hombres asumen la administración económica del hogar, mientras que en otras son las mujeres quienes administran todos los ingresos (grupo focal, 2021).

Por otro lado, el emprendimiento turístico ha permitido el desarrollo de nuevas habilidades como hablar y desenvolverse en público, lo que refuerza la confianza en sí mismas.

Al principio me daba mucho miedo hablar con los turistas. Estaba siempre muy tímida y tuve que aprender a levantar mi voz y también a mirar a las personas, porque yo siempre estaba mirando al suelo mientras hablaba. Pero ahora eso me ha servido para tener más confianza, para cualquier cosa, hasta para ir a la escuela de mi hijo y hablar con los profesores. (Celestina Pagalo 2021, entrevista personal)

Otro impacto que se reconoce del turismo es que les ha permitido construir un espacio o red de apoyo al que pueden acudir cuando necesitan ayuda frente a alguna dificultad o simplemente cuando necesitan ser escuchadas. El grupo de turismo se ha convertido en un espacio en el que pueden compartir la vida, un espacio seguro en el que dejan escapar sus miedos y dudas, se regalan tiempo e intercambian consejos y experiencias, cambian la rutina cotidiana y dejan de lado los problemas que se puedan cargar desde el hogar. «Cuando cocinamos juntas ni se siente el tiempo porque estamos conversando y eso es lo que más me gusta cuando me toca turno de venir a trabajar» (Celestina Pagalo 2021, entrevista personal). El turismo, en este sentido, se constituye como un elemento que permite producir un espacio desde el cual, para las mujeres, las relaciones con personas externas ya no son un factor de miedo. Al mismo tiempo, su voz toma fuerza dentro de las relaciones comunitarias.

La comunidad identifica que hasta la generación de los abuelos²⁷ todavía existía mucha violencia de género y era normal escuchar que los maridos golpearan a sus esposas por enojo, frente a lo cual ellas asumían

27 Se refiere a la generación que hace aproximadamente veinte años estaba en la edad adulta (40-60 años) como jefes de familia, y que en la actualidad son los mayores de la comunidad.

una actitud de resignación. Las mujeres identifican que la Iglesia, las capacitaciones a través de la Asociación Ahuana y otras organizaciones, así como la influencia de los estudios, han promovido otro tipo de relaciones dentro de los hogares; sin embargo, identifican que aún existen núcleos familiares en donde las dinámicas de violencia continúan. No todas las mujeres tienen un espacio seguro para compartir su situación o les da vergüenza hacerlo, de modo que siguen replicando los antiguos consejos de que «hay que aguantar» (grupo focal, 2021).

Otra de las situaciones que ha cambiado en los últimos años es que se han logrado generar espacios más equitativos para la toma de decisiones. Igualmente, hasta la generación de los abuelos se prohibía el ingreso de representación femenina a la asamblea; no se les permitía opinar sobre los temas en discusión. En la actualidad, las mujeres tienen voz y voto en dicho espacio. Reconocen que el turismo también ha aportado a reforzar su empoderamiento para desempeñar un papel más activo en los espacios de organización y participación (grupo focal, 2021).

El trabajo de las mujeres fuera del hogar ha abierto una mayor valoración social respecto a las labores de cuidado que realizan, ya que en temporadas altas de turismo, cuando las mujeres destinan menor tiempo al hogar, estas labores se han tenido que compartir con el resto de la familia (María Paca 2021, entrevista personal).

A pesar de que se reconoce al turismo como una actividad que ha generado impactos positivos en el territorio, cabe asimismo una perspectiva crítica. Por ejemplo, Cañada (2019) señala que el trabajo de las mujeres en la actividad turística se centra en actividades que se pueden considerar como una extensión del trabajo de cuidados o doméstico, ya que están enfocadas en los servicios de alojamiento, cocina y limpieza. Además, implica intensificar la jornada laboral de las mujeres, dado que aún no se han superado aquellas estructuras sociales en las que dentro del hogar asumen todo el trabajo de cuidado. Finalmente, el autor argumenta que un incremento de ingresos no necesariamente implica mayor autonomía, pues en muchos casos los hombres jefes de familia siguen ejerciendo relaciones de poder al tomar las decisiones en el hogar.

CAPÍTULO CUARTO

TURISMO COMUNITARIO: ¿DE ALTERNATIVA DE DESARROLLO A ALTERNATIVA AL DESARROLLO?

El presente capítulo expone cómo se ha configurado la idea de desarrollo y la necesidad de plantear alternativas a él. A partir de los resultados de un taller participativo realizado en la comunidad de Palacio Real, en el que participaron delegados de la asamblea y del grupo de turismo, se discute hasta qué punto el turismo comunitario se puede constituir como una alternativa local frente al turismo neoliberal globalizado, así como sus retos y limitaciones.

EL INVENTO DEL DESARROLLO Y LA URGENCIA DE ALTERNATIVAS AL DESARROLLO

A lo largo de Latinoamérica, los gobiernos de turno, ya sean de derecha o izquierda, persiguen un ideal en común: el desarrollo, objetivo central de sus políticas de Estado.

Desde la planificación nacional y local hasta los discursos políticos, se apunta al desarrollo como una meta, como el camino que deberíamos seguir. De este modo, el término parecería estar instaurado en el colectivo social, cargado de connotaciones netamente positivas. Como

afirma Lang (2016, 10), «[o]ponerse o pretender obstaculizar el desarrollo es visto como una suerte de absurdo, un sinsentido, un error garrafal». ¿Cómo llegó el desarrollo a ubicarse como el objetivo global irrefutable? Y, sobre todo, ¿qué implicaciones tiene la incesante búsqueda del desarrollo en los territorios?

Después de la Segunda Guerra Mundial, con sustento teórico de la economía, se popularizó la idea del desarrollo en respuesta al desafío de superar la pobreza²⁸ de los países, señalados desde entonces como *países del tercer mundo*. Esta idea marcó una distinción entre países *desarrollados* y *subdesarrollados*, y dejó una huella profunda respecto a las aspiraciones de los países del Sur global, los subdesarrollados, que debían imitar, inspirarse y repetir el ejemplo de las economías *avanzadas* y el estilo de vida occidental. El crecimiento económico pasó a ser la pauta de desarrollo global, y se estableció al PIB como su principal indicador (Gudynas 2011, 22-3).

Escobar (2014, 74) menciona que desde Estados Unidos y otros países del Norte global se promovieron *programas de desarrollo* y se establecieron organizaciones nacionales e internacionales que brindarían ayuda técnica y financiera, enfocadas en crear condiciones para que los países ahora llamados *en vías de desarrollo* pudieran alcanzar el estándar de vida de las sociedades avanzadas. El autor asevera que, a través de dichas acciones y discursos, se generalizó a la pobreza como rasgo esencial del tercer mundo. El desarrollo, entonces, se crea como la representación de la *salvación*, el único camino correcto, probado exitosamente en Occidente y, por lo tanto, una verdad universal, evidente y necesaria. Este proceso, según expone Lang (2016, 13-4), se traduce en un acto de violencia simbólica:

Los modos de organizar la sociedad y la economía, los modos de concebir el mundo y de estar en él, los conocimientos y saberes de gran parte de la población mundial fueron descalificados como pobres, atrasados, insuficientes, por una sola razón: existían por fuera del sistema de producción

28 Majid Rahnema abre un cuestionamiento importante alrededor de lo que concebimos como pobreza. El autor parte de la afirmación de que las definiciones de *pobreza* giran alrededor de la carencia o deficiencia. Sin embargo, el concepto puede ser relativo, dado que obedece a las lógicas de quien define los parámetros de carencia. En este sentido, es sustancial responder las interrogantes: ¿qué es necesario?, ¿para quién? y ¿quién lo define? (en Escobar 2014, 69).

y de los mercados capitalistas. Esto es la meta del «desarrollo»: incluir a territorios no totalmente permeados por las lógicas y prácticas capitalistas a los circuitos de acumulación de capital; transformar a poblaciones en consumidores, a campesinos de subsistencia en asalariados o informales, a bienes naturales en *commodities*, a propiedad colectiva en privada y vendible. Con un solo objetivo: aumentar los flujos de dinero y así el «crecimiento económico», paradigma hermano del «desarrollo».

