

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Ambiente y Sustentabilidad

Maestría de Investigación en Ecología Política y Alternativas al Desarrollo

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

Lina Adriana Noboa Abdo

Tutor: Fernando José Larrea Maldonado

Quito, 2022



Cláusula de cesión de derecho de publicación

Yo, Lina Adriana Noboa Abdo, autora de la tesis intitulada “Retos del Turismo Comunitario como una alternativa local frente al modelo de turismo neoliberal globalizado”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de magister en Ecología Política y Alternativas al Desarrollo en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

05 de Julio del 2022

Firma: _____

Resumen

La presente investigación indaga sobre los retos que debe afrontar el turismo comunitario como una alternativa al desarrollo. Para ello se presenta una caracterización del turismo neoliberal globalizado que da cuentas de un modelo turístico basado en las subjetividades neoliberales que dotan de sentido a la vida a través del consumo. Además, se presentan elementos que permiten acercarnos a la comprensión de las dinámicas del turismo neoliberal globalizado de manera general y en el caso de Ecuador.

Posteriormente se presenta un acercamiento teórico a la comunidad como forma de reproducir la vida social, así como el proceso mediante el cual se ha posicionado el turismo comunitario en Ecuador.

A través del estudio de caso del centro de turismo comunitario Sumak Kawsay en la comunidad Palacio Real, se analizan los impactos ambientales, políticos, en la reproducción material, en las relaciones interculturales y de género, en la reproducción simbólica y de la comunidad que se ha dado por el desarrollo de la actividad turística en el espacio comunitario.

Finalmente se presentan los principales elementos de crítica del desarrollo, así como el planteamiento de las alternativas al desarrollo. Y, a través de los resultados del estudio de caso, se abren reflexiones sobre los desafíos que afronta el centro de turismo Sumak Kawsay para constituirse como una alternativa local frente al turismo neoliberal globalizado.

Palabras clave: Turismo neoliberal globalizado, producción del espacio, alternativas al desarrollo, comunidad, turismo comunitario

Con amor infinito a mi Nona, que, a pesar de que emprendió su viaje a las estrellas,
sigue guiando mi camino con dulzura.

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad Andina Simón Bolívar por su compromiso en una educación que apela a la construcción de una sociedad más justa.

A los docentes de la maestría por su sabiduría y generosidad, por despertar mi conciencia y al mismo tiempo mi esperanza.

A mis compañeros de clase que fueron otros maestros, por traer sus realidades, experiencias y sentipensares para nutrir aún más nuestro espacio de conocimiento, traspasando las barreras de una relación detrás de la pantalla.

A mi tutor de tesis Fernando, por acompañarme y guiarme con su sabiduría y experiencia, por invitarme a abrir puertas reflexivas y filosóficas y por motivarme con sus comentarios y sugerencias.

A Melissa y Jorge por leerme y ser una guía en el proceso de ordenar mis ideas

A la comunidad Palacio Real, especialmente a Jorge Acalo por su apoyo en la logística del trabajo de campo

Al grupo de mujeres de turismo por recibirme y compartir generosamente sus experiencias conmigo

A mi familia y compañero de vida por alentarme a conocer e interpretar un poquito más del mundo

Tabla de contenidos

Introducción.....	13
Capítulo primero Elementos conceptuales para la comprensión del turismo y el turismo comunitario en las sociedades capitalistas contemporáneas.....	19
1. Producción del espacio como mercancía en la actividad turística.....	19
2. El tiempo de ocio en manos del capital	21
3. De la noción de desarrollo a la extralimitación	24
4. Sentido comunitario y reproducción de la comunidad	27
Capítulo segundo Turismo neoliberal globalizado: una mirada global y local	29
1. Neoliberalismo: la forma de nuestra existencia.....	29
2. Viajar más para ser más.....	32
3. El negocio detrás del ocio: dinámicas del turismo neoliberal globalizado.....	37
4. Dinámicas del turismo neoliberal globalizado en Ecuador	51
Capítulo tercero Turismo comunitario: dinámicas en el espacio, estudio de caso Palacio Real.....	61
1. Comunidad: más allá del conjunto de individuos.....	61
2. Turismo comunitario: un viaje teórico por un concepto en construcción	64
3. Comunidad Palacio Real, la vida en las faldas del Chimborazo	69
4. Centro de turismo comunitario Sumak Kawsay	70
5. Impactos de la actividad turística en el espacio comunitario	72
Capítulo cuarto Turismo comunitario: ¿de alternativa de desarrollo a alternativa al desarrollo?	87
1. El invento del desarrollo y la urgencia de alternativas al desarrollo	87
2. Perspectivas y subjetividades de <i>desarrollo</i> desde la comunidad	91
3. Expectativas colectivas: turismo y reproducción de la comunidad	92
4. Reflexiones finales: retos y caminos a seguir hacia la construcción del turismo comunitario como alternativa al desarrollo	95
Conclusiones.....	101
Obras citadas.....	103
Anexos.....	110

Introducción

El turismo se encuentra en permanente crecimiento; sin embargo, a pesar de ser considerado una actividad que impulsa el *desarrollo* de las localidades, generando fuentes de empleo, y que podría ser una alternativa frente al extractivismo en los territorios, éste 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, propiciando dependencias y desigualdad en la distribución de beneficios económicos, al mismo tiempo que genera externalidades negativas sobre los ecosistemas y las poblaciones locales. Por lo tanto, se considera importante para la planificación de proyectos turísticos y para la toma de decisiones políticas en Ecuador, analizar el modo en que la actividad turística se está llevando a cabo y los impactos que éste genera en los destinos de visita, así como las alternativas que están emergiendo como respuesta.

Una de las alternativas que surge paralelamente a estas dinámicas neoliberales globalizadas del turismo, es el Turismo Comunitario que pretende que las comunidades que tradicionalmente habían sido objetos antes que sujetos del desarrollo de la actividad turística, pasen a ser protagonistas. Eso significa apostar por un modelo económico en el que la distribución de los beneficios percibidos es colectiva y el modo de desarrollo de la actividad turística es enriquecida por los procesos de participación y gestión que garantiza el control efectivo del grupo sobre el turismo, generando empoderamiento colectivo sobre el espacio y reforzando el sentido de lo comunitario.

La comunidad puede entenderse desde una perspectiva tanto simbólica de identificación colectiva, como una trama organizativa relacional, dada a través de acuerdos económicos, políticos, sociales y rituales que permiten su producción y reproducción (Chiriboga 1985, 32). En la Constitución de la República del Ecuador, el Estado reconoce los derechos de las comunidades y procura garantizar la propiedad de las tierras comunitarias a través de la ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales. En este sentido es importante recalcar que las relaciones comunitarias no se pueden reducir a una denominación jurídico-administrativa (Ruiz et al. 2008, 402) o como formas socioculturales, ya que históricamente responden a la demanda de ser reconocidas como un actor político del Estado, correspondiente a una forma de organización política territorial.

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 la vida cotidiana y contrataban a miembros de la comunidad para servirles a cambio de míseros pagos (FEPTCE 2005 en Cabanilla y Garrido 2018, 63). En el año 2002 se reconoce al turismo comunitario dentro de la ley de turismo y se reconoce como interlocutor a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE). 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, en base al trabajo colectivo. (Ruiz et al. 2008, 404).

Si bien existen casos exitosos de turismo comunitario, que basan su éxito en los procesos de participación, gestión y repartos de beneficios de modo colectivo; es importante reconocer que la actividad turística comunitaria no está libre de tensiones y puede generar desequilibrio en la cotidianidad de las comunidades. Son varios los factores que pueden influir para que las experiencias de turismo comunitario no se lleven a cabo de manera exitosa, tal como 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 fuera de las lógicas territoriales; dependencia de patrocinios de agentes externos; inexistentes planes de manejo de recursos turísticos y de desechos, así como una escasa presencia de servicios básicos (Cabanilla y Garrido 2018, 291–93). También existe el riesgo de generar degradación de las actividades tradicionales por una “desviación de la fuerza de trabajo disponible hacia la nueva actividad” y dificultades en la gestión del turismo dada por una escasa formación en el área (Vargas et al. 2018, 84).

Si bien existe un vasto trabajo de investigación sobre el turismo comunitario en Ecuador, pasando por temas teóricos y estudios de caso relacionados con sus dinámicas ambientales, sociales, administrativas, económicas, políticas y culturales. El presente trabajo de investigación es pertinente ya que está enfocado en llenar un vacío bibliográfico que nos permita comprender el turismo comunitario en un contexto neoliberal, con sus tensiones y contradicciones, así como enriquecer el diálogo sobre aquellos elementos de la comunidad que pueden hacer frente a las lógicas de acumulación del capital en el ámbito turístico. De este modo el presente trabajo de investigación se plantea indagar respecto a los impactos del turismo dentro de las estructuras y

subjetividades de las comunidades y la continua producción del espacio, así como los horizontes que se han trazado y los desafíos que han tenido que afrontar en el camino. Además, se propone un estudio orientado desde el sentipensar de las y los comuneros y su relación con la actividad turística, así como la percepción de transformaciones a partir de la inclusión del turismo en la comunidad.

En este sentido, esta investigación pretende responder a la interrogante, ¿Cuáles son los retos e impactos del turismo comunitario como una alternativa local en Ecuador, frente al modelo turístico neoliberal globalizado?

Se planteó llevar a cabo el análisis de las dinámicas del turismo comunitario en Ecuador a través de un estudio de caso, que tuvo lugar en el Centro de Turismo Comunitario Palacio Real. El emprendimiento se encuentra ubicado en la parroquia Calpi, cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo a una altitud de 3.235 m.s.n.m. La comunidad es de origen étnico Kichwa de la sierra centro y son parte del pueblo Puruwa, dedicados principalmente a actividades del sector agrícola, ganadero, artesanal, construcción y el turismo. El CTC centro de turismo Comunitario, tuvo su origen en el año 2006, promovido por el Padre Pierric Van Dorpe de origen francés, quien en su momento asumía el rol de párroco de la iglesia católica de Calpi. En el CTC Palacio Real, la comunidad crea una experiencia para los visitantes a partir de la relación con los camélidos andinos. Durante su visita los turistas pueden degustar platos tradicionales preparados a partir de carne de llama en el *restaurante comunitario Sumak Kawsay*, se puede visitar el *museo interactivo de la llama* y recorrer dos senderos acompañados de un guía y las llamas que las familias crían para dicha actividad, finalmente los turistas pueden hospedarse en casas de las familias de la comunidad (Murillo 2020, 17). Su ubicación es estratégica por su cercanía al nevado Chimborazo que es el mayor hito turístico de la Provincia. El caso de estudio permitió hacer un acercamiento a las implicaciones de actividad turística en el espacio, dado que esta experiencia lleva quince años abre la posibilidad de analizar los impactos a lo largo del tiempo, pero también como han mutado las expectativas respecto a actividad turística, de qué modo la comunidad se proyecta a largo plazo y los retos que ello implica, además de adentrarnos a las dinámicas en las cuales se ha insertado el entramado social a nivel comunitario y familiar en las lógicas del desarrollo local a través del turismo.

En base a lo antes descrito, se plantea como objetivos de la investigación:

Objetivo general

Identificar cuáles son los retos e impactos del turismo comunitario como una alternativa local en Ecuador, frente al modelo turístico neoliberal globalizado

Objetivos específicos

1. Caracterizar el modelo de turismo neoliberal globalizado en Ecuador con énfasis en sus relaciones económicas, las relaciones en los territorios, los impactos ambientales, políticos y culturales.
2. Especificar los impactos ambientales, políticos, en la reproducción material, en las relaciones interculturales y de género, en la reproducción simbólica y de la comunidad que se da por el desarrollo de la actividad turística en el espacio comunitario.
3. Identificar los retos que afronta el turismo comunitario en Ecuador para constituirse como una alternativa local, frente al modelo neoliberal globalizado.

Metodología de la investigación

En el presente trabajo de investigación se planteó como objetivo general: *identificar cuáles son los retos e impactos del turismo comunitario como una alternativa local en Ecuador, frente al modelo turístico neoliberal globalizado.*

La metodología empleada en el proceso investigativo fue de carácter cualitativa y se llevó a cabo en dos momentos. Inicialmente, para dar cumplimiento al primer objetivo: *caracterizar el modelo de turismo neoliberal globalizado en Ecuador con énfasis en sus relaciones económicas, las relaciones en los territorios, los impactos ambientales, políticos y culturales;* se llevó a cabo una revisión bibliográfica, que fue determinada principalmente a partir de los enfoques de la ecología política, dando como resultado el capítulo primero, que brinda elementos conceptuales para acercarnos a la comprensión del turismo comunitario en un contexto capitalista; y el capítulo segundo que presenta las características generales e impactos que ha generado el turismo neoliberal globalizado, así como una aproximación a sus dinámicas en Ecuador.

La revista de Ecología Política, que dedica la edición N° 52 a la investigación de la ecología política del turismo, cumplió un rol clave en el proceso de revisión bibliográfica del presente trabajo, determinándose como el primer acercamiento a los estudios teóricos y estudios de caso, desde éste enfoque crítico del turismo y abriendo a su vez un amplio abanico de bibliografía referencial.

En un segundo momento, la investigación se llevó a cabo a través de una metodología mixta que combina y contrasta los resultados de un proceso de revisión bibliográfica y un estudio de caso, llevado a cabo en el Centro de Turismo Comunitario Sumak Kawsay en la comunidad Palacio Real, provincia de Chimborazo. El estudio de caso se trabajó mediante dos métodos: entrevistas interpretativas semi-estructuradas y un taller participativo.

Las entrevistas interpretativas se trabajaron con un grupo focal, en donde participaron nueve mujeres del grupo de turismo comunitario y un delegado de la asamblea. El diseño de las herramientas metodológicas¹ se enfocó en el cumplimiento del segundo objetivo: *especificar los impactos ambientales, políticos, en la reproducción material, en las relaciones interculturales y de género, en la reproducción simbólica y de la comunidad que se da por el desarrollo de la actividad turística en el espacio comunitario*. Sus resultados se exponen en el capítulo tercero, que inicialmente presenta una aproximación teórica de comunidad y turismo comunitario y posteriormente relata la experiencia y los impactos que perciben las mujeres del grupo de turismo a partir de la operación del emprendimiento turístico Sumak Kawsay en la comunidad Palacio Real. Las entrevistas se realizaron de manera grupal, de tal manera que fue posible sumar experiencias y percepciones heterogéneas que permiten obtener una mirada más general de las implicaciones del turismo en el espacio comunitario.

Finalmente se llevó a cabo un taller participativo en donde interactuaron doce comuneros hombres y mujeres convocados en asamblea comunitaria, de los cuales cinco pertenecen al grupo de turismo. El aforo para el espacio de participación fue limitado, dadas las medidas de bioseguridad ante la covid-19. Durante la jornada de trabajo se indagó sobre las perspectivas y subjetividades de *desarrollo* desde la comunidad. Este ejercicio se llevó a cabo por medio de un trabajo de visualización y lluvia de ideas, permitiendo obtener una mirada amplia respecto a las palabras e imágenes que se generan en el colectivo, referente a lo que se concibe como desarrollo.

Como segunda actividad del taller participativo, se generó un espacio de trabajo en grupos, con el fin de conocer las expectativas que se tiene del turismo y la reproducción de la comunidad y por otro lado una mirada hacia las relaciones internas y externas de la comunidad. Los resultados de los trabajos grupales fueron expuestos en plenaria, de manera que fue posible nutrir y discutir sus resultados de manera ampliada.

¹ Ver anexo 1

Como último punto del taller participativo, se abrió un espacio de reflexión para definir cuál es el camino se proyecta seguir la comunidad, con una mirada a la construcción de presente y futuro.

El análisis de los resultados de dichas actividades, permitió el cumplimiento del tercer objetivo: *identificar los retos que afronta el turismo comunitario en Ecuador para constituirse como una alternativa local, frente al modelo neoliberal globalizado*, y sus resultados se presentan en el capítulo cuarto.