En otras palabras, lo único que se desarrolla es el capitalismo, y de manera geográficamente desigual. Frente a la comprensión del desarrollo como herramienta ideológica de las dinámicas capitalistas, Lang sostiene que la continua búsqueda del desarrollo ha puesto en evidencia que no es un referente positivo, sino una promesa irreal (9-11). Este modo de vida profundiza la inequidad entre los países del Norte y el Sur global, dado que su viabilidad se sustenta en relaciones coloniales históricas, pero también actuales, bajo una dinámica en la que el lujo de unos se construye a partir del despojo, la degradación de ecosistemas, la destrucción de culturas subalternas y la funcionalización de los territorios bajo las lógicas del capital. La autora suma otros argumentos como el artificio de la cooperación al desarrollo, que transfiere mayor cantidad de recursos del Sur hacia el Norte global; la nula correlación entre el crecimiento de la economía y la felicidad o bienestar de la colectividad; la brecha económica entre las élites y la población empobrecida, y el crecimiento económico como un proceso ilimitado.

En respuesta a una idea de desarrollo basada en la importancia del crecimiento económico, la apropiación de recursos naturales y las asimetrías internacionales, se ha dado paso a través de los años a visiones críticas del desarrollo. Planteando discusiones alrededor de los límites del crecimiento y el consumo de recursos, la estructura heterogénea de las economías latinoamericanas y la teoría de la dependencia,²⁹ estas posturas críticas se enfocan principalmente en el cómo, mas no cuestionan la idea de avance, progreso, crecimiento, aprovechamiento de la riqueza natural y modernización como fin último (Gudynas 2011, 23-6).

29 Para Bustelo, «el subdesarrollo no es una fase previa al desarrollo, sino que es su producto, y en buena medida es el resultado del colonialismo y del imperialismo» (en Gudynas 2011, 24). Afirma que esta situación de desigualdad y las relaciones de poder significan un freno para el progreso.

En los años 80, la Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo, en su informe final *Nuestro futuro común*, formuló la necesidad de implementar lo que denominaría *desarrollo sostenible*, una idea que postula la necesidad de mejorar la calidad de la vida de las personas sin que se rebase la capacidad de carga de los ecosistemas, que son los que sustentan la vida. La idea de desarrollo sostenible es una de las alternativas de desarrollo más difundidas y aceptadas en la sociedad. Por otra parte, Gudynas resalta que este término resultó en un eufemismo desarrollista al servicio de campañas publicitarias, sin generar cambios estructurales (31).

Uno de los mayores desafíos para romper con las lógicas del desarrollo como un discurso hegemónico a favor de las élites económicas globales y locales radica en la fuerza de la ideología de progreso instaurada en la sociedad actual, de tal manera que pasa a formar parte de las subjetividades y los valores de los individuos y colectividades. El apego a la idea de progreso ha llevado a rechazar los límites ecológicos, minimizar los impactos ambientales o considerar que se pueden compensar económicamente y mediante el desarrollo tecnológico (40-1).

En los países del Sur global, después de setenta años de implementar recetas para el crecimiento económico —lo que implicó megaproyectos extractivos, perpetuo endeudamiento y exclusión social—, en lugar del desarrollo como *camino hacia la transformación*, tal cual se prometía, los resultados dejan en evidencia una profundización de la pobreza, la violencia y el deterioro social y ambiental (Escobar 2014, 47). Por esta razón, Lang propone que es necesario buscar soluciones que trasciendan la idea de desarrollo. En la misma línea que Gudynas, la autora sostiene que la búsqueda de desarrollos diferentes o con otra etiqueta continúan dentro de las dinámicas de «expansión del modo de producción, distribución y consumo capitalista, asociado con los imaginarios de acumulación de bienes materiales como horizonte de buena vida» (Lang 2016, 12).

Por lo tanto, es necesaria una construcción colectiva que vaya más allá de desarrollos alternativos. Es decir, abrir un horizonte hacia alternativas al desarrollo, que permita trascender el estigma de subdesarrollados que cargan los países del Sur global: una construcción desde la multiplicidad de cosmovisiones o modos de vida, apuntando a la transformación de la base ideológica de progreso, explorando otros modos

de organizar la sociedad, la economía y la política. Estas alternativas se plantean desde la diversidad, e implican por lo tanto no trazar un camino, sino caminos plurales.

Las alternativas al desarrollo enfrentan el desafío de superar las relaciones de poder que estructuran y dan sentido al mundo contemporáneo, entendidas como superiores y como el único camino a transitar (Gudynas 2011, 42 y 45). En lugar de este modo de proyectar la vida, Lang (2006, 17) plantea la necesidad de apuntar hacia algunos principios para la construcción de las alternativas al desarrollo:

La colaboración en lugar de la competencia que promueve el capitalismo; la valoración de la convivialidad; la importancia de la autonomía, la autogestión y de los procesos construidos localmente desde abajo; el respeto a la diversidad y el valor central de la deliberación; la democratización de la economía —pero también de la tecnología—; la transformación de la propiedad privada en propiedad social (que no es lo mismo que propiedad estatal) o en comunes; la soberanía alimentaria; la solidaridad y la reciprocidad.

El turismo como actividad económica se ha insertado también en las lógicas del desarrollo. Orgaz (2013, 1) plantea que «la industria del turismo se conforma como una herramienta de cooperación al desarrollo, sobre todo en países subdesarrollados». Argumenta también que es necesario que el turismo se alinee con el principio del desarrollo sostenible bajo la retórica de que es la respuesta para aliviar la pobreza de los países subdesarrollados.

Como se revisó en el capítulo segundo, el turismo tiene implicaciones en todos los ámbitos de la vida de los territorios donde se lleva a cabo y, si bien se plantea como una alternativa frente a actividades extractivas y a la pobreza, no necesariamente supera las subjetividades del progreso y el crecimiento económico como fin último. Las poblaciones locales son un engranaje más en el inescrupuloso sistema capitalista.

Dado que las alternativas al desarrollo apuntan a modos de vida que sostienen principios de colaboración, diversidad y reciprocidad, entre otras lógicas, y que aún queda un largo camino por recorrer hacia el cambio de paradigmas en la sociedad, es necesario explorar y poner en evidencia modos otros de relacionarnos y sostener la vida. A continuación se presentan los resultados del estudio de caso de la comunidad

Palacio Real, que nos abre un espacio de reflexión respecto al planteamiento del turismo comunitario como alternativa al desarrollo e incluso a algunos de los retos que ello significa.

PERSPECTIVAS Y SUBJETIVIDADES DE DESARROLLO DESDE LA COMUNIDAD

En la comunidad Palacio Real no recuerdan desde cuándo se emplea el término *desarrollo*; sin embargo, está presente en el territorio, afirman que se lo escucha desde hace tiempo. La perspectiva de desarrollo para la comunidad se constituye a partir de la idea de estar mejor. Se lo entiende como un proceso de cambio o nuevas formas de pensamiento y de actuar que ayudan a salir adelante. Es evidente que los miembros de la comunidad están insertos en el imaginario de que existen parámetros que dividen a los territorios más desarrollados de los menos desarrollados; se afirma, por ejemplo, que la tecnología puede determinar el desarrollo, y se ponen como referentes los avances tecnológicos de Estados Unidos. A pesar de ello, también se reconoce que la vida dentro de otras lógicas —como en las grandes ciudades o en los países del Norte global, según sus propias experiencias y de personas migrantes de la comunidad—, es solitaria, triste y se centra solo en el trabajo, además de que implica mayores gastos para cubrir las necesidades básicas (taller participativo, 2021).

Como ejemplos puntuales, propuestos desde la comunidad, de lo que sería posible palpar como desarrollo en su territorio, se menciona principalmente la instalación de servicios básicos. Resaltan que hace cuarenta años era necesario caminar varias veces un tramo de una hora con el fin de obtener agua para el consumo, mientras que en la actualidad poseen agua entubada.³⁰ Asimismo, los vehículos y la presencia de la carretera que pasa por la comunidad se mencionan como elementos de progreso (taller participativo, 2021).

Por otro lado, al indagar sobre la noción de *Sumak Kawsay* para la comunidad, las principales ideas giran en torno a la felicidad, la unidad,

30 En los años 80 se instaló la infraestructura para abastecer a la comunidad de agua entubada proveniente de las vertientes del nevado Chimborazo. La instalación se realizó con el apoyo económico de Fundación Andina, que financió los materiales, mientras que el trabajo se llevó a cabo a través de la minga.

el trabajo, la honestidad, el compromiso, la amistad, la forma de vivir y el cambio de vida. Estas respuestas pueden dar cuenta de que las subjetividades en torno al *Sumak Kawsay* y al desarrollo no son las mismas (taller participativo, 2021). El *Sumak Kawsay* está relacionado con un cúmulo de valores que conducen el modo de vivir en comunidad, mientras que a partir de las ideas de desarrollo se da a entender una necesidad de salir adelante o de salir de donde se está, para alcanzar a aquellos que ya son desarrollados. Como se ha mencionado anteriormente, esa búsqueda aterriza en elementos como la infraestructura, la tecnología y la conectividad.

El CTC de Palacio Real se llama *Sumak Kawsay*, nombre dado por la comunidad durante el proceso de planeación del proyecto. Se atribuye al emprendimiento un significado especial, pues no habría sido posible llevarlo a cabo sin la unidad y generosidad de toda la comunidad. Además, se lo considera un espacio para compartir la cosmovisión heredada de sus abuelos (taller participativo, 2021).

EXPECTATIVAS COLECTIVAS: TURISMO Y REPRODUCCIÓN DE LA COMUNIDAD³¹

Las acciones de hoy nos conducen a la realidad del futuro; por lo tanto, la transformación se da en tiempo presente. En este sentido, como resultado del taller participativo que se llevó a cabo durante esta investigación —en donde se generó un espacio colaborativo de reflexión—, la comunidad sumó sus sentipensares respecto a qué es la comunidad hoy y qué les gustaría conservar y fortalecer con el tiempo o qué creen necesario transformar. Asimismo, compartieron cómo visualizan a Palacio Real y la actividad turística en la comunidad, proyectándose en un tiempo de diez años.

El respeto que existe entre comuneros hombres y mujeres, jóvenes y ancianos, se reconoce como uno de los elementos más importantes de la vida cotidiana comunitaria en la actualidad; es la base de sus relaciones,

31 Toda la información de este apartado hace referencia a los resultados del taller participativo que se llevó a cabo como parte del trabajo de campo de la presente investigación. La información aquí descrita se trabajó a través de diálogos grupales que posteriormente fueron expuestos en plenaria para ser nutridos y corroborados.

ya que les ha permitido vivir y compartir en armonía a lo largo del tiempo. Así, respecto al sentido de solidaridad con que la comunidad responde frente a la necesidad o a las situaciones difíciles que se les pueden presentar a los demás, sostienen que todos podrían ser ayudados por los otros en algún momento, y en las vueltas de la vida es posible agradecer por esa ayuda dando la mano a esa misma persona o a otras.

Por eso confiamos, por más jodidos que se pueda estar cuando no encontramos trabajo, nunca nos ha faltado nada, porque así sea poquito, pero algo nos crece en las parcelas y, si no, nunca ha faltado la ayuda, la generosidad [...]. Si por ahí estamos tristes, si hay algunas preocupaciones, ya uno caminando se encuentra con alguien, ya le hacen reír o conversando, ahí como que ya uno se olvida de esas cosas. (Simón Tacuri 2021, entrevista personal).

En esta misma línea, se resalta la fuerza que resulta de la unión para realizar el trabajo en minga, que hasta el momento les ha permitido cubrir sus necesidades de manera colectiva. Finalmente, dentro de las características de la vida en comunidad que consideran importante reforzar en el presente y a través del tiempo, se alude al cariño que las personas tienen por el lugar que habitan, porque, a pesar de las dificultades, existe muy poca migración hacia otras ciudades o países, y no se percibe un anhelo por dejar la comunidad, como han visto que sucede en otros lados. Asimismo, los jóvenes que salen por estudios en su mayoría han regresado.

Por otra parte, se considera esencial conservar su sistema de organización y reproducción de la vida, basado en la asamblea, las mingas y las fiestas. Sin embargo, es importante una permanente adaptación o transformación, a medida que la vida en la comunidad también se transforma. Se observa que, en los últimos años, frente al permanente crecimiento, hay una mayor dificultad para llegar a consensos en la asamblea. Esto ocasiona que las personas que no están de acuerdo con la voluntad colectiva dejen de participar en ciertas actividades.

Se percibe también que algunas personas rompen acuerdos establecidos. Por ejemplo, permiten el ingreso a vendedores o chatarreros en cualquier momento, cuando por temas de seguridad se han determinado horarios de entrada para personas ajenas al territorio. O, a pesar de los esfuerzos del grupo de turismo por mantener los espacios limpios,

algunas personas no respetan los acuerdos de disposición de basura, lo cual causa la acumulación de plásticos, mascarillas y desperdicios de construcción en espacios que no están destinados para ello. Por lo tanto, los interesados se ven en la necesidad de plantear estrategias de autorregulación que no rompan con la armonía relacional, pero que al mismo tiempo exijan mayor compromiso. Otro asunto que se anhela transformar es la afluencia de transporte pesado que, a partir de la presencia de una carretera que atraviesa la comunidad, evade el pago de peajes transitando por el sector. Esto vuelve más peligroso que los niños jueguen y circulen con tranquilidad. De todas formas, no se puede hacer nada ante ello, lo cual les ha hecho darse cuenta de que ciertos anhelos en nombre del desarrollo al mismo tiempo tienen sus repercusiones.

Respecto a cómo se visualiza la comunidad a futuro, inicialmente se plantea que la población crecerá y, por lo tanto, para cubrir sus necesidades básicas será necesaria la construcción de mayor cantidad de viviendas y la dotación de servicios básicos. Se abren también a la posibilidad de que, para entonces, toda la comunidad pueda acceder a mayor conectividad de internet y servicio de operadoras telefónicas. Un elemento que consideran triste pero al mismo tiempo inevitable es que desaparezca la vestimenta tradicional: al igual que ocurre con el idioma, solo una porción de adultos y ancianos la utiliza; los niños y jóvenes han optado por otra forma de vestir y no tienen interés por entender ni hablar el kichwa. En este mismo sentido, la alimentación, que estaba basada principalmente en harinas de cereales y granos, va siendo suplantada por nuevas preferencias.

La comunidad apunta a una posible tecnificación de la agricultura, principalmente de los sistemas de riego, dado que es el mayor inconveniente que tienen para la producción de alimentos. Asimismo, sueñan con eliminar el uso de químicos para la producción agrícola, enfocados en mejorar la salud de la tierra para la producción de vida y en proveer de alimentos sanos a sus familias. Finalmente, consideran que al tener un número cada vez mayor de profesionales, será posible seguir apostando a nuevos proyectos que permitan crear fuentes de trabajo en la localidad, para evitar que las personas deban movilizarse en búsqueda de oportunidades.

Para el turismo se visualiza una mejora del servicio y se aspira a un incremento de los ingresos anuales a USD 5000; hasta antes de la

pandemia del COVID-19, lo que ganaban rondaba la mitad de esta cifra. Como camino para llegar a esas metas, se plantea una diversificación de actividades que podría incluir la participación de los grupos de baile y danza de la comunidad; cursos de tejido y tratamiento de la lana de llama a turistas interesados; infraestructura lúdica para niños, de manera que sea un espacio más familiar; una zona de *camping* que brinde seguridad y espacio para fogatas a los turistas; y la ampliación de la capacidad en el servicio de hospedaje, ya que en la actualidad no les es posible recibir grupos grandes para pernoctar. La mayor motivación para ello es generar mayor cantidad de plazas de empleo y la oportunidad de que más personas de la comunidad puedan percibir sus beneficios directos. Se considera que será necesario apoyarse en el uso de la tecnología para atraer a visitantes interesados en compartir con la comunidad, así como impulsar a los más jóvenes al aprendizaje de otros idiomas, para depender en menor grado de intermediarios con los turistas extranjeros.