Para el desarrollo del taller participativo se prepararon preguntas² que sirvieron de guía para el diálogo y discusión grupal y en plenaria. Además, cabe recalcar que en el diseño de la metodología se planteó dialogar con la comunidad a partir de sus *Sentipensares*. Con ello nos referimos al esfuerzo de percibir, indagar e interpretar más allá de las ideas, prestando atención a las emociones que generan las dinámicas sociales en las personas y colectividades. Galeano interpreta el sentipensar como el sentir y pensar a la vez, es decir “sin divorciar la cabeza del cuerpo, ni la razón de la emoción”³, en este sentido, Cándida y De la Torre (2002, 42) afirman que:

En el acto de conocer la realidad, los pensamientos y acciones están entrelazados con las emociones y los sentimientos, con los deseos y afectos, generando una dinámica procesal que expresa la totalidad humana. Una totalidad que se revela en las acciones y en las múltiples conversaciones que el individuo establece consigo mismo, con los otros, con la cultura y el contexto.

La metodología que se aplicó para propiciar un diálogo con la comunidad, desde los sentipensares, se basó en la experiencia personal en el taller de expresión corporal junto a Aposta Danza, un espacio creado por mujeres ecuatorianas que, a través de la respiración y el movimiento invitan a explorar el cuerpo como contenedor de memorias, información y sensibilidades. En este sentido, la planificación del taller participativo contempló un espacio al inicio de la jornada, para llevar a cabo ejercicios guiados de respiración, estiramiento y movimiento corporal al aire libre.

El trabajo de campo fue fundamental para nutrir el contenido de la presente investigación, ya que permitió contrastar la información obtenida a través de la revisión de otras fuentes, así como para el análisis de la experiencia del turismo desde el espacio comunitario y sus dinámicas con una mirada desde dentro y hacia afuera de la comunidad. En siguientes capítulos se muestran los resultados obtenidos en la presente investigación.

² Ver anexo 2

³ Entrevista a Eduardo Galeano en el programa de televisión argentina “Bajada de línea”, en el año 2012. Disponible en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=wUGVz8wATIs>.

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, propuestos desde una perspectiva crítica, que tiene como objetivo aproximarnos a la comprensión del enfoque desde el cual se analizan los capítulos que se presentan a continuación de este apartado. El marco teórico abarca un acercamiento a: la producción del espacio como mercancía desde la perspectiva de la actividad turística; la relación entre el Tiempo-Ocio-Capital; la noción de desarrollo desde una perspectiva occidental y la extralimitación como evidencia de la necesidad de la búsqueda de modos alternativos al desarrollo; y, finalmente, la comunidad entendida desde la producción de lo común.

1. 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 mercancías; el factor que marca la diferencia es que el consumidor no recibe un producto en su espacio de residencia, por el contrario, debe desplazarse a un espacio específico para el consumo de dicho producto, que en este caso se consolida a través del 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*.

Desde la geografía crítica, Escalera et al., (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. Además de los componentes físicos y sociales, Lefebvre (2013, 47) propone el espacio mental como un tercer ámbito que constituye la producción del espacio. De este modo la naturaleza, las interacciones humanas, las lógicas y las abstracciones formales pasan a ser parte de una teoría unitaria, si cada sociedad produce un espacio en cada momento histórico, entonces éste viene a ser un proceso eternamente inacabado (Baringo 2013, 113).

En este sentido Harvey citado en (López y Marín 2010), plantea que la producción del espacio “puede observarse como un proceso multidimensional donde convergen las condicionantes estructurales de la economía política, lo mismo que la experiencia histórica concreta del lugar”, es decir que se puede asociar analíticamente el espacio, el capital y las experiencias históricas así como los rasgos socioculturales. Desde la perspectiva del turismo, López y Marín (2010) plantean 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) plantea que el capitalismo se ha favorecido también de los espacios que quedaban vacantes, como las montañas y las playas, ya que a través de la industria del ocio han sido introducidos 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 de ocio implica que la cotidianidad se transforme en no-cotidianidad ya que involucra espacios fingidos, actos y fiestas simuladas, por tanto un espacio semi-real (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 neo-capitalismo, la extensión de la hegemonía burguesa al conjunto del espacio” (Lefebvre 2013, 415).

El afán de convertir todos los aspectos de la vida en mercancía también tiene 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 lo define (Zukin 1993 citado en Ezponda 2013,46). El turismo vende *lugares y experiencias*, por tanto, precisa de la identidad y la cotidianidad, es decir de aquellos elementos materiales e inmateriales que constituyen la cultura, para introducirlos como mercancía en los viajes. La industria turística requiere de la apropiación de los sentidos culturales, los adapta e inventa 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).

Al referirnos a espacio se puede dar una suerte de confusión con el término territorio, por lo que se considera pertinente esclarecer a qué nos referimos al aplicar el

término territorio en el presente trabajo de investigación. Arzeno (2018, 6) expone que la idea de territorio se ha asociado a la concepción del espacio material o unidad geográfica directamente vinculado a los límites políticos del Estado-nación, es decir, la materialidad de un espacio y su relación con el poder administrativo. Por otro lado Blanco y Lerena (2020) presentan la conceptualización de territorio desde una perspectiva latinoamericana, para lo cual postulan tres categorías, aseverando que éstas tienden a emplearse simultáneamente: categoría práctica que se refiere a la condición para la vida de los grupos sociales; la categoría normativa en relación a un marco de las políticas públicas y una categoría de análisis teórico o de reflexión intelectual. El artículo busca problematizar el uso del concepto de territorio dentro del campo de la extensión universitaria. Con ese fin se revisan algunas discusiones sobre las ideas de espacio y territorio desarrolladas desde la Geografía para luego establecer algunos cruces entre territorio y extensión en términos teórico–metodológicos y sus posibles implicancias práctico–políticas. En particular, se discuten tres formas complementarias de entender el territorio desarrolladas desde el campo de la geografía brasilera: como campo de fuerzas, como espacio apropiado y como experiencia múltiple. El artículo concluye que considerar la complejidad del concepto de territorio y la multiplicidad de nuestras territorializaciones es central a la hora de repensar la función social de la extensión universitaria (Arzeno 2018). Desde otra mirada el territorio puede entenderse como la apropiación del espacio que se da por un grupo determinado, el cual construye su identidad a través de esa apropiación y en relación a otro, generalmente una relación de conflicto (Arzeno 2018).

2. El tiempo de ocio en manos del capital

El filósofo Heidegger a partir de sus cuestionamientos sobre el sentido del *ser*, plantea el término Dasein que se refiere a *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. Así mismo el autor afirma que “aquello desde donde el Dasein comprende e interpreta implícitamente eso que llamamos el ser, es *el tiempo*” (Heidegger 1926, 28)

La relación del ser humano con el tiempo, es a su vez la relación consigo mismo, porque somos tiempo (Dupuy 2012). Sin embargo, conviene reflexionar sobre la calidad del tiempo en la sociedad moderna en que vivimos; por tanto, 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, a través de los avances tecnológicos, el ser humano necesitaría trabajar menos para generar las ganancias que permitan satisfacer sus necesidades y dedicar ese tiempo al ocio y la realización personal. Se profesó la transición de la necesidad a la libertad. Sin embargo, 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 para 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 desvincularnos del trabajo productivo y sus obligaciones; la necesidad de producir dinero propicia alargar las jornadas laborales incluyendo fines de semana y días festivos, algunas personas aumentan su carga laboral respondiendo a dos o tres trabajos durante el día, todos deben trabajar duro, ser flexibles, rentables y capaces de soportar la jornada con una sonrisa para no perder sus puestos de trabajo. De ahí el estrés, agotamiento o 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 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, propiciando el incremento de los capitales privados de otros, lo cual al mismo tiempo implica que los medios de producción se van tornando en mayor proporción como propiedad privada (Marx 2008, 376).

Las tendencias de organización económica de la vida moderna determinan la producción y reproducción de la vida, éstas 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 et al. 2016, 379). El capitalismo, como menciona Gutiérrez genera individualismo dejando de lado lo colectivo, concibiendo entonces al individuo apenas como sujeto productivo, reduciendo sus relaciones humanas a la firma de un contrato y entendiéndose a sí mismo como capital humano con la necesidad de incrementar su valor de manera indefinida. Su objetivo se centra en ser esencialmente productivo, no solo como trabajador si no como productor de

bienestar, placer y felicidad; se requiere que ese sujeto produzca cada vez más y que goce cada vez más, “la 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 (2013, 377) se limita al goce de sí mismo a través del trabajo, la disciplina, las jerarquías y la reivindicación de *no deberle nada a nadie*.

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 también están subsumidas al consumo permanente. El capitalismo nos hace pensar que el dinero nos 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 generado la idea de que el ocio a través de las experiencias extraordinarias y lejanas a la rutina cotidiana, alcanzan un valor de plenitud, realización y dominio, las experiencias se han convertido en un paradigma que conduce a la felicidad pero que precisa 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 toda mercancía en un mundo capitalista, de este modo es prudente diferenciar entre las motivaciones genuinas y aquellas construidas. Nos acercan a este fenómeno con fundamento en la noción de poder en Foucault (1988, 23), quien expresa que el poder se puede definir como *un modo de acción sobre las acciones de los otros*. De este modo la elección de los destinos de visita pasa a ser una “acción diseñada, dirigida e incluso, en cierto sentido, impuesta como una oferta mercantil” (López y Marín 2010, 225), estas decisiones no estarían únicamente influenciadas respecto a los destinos de visita y los productos de consumo, sino que estructuran incluso 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 las que se desarrolla la actividad turística son clave para re-pensar el turismo, de manera que pueda responder a otras lógicas y no únicamente a la acumulación del capital.

3. De la noción de desarrollo a la extralimitación

El concepto de desarrollo, el cual proviene de la noción occidental de progreso que surgió en la Grecia clásica y se consolida en Europa durante el período de la Ilustración, apunta al supuesto 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). A pesar de que algunos autores ya empezaron a escribir al respecto en el siglo XX, el desarrollo adquiere 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. Es así que se promovieron condiciones para que a nivel global se pueda alcanzar el estándar de vida de las sociedades *avanzadas* (Lang 2016, 1).

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 que fueron creadas a partir del imaginario de modernidad, en el que sujetos *pobres*, *subdesarrollados* y *tercermundistas* requerían encaminarse hacia la meta del progreso, al igual que lo habían logrado los países del Primer Mundo. Un desarrollo basado en la extracción de recursos renovables, acompañados de tecnología y el conocimiento de los profesionales de los países desarrollados (Escobar 2014, 51).

Los *programas de desarrollo* institucionalizaron la ayuda internacional apoyada por parte de organizaciones no gubernamentales *ONG*, para canalizar recursos económicos destinados desde organismos como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial o el Banco Interamericano de Desarrollo; recursos a ser invertidos en proyectos de desarrollo a manera de receta para dar solución a los problemas y la pobreza (Noboa 2011, 93). En esas dinámicas el turismo pasó a ser visto como un instrumento de desarrollo y modernización, “incluso 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 cuidado ambiental, sin embargo 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, las cuales fortalecen la centralización y concentración del capital. Estas características suelen generar, fugas 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).

La actividad turística hasta la llegada de la pandemia Covid-19, mostraba ser una de las actividades económicas con mayor rapidez de crecimiento en los últimos años, representando el 10,4% del PIB mundial en el año 2018 (Organización Mundial del Turismo 2018). La creciente demanda turística, bajo un modelo capitalista, ha dejado evidencia de sus impactos negativos. Ya se mencionó la tendencia a la acumulación de capital, sin embargo, otros aspectos del territorio también se ven afectados por este modelo turístico. En el ámbito social el turismo puede fomentar actividades como la prostitución, drogas e inseguridad, divide los espacios entre turísticos o residenciales y tiende a acaparar los servicios básicos de los territorios; en el ámbito cultural se puede perder el sentido de las manifestaciones culturales al comercializarse, además de recibir influencias externas de culturas hegemónicas que tienden a cambiar las dinámicas culturales. Los impactos pueden depender de las políticas y características de los lugares de visita y los visitantes. Respecto a los impactos ambientales, muchos destinos de visita se desarrollan en ecosistemas frágiles y vulnerables a la presión humana, sobre todo en un contexto en el que la masificación es sinónimo de éxito y que los visitantes exigen cada vez mayores estándares de comodidad, por ejemplo, la necesidad de transportarse en caballo en lugar de realizar una caminata. Como resultado los lugares de visita son contaminados, se genera erosión y degradación de espacios naturales, eliminación y despojo de fauna y flora, así como la polución arquitectónica y contaminación paisajística en espacios urbanos. La prestación de servicios de hospedaje y alimentación contamina las aguas y genera cantidades de basura de manera que no se puede gestionar, sumándose a ello el transporte, especialmente en los últimos años que el uso de transporte aéreo es

cada vez mayor y es un alto emisor de gases de efecto invernadero (Quintero 2004 268-271).

La necesidad de disminuir los impactos negativos del turismo, llevó a la búsqueda de soluciones, es así que se planteó como respuesta, el turismo sostenible. La Organización Mundial de Turismo definiría el turismo sostenible, en el año 1993, 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 (World Tourism Organization 1993, 23).

Sin embargo, los resultados del turismo sostenible no han generado un verdadero cambio en las dinámicas del turismo, 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, que ya han sido superados, fue en 1972 en el informe *Los límites del crecimiento*, encargado por el Club de Roma, en donde se afirmó que los límites de crecimiento del planeta se alcanzarían en algún momento (dentro de los siguientes cien años), en caso de mantenerse las tendencias de crecimiento de la población mundial, la industrialización, contaminación, producción de alimentos y recursos. En tal sentido se asevera que mientras más rápido se comience a trabajar para la modificación de las tendencias de crecimiento, que permita un equilibrio ecológico-económico, mayores serán sus 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 pasado por un 40% la capacidad de carga del planeta, la economía humana usa recursos y produce residuos a un ritmo que ya no es sostenible. La evidencia, como la pérdida de biodiversidad y el calentamiento global dejan claro que hemos llegado a la extralimitación, 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 donde 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 se llevó a cabo por la Oxfam, en donde se expone que el 10 % más rico de la población mundial el 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 el 1 % más rico triplicó al del 50% más pobre (Oxfam International 2020).

La extralimitación nos muestra la necesidad de indagar hacia modelos alternativos en el turismo, en las no se manejen los mismos puntos de partida desarrollistas a través de discursos hegemónicos pintados de verde.

4. Sentido comunitario y reproducción de la comunidad

Para Zibechi (2019, 59) la comunidad *no es, se hace*, la comunidad 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 decir *hacer comunidad* en lugar de ser comunidad.

Gutiérrez y Salazar (2019, 25) hacen un acercamiento a la noción de lo comunitario, entendiéndola como la forma de constituir y organizar relaciones sociales de “*compartencia*”; esa forma tiende a generar 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 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”.

A pesar de que el valor del uso de la vida moderna se mide en función del capital, es importante pensar en otras formas posibles de reproducción de la vida 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 Linsalata 2016).

A pesar de la rápida expansión del capitalismo que ha sido reforzado con el discurso de desarrollo, existen y persisten modos de organización social paralelas al capitalismo o que no están completamente regidas por el modelo capitalista. Según Gutiérrez y Salazar (2019) desde el punto de vista capitalista, toda estructura social que no estuviera 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 y 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, éstas se abren a las lógicas capitalistas incluso desde las formas de organización estatal, que las subordina e influye desde su lógica globalizadora.

Por lo tanto, desde una mirada comunitaria contrapuesta a las lógicas del capital, es necesario reforzar la capacidad de dar forma a su reproducción de la vida social, En palabras de Gutiérrez y Huáscar (2019, 25) “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 contrapone al capital”.

El turismo comunitario se ha visto reducido a una herramienta de desarrollo económico, en relación transversal con la comunidad, sin embargo, 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. En la primera sección se analiza el modo en el que el neoliberalismo influye en el sentido de vida de la sociedad capitalista, 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 en donde opera el turismo. Finalmente, en la cuarta sección se profundiza el análisis de las dinámicas del turismo neoliberal globalizado en el caso de Ecuador.

1. Neoliberalismo: la forma de nuestra existencia

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

Entre los años de 1978 y 1980 se da 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 los Estados Unidos, instauraron nuevas políticas sustentadas en dar respuesta a la crisis capitalista global de 1970.⁴ Las políticas implicaban entre otras cosas, enfrentar al poder de los sindicatos para debilitar la influencia de los trabajadores,

⁴ La década de 1970 estuvo marcada por la crisis de acumulación del capital, que impacto 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: “El 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 periodo posbélico” (Harvey 2015, 20).