Cabe recalcar que Palacio Real dio inicio a la actividad turística con el objetivo de diversificar sus actividades económicas. Incluso Ahuana, la asociación que financió el proyecto, resalta la necesidad de potenciar el *desarrollo económico* de la comunidad, que puede darse a partir del turismo comunitario. Sin embargo, las propias lógicas comunitarias bajo las cuales se lleva a cabo el turismo en el territorio brindan a la experiencia de Palacio Real un abanico de elementos tanto del desarrollismo como de la alternativa al desarrollo. Este fenómeno se da por la confluencia de elementos externos que impactan en la comunidad y también a escala nacional y global, como el imaginario de progreso y modernidad. En esta misma línea, la experiencia comunitaria está obligada a insertarse en el sistema de mercado y competencia para atraer a sus visitantes, e implanta nuevas necesidades como el aprendizaje de otros idiomas para establecer comunicación con los turistas o el acceso a internet que los huéspedes suelen requerir para su estancia nocturna. Por otro lado, las lógicas comunitarias siguen presentes con fuerza, de manera que es posible realizar la gestión turística desde otro lugar que priorice la reproducción simbólica y de la comunidad por sobre los réditos económicos, rompiendo con el *modus operandi* de lo que hemos definido como *turismo neoliberal globalizado*.

REFLEXIONES FINALES: RETOS Y CAMINOS A SEGUIR HACIA LA CONSTRUCCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO COMO ALTERNATIVA AL DESARROLLO

Si bien el turismo comunitario en Palacio Real se estableció por iniciativas externas, actualmente el proyecto camina independientemente de las organizaciones que en su momento sumaron esfuerzos técnicos y económicos para ponerlo en marcha. La comunidad se ha comprometido a sostener el centro de turismo, dada su importancia no solo económica, sino como espacio que se trabaja desde el afecto y que aporta al bienestar colectivo, en el sentido de que ha elevado la autoestima de la comunidad y que deja en evidencia la posibilidad de establecer actividades económicas pensadas desde otras lógicas que no son las de la acumulación de capital.

El financiamiento externo se constituye como un reto importante de superar para el turismo como una alternativa al desarrollo, pues la dependencia económica puede generar vulnerabilidad de la autonomía local. Ese es el caso del CTC Ishkay Yaku, en la provincia de Pastaza, que al aceptar financiamiento de las empresas petroleras que operaban en el territorio se vio obligado a responder a sus lógicas e intereses, sin lograr consolidar una estructura organizativa sólida y doblegando su lucha por la recurrente contaminación de los ríos cercanos (Roux 2013, 182).

Las dinámicas de la actividad turística implican necesariamente relaciones de mercado y la gestión de ingresos económicos. Desde la perspectiva de Cabanilla y Garrido (2018, 297), para los CTC significa una dificultad no percibir y manejar estos proyectos como empresa: la comunidad es «dueña del *negocio*, de un bien, que se podría considerar *empresarial* y que debe propender como tal a mantenerlo en el mercado con todas las reglas que este demanda, incluida la ganancia de recursos económicos». Los autores sostienen que la distribución de ingresos de la actividad turística para la comunidad puede significar el declive del emprendimiento, dado que para sostener una empresa en el mercado a largo plazo es necesario invertir en innovación, mantenimiento y estrategias de *marketing*. El turismo comunitario precisa enfrentar esta realidad sin dejar de lado sus lógicas de compartencia y reciprocidad: es necesario mantenerse en el mercado sin caer en las dinámicas de la

acumulación del capital a costa del trabajo de otros, encontrar el equilibrio entre las necesidades del CTC y el resto de la comunidad. Para ello es necesario fortalecer, desde los espacios de toma de decisiones, el diálogo que permita analizar de manera periódica cuáles son las necesidades y los requerimientos del centro de turismo, de manera que los ingresos económicos no estén destinados únicamente a quienes lo sustentan con su trabajo y al beneficio común, sino también al sostenimiento del emprendimiento como parte de la unidad. Así, el CTC no será solo un espacio de aprovechamiento sino que pasará a ser parte de las lógicas de ayuda mutua (el centro de turismo da pero también recibe). Se necesita entender que el emprendimiento requiere inversión, mantenimiento y seguimiento de su modo de operación para continuar generando beneficios a la localidad.

La comercialización es uno de los mayores desafíos para los CTC y uno de los factores que determina su sostenimiento en el tiempo, que requiere de la demanda y consumo de los productos. Las dificultades provienen de la escasez de canales de distribución; de la necesidad de capacitación y refuerzo en el conocimiento de estrategias de *marketing* que suelen transformarse con rapidez; de las dificultades de comunicación en otros idiomas; de las desventajas de acceso a tecnología e internet respecto a la empresa privada; y de una baja inversión en material publicitario, que en la actualidad se maneja mediante fotografías de la más alta calidad, editadas y acompañadas de redacción especializada que inducen al viajero a visitar y compartir con la comunidad (299-302).

Una de las salidas que han encontrado los CTC es la alianza con las operadoras de turismo. En el caso de Palacio Real, la comunidad entra en contacto con sus visitantes principalmente a través de ellas; una de las estrategias que manejan es mantener la misma tarifa tanto para turistas directos como para aquellos que llegan por intermediación. Cabe destacar una estrategia establecida en la provincia de Chimborazo, que es la creación de un tejido con intermediarios solidarios u operadoras turísticas que priorizan las lógicas comunitarias. Por ejemplo, Puruha Razaraku es operada por una asociación de CTC de la provincia, y hace frente a las grandes agencias de viajes, que tienden a detentar el control sobre la oferta y demanda turística. Sin embargo, estos intermediarios también encuentran dificultades respecto a los estándares de calidad del material publicitario para atraer turistas.

Acerca de los estándares de calidad, es necesario hacer énfasis en que están determinados por los consumidores, que, si bien buscan un encuentro con las culturas originarias, tienen requerimientos apegados al modo de vida moderno occidentalizado, la estética y el confort. «Pareciera que hay esta intención de entrar en contacto con una realidad distinta, pero sin meter los pies realmente en ella, ya que esto implicaría también experimentar las carencias, limitaciones y sacrificios que se viven en el ámbito rural comunitario con respecto a lo urbano» (López, en Santafé 2012, 32). En este sentido, el turismo comunitario enfrenta la homogenización de los espacios a los que tiende el turismo neoliberal globalizado. Es necesaria la búsqueda de un equilibrio en la relación entre los CTC y el mercado que les permita mantenerse dentro de las lógicas comunitarias, pero desafiando al mismo tiempo la necesidad de mantener una demanda interesada en el consumo de sus productos. Este es un reflejo de la importancia del rol de los turistas, sus preferencias, sus subjetividades y objetivos de viaje, pero también de las estrategias de *marketing* que, como revisamos en el capítulo segundo, moldean las preferencias a través de la idea de felicidad mediante el consumo.

A pesar de que los proyectos de turismo comunitario no se suelen plantear desde la lógica de las alternativas *al* desarrollo, sino que más bien están direccionados como alternativas *de* desarrollo,³² estas experiencias nos abren una puerta para distinguir qué elementos comunitarios podrían rescatarse al pensar en la actividad turística por fuera de las lógicas del turismo neoliberal globalizado y las implicaciones que genera en los territorios.

A partir de la experiencia de Palacio Real podemos rescatar que las relaciones de la comunidad con el territorio y el turismo están enfocadas en el aprovechamiento colectivo del espacio. Es decir, cuando el turismo se gestiona desde las bases y dentro de las dinámicas de

32 Nos referimos con «alternativas *de* desarrollo» a aquellas actividades que se establecen como una vía por la cual un grupo social puede alcanzar su desarrollo, entendido como sinónimo de crecimiento económico con métricas establecidas desde una perspectiva occidental y hegemónica. Por otro lado, las «alternativas *al* desarrollo» invitan a cuestionar el mandato de crecimiento económico y a pensar cuáles son los elementos que permitan construir una vida digna para todos y todas y para el espacio que habitan.

reciprocidad, ayuda mutua, discusión colectiva y valor comunitario de los bienes, rompe con las dinámicas de apropiación y despojo por parte de los grandes grupos de poder, que tienden a disponer de los territorios para su beneficio. Además, las comunidades mantienen una relativa autonomía para tomar decisiones, mientras que el turismo neoliberal globalizado las empuja a situaciones de confrontamiento, como en el caso del ejido JMPS en Tulum, en donde, a pesar del rechazo por parte de la comunidad hacia la expansión de la industria inmobiliaria-hoteler, con apoyo de los gobiernos locales se dispuso la voluntad de los grandes poderes financieros. Aun así, en Palacio Real, a pesar de que no haber sido despojados de su territorio, siguen teniendo una dependencia del mercado, y al ser receptores de turismo extranjero se ven limitados a responder a las necesidades del turista y las dinámicas del mercado globalizado.

Por otro lado, desde las comunidades se hace frente a las tendencias del turismo neoliberal globalizado de homogenizar los espacios al servicio del turismo, ya que las actividades y servicios están operados por la comunidad de manera genuina; ello implica que, frente a los turistas, la comunidad es *lo que es* y no *lo que debería ser*. Los espacios de visita son reales y no una *performance* o un espacio artificial producido, como los grandes parques temáticos de fantasía.

Al mismo tiempo, esto implica que el turismo comunitario se pueda establecer como un espacio de convivencia, aprendizaje e intercambio intercultural, que abre al turista la posibilidad de experimentar modos de vida otros. Es sin duda un cambio con respecto a los espacios aislados que produce el turismo neoliberal globalizado, como los resorts de grandes cadenas hoteleras que brindan sus servicios en espacios herméticos alejados de la realidad social del territorio en que se asienta su infraestructura, y limitan las relaciones sociales a una dinámica de cliente-sirviente/empleado.

Se destaca también el aprovechamiento de las capacidades y de la producción local, como la carne de llama, la quinua, las prendas bordadas o los productos de comunidades vecinas que se disponen para la venta en el emprendimiento turístico de Palacio Real. Todo ello significa un beneficio hacia el interior de la comunidad a manera de efecto paraguas, en contraste con el turismo neoliberal globalizado, que propicia la importación de insumos para la prestación de servicios y

genera dependencia de mercados externos, por ejemplo los *souvenirs* de Cancún o París con sello «Hecho en China».

Por otro lado, el turismo comunitario se enfrenta a desafíos complejos, como el rápido y fuerte avance de las subjetividades del progreso, al igual que la cada vez más marcada dependencia de la tecnología para desenvolverse en el mercado. Se lo conduce entonces a utilizar herramientas que responden a las lógicas de acumulación de capital, como la empresa Facebook.

Cabe resaltar que cada experiencia de turismo comunitario tiene sus peculiaridades y responde a un abanico de diversidad cultural, geográfica, social y relacional. A partir del estudio de caso de Palacio Real se pueden tomar varios elementos que permitan nutrir la actividad turística desde lógicas distintas a la acumulación de capital y la competencia.

Para finalizar esta reflexión, retomamos un elemento clave del turismo comunitario: «El centro de turismo da, pero también recibe» (María Trinidad Tayupanda 2021, entrevista personal). Si bien el turismo puede verse como una actividad económica, la relación que tiene con la comunidad es igual a la de un comunero: a la vez que forma parte de una configuración total del espacio —que produce espacio—, se relaciona con la comunidad desde sus lógicas de reciprocidad, sin ser vista como un negocio del cual se debe aprovechar, sino más bien como un espacio que da con amor y que la comunidad cuida con amor.

CONCLUSIONES

En el presente trabajo, me propuse el análisis de los retos que tiene el turismo comunitario como alternativa frente al turismo neoliberal globalizado. La investigación permite ampliar la comprensión del *modus operandi* de este último, entendiendo que responde a las dinámicas de la modernidad y la acumulación de capital por parte de los poderes financieros y las grandes empresas turísticas transnacionales. Lo logra a través de la contratación de mano de obra barata, el despojo de los territorios, la producción de espacios de visita homogéneos en todo el mundo, y la contaminación y degradación de los ecosistemas.

El turismo neoliberal globalizado se ha expandido gracias a estrategias de mercado que apuntan a moldear las subjetividades de felicidad, insertando a los viajes como uno objetivo que se debe cumplir en la vida como parte de los parámetros del éxito y el valor de las personas, medidos en relación con la capacidad de consumo. Los estándares y las tendencias se establecen mediante estrategias de *marketing* enfocadas en inducir el consumo, pero que a la vez insertan el imaginario de cómo debe emplearse el tiempo libre, de manera que también esté supeditado al capital.

La idea de progreso y desarrollo se plantea desde los países del Norte, que se autodeterminan como un modelo a seguir, pero que además montaron un sistema de cooperación y financiamiento para conducir a los países «subdesarrollados» a insertarse dentro de las lógicas

desarrollistas, determinando bajo sus propios parámetros lo que es pobreza, retraso y subdesarrollo. Paralelamente, el modelo de desarrollo de los países del Norte global se sostiene a través de la explotación de recursos naturales y la mano de obra barata de los países del Sur global.

De acuerdo con el estudio de caso realizado, el turismo comunitario (entendiéndolo no como aquel que se lleva a cabo *en* una comunidad ni *con* una comunidad, sino *desde* la comunidad y con lógicas comunitarias) no se contempla como una alternativa al desarrollo para los países del Sur global. Si bien a través de sus sistemas de reciprocidad y compartencia su desarrollo se da desde otras lógicas, depende del mercado internacional y las dinámicas globales del capital, así como de la demanda de los turistas y sus preferencias de consumo. Sin embargo, el turismo comunitario sí establece elementos que pueden constituirse como una alternativa local frente al turismo neoliberal globalizado.

Desde la perspectiva comunitaria, el turismo en Palacio Real ha llevado beneficios no solo económicos sino en otros ámbitos, como la ruptura de barreras en las relaciones interculturales, la creación de espacios de empoderamiento de las mujeres, la revitalización cultural como elemento de la reproducción simbólica, y el refuerzo de los espacios de toma de decisiones, que se han adaptado a la inserción de nuevas actividades económicas sin romper las lógicas comunitarias.

Por otro lado, desde el principio del *Sumak Kawsay*, la comunidad prioriza el bienestar colectivo ante las lógicas de mercado que privilegian la ganancia económica. No obstante, es necesario el planteamiento de estrategias que permitan hacer frente a la dependencia generalizada de financiamiento y acompañamiento de organizaciones de cooperación, como ocurre con un alto porcentaje de los proyectos de turismo comunitario. Si bien Palacio Real ha logrado sostener el proyecto a lo largo del tiempo, para su inicio fue necesario un aporte económico desde Francia, así como el acompañamiento técnico de varios actores.

Asimismo, el CTC Sumak Kawsay, dada la necesidad de entrar en contacto con los turistas para la venta de sus productos, está obligado a insertarse en el mercado y sus dinámicas y estrategias de venta y competencia. Esto implica lidiar con subjetividades de calidad impuestas desde una lógica occidentalizada.

El turismo comunitario aporta elementos importantes hacia la construcción de un modelo de turismo consolidado como una alternativa

al desarrollo. De todas maneras, es importante reconocer los desafíos que debe enfrentar, como la presión constante de las lógicas de la modernidad y el progreso, que van tomando fuerza en las subjetividades comunitarias.

En este sentido, se precisa generar espacios de reflexión para visualizar hacia dónde están caminando las comunidades y la actividad turística, para que estén alineadas al *Sumak Kawsay* y el bienestar colectivo con mayor fuerza que las metas impuestas desde la idea de progreso, de manera que las reflexiones permitan fortalecer y trazar el camino y las acciones que la comunidad se plantea seguir.