(desmantelando toda forma de solidaridad social ya que era un obstáculo para la flexibilidad competitiva); dar mayor flexibilidad en 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 estrategias de las clases capitalistas dominantes y los poderes financieros para direccionar los beneficios hacia una minoría privilegiada, estableciéndose como una configuración específica para las dinámicas de acumulación lo cual a su vez permitió fortalecer y expandir su hegemonía globalmente. De este modo se dio inicio a una nueva etapa del capitalismo a la que denominaremos neoliberalismo (Duménil y Lévy 2014, 9). Antes de dar paso a una exposición conceptual del neoliberalismo, sus estrategias y su incidencia, cabe recalcar que el neoliberalismo se establece a través de las *dimensiones* expuestas en este párrafo, es decir 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 el direccionamiento que establece este proyecto político, afirmando que en la práctica el neoliberalismo se puede entender como:

Una 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.

Así mismo, Harvey (2015) sostiene que el desarrollo geográfico del neoliberalismo a escala mundial se dio de forma desigual. Permitiendo 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 generen climas óptimos para los negocios y en un ambiente de competencia con otros lugares. Los modelos de neoliberalismo estadounidense y británicos se esparcieron como la respuesta a los problemas globales, instaurando una suerte de 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 sea de manera voluntaria o a través de mecanismos de presión por parte de organismos internacionales. Las nuevas políticas neoliberales instauradas y profundizadas, significaron un cambio de reglas en la marcha del capitalismo. También han modificado el modo de las relaciones sociales y las maneras de vivir, implantando 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*⁵, la razón del capitalismo contemporáneo, que estructura y organiza no solo las conductas y el modo de relacionarnos con los demás sino también con nosotros mismos, es decir el neoliberalismo le *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 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 (Laval y Dardot 2013, 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. Así como a través de 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 el que el neoliberalismo se ha implantado en tal magnitud a nivel global y en todos los aspectos de la vida, Harvey (2015, 12) 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”. En este sentido, sugiere que los

⁵ Laval y Dardot (2013, 15) se refieren a racionalidad como una lógica o régimen que estructura la conducta de los seres humanos a partir de subjetividades internalizadas en su interior. Los autores se basaron en la perspectiva de *razón gubernamental* de Foucault. En este sentido en una entrevista con Fernández, Malo, y Ávila (2014), afirman que “El 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”.

fundadores del pensamiento neoliberal instauraron la *dignidad y libertad individual* como eje central y en respuesta a la supuesta homogeneización de las economías socialistas, considerándolos “valores centrales de la civilización”; lo cual efectivamente se trata de ideales convincentes y sugestivos. La neoliberaación justifica y legitima la acumulación del capital sin que exista otra razón más poderosa para dirigir nuestras vidas en otro sentido.

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

2. 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 (Florit y Piedracueva 2014)

Para Moulian (1997, 9), consumir es una acción cotidiana e indispensable en el desarrollo de la vida, siendo clave para la reproducción material pero también espiritual de los individuos. Es además 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 a la reproducción de la vida, la cual se configura a través de la producción, la gestión de la vida social y el sentido del mundo (Gutiérrez y Salazar 2019, 29). De esta manera el consumo viene a ser el medio por el cual se puede satisfacer las necesidades básicas materiales e inmateriales definidas culturalmente en los grupos sociales. Rodríguez (2013) sostiene que:

Cada 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 si no debería tener connotaciones moralmente negativas, sin embargo, el modo de consumo en un contexto neoliberal, hace un llamado a la reflexión sobre cómo éste ha transformado el sentido que se le da a nuestras vidas y el modo de las relaciones en las sociedades capitalistas avanzadas. En este sentido Gutiérrez y Salazar (2019, 31–32) 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 si no a la *obsesión de la mayor ganancia*, por 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 capacidad del acceso a servicios. Una identidad que constituye el *yo* en función del *tener* sobre el ser. En palabras de Galeano (1997) “Dime cuanto gastas y te diré quién eres”.

La búsqueda de confort cotidiano en la modernidad está bien en sí mismo, 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 instala 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 en el bucle infinito del consumo para mantener el estilo de vida del medio social y el trabajo excesivo para pagar las cuentas del consumo. Además 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). Siendo este 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 esta actividad está supeditada a la capacidad de pago de los consumidores; “en general, el consumo hedonista se concentra en los sectores ricos o en las capas medias altas” (Moulian 1997, 20,63). Es así, que 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 del Habitus⁶ 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, lógicas y 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 genera 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, es decir 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). 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, vivienda, estudios y salud (en el mejor de los casos), mientras que para las clases privilegiadas el turismo es parte de sus necesidades básicas. Sin embargo, las dinámicas de mercado a través de la estratificación de los productos turísticos han hecho posible que el turismo 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, son las tarifas de vuelos de primera clase versus los de clase turista, en donde el servicio y el trato estarán marcados por la capacidad de pago de los individuos.

Ya desde el siglo XVII el turismo empezó a tomar una connotación de status social, ya que los jóvenes europeos aristócratas realizaban viajes organizados, que se

⁶ Es parte de los conceptos centrales de la teoría de Bourdieu, el análisis se basó en los textos: El Sentido Práctico y La Distinción

llevaban a cabo con la finalidad de recorrer Europa y complementar su formación intelectual, social y artística a lo cual 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 tienen que cumplir con el objetivo de generar ventas de sus productos y servicios turísticos.

Sin embargo, dichas estrategias de promoción no tienen como único objetivo dar a conocer sus productos, sino que también pretenden reforzar comportamientos, hábitos y actitudes que conllevan a construir el pensamiento de los turistas, extendiendo una ideología hegemónica de qué es el turismo, cómo hacer turismo y dónde hacer turismo (Hernández, Mendoza, y Villarreal 2017, 100).

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 mayor valor cultural al capital humano (Hernández, Mendoza, y Villarreal 2017, 101).

2.1 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 compartir las experiencias, que, antes solían ser privadas, comúnmente compartidas solo dentro de pequeños círculos de conocidos (Munar y Jacobsen 2014, 1).

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*⁷, que ha crecido hasta convertirse en un factor que determina la satisfacción del turista con su

⁷ Cantidad de reacciones positivas que generan las publicaciones en redes sociales, se pueden medir a través de *me gusta*, comentarios, publicaciones guardadas o compartidas (Boley et al. 2018, 120).

experiencia y se ha constituido 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 ésta responda necesariamente a la calidad de experiencia que se está viviendo.

Las selfies y las publicaciones constantes en redes sociales, generan un impacto inmediato respecto al por qué y a dónde eligen viajar los turistas, quienes se sienten atraídos por destinos específicos, considerados capaces de generar un mayor retorno social. Además incrementa el deseo de buscar experiencias únicas, exclusivas o diferentes a las que realizan las otras personas, proyectando una imagen de ser pioneros en experimentar nuevos destinos turísticos (Han 2016; 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 (1950, 189) citado en (Boley et al. 2018, 121) lo define como el aumento de demanda de un producto debido al hecho de que otros consumen el mismo producto, en otras palabras *el deseo de comprar para estar a la moda*, lo cual otorga una sensación de estatus y diferenciación.

El bombardeo continuo de imágenes exóticas en lugares paradisíacos, puede generar una autoexigencia de querer hacer algo, que es en realidad una necesidad impuesta. Además de las fotografías, es común encontrar frases en las publicaciones de influencers de viajes, como: *acumula experiencias, no cosas*. Este tipo de mensajes dan cuenta de que el consumismo no está asociado únicamente con cosas materiales, sino también con las experiencias, viajar también ha entrado en las dinámicas del consumismo, vendida como la receta hacia la libertad, la felicidad y el encuentro consigo mismo.

Nada quita 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 map* 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.

Bajo 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 se

permite generar conexiones con el entorno de visita, ni conexiones con el entorno social y otros turistas o habitantes locales.

3. El negocio detrás del ocio: dinámicas del turismo neoliberal globalizado

3.1 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 en las últimas décadas como una de las actividades con 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 1.500 millones en el año 2019, además se resalta su relevancia por representar el 10,4% del PIB mundial (Statista 2018; World Tourism Organization 2020).

El turismo moderno se desarrolla bajo el modelo de neoliberalización y su programa político económico de *libre comercio*, ello 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 dándose una imbricación de poder, identidad, orientación y entramados diversos (Beck 1998 citado 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 (Blazquez, 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, al referirse a recursos naturales, ello 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 *des-naturalización* del ser humano⁸. Además, la cultura local como recurso, pasa a ser parte del capital turístico y objeto para el marketing del

⁸ "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).

lugar, que dota de valor agregado y competitividad en el mercado global, dentro de un sistema de relaciones hegemónicas donde 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 Stella 2013, 305).

En este sentido la producción de espacios turísticos los convierte en espacios de inversión y rentabilidad, intensificando 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, desde que lógicas?, ¿Por qué y para quién?

Lefebvre (2013, 126) esclarece estas interrogantes basado en conceptos de Marx y Engels sobre las fuerzas productivas, en donde aparecen elementos importantes para la comprensión de la producción del espacio, siendo éstos la relación entre la naturaleza y el trabajo, que implicaría organización, instrumentos, técnicas y conocimientos para concretar dicha producción. Partiendo de estos elementos de las fuerzas productivas y basados en lo que expone Lefebvre (2013, 128), 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. Para ello es necesario el movimiento o accionar de los elementos del espacio, es así 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 tanto, la producción del espacio estará influenciada por la convergencia de las racionalidades o de las distintas lógicas que confluyen en un espacio. Es así que la producción estaría dada desde la dialéctica de distintas racionalidades. En este sentido, cuando entendemos la producción del espacio y su relación con el capital, este se imbrica, interactúa, es resistido, expelido o adaptado.

En este sentido el espacio no se produce únicamente por el capital, el espacio 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 capítulos, desde

lo comunitario iremos encontrando formas otras de producir el espacio, con un matiz de contradicciones y modos de coexistir.

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

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.

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 desregularización internacional⁹, que se sustenta con la intervención del estado corporativo, facilitando su expansión en economías a gran escala (Blazquez, 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 llevado a que se pueda convertir en el medio

⁹ Fernández Rozas (2010) sostiene que la desregularización 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”. Resaltando 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” (Fernández Rozas 2010, 202,203).

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 a 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 las 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; 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 (Blazquez, Cañada, y Murray 2011, 2).

Otra de las dinámicas capitalistas del desarrollo del turismo, es crear *enclaves turísticos* que son entendidos como: 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 que son protegidos y rodeados de áreas fuertemente vigiladas. Pensados en proteger al turista de experiencias potencialmente desagradables y que a su vez generan una marcada diferenciación de riqueza y segregación del paisaje urbano circundante, generalmente ocupado por los pobres y marginados (Judd 2003, 51).

Estas burbujas turísticas abren una oferta turística *residencial exclusiva*, que ofrece al turista destinos con *todo incluido*, como los resorts, parques temáticos y cruceros, en donde los turistas reciben todos los servicios para su estadía: hospedaje, alimentación y snacks, venta de souvenirs, transporte, recorridos guiados, actividades recreativas que incluyen infraestructura deportiva, shows, casinos, bares y discotecas. Esta dinámica permite a dichos espacios captar todos los beneficios económicos de la actividad turística en el territorio, de manera que el valor monetario turístico está destinado únicamente para los enclaves del turismo, por tanto, los alrededores y los pobladores locales quedan al margen de dichos beneficios económicos. Las empresas inversionistas aprovechan su experiencia y sus marcas posicionadas a nivel global para insertarse en territorios donde las empresas locales no se consideran competitivos para la recepción del turista internacional y en donde además existe un bajo nivel de renta, de tal

manera que les resulta fácil atraer a los pobladores locales a insertarse dentro de la cadena productiva como mano de obra (Blazquez, 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 (2006) compara las dinámicas del turismo de enclave con la exportadora de la plantación o la manufactura. Según el autor “el turismo de cruceros y de resort representa una actividad con poco valor añadido, afirmando que de cada dólar gastado en el Caribe entre diez y veinticinco centavos se queda en la economía doméstica” (Pantojas 2006 citado en Palafox 2013, 91).

Así, el turismo refleja la dependencia y codependencia económica que generan las dinámicas capitalistas entre los países de economías desarrolladas y emergentes. Williams citado en Palafox (2013, 4) resalta que, el sector de los servicios turísticos está fuertemente dominado por los países desarrollados tanto desde la oferta como de 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. De manera que incluso los desequilibrios en la economía de las potencias económicas, genera desequilibrios directos en las economías de los países periféricos.

Dentro de todo este sistema, el Estado es un aliado estratégico en las dinámicas de acumulación, ya que, 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, como en el caso de México en donde:

El 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 setenta para la construcción del Centro Integralmente Planeado de Cancún (Palafox 2013, 3).

El ejemplo de México da cuenta de las relaciones y dependencias que genera el modelo de desarrollo neoliberal. Por un lado, la necesidad de endeudamiento para el cumplir con los requisitos de las empresas transnacionales a través de préstamos a instituciones financieras que están vinculadas a los grupos de poder y, por otro lado, la dependencia que genera la presencia de empresas transnacionales para la prestación de servicios en el territorio que a través de la concentración de poder corporativo generan

presión en el Estado en función a sus intereses y a su vez el declive de los pequeños negocios quienes están destinados a cerrar o vender (Palafox 2013, 5).

3.2 Producción del 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 precisa producir los espacios de acogida en función de la influencia occidental, que define los modos de reproducción sociocultural y de desarrollo económico, desencadenando 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 a la naturaleza¹⁰ y el territorio en recurso 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 incluyendo una multiplicidad de actores. Dichas relaciones, vienen acompañadas de problemáticas respecto al modo de gestión y acceso a los recursos en la localidad, insertando al espacio 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 al 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 el turismo puede convertirse en una nueva forma de colonización, que implica apropiación y despojo

¹⁰ 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 sólo 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 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 en medida de la rápida expansión de los nuevos destinos a nivel global. En este sentido, para un mejor entendimiento del *modus operandi* de los grupos 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, dada desde una lógica capitalista.

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

El ejido José María Pino Suárez (JMPS), en el municipio de Tulum, se constituyó en 1973. Para ello se concedieron 10 409 hectáreas a 49 beneficiarios: 47 campesinos obtuvieron 20 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 reubicados dentro del establecimiento destinándoles 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 2015 citado en Marín et al. 2020). El área restante se había destinado a la dotación de servicios públicos y recreación para la población local.

Las disputas y el conflicto de tierras, inició cuando los dos poseionarios 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 apropiación ilegal del territorio es justificada por la realización de un megaproyecto turístico-inmobiliario visto como motor de desarrollo en el país¹¹.

En el año 2017, se puso en marcha un megaproyecto turístico-inmobiliario en la zona del ejido JMPS, dada la popularidad de su vecino Cancún. Para ello fue necesario convertir el uso de suelo de 77,88 hectáreas en suelo urbano, lo cual, de entrada, significó

¹¹ En 1992 se modificó el Artículo constitucional número 27, lo cual abrió la posibilidad de enajenar terrenos ejidales, dando 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).

la transformación del uso de suelo, que estaba destinado a actividades productivas primarias, siendo el Estado un cómplice legitimador de los procesos de despojo y apropiación territorial.

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 100 mil dólares. 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 de terreno, por medio de una apropiación ilegal, 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, el gobierno pone a disposición los terrenos sobre los cuales no existe ningún tipo de documentación, para facilitar el desarrollo turístico en Tulum.

El encarecimiento en la zona ha provocado que los terrenos solo sean asequibles por parte del capital turístico. Así mismo, la segregación y el encarecimiento de la vida han presionado a los pobladores a vender sus tierras a empresarios especuladores a precios bajos; terrenos que 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 con sus relaciones más equilibradas con la naturaleza, además de una pérdida de tradiciones, cosmovisiones y modos de vida. Sin embargo, también es importante recalcar que existe un proceso de resistencia. En 2016 aproximadamente dos mil personas manifestaron juntas en contra de la violencia y los despojos, además se han creado comités de lucha y la vigilancia de predios.

El ejemplo de Tulum nos 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 ven reflejadas a través de 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 2011, citado en Palafox 2013,8).