REFERENCIAS

- Akasha Ayahuasca. 2021. «Retreat Ecuadorian Amazon». Post de Facebook. 13 de septiembre. <https://tinyurl.com/29t9anh2>.
- Anzorena, Claudia. 2008. «Estado y división sexual del trabajo: Las relaciones de género en las nuevas condiciones del mercado laboral». *Utopía y Praxis Latinoamericana* 13 (41): 47-68. <https://tinyurl.com/4cypf4y5>.
- Ariel de Vidas, Anath. 2002. *Memoria textil e industria del recuerdo en los Andes: Identidades a prueba de turismo en Perú, Bolivia y Ecuador*. Quito: Abya-Yala.
- Asociación Ahuana. 2024. «Projets». *Ahuana*. Accedido el 30 de julio. <https://tinyurl.com/3mmw6td5>.
- Blanco, Edgar. 2016. «Turismo y metabolismo social: Efectos ambientales de la actividad turística en la región Atlántico/Caribe, 1970-2011». *Diálogos: Revista de Historia* 17 (1): 17-33. <https://tinyurl.com/2bvmpmbz>.
- Blázquez, Macià, Ernest Cañada e Ivan Murray. 2011. «Búnker playa-sol: Conflictos derivados de la construcción de enclaves de capital transnacional turístico español en el Caribe y Centroamérica». *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* 15. <https://tinyurl.com/y3jt6b7d>.
- Boley, Bynum, Evan Jordan, Carol Kline y Whitney Knollenberg. 2018. «Social Return and Intent to Travel». *Tourism Management* 64: 119-28. <https://tinyurl.com/ee8d5fws>.
- Bourdieu, Pierre. 2006. *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- . 2007. *El sentido práctico*. Traducido por Ariel Dilon. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Boyer, Marc. 2002. «El turismo en Europa, de la Edad Moderna al siglo XX». *Historia Contemporánea* 25: 13-31. <https://tinyurl.com/3f75s64d>.
- Buhalis, Dimitrios, y Rob Law. 2008. «Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After the Internet: The State of the Tourism Research». *Tourism Management* 29 (4): 609-23. <https://tinyurl.com/yc7fep2v>.
- Cabanilla, Enrique. 2018. «Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción». *Siembra* 5 (1): 1-11. <https://tinyurl.com/mvdmztpw>.
- , y Carlos Garrido. 2018. *Turismo comunitario en el Ecuador*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador.
- Cañada, Ernest. 2019. *Transformaciones en las relaciones de género en experiencias de turismo comunitario en Centroamérica*. Barcelona: Alba Sud.
- Carrasco, Juan Carlos, Laura Sucuy y Carlos Chávez. 2016. «Turismo comunitario, alternativa de desarrollo turístico estudio de caso: Turismo rural comunitario para la parroquia Cacha, cantón Riobamba, provincia de

- Chimborazo-Ecuador». *European Scientific Journal* 12 (17): 173-97. <http://dx.doi.org/10.19044/esj.2016.v12n17p173>.
- César, Alfredo, y Stella Arnaiz. 2013. «El turismo y la sociedad de consumo». *Turismo y Sociedad* 14: 65-82. <https://tinyurl.com/58d7cycs>.
- Chiriboga, Manuel. 1983. *Formas tradicionales de organización social y actividad económica en el medio indígena*. Quito: Ministerio de Bienestar Social.
- Contraste. 2020. «Los hoteles Wyndham planean nuevas aperturas en Ecuador». *Contraste*. 22 de agosto. <https://tinyurl.com/27f2dzt2>.
- CORDTUCH. 2019. *Chimborazo desde adentro. Edición 2*. Riobamba, EC: CORDTUCH.
- Diario Libre. 2020. «Airbnb dobla su cotización en un espectacular primer día en Wall Street». *Diario Libre*. 10 de diciembre. <https://tinyurl.com/mufyec3z>.
- Diéguez, Alberto, y María Guardiola. 1998. «Reflexiones sobre el concepto de comunidad: De lo comunitario a lo local. De lo local, a la mancomunidad». En *La intervención comunitaria: Experiencias y reflexiones*, coordinado por Alberto Diéguez. Buenos Aires: Espacio Editorial, 2000.
- Duménil, Gérard, y Dominique Lévy. 2014. *La crisis del neoliberalismo*. Madrid: Lengua de Trapo.
- Dupuy, Jean-Pierre. 2012. «O tempo que nos resta». *Artepensamento*. <https://tinyurl.com/mpjpkjr>.
- EC. 2008. *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449, 20 de octubre.
- EC Ministerio de Turismo. 2014. «Ecuador es un país 100 % atractivo para la inversión turística». *Ministerio de Turismo*. 30 de junio. <https://tinyurl.com/3vb6cxde>.
- . 2019. *Plan Nacional de Turismo 2030*. Quito: Ministerio de Turismo. <https://tinyurl.com/ycxwwf4z>.
- EC ProEcuador. 2019. «Incentivos». *ProEcuador*. <https://tinyurl.com/kmjz6vmv>.
- EC SENPLADES. 2017. *Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021*. Quito: SENPLADES. <https://tinyurl.com/5cyzzx54>.
- El Churo Comunicación. 2013. «Privatización de las playas: Caso Mompiche Ecuador». Archivo sonoro en Mixcloud. <https://tinyurl.com/2b3a9h8m>.
- El Comercio. 2009. «Mompiche tiene un hotel de lujo». *El Comercio*. 26 de diciembre. <https://tinyurl.com/2u9csym8>.
- Enriquez, Eugène. 2012. «Ociosidade, lentidão e construção do sujeito». *Artepensamento*. <https://tinyurl.com/mryaa7bs>.

- Escalera, Alejandro, Alejandro Palafox y Manuel Ángeles. 2018. «La producción del espacio turístico en la era del Capitaloceno». *Biblio3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales* 23 (1): 1-22. <https://tinyurl.com/469nhdum>.
- Escobar, Arturo. 2014. *La invención del desarrollo*. Popayán, CO: Universidad del Cauca.
- Espín, Dayana, Katherine Flores y Mariela Pinos. 2018. «Diagnóstico turístico de la parroquia Palacio Real, provincia de Chimborazo, Ecuador». *Universidad y Sociedad* 10 (1). <https://tinyurl.com/mrxpb7cd>.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE). 2002. *Estatuto de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador*. Quito: FEPTCE.
- Fernández Rozas, José Carlos. 2010. «Regulación versus desregulación internacional de los mercados financieros tras la crisis de 2008». *Agenda Internacional* 17 (28): 197-216. <https://tinyurl.com/munwvb3n>.
- Fernández Savater, Amador. 2014. «Laval y Dardot: “El neoliberalismo es una forma de vida, no solo una ideología o una política económica”». *ElDiario.es*. 10 de octubre. <https://tinyurl.com/cpymxrrb>.
- Fletcher, Robert. 2019. «Neoliberalismo y turismo». En *Turistificación global: Perspectivas críticas en turismo*, editado por Ernest Cañada e Ivan Murray, 37-52. Barcelona: Icaria.
- Flightradar24. 2020. «Flightradar24 rastreó más de 68 millones de vuelos en el 2019». *Aviación al Día*. 5 de enero. <https://tinyurl.com/bdhx4whs>.
- Florit, Paula, y Maximiano Piedracueva. 2014. «Turismo ¿para qué? Dependencia y desarrollo turístico, del modelo nacional al caso de Colonia». En *El turismo bajo la lupa académica*, compilado por Alfredo Falero y Rossana Campodónico. <https://doi.org/10.13140/2.1.2743.5844>.
- Forbes. 2021. «Forbes Billionaires 2021: The Richest People in the World». *Forbes*. <https://tinyurl.com/y3zp8fhh>.
- Foucault, Michel. 1988. «El sujeto y el poder». *Revista Mexicana de Sociología* 50 (3): 3-20. <https://tinyurl.com/2dassw4f>.
- GAD de la Parroquia Calpi. 2015. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia de Santiago de Calpi 2015-2025*. Riobamba, EC: GAD de la Parroquia Calpi.
- Galárraga, Auxkin, Álvaro Luna y Sandra González. 2013. «Cultura y creatividad en la nueva economía urbana: Evidencias, discursos y críticas». *Revista de Dirección y Administración de Empresas* 20: 33-55.