En general el turismo tiende a acaparar recursos en manos de los grupos de poder, en el caso del agua, que es un elemento fundamental para el desarrollo del sector, tanto para el servicio de alimentación y bebidas, como para las actividades de ocio y recreación (clubs, balnearios-spa, parques temáticos, o incluso para el riego y mantenimiento de jardines), puede generar afectaciones cuando, por la alta demanda de agua que requiere la industria turística, su distribución limita el acceso a la población local y prioriza su distribución para las empresas de turismo, ya que, un espacio con dificultades de acceso a agua no podría asegurar su permanencia con 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 Producto Interno Bruto. No obstante, estas variables no se traducen necesariamente en un mayor bienestar social.

Hidalgo (2018, 60–63) analiza la calidad de trabajo que genera el turismo durante el proceso de producción en el sistema capitalista, afirmando que es un sector importante para la generación de empleo, pero frecuentemente inestable y con remuneraciones precarias. Esto se debe al generalizado exceso de oferta de mano de obra, es decir de desempleo, lo cual genera una presión hacia la disminución de los salarios, independientemente del valor de la producción que genera 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, irían 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 (siendo además 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 (Hidalgo 2018, 63).

3.3 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 que conectaban el continente europeo con tierras americanas en barco de vapor, pasaron de durar un mes en el primer tercio del siglo XIX,

a tardar poco más de cinco días a principios del siglo XX (Flores 2009), eliminando barreras en tiempo y espacio para los viajeros, sin embargo 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 frente al excedente de aviones militares, creando instituciones financieras que otorgaron préstamos de bajo interés a corporaciones para la compra de los aviones. Además, 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 el acceso a préstamos (Honey, 2008, 41 citado 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 el año 2019 antes del masivo cierre de aeropuertos por la pandemia de covid-19, el transporte aéreo registró un crecimiento del 10% respecto al año anterior, lo cual se traduce a un total de 68 millones de vuelos en el 2019 (Flightradar24 2020, párr. 2,3). Cada vez más personas se suman a los vuelos de largas distancias, 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, genera 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 todas las actividades vinculadas a la actividad 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 3

compañías¹². 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 permita la evasión de impuestos y evitar normativas laborales y ambientales. En este sentido 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, 100 veces más contaminante que el diésel. Palafox y Vilchis (2019) presentan una equivalencia del consumo, exponiendo que un crucero mediano, con una capacidad de dos a tres mil pasajeros, consume la energía que correspondería a doce mil autos.

Además de la energía que los cruceros necesitan para su traslado también deben dotar de energía a sus instalaciones. Para tener una idea del consumo energético que requiere esta actividad, uno de los cruceros más grandes, el *Harmony of the Seas*, precisa de 2.500.000 litros de fueloil al día, para dotar de energía a todos sus servicios, que incluye: 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 en cruceros estos 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 aguas¹³, que son vertidas en el mar durante el viaje, esto genera repercusiones negativas para los ecosistemas marinos y en ocasiones para poblaciones cercanas a las descargas (García 2016, 99).

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

¹² Carnivale Corporation & PLC, Royal Caribbean Ltd. y Star Cruises (García 2016)

¹³ En un viaje de siete días un crucero con tres mil 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 2017 citado en Palafox y Vilchis 2019.)

territorios deben ser capaces de absorber la excreción del proceso productivo (E. 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, “es una de las mayores contradicciones del espacio en la modernidad: el espacio es consumido tanto en sentido económico como en sentido literal”, afirma el autor.

3.4. 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 el mercado. De este modo permanentemente se abren a nuevos mercados, nuevas mercancías y nuevos modos de obtener ganancias (Srnicek y De Sutter 2016, 9–10).

En su libro *capitalismo de plataformas*, Srnicek y De Sutter (2016, 11) 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 además como un modelo hegemónico a nivel global. Los autores revelan que:

Con 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.

Las plataformas digitales han tomado tanto protagonismo en la economía mundial, que, si revisamos el ranking de *las personas* más ricas 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 quién entre sus múltiples emprendimientos, figura como cofundador de la plataforma de pagos en línea PayPal; seguido por Bill Gates de Microsoft; Mark Zuckerberg fundador de Facebook y propietario de Instagram y Whatsapp; Larry Edson 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 los nuevos

medios 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. Cuantos más datos tenga uno, más usos podrá hacer de ellos” (Srnicek y De Sutter 2016, 29).

Las plataformas digitales vienen a ser infraestructuras digitales que permiten la interacción entre grupos o personas, por 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, ésta toma mayor valor para todos los demás. A pesar de que en muchas ocasiones se presenta como un servicio gratuito, las plataformas digitales generan ganancias a través de otras estrategias como la publicidad o a través del acceso a otros servicios pagados, como Gmail que maneja tarifas según el espacio que los usuarios precisen para el almacenamiento de archivos en la nube (Srnicek y De Sutter 2016).

El internet ha transformado el mercado turístico de manera radical; actualmente los hoteles, compañías aéreas, el servicio transporte y la operación turística pueden entrar en contacto directo con los consumidores por medio de las plataformas digitales y aplicaciones para dispositivos móviles. Esto ha generado un cambio en el modo de trabajo y el vínculo que se generaba 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, posibilitando la planificación de viajes por cuenta propia. Los turistas optan por estos medios porque representan facilidad de compra, facilidad de pago, costes más bajos, 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 a las agencias de viajes como a las operadoras turísticas, sobre todo a aquellas que no han sabido adaptarse o han fallado en la implementación del uso de las nuevas plataformas (Molinillo 2014, 16).

De las herramientas que están disponibles para la organización de viajes, están: los sistemas de reservas y agencias de viajes online; metabuscadores; redes sociales;

comparadores de precios, así como las páginas web de los propios proveedores. El desarrollo tecnológico de estas herramientas, brinda cada vez mayores facilidades para los usuarios, a través de la creación de aplicaciones para dispositivos móviles y vinculados al desarrollo de nuevas tecnologías, como las herramientas de geolocalización, asistentes de voz y un acceso cada vez mayor a la conectividad de internet (Buhalis 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.

Entre las herramientas de organización de viajes que están presentes actualmente en la intermediación turística, encontramos a Booking, Kayak, Expedia, Google Flights, Trivago y Airbnb. Esta última es una plataforma que nació bajo la idea de economía colaborativa, guiada por la idea de una *interacción entre pares* y no con una empresa. Sin embargo para Gurrán (2021, 108), Airbnb en lugar de *plataforma colaborativa*, es más bien un *capitalismo de plataforma*. Siendo la información el medio para la acumulación del capital.

Airbnb ha crecido exponencialmente, siendo 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 está siendo 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 posee el activo más importante: la plataforma de software y el análisis de datos.

Incluso en medio de la crisis de la economía turística por la pandemia de covid-19, Airbnb ingresó a cotizar en la bolsa, alcanzando una capitalización de 86.500 millones de dólares, valor por encima de grandes compañías del sector hotelero como Marriot internacional o Hilton (Agencia EFE 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 subcontrata capacitación. Los trabajadores que prestan el servicio para esta plataforma trabajan como *contratistas independientes*, permitiéndole a la empresa ahorrar costos laborales en alrededor del 30 por ciento, dado que elimina beneficios, horas extras, días de enfermedad y otros costos.

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, genera cambios en las dinámicas de las zonas residenciales de las ciudades, ya que por ejemplo, en edificios habitacionales los vecindades sienten inseguridad y se rompen las relaciones vecinales, dada la presencia de personas extrañas durante todo el año (Gurran 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 plataformas creadas desde la lógica colaborativa, finalmente se convierten en las herramientas propicias para un nuevo eje de acumulación.

4. Dinámicas del turismo neoliberal globalizado en Ecuador

Por su ubicación geográfica y las cuatro regiones naturales presentes en el 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 (MINTUR 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 para impulsar la oferta turística en el país, el turismo es uno de los sectores prioritarios para la inversión productiva nacional y extranjera, (EC Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo 2017).

En el año 2018, el turismo se constituyó como la cuarta actividad económica en el país, después del petróleo, el banano y el camarón. Contribuyendo un 2,8% al PIB de la economía ecuatoriana (MINTUR 2019). El gasto turístico receptor representó el 80% de la exportación de servicios en el país, alcanzando un monto de 1 878,6 millones de dólares en el mismo año (MINTUR 2019, 5,9). En este sentido, el gobierno ecuatoriano en el plan de turismo 2030, prioriza como mercado objetivo a los turistas de origen Europeo, Estados Unidos y Canadá, dado que los turistas provenientes de la región latinoamericana responden a un perfil de gasto bajo, que prioriza los precios bajos en el destino (MINTUR 2019).

Para el año 2014, después de una fuerte inversión pública para la construcción de 8 700 kilómetros de nuevas carreteras y la modernización de 11 aeropuertos, en un lapso de cinco años. Ecuador se proyectó hacia la captación de inversión privada nacional y extranjera para el sector turístico. En donde la presencia de las cadenas internacionales tiende a ser a través de inversiones directas o a través del anclaje a una cadena nacional en el país, en este sentido desde el ministerio de turismo se recalca la importancia de generar incentivos para la inversión en un país “necesitado de desarrollo en el mercado” (MINTUR 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.

ProEcuador¹⁴, por parte del Estado, brinda estímulos para promover la captación de inversiones de capitales nacionales e internacionales. Las estrategias por las cuales se brindan garantías a los inversionistas son: a través de la firma de *contratos de inversión*, que se deben cumplir en períodos de hasta 15 años. Con dichos contratos los inversionistas acceden a una reducción total o parcial de aranceles, estabilidad jurídica de los incentivos tributarios, exoneración del impuesto a las salidas de divisas para importación de bienes de capital y materias primas, y para el pago de dividendos. Además, para los contratos de inversión, por montos superiores a diez millones de dólares, se permite el acceso a procedimientos de Arbitraje para la resolución de controversias que se generen de la ejecución del acuerdo (EC PROECUADOR 2019b).

En materia específica del turismo, el Estado ofrece la “devolución del valor de los derechos arancelarios en la importación de naves aéreas, acuáticas, automotores, equipos, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos; restitución del IVA en pagos de servicios de alojamiento turístico y/o adquisición de bienes a los turistas extranjeros durante su estadía en el Ecuador;

¹⁴ “PRO ECUADOR 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 2019b).

exoneración del impuesto a la renta por 8 años para nuevas inversiones productivas en Quito y Guayaquil, y por 12 años en el resto del país; devolución de ISD 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; 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 2019a).

A pesar de que el Estado ecuatoriano propone en la carta magna “promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza”; “promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización”; y a pesar del reconocimiento de los derechos de la naturaleza (EC 2008, art.3), 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 promueve el turismo transnacional que está basado en la inversión privada para la construcción de mega infraestructuras 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 muestra de estas cadenas es: la cadena estadounidense *Marriott Internacional*, que en el año 2016 absorbió a Starwood Hotels, convirtiéndose en la mayor cadena hotelera a nivel mundial con 30 marcas y más de 7 000 hoteles en 131 países. Está presente en Ecuador con los hoteles Sheraton y Marriot (Marriot Internacional 2021); la cadena *Wyndham Hotels & Resorts (WH&R)* también estadounidense posee 20 marcas y está presente en 80 países con más de 9 000 hoteles. En Ecuador posee 6 hoteles y se proyecta una inversión en medio de la pandemia de covid-19, para la construcción de dos nuevos hoteles (Ec.contraste 2020); la cadena británica *Interncontinental Hotels Group* dueño de 6 000 hoteles y complejos turísticos en todo el mundo; la compañía internacional *Hilton Colón*, la cadena francesa *Accor International*; las cadenas españolas como *Blue Bay* y *NH Hotel Group*, las cadenas de origen estadounidense *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, casas de estancia, así como resorts y lodges. Además, muchas de las empresas están vinculadas a otro tipo de prestaciones de servicios turísticos, como Marriot Internacional que está vinculada a la

venta de experiencias a través de *Marriot BonVoy Tours&Activities*, que oferta tours especialmente para el destino Galápagos (Marriot BonVoy 2021).

En los últimos años han surgido empresas con otros conceptos como la empresa internacional Selina, que está enfocada en prestar servicios para viajeros de la *clase mundial*, en el que dentro de un mismo establecimiento sea posible hospedarse en habitaciones compartidas con tarifas low cost o habitaciones para un público con mayor poder adquisitivo (Selina 2021). Claro ejemplo de cómo las cadenas amplían sus servicios enfocados 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 es el caso de la industria inmobiliaria. Como ejemplo de ello tenemos al consorcio Nobis, que incursiona en varios negocios como la agroindustria, el negocio inmobiliario, hotelero, centros comerciales e inversión en el comercio exterior. Pronobis¹⁵ estuvo a cargo de la construcción de hoteles como: Sheraton Guayaquil, hotel Wyndham Garden Quito y Guayaquil, hotel Howard Johnson en Manta, hotel Sonesta Guayaquil, hotel Wyndham airport Quito y hotel Wyndham Ciudad del Río.

En la actualidad el grupo se encuentra en la construcción de la primera fase de *Karibao Resort Town* en General Villamil, que es un macroproyecto de 52 hectáreas conformado por un hotel exclusivo, un Apart Hotel, restaurantes, departamentos y espacios recreativos como canchas de tenis, voleibol, futbol, glog, ciclovías y una laguna (PRONOBIS, 2020).

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 que esta implica.

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 Decamerón.

Esta cadena hotelera está presente en 12 países en Centroamérica, Sudamérica y África, posee varias unidades de negocio como Decamerón Explorer, que integra paquetes turísticos con transporte aéreo, transporte terrestre y tour operadora (Hoteles Decameron Ecuador S.A 2012). Su origen es de capital colombiano y más tarde en el año

¹⁵ Unidad de Negocio Inmobiliario del Consorcio Nobis

2014 fue comprada por el Grupo Terranun con fondos estadounidenses (El Comercio 2014).

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 con una infraestructura con capacidad para 600 huéspedes (Hoteles Decameron Ecuador S.A 2012). El hotel está ubicado en el recinto Mompiche del cantón Muisne, uno de los cantones más empobrecidos del país, con un índice de pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas del 98,3% en el 2010 (Loor, Alodia, y Pérez 2018).

El Estado fue un importante aliado para que el hotel pueda 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 de vialidad, servicios básicos (agua y luz), y encontrar a trabajadores adecuados para brindar sus servicios. “En ese camino un 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” (Revista Ekos, marzo, 2014 citado 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 del hotel. 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 apruebe 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 violen 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 policías para reprimir a los habitantes. Y más tarde las autoridades locales aprobaron una resolución con la cual el municipio de Muisne a través de una ordenanza municipal aprueba el uso, mantenimiento, custodia y 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 ya que el hotel está dotado de electricidad y agua potable e incluso se autorizó el embalse del río Naranjo para el aprovechamiento del agua en las instalaciones. Mientras, por otro lado, Muisne con cincuenta años de cantonización no tiene acceso al

servicio básico. Además no se planificó 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 lado, en una de las playas aledañas se concedió la extracción de tierras negras por su alto contenido de titanio. Siendo empresas privadas las que se benefician económicamente mientras 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 cercano a poblaciones indígenas. Es así que la adquisición de tierras para proyectos turísticos puede generar despojos y apropiación de los espacios.

Tal es el caso de la comunidad Salango¹⁶ en la provincia de Manabí, en donde el suizo Patrick Bredthauer¹⁷ en el año de 1990 empezó a comprar tierras en la zona costera proyectándose a la construcción de un complejo hotelero de lujo compuesto por cincuenta cabañas. En el año 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 para la comunidad hacia la playa (Roux 2013, 254).

Después de varias negativas de fraccionar y transferir el dominio de tierras comunales, por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería al señor Bredthauer, en el año 2001, líderes comunitarios que recibieron un monto de 32 000 dólares, accedieron a venderle 34.35 hectáreas de tierras comunales frente al mar, las cuales incluían un camino de acceso a la playa Río Chico. Viéndose involucrado 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 al ser tierras comunitarias. Más tarde el suizo cerró los caminos a la comunidad con garitas, portones y personal armado, privando a la comunidad del acceso a recursos para actividades de sustento como pesca, recolección y turismo comunitario (Roux 2013, 255).

¹⁶ Constituida como Comuna el 30 de octubre de 1979. En 1991 legalizó sus 2.536 ha de tierras comunales ante el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

¹⁷ Presidente de la empresa *La Cemento Nacional* y de la Fundación Pro Pueblo, propietario de la Inmobiliaria Tocuyo S.A, miembro del directorio de la Fundación Natura en 2012.