- García, María. 2016. «Cruceros: Colosos del turismo masivo de alta contaminación». *Ecología Política* 52: 98-102. <https://tinyurl.com/3mkc39an>.
- Gomes, Christianne, y Rodrigo Elizalde. 2009. «Trabajo, tiempo libre y ocio en la contemporaneidad: Contradicciones y desafíos». *Polis* 22. <https://tinyurl.com/ynt6wbup>.
- Gómez, María Eugenia. 2016. «El trabajo invisible que sostiene la vida: Cómo han sido abordados los cuidados por las feministas en Nicaragua». En *Mujeres que sostienen la vida: Retos para los feminismos desde la realidad nicaragüense*, editado por Tania Montenegro, 9-22. Matagalpa, NI: Grupo Venancia.
- Gudynas, Eduardo. 2011. «Debates sobre el desarrollo y sus alternativas en América Latina: Una breve guía heterodoxa». En *Más allá del desarrollo*, editado por Miriam Lang y Dunia Mokrani, 21-53. Quito: Fundación Rosa Luxemburgo / Abya-Yala.
- Guerrero, Patricio. 2002. *La cultura: Estrategias conceptuales para comprender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito: Abya-Yala.
- Gurran, Nicole, y Pranita Shrestha. 2021. «Airbnb, Platform Capitalism and the Globalised Home». *Critical Housing Analysis* 8 (1): 107-18. <https://doi.org/10.13060/23362839.2021.8.1.527>.
- Gutiérrez, Raquel, Mina Navarro y Lucía Linsalata. 2016. «Repensar lo político, pensar lo común». En *Modalidades alternativas*, coordinado por Daniel Inclán, Lucía Linsalata y Mátgara Millán, 377-417. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México. <https://tinyurl.com/mayu568z>.
- Gutiérrez, Aguilar, y Huáscar Salazar. 2015. «Reproducción comunitaria de la vida: Pensando la transformación social en el presente». *El Apantle. Revista de Estudios Comunitarios* 1: 15-50. <https://tinyurl.com/2nttd6z4>.
- Guzmán, Celia, Martha Garduño y Lilia Zizumbo. 2019. «Reflexión crítica sobre el consumo turístico». *Estudios y Perspectivas en Turismo* 18 (6): 691-706. <https://tinyurl.com/53yb6z5v>.
- Hacienda Cusín. 2021. «Actividades, mercado artesanal Otavalo». *Hacienda Cusín*. <https://tinyurl.com/42spa7n4>.
- Han, Carol. 2015. «Are Selfies Influencing Where We Choose to Go on Vacation?». *HuffPost*. 5 de junio. <https://tinyurl.com/427cuwn4>.
- Harvey, David. 2015. *Breve historia del neoliberalismo*. Traducido por Ana Varela. Madrid: Akal.
- Heidegger, Martin. 1951. *Ser y tiempo*. Traducido por José Gaos y Jorge Rivera. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

- Hidalgo, Moisés. 2018. «El turismo como factor de desarrollo en el capitalismo del siglo XXI: Impactos sociales y ambientales». *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa* 28: 57-76. <https://tinyurl.com/37ad3z9x>.
- Hoteles Decameron Ecuador. 2012. «Fideicomiso Mercantil de Titularización Decameron Ecuador». 14 de junio. <https://tinyurl.com/5admrpvn>.
- Jiménez, Diego. 2016. «Pierrick Van Dorpe habla sobre la hacienda Pugru, en Palacio Real, Riobamba». Video de YouTube. <https://tinyurl.com/3dkuacv4>.
- Judd, Dennis. 2003. «El turismo urbano y la geografía de la ciudad». *EURE* 29 (87): 51-62. <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612003008700004>.
- Kanti, Dibya. 2020. «Environmental Impact of Aviation Industry». *Environmental Science and Engineering Report, IIST*. <https://tinyurl.com/4r7x9jyu>.
- Lang, Miriam. 2016. «Alternativas al desarrollo». En *Siembras del Buen Vivir: Entre utopías y dilemas posibles*, compilado por María Cianci, 9-28. Quito: Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica.
- Laval, Christian, y Pierre Dardot. 2013. *La nueva razón del mundo: Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa.
- Lazcano, Idurre, y Aurora Madariaga. 2016. «El valor del ocio en la sociedad actual». En *La marcha nocturna: ¿Un rito exclusivamente español?*, 15-33. Bilbao: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.
- Lefebvre, Henri. 1974. «La producción del espacio». *Papers. Revista de Sociología* 3: 219-29. <https://tinyurl.com/mnstpfva>.
- . 2013. *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing.
- Liceaga, Gabriel. 2013. «El concepto de comunidad en las ciencias sociales latinoamericanas: Apuntes para su comprensión». *Cuadernos Americanos* 145: 57-85. <https://tinyurl.com/4vbwm27c>.
- Llerena, Laura. «Conocimiento y cuidado de nuestro entorno a través de un viaje». *Excelsior*. 17 de julio. <https://tinyurl.com/c4wbpjcn>
- Loor, Lucía. 2019. «Otro turismo es posible: La economía social y solidaria. Turismo comunitario en Agua Blanca». Ponencia presentada en el II Congreso Virtual Internacional sobre Economía Social y Desarrollo Local Sostenible, febrero. <https://tinyurl.com/yvmcbhek>.
- Loor, Lucía, Alonso Alodia, y Magela Pérez. 2018. «La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional?». *Revista ECA Sinergia* 9 (1): 97-108. <https://tinyurl.com/2hyummem>.
- López, Ángeles, y Gustavo Marín. 2010. «Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: Una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización

- del espacio y la cultura». *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad* 31 (123): 219-58. <https://tinyurl.com/ae6uwrk4>.
- Macas, Luis. 2001. «Instituciones indígenas: La comuna como eje histórico». En *Yuyarinakuy: «Digamos lo que somos, antes que otros nos den diciendo lo que no somos»: Una minga de ideas*, editado por Pablo Dávalos, 92-3. Quito: Abya-Yala.
- MacCannell, Dean. 2002. «The Ego Factor in Tourism». *Journal of Consumer Research* 29 (1): 146-51. <https://doi.org/10.1086/339927>.
- Machado, Horacio. 2010. «La “Naturaleza” como objeto colonial: Una mirada desde la condición eco-bio-política del colonialismo contemporáneo». *Boletín Onteaiken* 10: 35-47. <https://tinyurl.com/ycmv2teb>.
- Marín, Alma, Lilia Villarreal, Alejandro Palafox y Elva Vargas. 2020. «Conflictos ambientales del turismo: El caso del ejido José María Pino Suárez, Tulum, Quintana Roo». *Península* 15 (1): 105-24. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-57662020000100105&script=sci_abstract.
- Marriott Internacional. 2024. «Somos Marriott Internacional». *Marriott International*. Accedido el 30 de julio. <https://tinyurl.com/k42rb6se>.
- Martínez, Jaime. 2003. *Comunalidad y desarrollo*. Ciudad de México: Conaculta.
- Marx, Karl. 2008. *El capital*. Madrid: Siglo XXI.
- Meadows, Donella, Dennis Meadows, Jorgen Randers y William Behrens. 1972. *The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. Nueva York: Universe Books.
- Meana, Rocío. 2016. «Extralimitación, decrecimiento y turismo: La necesidad de un cambio de modelo». *Ecología Política* 52: 8-11. <https://tinyurl.com/4jvnp8sa>.
- Mendoza, Martha, y Rafael Hernández. 2019. «Turismo comunitario pro pobre y su definición de pobreza». *Dimensiones Turísticas* 3 (4): 26-42. <https://tinyurl.com/46avvr3k>.
- Molinillo, Sebastián. 2014. «El futuro de la intermediación en el sector turístico». *Revista de Análisis Turístico* 17 (1): 13-25. <https://tinyurl.com/zvwyvxnc>.
- Moulian, Tomás. 1997. *El consumo me consume*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Moya, Ruth, y Alba Moya. 2004. *Derivas de la interculturalidad: Procesos y desafíos en América Latina*. Quito: Centro Andino para la Formación de Líderes Sociales / Fundación Acción y Desarrollo.
- Mullis, Brian. 2017. «La paradoja creciente: ¿El turismo puede ser sostenible?». *Foro Económico Mundial*. 21 de agosto. <https://tinyurl.com/59yupcy7>.