Miembros de la comunidad ejercieron acciones para reclamar la ilegalidad de la inscripción de tierras y el cierre de caminos, sin embargo, estos fueron criminalizados, además de recibir amenazas, agresiones y hostigamiento (Acción ecológica 2011 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 (Roux 2013, 257). La comuna de Salango es un ejemplo de resistencia frente a los intereses de la industria turística, sin embargo, se generó una ruptura dentro de la estructura comunitaria.

Los territorios como espacios vívidos 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 los 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*, dada claramente desde una perspectiva etnoarqueológica¹⁸. Visitaron al presidente Truman entregándole un poncho tejido con sus propias manos y llamaron la atención de medios de comunicación, que le dieron vida a sus titulares con la noticia: *Princesa india ecuatoriana en las naciones Unidas*. Siendo objetos para la propaganda turística, cuando las culturas indígenas en general eran consideradas naturaleza salvaje o seres humanos inferiores (Noboa 2011, 165,167).

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 del Ecuador que exhibían, los folletos con fotografías de indígenas artesanos y la invitación a conocer las ferias y las comunidades, para poder tomar una foto al *otro exótico*; se convirtieron así en la propaganda y rostro del país. Frente a esto Noboa (2011, 191) destaca la “continuidad de la invisibilización del sector

¹⁸ 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, 1994 en Noboa, 2011, 165)

indígena como actor, más allá de la “performance”, teatralidad funcionalista, que le deja fuera de las decisiones del sector turístico”.

Mientras que en el año 2006 la campaña de turismo de Ecuador consistió en la visita de 20 ciudades alemanas durante el mundial de fútbol por parte del shamán amazónico Tzamarenda Naychapi, quién realizó rituales para limpiar la energía de los escenarios deportivos, generando una gran presencia en los medios alemanes (Noboa 2011, 249), en la actualidad la misticidad de las culturas amazónicas llegan al resto del mundo a través de las plataformas digitales, con propaganda turística que oferta retiros espirituales, *Yoga & Ayahuasca* para limpiar y purificar el espíritu. Incluye en los paquetes masajes, menú vegano (hamburguesas veganas) y un temazcal ayurvédico. Un conjunto de elementos de distintas culturas 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, en donde la dominación económica y sociopolítica por parte de los grupos de poder se ven reforzadas 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 a sí misma 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 Cusin 2021). La estancia ofrece actividades con las cuales no hace falta salir en búsqueda de otros servicios, los visitantes tienen varias actividades a su disposición como: cabalgatas, práctica de equitación, zonas de descanso y lectura, visita a la granja y zona de cultivo, visita guiada 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 Cusin 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 donde:

A las artesanías de los grupos étnicos que componen el país de acogida se le 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 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. O por otro lado, una escapada de la realidad de aquellos turistas que desean vivir una vida semejante a la de las élites, destinando su consumo a aquellos productos que les 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 conceptual de comunidad, turismo comunitario y su proceso histórico-político en Ecuador. El contenido se basa en un trabajo de revisión de bibliografía en contraste con los resultados del estudio de caso en la comunidad Palacio Real, llevado a cabo a través de una entrevista etnográfica semi-estructurada con el grupo de turismo. Este capítulo nos 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.

1. 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
(Martínez 2010).

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 de la Lengua Española, desde la perspectiva de Gutiérrez y Salazar (2015, 24) debe entenderse más bien, en relación a *la forma de reproducir la vida social*. Es decir, no se puede limitar la comprensión de comunidad como la agrupación de personas, sino al modo que éstas tienen para constituir y organizar sus relaciones sociales de compartencia¹⁹. En este sentido, retomamos del capítulo primero la caracterización de

¹⁹ “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” (Luna 2003). Según el autor la compartencia asegura una producción y distribución entre iguales, de manera horizontal.

comunidad de Zibechi (2019, 59) que afirma que la comunidad *no es, se hace*, por tanto es el *hacer colectivo de todos quienes reunidos forman lo común*.

González citado en Dieguez y Guardiola (1998), 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”, resalta además sus características de lealtad y reciprocidad.

Otro de los aspectos de la comunidad, además de la forma de reproducir la vida social y los afectos, es el espacio. Que toma un rol importante, dado que éste es el soporte en donde transcurre la vida, el consumo y la producción material y simbólica que es necesaria para garantizar la vida biológica y social a lo largo del tiempo. En 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 (Dieguez y Guardiola 1998). La espacialidad contiene también el trabajo de las generaciones anteriores, por tanto “representa el enlace no sólo de las generaciones que viven y actúan al mismo tiempo sino también entre las de distintas épocas” (Tönnies citado en Liceaga 2013, 61).

En relación a lo mencionado anteriormente el espacio tampoco puede convertirse en el único condicionante de comunidad, como aquellas comunidades que son denominadas por criterios políticos, con límites impuestos desde perspectivas externas, pensadas únicamente a partir del ordenamiento territorial y la administración (Dieguez y Guardiola 1998, 5). “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) pero que desde su propia naturaleza supone una forma de gobierno para la reproducción de lo común.

Por otro lado Tönnies citado en Liceaga (2013), se refiere a la comunidad como un organismo vivo, en donde una de las principales características es la permanencia de la unidad de los individuos a pesar de todas las separaciones. El autor también resalta la posesión y 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 Latinoamérica el término comunidad suele relacionarse con los modos de vida tradicionales y antiguos o en zonas humildes, rurales o periféricas. Además, el término

comunidad, 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 (Liceaga 2013, 66, 67).

Sin embargo, las comunidades también están presentes por fuera de éstas, como aquellas que se desarrollan en la vida urbana, a través de las 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 (2015), para el presente estudio entendemos por comunidad a: la diversidad de modos de producción de lo común y desde los múltiples espacios en los 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 a la diversidad de intereses de parentesco e individuales, así como los patrones de desigualdad en términos de género, edad o estatus. Además, se ven forzados a afrontar presiones externas que implican por ejemplo la necesidad de hallar un modo de convivir con modelos de mercado capitalista y al mismo tiempo con el principio de la reciprocidad o el trabajo colectivo (Ruiz et al. 2008, 401).

Las comunidades indígenas, específicamente las comunidades andinas en Ecuador responden a un modelo de sociedad comunal, que manifiesta las formas relacionales tradicionales, entendiéndose que formas tradicionales no son aquellas que existían antes de la colonia si no que han pasado procesos complejos de cambio (Chiriboga 1985, 31). Sus orígenes destacan tres 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 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, relación de respeto con la naturaleza, ayuda mutua, valor comunitario de los bienes, principios de discusión colectiva y 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 da 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 husipungueras aun 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 ya que por más de 500 años ni las encomiendas, ni las haciendas, ni la supeditación al Estado y sus proyectos liberales han logrado disolver. (Sánchez Parga 2007, 21–23). De esta manera, nos permitimos afirmar que la forma política de la comunidad es incómoda para el capital. Las comunidades han configurado como una organización social desde las bases, en Ecuador el movimiento indígena es un claro ejemplo de su lucha por ser reconocido como un actor político frente al Estado.

2. 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 prestación de servicios, por 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 aborigen, turismo étnico o ecoturismo, en donde las características que predominan 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 los años 80, ligada principalmente al ecoturismo. Cabanilla (2018, 112) por su parte resalta que, frente a la exclusión de varios territorios en los modelos de planificación, la Organización Mundial de Turismo OMT a través de la Declaración de Manila ²⁰ manifiesta la necesidad de que el turismo interactúe con otros sectores y declara la necesidad de que la planificación del turismo se dé en 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”. 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 1985, 3 en Cabanilla 2018). 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 (Cabanilla 2018).

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 través de la agenda política de la cooperación internacional, que aplica metodologías como la del *turismo pro-pobre*, proponiendo 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 que es la región que presenta una mayor oferta (Travé 2019, 6).

²⁰ Declaración realizada en 1980 en Manila durante la Conferencia Mundial de Turismo, Organizada por la OMT

A pesar de considerarse que el turismo comunitario surge de manera espontánea en comunidades asentadas en territorios ancestrales y campesinos, Ruiz y Solís (2007,34) citados en Cabanilla y Garrido (2018, 313) sostienen que las empresas nacionales e internacionales del turismo empezaron a ingresar a las comunidades y territorios indígenas de manera autónoma, para insertarlas como parte de sus paquetes turísticos. Estas dinámicas no implicaban generar beneficios para la comunidad y en el mejor de los casos algunos comuneros eran insertados como mano de obra barata de los grandes negocios. Siendo, además, como lo afirma Noboa (2011) utilizados como atractivos turísticos, folklorizados y vistos como parte del paisaje natural. Además, mientras el Estado y la empresa turística vendían “el país de la naturaleza intocada que invitaba a descubrir el paraíso”, por otro lado, a través de las actividades extractivas se destruía y contaminaba 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 resistencia²¹ 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: las actividades extractivas depredadoras²² y/o las 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 una red junto con otras comunidades de la zona, denominada *Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y el Ecoturismo* (RICANCIE). Dicha organización desempeñó un papel transcendental para

²¹ 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, recayendo en mayor proporción sobre la población de las comunidades indígenas, que hasta entonces no eran considerados ciudadanos. Sin embargo, las luchas por la reivindicación de sus derechos, aún estaba enfocada, entre otras cosas, en la tenencia de tierra: “por 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).

²² 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 obligados a replegarse *tierra adentro* buscando su seguridad, o enfrentarse a colonos y empresas, mediante la lucha organizada para no verse forzados a abandonar definitivamente sus tierras” (Noboa 2011, 261)

la expulsión de compañías mineras y petroleras en la zona. Este proceso de resistencia, en donde 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, 265–66).

Como se mencionó anteriormente, las comunidades no solo han tenido que enfrentar las consecuencias de actividades extractivas y los intereses de la empresa privada, si no también aquellas enfocadas en la protección ambiental, desarrolladas desde una perspectiva ecocentrista. Tal es el caso de la comunidad Agua Blanca que, a partir de la creación del Parque Nacional Machalilla en el año 1979, se vio amenazada del 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 actividades de explotación del bosque seco tropical, generando 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 les permitiría conservar el manejo autónomo de su territorio (Loor 2019, 25; Noboa 2011, 262).

A medida que el turismo comunitario va tomando fuerza en Ecuador se ve la necesidad de crear un espacio organizativo para las comunidades, es así que, en julio del 2002, en el Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario en la ciudad de Otavalo, se creó la organización sin fines de lucro determinada como Federación Ecuatoriana Pluricultural de Turismo Comunitario FEPTCE. Constituida con la misión de: “*Promover 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).

Desde la FEPTCE se conceptualiza al turismo comunitario en sus estatutos como:

La 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 (FEPTCE 2002).

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 (2005), 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.

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 (2018) analiza las características en común de múltiples conceptos de turismo comunitario, concluyendo que: el territorio y la organización cumplen un rol fundamental para su desarrollo; las comunidades pueden ser rurales o no; pueden darse en territorios de etnias ancestrales, como de poblaciones que no se consideran de tal manera; coexiste con varias modalidades de turismo por tanto no se considera una modalidad de turismo sino un modo de gestión; su último fin no es la generación de beneficios económicos si no 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 cada experiencia 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, sin embargo, también existen experiencias en las cuales el turismo comunitario responde a las lógicas de las agendas neoliberales o simplemente no logra generar una sinergia dentro del equilibrio de las comunidades generando fraccionamientos internos o inserta dinámicas de competencia con otras comunidades.

3. Comunidad Palacio Real, la vida en las faldas del Chimborazo

La comunidad Palacio Real es una de las 17 comunidades de la parroquia Calpi, cantón Riobamba en la provincia de Chimborazo. Se ubica a 15 kilómetros de la cabecera cantonal en un territorio de 289.68 ha en las faldas del nevado Chimborazo. La comunidad se encuentra a una altitud de 3.235 msnm y sus temperaturas promedio son de 18 C° durante el día y -2 C° durante la noche. La comunidad está conformada por 98 jefes de familia, quienes proveen de recursos económicos a sus hogares, con un promedio de 4-5 personas por núcleo familiar. Se estima que la población es de 450 habitantes, distribuidos en su mayoría en asentamientos dispersos. (Gobierno Autónomo descentralizado de la parroquia Calpi 2015).

Las principales actividades económicas en la comunidad son: la agricultura, el trabajo en la construcción y el turismo (GADP Calpi 2015). Décadas atrás la producción agrícola estaba destinada para el 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, 22/09/2021). 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 *chusito* que decimos, quieren dar máximo \$20, en cambio nosotros para comprar arroz, el bueno está \$50, \$45. 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, 22/09/2021)

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, sin embargo, la migración es temporal. Algunos hombres también trabajan para la empresa Cemento Chimobrazo, que se encuentra cerca de la comunidad, ejerciendo trabajos en el proceso de producción y transporte (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

La raíz étnica de los habitantes de Palacio Real es *Kichwa de la Sierra Centro*, correspondientes a pueblo *Puruwa* (Espín, Flores, y Pinos 2018, 359). 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 2016, 0:12). De modo que, 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 (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

Se conoce que el nombre de la comunidad se dio a partir de una visita de Simón Bolívar, quién 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*. Es en honor a ello que se le dio el nombre de *Comunidad Palacio Real* (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

4. Centro de turismo comunitario Sumak Kawsay²³

En el año 2004 la comunidad de Palacio Real recibió una donación económica por parte de las monjitas de Calpi, que debía ser destinada para impulsar las actividades económicas en el territorio. Una comisión designada por la comunidad tomó la decisión de que los recursos se inviertan en la compra de camélidos andinos, de tal manera que su crianza se pueda aprovechar 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.

²³ Toda la información que se presenta en esta sección, se escribió en base a los resultados de la entrevista etnográfica llevada a cabo en la comunidad Palacio Real el día 22 de septiembre del 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.

En el año 2006 el sacerdote francés Pierric Van Dorpe, párroco de Calpi, plantea la creación de un centro de turismo comunitario, a través de la gestión de fondos con la Asociación Ahuana²⁴, 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, sin embargo, 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, dado que era una actividad nueva en la comunidad.

El emprendimiento turístico fue denominado *Centro de Turismo comunitario Sumak Kawsay*. Previo a la llegada de la 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, es así que en el *restaurante* se sirve seco, chuleta y lasaña elaborados con carne de llama y acompañados con alimentos locales como la 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; 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

²⁴ Asociación francesa sin fines de lucro que brinda acompañamiento a las comunidades indígenas de la provincia de Chimborazo desde el año 1999, con el objetivo de impulsar el desarrollo económico en las comunidades, así como hacer frente a la pobreza, el racismo, la violencia hacia la mujer y la pérdida cultural.

que consta de tres chozas equipadas con una cama matrimonial y una litera, su capacidad máxima para el servicio de hospedaje es de 12 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, en porcentaje el 85% corresponde a turistas extranjeros y el 15% a turistas nacionales (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: Orquidea tours, Ranakutours, Kapac-ñan tours, Quimbaya Tours y Puruha Razurku²⁵ a quienes 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.

5. Impactos de la actividad turística en el espacio comunitario

5.1. 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 llevaban a cabo la quema de residuos principalmente no biodegradables. A partir del 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, espacios comunes y de visita. También se llevaron a cabo campañas de reforestación, sin embargo, un muy bajo porcentaje de plantas sobrevivieron a las heladas y el tipo de tierra

²⁵ Alrededor del año 2002 mediante un proceso organizativo, se establecieron legalmente 11 centros de turismo comunitario 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 (Corporación de turismo comunitario de Chimborazo 2019, 7). Las otras operadoras turísticas mencionadas en el párrafo, con las que trabaja Palacio Real son empresas particulares.

en el que se asientan, siendo las lupinas y cabuya las únicas presentes hasta la actualidad (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

Por otra parte, se ha incentivado al cultivo de plantas medicinales que además de ser parte de los atractivos turísticos es un factor de revitalización cultural ya que potencia el uso de las plantas y permite la transmisión de conocimientos con las nuevas generaciones en temas de salud. Más allá de ello no se identifican otros impactos ambientales en el territorio (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

Antes de la adquisición de las llamas por parte de la comunidad, las familias criaban otras especies como vacas y sobretodo borregos de los cuales se aprovechaba su lana (Jenniffer Pagalo 22/09/2021). 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, además la característica de sus dientes les permite cortar el pasto en lugar de arrancarlo, de tal manera que no generan erosión de los suelos a diferencia de los ovinos y bovinos (Dourojeanni 2014, 3), la presencia de la llama ha permitido la producción.

En contraste con el presente estudio de caso, cabe mencionar que el turismo comunitario en varias experiencias ha servido como una actividad alternativa frente a las actividades extractivas, como es el caso de Intag, una región de bosque nublado, localizada en las estribaciones de la cordillera Occidental del Ecuador en la provincia de Imbabura, en donde las comunidades organizadas hacen frente a la extracción de cobre, que repercute en los ecosistemas por contaminación del agua, deforestación y desertificación (Roux 2013). Siendo un ejemplo de que el turismo se puede establecer como herramienta de resistencia frente a la degradación de los ecosistemas generando impactos ambientales positivos en los territorios.

5.2. 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 en Ruiz et al., (2008).

El cabildo o directiva comunitaria de Palacio Real está encabezada por un Presidente, quien toma decisiones bajo el consenso y 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 personas²⁶ mayores de 18 años, y que son designadas por todos los miembros de la comunidad, basados en varios elementos como: la edad, las habilidades y su compromiso (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

La asamblea es la que da forma al espacio político, de tal 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 — encarnados en cuerpos de hombres y de mujeres— son quienes ejecutan las decisiones de las asambleas, pero éstas se encuentran sujetas a la decisión comunal”.

Los pobladores de la comunidad de Palacio Real reconocen la fuerza que tiene la asamblea, determinándola 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 de jóvenes y ancianos (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

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 ésta pueda significar en el territorio y en las relaciones comunitarias. En el caso del Centro de Turismo Comunitario 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 18 mujeres²⁷, quienes están involucradas directamente como guías turísticas, responsables del hospedaje, administración y en la atención del restaurante (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

Para la gestión del CTC se delega una administradora que desempeña este rol por un tiempo indefinido, que ha variado entre 1 a 3 años. El cabildo cumple el rol de portavoz

²⁶ La directiva se compone por presidente, vicepresidente, secretario, sindico, tesorero y 4 vocales.

²⁷ Se describe con mayor detalle el motivo por el cual el grupo de turismo está conformado por solo por mujeres a en el apartado: *Relaciones de género y turismo*.

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 22/09/2021). De este modo es posible además 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 que 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 que hacen cuando nos visitan. Al principio algunos compañeros no querían que nos visiten, pero ahora estamos contentos” (Celestina Pagalo 22/09/2021).

El grupo de turismo (entrevista a grupo focal 22/09/2021) 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.

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, el gobierno provincial con apoyo promocional en ferias y material impreso. Además de una fraterna relación con el Padre Pierric quien incentiva permanentemente a la comunidad a apostar por el turismo (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

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 los agentes externos quienes impulsaron y financiaron el proyecto, sin embargo su ejecución se lleva a cabo desde la producción comunitaria lo cual se irá evidenciando a lo largo de este estudio.

5.3. 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* hacen parte de la reproducción humana, estando estas estrechamente ligadas.

La reproducción material se entiende como la producción de bienes esenciales y necesarios para la vida, tal 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 (2015, 23) sostienen que la *comunidad* puede ser entendida 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, desde un lugar distinto al que habita el capital, mismo que norma la vida desde el mercado-estado, relegando la reproducción social al ámbito de lo privado, a través de la apropiación privada de unos, del trabajo de otros.

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” (Gutiérrez y Salazar 2015, 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, sin embargo, no representa una actividad económica que permita a las familias cubrir sus necesidades mucho más allá de la alimentación, para ello se han visto obligados a salir en búsqueda 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 un pago mensual por su trabajo, que ronda los \$100 mensuales y beneficia a 18 mujeres que están vinculadas al proyecto.

Además de ello, los beneficios también se direccionan para quienes proveen productos agrícolas al restaurante y a las artesanas²⁸. Los excedentes anuales de las ganancias del CTC implican un beneficio común, ya que ese dinero es destinado a cubrir necesidades colectivas, como el adoquinado de caminos o el mantenimiento de la casa comunal. Inclusive adquirieron un terreno a nombre de la comunidad, el cual pertenecía a una persona particular y colindaba con su territorio²⁹ (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

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 (2019):

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 búsqueda de trabajo, estableciéndose como un aporte al sustento de varias familias. Sin embargo, este no ha logrado frenar este 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 de turismo siguen destinando tiempo a las actividades cotidianas a las que atendían antes de la implementación del proyecto (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

Otras comunidades vecinas también pueden percibir el beneficio del turismo, dado que, en la tienda de tejidos, están a la venta productos como mermeladas, chicha de maíz morado envasado, galletas de avena, yogurt de mashua y otras artesanías elaboradas en la localidad (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

²⁸ Las artesanías están 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

²⁹ 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 de 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 llevar a cabo en otros países con animales como los perros.

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. Así mismo se perciben nuevas demandas y modos de consumo en la comunidad respecto a la vestimenta, alimentación, medios de transporte y productos de aseo (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

5.4. Reproducción simbólica y de la comunidad ligado 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 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 del uso común.

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, dado que todas las decisiones que se toman deben pasar por ahí, en palabras de Carmen Chica (22/09/2021): “la asamblea es más importante que todo, ahí se organiza la minga, se comenta 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 encuentra 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 si es bien importante la solidaridad en la comunidad” (Jorge Acalo 22/09/2021).

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 por producir bienestar colectivo. No es un trabajo remunerado, pero 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 ya que cada persona aporta desde su conocimiento y habilidades. Por ejemplo, las personas que no pueden hacer trabajos forzosos están a cargo de la organización o de la preparación de alimentos para el colectivo (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

Toda la infraestructura del centro de turismo comunitario se construyó a través de la *minga*, en donde hubo participación de toda la comunidad, no solo del grupo de turismo y sus familias. El turismo no ha cambiado las lógicas del trabajo comunitario en *minga*, más bien las mujeres del grupo de turismo (entrevista a grupo focal 22/09/2021), mencionan que están muy agradecidas con la comunidad por hacer posible que el proyecto se desarrolle y que por esa misma razón ellas siempre brindan su apoyo en otros espacios cuando la comunidad requiere de su ayuda.

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 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 o 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 22/09/2021).

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 espacios 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 servirse como alimento (entrevista a grupo focal 22/09/2021). 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, es así que la infraestructura del emprendimiento se consolida a través de la minga, pasando inicialmente por la asamblea que organiza el trabajo, dialoga, construye simbólicamente. Así como la fiesta, que pasa a ser un espacio amplio en donde personas externas tienen la oportunidad de conectar con la comunidad, sumándose a ello el significado que pasa a tener la llama en la vida cotidiana de la comunidad.

Estos espacios están destinados a fortalecer los lazos comunitarios, en contraste a las dinámicas de reproducción de la existencia humana que son mediadas por el capitalismo, en donde según Gutiérrez y Salazar (2019, 28) las relaciones se subordinan a la producción de capital y relegan las actividades comunitarias como actos secundarios y sin significado propio, a pesar de que éstos 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” (Gutiérrez y Salazar 2019, 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, siendo visible una brecha generacional, en la que niños y jóvenes tienen otras preferencias respecto la vestimenta tradicional, los alimentos que se prefieren, el aprendizaje del Kichwa, incluso en cierta medida una pérdida de interés en la participación de los espacios comunitarios (Flor Tayupanda 22/09/2021).

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 de Kichwa (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

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 los otros y destinaron un espacio comunitario para el cultivo de plantas medicinales. Así mismo 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 (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

5.5. 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, 2021

El turismo comunitario implica un encuentro entre múltiples mundos o culturas³⁰. Desde las conceptualizaciones de turismo comunitario de la OIT y la FEPTCE se resaltan las relaciones interculturales que devienen de este encuentro. Sin embargo, 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 (2009, 3–4) sostiene que las relaciones interculturales se pueden dar desde distintas perspectivas: desde un carácter *relacional*, que se refiere al modo más básico y general de contacto e intercambio *entre* culturas, ésta 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 la 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

³⁰ “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.

conservación de la estabilidad social con el fin de impulsar los imperativos económicos del modelo (neoliberalizado) de acumulación capitalista, ahora “incluyendo” a los grupos históricamente excluidos en su interior”; y finalmente 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”. 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 apunta a la transformación de las estructuras socio-históricas, 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 y el no saber que esperaban éstos de su visita a la comunidad. Los primeros turistas que llegaron al emprendimiento fueron voluntarios de la Asociación Ahuana, de origen francés, por lo cual la comunicación fue bastante complicada, sin embargo, en aquel entonces el padre Pierric 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 su 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 la visita de turistas abre 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 viajes, así como sus historias de vida y sus sentires e ideas (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

Antes de la implementación del CTC los habitantes de la comunidad temían relacionarse con extranjeros por advertencias de sus mayores. Sin embargo, en todos estos años de operación turística, esta imagen se ha transformado ya que sus experiencias han sido positivas y muy fraternales. Comentan que les asombró que más allá de las actividades que ofertan, a los turistas extranjeros, sobre todo, les llama la atención conocer sobre su modo de producción agrícola, sus hogares y familias y 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 quienes también tienen buenas experiencias a pesar de que notan menos curiosidad respecto a otras

características de su modo de vida en comparación con los extranjeros (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

En un análisis sobre los impactos del turismo en temas de interculturalidad, se expone que se pueden generar impactos positivos cuando las relaciones se dan basadas en el respeto mutuo, lo cual permite una comprensión y aceptación de los otros y su modo de ser, nutridos por un intercambio y aprendizaje de las experiencias de los otros distintos, generando una dinámica de enriquecimiento entre todos quienes se relacionan (Albó 1999 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 e identidad en función de las demandas del mercado turístico internacional, de manera que las relaciones quedarían muy lejos de una dinámica intercultural, dado que la comunidad convierte a su cultura y a sí mismo como objeto de consumo o como 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 guianza 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 mujeres que han dejado de utilizar su vestimenta tradicional continúan con su decisión de no hacerlo, sin que la vestimenta juegue un rol de elemento folklórico (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

5.6. 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 asumen el *deber u obligación* de cumplir con este trabajo, como algo *natural* del hecho de ser mujer (Gómez 2016, 12).

El trabajo remunerado tiende a recaer como responsabilidad masculina, mientras que el trabajo de cuidado lo asumen las mujeres. Esta división sexual del trabajo es parte de un sistema patriarcal, que tiende a subordinar económica, política y socialmente a las mujeres, además que no considera al trabajo del cuidado como una contribución al desarrollo social y económico, a pesar de que este sostiene la vida, incluso subvenciona al trabajo productivo (Anzorena 2008).

Según la OMT (2021), en el *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo*, el 39% de 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, mientras que, en el conjunto de la economía las mujeres tienen una remuneración menor en un 16,8%, en el turismo esa cifra se reduce al 14,7%, por lo que se resalta que la actividad turística puede generar fuentes de empleo tanto para hombres como para mujeres y aportar a la reducción de la brecha salarial de género. Sin embargo, en el informe antes mencionado 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 en el sector.

La experiencia del centro de turismo comunitario 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, se sumaron a este únicamente mujeres. Esta realidad está dada, ya que 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 como en la construcción (entrevista a grupo focal 22/09/2021). Sumándose a ello, se consideró importante la participación femenina dado que la Asociación Ahuana, quién prestó el financiamiento del proyecto, tiene como uno de sus pilares fundamentales

de trabajo 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, pero además 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 algún gasto personal ocasional, 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 otros son las mujeres quienes administran todos los ingresos económicos (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

Por otro lado, el emprendimiento turístico ha permitido el desarrollo de nuevas habilidades como hablar y desenvolverse en público, reforzando 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 22/09/2021).

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, 22/09/2021). 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, así como el mismo hecho de que su voz toma fuerza dentro de las relaciones comunitarias.

La comunidad identifica que hasta la generación de los abuelos³¹ todavía existía mucha violencia de género y era normal escuchar que los maridos golpeen a sus esposas por enojo, frente a lo cual ellas asumían 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, ha 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 compartir y siguen replicando los antiguos consejos de que *hay que aguantar* (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

Otra de las situaciones que ha cambiado en los últimos años es que se ha 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 y no se les permitían 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 el empoderamiento de las mujeres para desempeñar un papel más activo en los espacios de organización y participación (entrevista a grupo focal 22/09/2021).

El trabajo de las mujeres fuera del hogar ha abierto una mayor valoración social respecto al trabajo del cuidado realizado por las mujeres, ya que en temporadas altas del turismo cuando las mujeres destinan menor tiempo al hogar, este trabajo se ha tenido que compartir con el resto de la familia (María Paca 22/09/2021).

A pesar de que se reconoce al turismo como una actividad que ha generado impactos positivos en el territorio, cabe mirar hacia una perspectiva crítica como lo presenta Cañada (2019), quien 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 éstas están enfocadas en el servicios de alojamiento, cocina y limpieza. Además, implicaría intensificar la jornada laboral de las mujeres dado que aún no se han superado estructuras sociales en las que dentro del hogar las mujeres asumen todo el trabajo de cuidado. Finalmente, el autor argumenta que un incremento de ingresos no necesariamente implica mayor autonomía, dado que en muchos casos los hombres jefes de familia son quienes siguen ejerciendo relaciones de poder al tomar las decisiones en el hogar.

³¹ Se refiere a la generación que hace aproximadamente 20 años estaba en la edad adulta (40-60 años) como jefes de familia y que en la actualidad son los mayores de la comunidad.

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 éste. En base a los resultados de un taller participativo realizado en la comunidad de Palacio Real, en donde 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.

1. 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, instalándolo como 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 tal modo que este término parecería estar instaurado en el colectivo social, cargado de connotaciones netamente positivas. Como lo afirma Lang (2016, 2): “oponerse o pretender obstaculizar al *desarrollo* es visto como una suerte de absurdo, un sinsentido, un error garrafal”. ¿Cómo llegó el desarrollo a instaurarse 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 pobreza³² de los países, señalados desde entonces como *países del tercer mundo*. Esta idea marcó una distinción entre países *desarrollados* y *subdesarrollados*, dejando una huella profunda respecto a las aspiraciones de los países del sur global, *los subdesarrollados*, quienes 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,

³² Majid Rahnema citado en (Escobar 2014, 69) 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?

estableciendo al Producto Interno Bruto PIB como su principal indicador (Gudynas 2011, 22,23).

Escobar (2014, 74) menciona que desde Estados Unidos y otros países del norte global se promovieron *programas de desarrollo*, estableciendo organizaciones internacionales y nacionales que brindarían ayuda técnica y financiera, enfocadas en crear condiciones para que los países ahora llamados *en vías de desarrollo*, puedan 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 por tanto se crea como la representación de la *salvación*, el único camino correcto, probado exitosamente en Occidente, por tanto, una verdad universal, evidente y necesaria. Este proceso según expone Lang (2016, 3-4), se traduce a 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 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 (2016, 1-3) sostiene que la continua búsqueda del desarrollo ha puesto en evidencia que no es un referente positivo, constituyéndose como una promesa irreal. 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 en base al despojo, la degradación de ecosistemas, la destrucción de culturas subalternas y funcionalizando 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 dependencia³³, Estas posturas críticas están enfocadas principalmente en el cómo, mas no cuestionan la idea de avance, progreso, crecimiento, aprovechamiento de la riqueza natural y modernización como último fin (Gudynas 2011, 23–26).

En los años 80, la Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo, en su informe final *Nuestro Futuro Común*, formula la necesidad de implementar lo que denominaría *desarrollo sostenible*. Una idea que postula la necesidad 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, sin embargo, Gudynas (2011, 31) resalta que este término resultó en un eufemismo desarrollista al servicio de campañas publicitarias sin generar cambios estructurales.

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 valores de los individuos y colectividades. El apego a la idea de progreso ha llevado a rechazar los límites ecológicos, minimizando los impactos ambientales o considerando que se pueden compensar económicamente y mediante el desarrollo tecnológico (Gudynas 2011, 40–41).