- Munar, Ana María, y Jens Jacobsen. 2014. «Motivations for Sharing Tourism Experiences through Social Media». *Tourism Management* 43: 46-54. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.012>.
- Noboa, Patricio. 2011. «Lucha de sentidos en torno a la naturaleza y la cultura: Representaciones desde el turismo comunitario». Tesis doctoral, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <https://tinyurl.com/bdhds9v>.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). 2005. «Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario». Documento de trabajo n.º 73. <https://tinyurl.com/c9kr5ys5>.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). 2018. «Turismo, comercio y la OMC: Comunicado conjunto de la OMT, la OMC, el ITC y el WTTC». *ONU Turismo*. 8 de octubre. <https://tinyurl.com/2ku6xhkt>.
- . 2020. «World Tourism Barometer». *UN Tourism*. <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>.
- . 2021. *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo*. Madrid: OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.
- Orgaz, Francisco. 2013. «La cooperación al desarrollo a través del turismo en países subdesarrollados». *Global Education Magazine* 5. <https://tinyurl.com/4389w54d>.
- Oxfam International. 2021. «Combatir la desigualdad de las emisiones de carbono». *Oxfam International*. 21 de septiembre. <https://tinyurl.com/3xa6bwra>.
- Palafox, Alejandro. 2013. «El turismo como eje de acumulación». *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. https://doi.org/10.5209/rev_NOMA.2013.42347.
- . 2016. «Turismo e imperialismo ecológico: El capital y su dinámica de expansión. Prefacio para su análisis». *Ecología Política* 52: 18-25. <https://tinyurl.com/y6cnpdmu>.
- Palafox, Alejandro, y Adrián Vilchis. 2019. «El lado oscuro del turismo de cruceros en Cozumel». *Études Caribéennes* 43-44. <https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/16562>.
- Palafox, Alejandro, Lilia Zizumbo, Emilio Arriaga y Neptalí Monterroso. 2010. «Introducción al estudio del turismo a través del materialismo cultural». *Polis. Revista Latinoamericana* 9 (25): 461-8. <https://tinyurl.com/ychztcbr>.
- Pantojas, Emilio. 2006. «De la plantación al resort: El Caribe en la era de la globalización». *Revista de Ciencias Sociales* 15: 82-99. <https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/16562>

- Peñaloza, Nadia, Lilia Zizumbo y Teresa Torregrosa. 2017. «Agua y turismo como instrumentos de acumulación de capital, el caso de Benidorm, España». *Teoría y Praxis* 21: 31-53. <https://tinyurl.com/3z36bwna>.
- Picornell, Climent. 2015. «Los impactos del turismo». *Papers de Turisme* 11: 65-91. <https://tinyurl.com/mrym8pb4>.
- Pronobis. 2024. «Karibao». *Pronobis*. Accedido el 2 de septiembre. <https://tinyurl.com/46dd9nsf>.
- Quintero, José. 2004. «Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible». *Anales del Museo de América* 12: 263-74. <https://tinyurl.com/526zmp9>.
- Rodríguez, Susana. 2013. «Consumismo y sociedad: Una visión crítica del “homo consumens”». *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas* 34 (2): 189-210. <https://tinyurl.com/53de38sa>.
- Roux, Fanny. 2013. *Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios*. Quito: FEPTCE.
- Ruiz, Esteban, Macarena Ramírez, Agustín Pérez, Pedro Cantero y Alberto Campo. 2008. «Turismo comunitario en Ecuador: Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad». *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 6 (3): 399-418. <https://tinyurl.com/2kufjxpu>.
- Sánchez Parga, José. 2007. *El movimiento indígena ecuatoriano: La larga ruta de la comunidad al partido. Estudios y análisis*. Quito: Centro Andino de Acción Popular.
- Santafé, Verónica. 2012. *Turismo comunitario e interculturalidad, una mirada crítica desde la experiencia tsáchila*. Quito: FLACSO Ecuador.
- Selina. 2024. «Nuestros asombrosos destinos: Una red de opciones de hospedaje de clase mundial». *Selina*. Accedido el 30 de julio. <https://tinyurl.com/2vhnssdu>.
- Srnicek, Nick, y Laurent De Sutter. 2016. *Platform Capitalism: Theory Redux*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Travé, Raúl. 2019. «El turismo comunitario: Un acercamiento a la realidad de Colombia y Perú». *The Ostelea School of Tourism & Hospitality*. <https://tinyurl.com/5xj4ejsd>.
- Tzul Tzul, Gladys. 2016. *Sistemas de gobierno comunal indígena: Mujeres y tramas de parentesco en Chuimeq'ena'*. Guatemala: Sociedad Comunitaria de Estudios Estratégicos / Tz'i'kin, Centro de Investigación y Pluralismo Jurídico / Maya' Wuj Editorial.

- Valcárcel, Marcel. 2006. «Génesis y evolución del concepto y enfoques sobre el desarrollo». Documento de investigación. Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://tinyurl.com/munhttdv>.
- Walsh, Catherine. 2009. «Interculturalidad crítica y educación intercultural». En *Construyendo interculturalidad crítica*, editado por Jorge Viaña, Luis Tapia y Catherine Walsh, 75-96. La Paz: Instituto Internacional de Integración del Convenio Andrés Bello.
- Wark, McKenzie. 2004. *A hacker manifesto*. Cambridge, US: Harvard University Press.
- Zibechi, Raúl. 2019. «Los trabajos colectivos como bienes comunes material-simbólicos». En *Producir lo común: Entramados comunitarios y luchas por la vida*, editado por El Apantle, 59-78. Madrid: Traficantes de Sueños.

ÚLTIMOS TÍTULOS DE LA SERIE MAGÍSTER

-
- 376 Alejandro Rodas O., *Beneficios de la acupuntura y acupuntura en la fase de cese del Tianguí*
-
- 377 Janneth Rangles, *Alteraciones de la energía del Espíritu-Shen: Estrés académico y proceso socioeconómico*
-
- 378 Jeanneth Albuja Echeverría, *Derechos humanos, mujeres y gestión de política pública local*
-
- 379 Vinicio Benalcázar, *Trazos en la mirada: El grafiti en la movilización popular de octubre de 2019*
-
- 380 Camilo Pinos Jaén, *Deconstrucción del habeas corpus en Ecuador: Análisis de su eficacia*
-
- 381 Daliseth Rojas-Rendón, *Emigración venezolana ante la crisis humanitaria, política y social*
-
- 382 Daniel Pabón, *Estudio histórico y espacial del uso del suelo en la microcuenca del río Tabacay*
-
- 383 Alexandra Guerrón Montero, *Masculinidades y violencia de género*
-
- 384 Vanessa Bósquez Salas, *Envejecer con derechos: La participación social de los adultos mayores*
-
- 385 Hugo Navarro Villacís, *La selección y revisión de sentencias en Ecuador desde el derecho comparado*
-
- 386 Santiago Tarapués, *El COVID-19 en adultos mayores en Ecuador: Enfoque securitista y neohigienista*
-
- 387 Florencia Sobrero, *Femingas, una herramienta (de)construcción feminista: Tres experiencias en Quito*
-
- 388 Edwin Herrera Avellaneda, *«Aquí no somos así», primera generación de trabajadores floristas colombianos*
-
- 389 Alexandra Ledezma, *Formación en litigio estructural en Ecuador: Avances y desafíos*
-
- 390 Lina Noboa, *Turismo neoliberal globalizado: ¿Existen otras alternativas desde lo comunitario?*
-

El turismo se ha configurado discursivamente como una actividad que impulsa el desarrollo de las localidades, generando fuentes de empleo, y como una alternativa frente al extractivismo en los territorios. A pesar de esta premisa, el turismo tiende a reproducir el modelo de producción capitalista globalizada y sus dinámicas de acumulación. El objetivo de este trabajo es identificar los retos del turismo comunitario para establecerse como una alternativa local en Ecuador, frente al modelo turístico neoliberal. Se concluye que el turismo comunitario, con sus tensiones y contradicciones, posee elementos que pueden hacer frente a las lógicas de acumulación capitalista y abre paso a la reflexión acerca del modelo de desarrollo turístico al que estamos apostando como una herramienta de resistencia frente a otras actividades extractivas en los territorios.

Lina Noboa (Riobamba, 1993) es ingeniera en Ecoturismo (2019) por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo; y magíster en Ecología Política y Alternativas al Desarrollo (2022) por la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Es parte del Pacto Ecosocial e Intercultural el Sur, investigadora, ecologista y apoya procesos colectivos relacionados con la agroecología, la organización social y las transiciones justas.