En los países del sur global, después de 70 años de implementar recetas para el crecimiento económico que implicó megaproyectos extractivos, perpetuo endeudamiento y exclusión social; en lugar del desarrollo como *camino hacia la transformación* como se prometía, los resultados dejan en evidencia una profundización de la pobreza, violencia y el deterioro social y ambiental (Escobar 2014, 47). Por esta razón (Lang 2016, 4) 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

³³ Para Bustelo 1998 citado en Gudynas (2011, 24), “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” afirmando que esta situación de desigualdad y las relaciones de poder significaban un freno para el progreso.

producción, distribución y consumo capitalista, asociado con los imaginarios de acumulación de bienes materiales como horizonte de buena vida”.

Por 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 que cargan los países del sur global de *subdesarrollados*; una construcción dada 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. Alternativas que se plantean desde la diversidad, 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 andar (Gudynas 2011, 42,45). En lugar de este modo de proyectar la vida, Lang (2006, 5) 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 contruidos 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) plantea que “la industria del turismo se conforma como una herramienta de cooperación al desarrollo, sobre todo, en países subdesarrollados”. Argumentando también que es necesario que el turismo se alinee con el principio del desarrollo sostenible bajo la retórica de que éste 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, en los territorios donde se lleva a cabo y si bien se plantea como una alternativa frente a actividades extractivas y la pobreza, no necesariamente supera las subjetividades del progreso y el crecimiento económico como último fin, siendo las poblaciones locales 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, 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 algunos de los retos que ello significa.

2. Perspectivas y subjetividades de *desarrollo* desde la comunidad

En la comunidad Palacio Real no existe una referencia exacta desde cuando se emplea el término desarrollo, sin embargo, está presente en el territorio, afirmándose que "se escucha desde hace tiempo". La perspectiva de desarrollo para la comunidad se constituye a partir de la idea de "estar mejor". Se le atribuye como un "proceso de cambio" o "nuevas formas de pensamiento y nuevas formas 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 los territorios más desarrollados de los menos desarrollados, dado que se afirma, por ejemplo, que la tecnología puede determinar el desarrollo, poniéndose como referente a los avances tecnológicos de Estados Unidos. A pesar de ello también se reconoce que la vida dentro de otras lógicas, como la vida 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 que implica mayores gastos para cubrir sus necesidades básicas (taller participativo 29/09/2021).

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, resaltando que hace cuarenta años era necesario caminar varias veces un tramo de una hora para obtener agua para su consumo, mientras que en la actualidad poseen agua entubada³⁴, así mismo los vehículos y la presencia de la carretera que pasa por la comunidad se menciona como un elemento de progreso (taller participativo 29/09/2021).

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

³⁴ En los años 80 se instaló la infraestructura para abastecer de agua entubada a la comunidad proveniente de las vertientes del nevado Chimborazo, la instalación se dio con el apoyo económico de Fundación Andina, misma que financió los materiales mientras que el trabajo se llevó a cabo a través de la minga.

honestidad, compromiso, amistad, forma de vivir y 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 29/09/2021). El Sumak Kawsay está relacionado a 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 salir adelante o salir de donde se está, en búsqueda de alcanzar a aquellos que ya son desarrollados, como se ha mencionado anteriormente esa búsqueda aterriza en elementos como la infraestructura, tecnología y conectividad.

El CTC de Palacio Real lleva como nombre *Sumak Kawsay*, el nombre fue dado por la comunidad durante el proceso de planeación del proyecto. Se atribuye al emprendimiento un significado especial, dado que no hubiese sido posible llevarlo a cabo sin la unidad y generosidad de toda la comunidad, además de ser considerado un espacio para compartir la cosmovisión heredada de sus abuelos (taller participativo 29/09/2021).

3. Expectativas colectivas: turismo y reproducción de la comunidad³⁵

Las acciones de hoy nos conducen a la realidad del futuro, por 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: que es la comunidad hoy, que les gustaría conservar y fortalecer con el tiempo o que creen necesario transformar; y compartieron como 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, considerándola como la base de sus relaciones ya que les ha permitido vivir y compartir en armonía a lo largo del tiempo. Así respecto al sentido de solidaridad con el que la comunidad responde frente a la necesidad o situaciones difíciles que se les puede presentar a los demás, sostienen que todos podrían ser ayudados por los otros en algún

³⁵ Toda la información que se presenta en 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.

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 sino, 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 29/09/2021).

En esta misma línea, se resalta la fuerza que resulta de la unión que existe para llevar a cabo 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, ya que, 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 otras comunidades; así mismo los jóvenes que salen por estudios en su mayoría han regresado.

Por otro lado, se considera importante conservar su sistema de organización y reproducción de la vida, basado en la asamblea, 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 de la comunidad esto empieza a generar mayor dificultad para llegar a consensos en la asamblea, ocasionando que las personas que no están de acuerdo con la voluntad colectiva dejen de participar activamente en ciertas actividades o se extiende el tiempo para llegar a consensos.

Se percibe también que algunas personas rompen acuerdos establecidos, por ejemplo, permiten el ingreso a vendedores o chatarreros fuera del horario establecido, cuando por temas de seguridad se han determinado horarios de entrada de personas ajenas al territorio, o a pesar de los esfuerzos del grupo de turismo para mantener los espacios limpios, algunas personas no respetan los acuerdos de la disposición de basura, lo cual genera acumulación de plásticos, mascarillas y desperdicios de construcción en espacios que no están destinados para ello. Por tanto, 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 con los acuerdos. Otro asunto que se destaca con anhelo de transformación es que a partir de la presencia de una carretera que atraviesa la comunidad, el transporte pesado que evade el pago de peajes, transita por el sector incrementando los

riesgos para que los niños jueguen y circulen con tranquilidad; sin embargo, no se puede hacer nada ante ello, lo cual les ha hecho dar 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, abriéndose además 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 ya que al igual que el idioma, solo una porción de adultos y ancianos los utilizan, mientras que los niños y jóvenes han optado por otra forma de vestir y no tiene interés en entender y 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 los sistemas de riego, dado que es el mayor inconveniente que tienen para la producción de alimentos, además sueñan eliminar el uso de químicos para la producción agrícola, enfocados en mejorar la salud de la tierra para la producción de vida y proveer de alimentos sanos a sus familias. Finalmente consideran que al tener cada vez un mayor número 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 el incremento de infraestructura, especialmente para el hospedaje lo cual al mismo tiempo podría significar un incremento en la llegada de turistas. Respecto al tema económico también aspiran a un incremento de los ingresos anuales a \$50.000, lo cual hasta antes de la pandemia de covid-19, rondaba en la mitad de esta cifra. Como camino para llegar a esas metas se plantean una diversificación de actividades, que podría incluir la participación de los grupos de baile y danza de la comunidad, actividades para compartir sus conocimientos de tejido y tratamiento de la lana de llama con turistas interesados, incluir infraestructura lúdica para niños de manera que sea un espacio más familiar, crear una zona de camping que brinde seguridad y espacio para fogatas para los turistas, así como la ampliación de su 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 y para ello impulsar a los más jóvenes al aprendizaje de otros idiomas para depender en menor grado de los intermediarios con los turistas extranjeros.

Cabe recalcar que Palacio Real dio inicio a la actividad turística con el objetivo de diversificar sus actividades económicas. Inclusive Ahuana, la asociación que financió el proyecto, resalta la necesidad de potenciar el *desarrollo económico* de la comunidad, que puede estar dada través 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 una composición de elementos que van tanto desde las lógicas desarrollistas como de alternativa al desarrollo. Este fenómeno se da por la confluencia de elementos externos que influyen en la comunidad, como el imaginario de progreso y modernidad, el cual no influye únicamente sobre la comunidad, sino más bien a escala nacional y global. 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 solicitar para su estancia nocturna. Mientras que por otro lado las lógicas comunitarias siguen presentes con fuerza, de la tal manera que es posible llevar a cabo la gestión turística desde otro lugar que prioriza 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.

4. 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 independiente de las organizaciones que en su momento sumaron esfuerzos técnicos y económicos para ponerlo en marcha. La comunidad se ha comprometido en sostener el centro de turismo, dada su importancia no solo económica, sino por constituirse como un espacio que se trabaja desde el afecto y que aporta al bienestar colectivo, en el sentido que ha elevado la autoestima de la

comunidad y que además 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, dado que las dependencias económicas pueden generar vulnerabilidad de la autonomía local, como 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 vieron obligados a responder a las lógicas e intereses de las empresas extractivas, sin lograr consolidar una estructura organizativa sólida y doblando 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 (Cabanilla y Garrido 2018, 297) para los centros de turismo comunitario significa una dificultad no percibir y manejar estos proyectos como empresa, afirmando que la comunidad es “dueña del *negocio*, de un bien, que se lo podría considerar *empresarial* y que debe propender como tal, a mantenerlo en el mercado con todas las reglas que éste 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 centro del turismo comunitario 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 cuales son las necesidades y 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, de tal manera que el centro de turismo comunitario no es solo un espacio de aprovechamiento sino que pasa a ser parte de las lógicas de ayuda mutua (el centro de turismo da pero también recibe), de esta manera 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 están dadas por la escasez de canales de distribución; la necesidad de capacitación y refuerzo en el conocimiento de estrategias de marketing que suelen transformarse con rapidez; las dificultades de comunicación en otros idiomas; desventajas de acceso a tecnología e internet respecto a la empresa privada y 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 permiten inducir al viajero a visitar y compartir con la comunidad (Cabanilla y Garrido 2018, 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 operadoras de turismo, una de las estrategias que manejan es mantener la misma tarifa 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 Razurku que es operada por una asociación de centros de turismo comunitario de la provincia, haciendo 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.

Haciendo referencia a los *estándares de calidad*, es necesario hacer énfasis en que dichos estándares 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, (2010, 3) citado en Santafé (2012, 32). En este sentido el turismo comunitario enfrenta a la homogenización de los espacios a los que tiende el turismo neoliberal globalizado. Por tanto, es necesaria la búsqueda de un equilibrio en la relación entre los centros de turismo comunitario y el mercado que les permita mantenerse dentro de las lógicas de comunidad, pero al mismo tiempo desafiando a 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, son quienes moldean las preferencias a través de la idea de felicidad a través del consumo.

A pesar de que los proyectos de turismo comunitario no se suelen plantear desde la lógica de alternativa al desarrollo, sino más bien direccionado como alternativa de desarrollo, estas experiencias nos abren una puerta para poder distinguir cuales son los elementos comunitarios que podrían rescatarse para pensar en la actividad turística por fuera de las lógicas del turismo neoliberal globalizado y todas las implicaciones descritas en el capítulo segundo, que éste 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 es gestionado desde las bases y dentro de las dinámicas de reciprocidad, ayuda mutua, discusión colectiva y valor comunitario de los bienes; éste rompe con las dinámicas de apropiación y despojo de tierras por parte de los grandes grupos de poder que tienden a disponer de los territorios para su beneficio. Además, la comunidad mantiene una relativa autonomía para tomar sus decisiones, mientras que el turismo neoliberal globalizado empuja a las comunidades a situaciones de confrontamiento, como el caso que se presentó en el capítulo segundo del ejido José María Pino Suárez en Tulum, en donde a pesar del rechazo por parte de la comunidad hacia la expansión de la industria inmobiliaria-hotelera, con apoyo de los gobiernos locales se dispuso la voluntad de los grandes poderes financieros. Sin embargo, a pesar de que no se hayan enfrentado despojos 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*. De manera que los espacios de visita son reales y no un 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, compartir e intercambio intercultural, que abre la posibilidad al turista de experimentar la realidad de modos de vida otros, frente a los espacios aislados que produce el turismo neoliberal globalizado, como por ejemplo los

resorts de grandes cadenas hoteleras que brindan sus servicios en espacios herméticos alejados de la realidad social del territorio en el que se asienta su infraestructura, y limitando a las relaciones sociales a una dinámica de cliente-sirviente/empleado.

Así mismo se destaca el aprovechamiento de las capacidades y de la producción local, como la carne de llama, quinua, prendas bordadas o los productos de comunidades vecinas que se dispone para la venta en el emprendimiento turístico de Palacio Real, lo cual implica 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, generando 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, así como la cada vez más marcada dependencias de tecnología para desenvolverse en el mercado, lo cual conduce 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. Por tanto, 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, 22/09/2021). Si bien la actividad turística se puede mirar como una actividad económica, la relación que ésta tiene con la comunidad es la de un comunero, por tanto, a la vez que ésta pasa a formar parte una configuración total del espacio, que produce espacio, al mismo tiempo pasa a relacionarse con la comunidad desde sus lógicas de reciprocidad, sin ser vista como un negocio del cual se debe aprovechar, sino más bien 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 nos permite ampliar la comprensión del *modus operandi* del turismo neoliberal globalizado, entendiendo que éste responde a las dinámicas de la lógica de modernidad y de acumulación de capital, por parte de los poderes financieros y las grandes empresas turísticas transnacionales; a través de la contratación de mano de obra barata, despojos de los territorios, 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 a través de estrategias de mercado que apuntan a moldear las subjetividades de felicidad, insertando a los viajes como uno de los objetivos que se debe cumplir en la vida, como parte de los parámetros de éxito y del valor de las personas, lo cual está medido en relación a su capacidad de consumo. Los estándares y tendencias de consumo se establecen a través del uso de estrategias de marketing, que están enfocadas en inducir al consumo, pero que al mismo tiempo insertan el imaginario de cómo debe ser empleado el tiempo libre, de tal manera que el tiempo de ocio también está 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.

En base al estudio de caso que se llevó a cabo en la presente investigación, el turismo comunitario (entendiéndose no como aquel que se lleva a cabo en una comunidad, ni con una comunidad si no desde la comunidad y con las 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, éste 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 si establece elementos que pueden constituirse como una alternativa local

frente al turismo neoliberal globalizado, si bien se reconoce que está insertado en dinámicas capitalistas este se da desde una relación distinta.

En base a los impactos que ha generado en turismo comunitario en Palacio Real, desde la perspectiva comunitaria, el turismo ha llevado beneficios no solo económicos sino en otros ámbitos, como la ruptura de las barreras en las relaciones interculturales, la creación de espacios de empoderamiento de las mujeres de la comunidad, la revitalización cultural como elemento de la reproducción simbólica, así como 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, la comunidad Palacio Real, desde el principio del Sumak Kawsay, prioriza el bienestar colectivo ante las lógicas de mercado que privilegian la ganancia económica. Sin embargo, es necesario el planteamiento de estrategias que permitan hacer frente a la generalizada dependencia de financiamiento y acompañamiento de organizaciones de cooperación, dado que un alto porcentaje de los proyectos de turismo comunitario han sido impulsados desde fuera de la comunidad y se sostienen con el financiamiento externo. Si bien Palacio Real ha logrado sostener el proyecto a lo largo del tiempo, para su inicio fue necesario el aporte económico desde Francia, así como el acompañamiento técnico de varios actores.

Así mismo 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. Lo cual al mismo tiempo implica lidiar las 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, sin embargo, es importante reconocer los desafíos a los cuales debe enfrentar, como la presión constante de las lógicas de la modernidad y progreso van tomando fuerza dentro de las subjetividades comunitarias.

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

Obras citadas

- Agencia EFE. 2020. “Airbnb dobla su cotización en un primer día en Wall Street”. *EFE sección economía*. <http://www.efe.com/efe/america/economia/airbnb-dobla-su-cotizacion-en-un-espectacular-primer-dia-wall-street/20000011-4416163>.
- Akasha Ayahuasca. 2021. “Retreat Ecuadorian Amazon”. *Facebook*. <https://www.facebook.com/AkashaAmazonRetreats/>.
- 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). Universidad del Zulia: 47–68.
- Ariel, Anath. 2002. *Memoria textil industria del recuerdo en los Andes. Identidades a prueba de turismo en Perú, Bolivia y Ecuador*. Abya-Yala. Quito.
- Arzeno, Mariana. 2018. “Extensión en el territorio y territorio en la extensión. Aportes a la discusión desde el campo de la Geografía”. +E: *Revista de Extensión Universitaria* 8 (diciembre): 3–11. doi:10.14409/extension.v8i8.Ene-Jun.7709.
- Asociación Ahuana. 2022. “Proyectos comunitarios - Asociación Ahuana, Ecuador”. *Ahuana*. Accedido abril 7. <https://ahuana.com/fr/projets/>.
- Baringo, David. 2013. “La tesis de la producción del espacio en Henri Lefebvre y sus críticos: un enfoque a tomar en consideración”. *Quid 16. Revista del Área de Estudios Urbanos*, nº 3: 119–35.
- 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). Universidad de Costa Rica.
- Blanco, Jorge, y Natalia Lerena. 2020. “El Concepto de Territorio: Usos, Dimensiones y Procesos Claves Desde La Geografía Crítica Latinoamericana”. En . https://www.academia.edu/45094318/El_concepto_de_Territorio_usos_dimensiones_y_procesos_claves_desde_la_Geograf%C3%ADa_Cr%C3%ADtica_latinoamericana.
- Blazquez, Macia, Ernest Cañada, y 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 (enero): 1–19.
- Boley, Bynum, Evan Jordan, Carol Kline, y Whitney Knollenberg. 2018. “Social Return and Intent to Travel”. *Tourism Management* 64 (febrero): 119–28. doi:10.1016/j.tourman.2017.08.008.
- Bourdieu, Pierre. 2006. *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. 3. ed. Madrid: Taurus.
- . 2007. *El sentido práctico*. Traducido por Ariel Dilon. Buenos Aires (Argentina): Siglo XXI Editores.
- Buhalis, Dimitrios. 2008. “Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet- The state of eTourism research”. *Tourism Management* 29 (4): 609–23.
- Cabanilla, Enrique. 2018. “Turismo Comunitario En América Latina, Un Concepto En Construcción”. *Siembra* 5 (1).
- Cabanilla, Enrique, y Carlos Garrido. 2018. *Turismo Comunitario en el Ecuador*. Quito, Ecuador: UIDE.
- Cándida, María, y Saturnino De la Torre. 2002. “Sentipensar bajo la mirada autopoietica”. *Creatividad y Sociedad* 2: 14.

- Cañada, Ernest. 2019. *Transformaciones en las relaciones de género en experiencias de turismo comunitario en Centroamérica*. Alba Sud. Barcelona.
- Carrasco, Juan, 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.
- César, Alfredo, y Arnaiz Stella. 2013. "El turismo y la sociedad de consumo". *Turismo y Sociedad* 14 (noviembre): 65–82.
- Chiriboga, Manuel. 1985. "Formas tradicionales de organizacion social y actividad economica en el medio indígena". En *Del indigenismo a las organizaciones agrarias*, editado por Juan Bottasso, 29–90. Quito.
- Corporación de turismo comunitario de Chimborazo. 2019. "Turismo comunitario en Ecuador y la CORDTUCH". *Revista Chimborazo Desde Adentro*.
- Cruz, Erika, Lilia Zizumbo, Graciela Cruz, y Ana Quintanilla. 2012. "Las dinámicas de dominación capitalista en el espacio rural: la configuración de paisajes turísticos". *Cuadernos de Desarrollo Rural* 9 (69). Pontificia Universidad Javeriana: 151–74.
- Dieguez, Alberto, y Maria Guardiola. 1998. "Reflexiones sobre el concepto de Comunidad. De lo comunitario a lo local. De lo local, a la mancomunidad."
- Dourojeanni, Marc. 2014. "Cambio Climático y Camélidos Andinos", enero. https://www.academia.edu/6165278/Cambio_clim%C3%A1tico_y_cam%C3%A9lidos_andinos.
- Duménil, Gérard, y Dominique Lévy. 2014. *La crisis del neoliberalismo*. Madrid: Lengua de Trapo.
- Dupuy, Jean-Pierre. 2012. "O tempo que nos resta - Artepensamento". *Artepensamento*. <https://artepensamento.com.br/item/o-tempo-que-nos-resta/>.
- EC PROECUADOR. 2019a. "Incentivos por inversión en turismo en Ecuador". *¿Qué tipo de incentivos en inversiones existen?* <https://www.proecuador.gob.ec/>.
- . 2019b. "¿Qué tipo de incentivos en inversiones existen?" *InvestEcuador*. <https://investec.stratega.com.ec/portfolios/5-incentivos-para-la-inversion/>.
- EC Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. 2017. "Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021".
- Ec.contraste. 2020. "Los hoteles Wyndham planean nuevas aperturas en Ecuador". *Contraste*. <https://contraste.ec/web/2020/08/22/los-hoteles-wyndham-planean-nuevas-aperturas-en-ecuador/>.
- El Comercio. 2009. "Mompiche tiene un hotel de lujo". *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/mompiche-hotel-lujo.html>.
- . 2014. "Grupo Terranum compra la cadena de hoteles Decameron en América Latina". *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/grupo-terranum-compra-cadena-de.html>.
- Enriquez, Eugène. 2012. "Ociosidade, lentidão e construção do sujeito". *Artepensamento*. <https://artepensamento.com.br/item/ociosidade-lentidao-e-construcao-do-sujeito/>.
- Escalera, Alejandro, Alejandro Palafox, y Manuel Ángeles. 2018. "La producción del espacio turístico en la era del capitaloceno". *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales* 23: 1–22.
- Escobar, Arturo. 2014. *La invención del desarrollo*. Tercera.
- Espín, Dayana, Katherine Flores, y Mariela Pinos. 2018. "Diagnóstico Turístico de la parroquia Palacio Real, provincia de Chimborazo, Ecuador". *Universidad y Sociedad* 10 (1): 358–66.

- Ezponda, Auxkin Galarraga. 2013. “Cultura y creatividad en la nueva economía urbana: evidencias, discursos y críticas”, 23.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario. 2002. *Estatuto de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FEPTCE*. Quito, Ecuador.
- Fernández, Amador, Martha Malo, y Débora Ávila. 2014. “El neoliberalismo es una forma de vida, no sólo una ideología o una política económica”. *Entrevista a los sociólogos franceses Christian Laval y Pierre Dardot autores de “Commun”*. <https://rebellion.org/el-neoliberalismo-es-una-forma-de-vida-no-solo-una-ideologia-o-una-politica-economica/>.
- Fernández Rozas, José Carlos. 2010. “Regulación versus desregulación internacional de los mercados financieros tras la crisis de 2008”. *Agenda Internacional* 28: 197–216.
- Fletcher, Robert. 2019. “Neoliberalismo y turismo”. En *Turistificación global: perspectivas críticas en turismo*, 37–52. Barcelona: Icaria.
- Flightradar24. 2020. “Flightradar24 rastreó más de 68 millones de vuelos en el 2019.” *Aviación al día*. <https://aviacionaldia.com/2020/01/flightradar24-rastreo-mas-de-68-millones-de-vuelos-en-el-2019.html>.
- Flores, Joaquín. 2009. “Los barcos de la emigración”. *La Ciesma*. http://www.laciesma.com/navegar_emigrar.html.
- Florit, Paula, y Maximiano Piedracueva. 2014. “Turismo ¿para quién?”. Unpublished. doi:10.13140/2.1.2743.5844.
- Forbes. 2021. “Forbes Billionaires 2021: The Richest People in the World”. *Forbes*. <https://www.forbes.com/billionaires/>.
- Foucault, Michel. 1988. “El sujeto y el poder”. *Revista Mexicana de Sociología* 50 (3). [Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Nacional Autónoma de México]: 3–20. doi:10.2307/3540551.
- Galeano, Eduardo. 1997. *Uselo y tírelo*. Buenos Aires: Planeta. [https://es-ok.lat/book/3497655/014a24](https://es.ok.lat/book/3497655/014a24).
- García, María. 2016. “Cruceiros: Colosos del turismo masivo de alta contaminación”. *Revista Ecología Política*, nº 52. Icaria Editorial: 98–102.
- Gobierno Autónomo descentralizado de la parroquia Calpi. 2015. “Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia de Santiago de Calpi 2015-2025”.
- Gomes, Christianne. 2009. “Trabajo, tiempo libre y ocio en la contemporaneidad: Contradicciones y desafíos”, 13.
- 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*. Nicaragua: Grupo Venancia.
- Gudynas, Eduardo. 2011. “Debates sobre el desarrollo y sus alternativas en América Latina: Una breve guía heterodoxa”. *Más Allá Del Desarrollo*, enero.
- Guerrero, Patricio. 2002. *La cultura. Estrategias conceptuales para comprender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Abya-Yala. Quito.
- Gurran, Nicole. 2021. “Airbnb, el capitalismo de plataforma y el hogar globalizado”. *Critical Housing Analysis* 8 (1): 107–18.
- Gutiérrez, Raquel, Mina Navarro, y Lucia Linsalata. 2016. *Repensar Lo Político, Pensar Lo Común* Artículo. <http://archive.org/details/RepensarLoPolíticoPensarLoComúnArtículo>.
- Gutiérrez, Raquel, y Huascar Salazar. 2015. “Reproducción Comunitaria de La Vida. Pensando La Trans-Formación Social En El Presente.”

- Gutiérrez, Raquel, y Huáscar Salazar. 2019. “Reproducción comunitaria de la vida. Pensando la transformación social en el presente.” En *Producir lo común: entramados comunitarios y luchas por la vida*, 21–44.
- Hacienda Cusin. 2021. “Actividades, mercado artesanal Otavalo”. *Hacienda Cusin*. <https://www.haciendacusin.com/es/cosas-que-hacer-en-otavalo/>.
- Han, Carol. 2016. “Are Selfies Influencing Where We Choose to Go On Vacation?” *HuffPost*. https://www.huffpost.com/entry/are-selfies-influencing-where-we-choose-to-go-on-vacation_b_7513430.
- Harvey, David. 2015. *Breve historia del neoliberalismo*. Traducido por Ana Varela. Madrid: Ediciones Akal.
- Heidegger, Martin. 1926. *Ser y tiempo*. Traducido por José Gaos y Jorge Rivera. Alemania.
- Hernández, Celia, Martha Mendoza, y Lilia Villarreal. 2017. “Reflexión crítica sobre el consumo turístico”. *Estudios y Perspectivas en Turismo (Argentina) Num.6 Vol.18*, mayo. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Hidalgo, Moisés Hidalgo. 2018. “El turismo como factor de desarrollo en el capitalismo del siglo XXI: impactos sociales y ambientales”. *Revista de responsabilidad social de la empresa*, n° 28. Fundación Luis Vives: 57–76.
- Hoteles Decameron Ecuador S.A. 2012. “Fideicomiso Mercantil de Titularización Decameron Ecuador”. <https://issuu.com/webmasterbvq/docs/decameron.pdf>.
- Judd, Dennis. 2003. “El turismo urbano y la geografía de la ciudad”. *Eure XXIX* (N° 87): 51–62.
- Kanti, Dibya. 2020. “Environmental Impact of Aviation Industry”. *ResearchGate*. Indian Institute of Space Science and Technology. doi:10.13140/RG.2.2.32346.49609.
- Lang, Miriam. 2016. “Alternativas al Desarrollo”. En *Siembras del Buen Vivir - entre utopías y dilemas posibles*, ALER, 9–28.
- 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. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6149004>.
- Lefebvre, Henri. 1974. “La producción del espacio”. *Papers. Revista de Sociología 3* (julio): 219–29.
- . 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 Nueva Epoca*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Loor, Lucía. 2019. “Otro turismo es posible: La economía social y solidaria turismo comunitario en Agua Blanca”. En .
- Loor, Lucía, Alonso Alodía, y Magela Pérez. 2018. “La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional?” *ECA Sinergia 9* (1). Universidad Técnica de Manabí (UTM): 97–108.
- 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” 31 (123). El Colegio de Michoacán: 219–60.
- Luna, Jaime Martínez. 2003. *Comunalidad y desarrollo*. CONACULTA.
- Macas, Luis, ed. 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*, 1. ed. Quito: Ed. Abya-Yala.

- Maccannell, Dean. 2002. "The Ego Factor in Tourism". *Journal of Consumer Research* 29 (febrero): 146–51. doi:10.1086/339927.
- Machado, Horacio. 2010. "La 'Naturaleza' como objeto colonial. Una mirada desde la condición eco-bio-política del colonialismo contemporáneo". *Boletín Onteaiken*.
- 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 XV*: 105–24.
- Marriot BonVoy. 2021. "8 Day Galápagos Island Hopping with Quito | Marriott". *Tours y actividades*. <https://activities.marriott.com/things-to-do/V28Hi370Z7Epg1-8-day-galapagos-island-hopping-with-quito>.
- Marriot Internacional. 2021. "Acerca de Marriott International | Información corporativa". *Somos Marriott International*. <https://www.espanol.marriott.com/marriott/aboutmarriott.mi>.
- Martínez, Jaime. 2010. *Eso que llaman comunalidad*. México, D.F.: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes : Fundación Alfredo Harp Helú Oaxaca.
- Marx, Karl. 2008. *El capital. 1,1: El proceso de producción de capital: Libro primero*. 28ª ed. España: Siglo Veintiuno Ed.
- 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*. New York: Universe Books.
- Meana, Rocío. 2016. "Extralimitación, decrecimiento y turismo: la necesidad de un cambio de modelo". *Ecología política*, nº 52. Icaria Editorial: 8–11.
- Mendoza, Martha, y Rafael Hernández. 2019. "Turismo comunitario pro pobre y su definición de pobreza". *Dimensiones Turísticas* 3 (4).
- MINTUR. 2014. "Ecuador es un país 100% atractivo para la inversión turística – Ministerio de Turismo". <https://www.turismo.gob.ec/>. <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-es-un-pais-100-atractivo-para-la-inversion-turistica/>.
- . 2019. "Plan Nacional de turismo 2030". Ministerio de turismo del Ecuador. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf.
- Molinillo, Sebastian. 2014. "El futuro de la intermediación en el sector turístico". *Revista de Análisis Turístico* 17: 13–25.
- Moulian, Tomás. 1997. *El consumo me consume*. Chile: Lom Ediciones.
- Moya, Ruth, y Alba Moya. 2004. *Derivas de la interculturalidad: procesos y desafíos en América Latina*. 1. ed. Quito: CAFOLIS/FUNADES.
- Mullis, Brian. 2017. "La paradoja creciente: ¿el turismo puede ser sostenible?" *Foro Económico Mundial*. <https://es.weforum.org/agenda/2017/08/la-paradoja-creciente-el-turismo-puede-ser-sostenible/>.
- Munar, Ana María, y Jens K Jacobsen. 2014. "Motivations for Sharing Tourism Experiences through Social Media". *Tourism Management* 43 (agosto): 46–54. doi:10.1016/j.tourman.2014.01.012.
- Murillo, Mayra. 2020. "El rol de la mujer en la comunidad Palacio Real, como ente de desarrollo sostenible del turismo de la parroquia Calpi, provincia de Chimborazo". Ingeniería, Universidad de las fuerzas armadas ESPE. <http://repositorio.espe.edu.ec/>.
- 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.
<http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/3062>.
- Oficina Internacional del Trabajo. OIT. 2005. “Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario”.
- Organización Mundial del Turismo. 2018. “Turismo, comercio y la OMC: comunicado conjunto de la OMT, la OMC, el ITC Y el WTTC”. Página oficial de la UNWTO. *World Tourism Organization*. <https://www.unwto.org/es/press-release/2018-10-08/turismo-comercio-y-la-omc-comunicado-conjunto-de-la-omt-la-omc-el-itc-y-el->.
- Orgaz, Francisco. 2013. “La Cooperación al Desarrollo a través del turismo en países subdesarrollados”. *Global Education Magazine* 5. <http://www.globaleducationmagazine.com/la-cooperacion-al-desarrollo-traves-del-turismo-en-paises-subdesarrollados/>.
- Oxfam International. 2020. “Combatir la desigualdad de las emisiones de carbono”. *Oxfam International*. <https://www.oxfam.org/es/notas-prensa/el-1-mas-rico-de-la-poblacion-emite-mas-del-doble-de-carbono-que-la-mitad-mas-pobre-de>.
- Palafox, Alejandro. 2013. “El turismo como eje de acumulación”. *Nómadas*, junio, 161–74. doi:10.5209/rev_NOMA.2013.42347.
- . 2016. “Turismo e imperialismo ecológico: El capital y su dinámica de expansión. Prefacio para su análisis”. *Revista Ecología Política*.
- Palafox, Alejandro, y Adrian Alejandro Vilchis. 2019. “El lado oscuro del turismo de cruceros en Cozumel”. *Études caribéennes*, n° 43–44 (septiembre). Université des Antilles. doi:10.4000/etudescaribeennes.16562.
- Palafox, Alejandro, Lilia Zizumbo Villarreal, Emilio Gerardo Arriaga Álvarez, y Neptalí Monterroso Salvatierra. 2010. “Introducción al estudio del turismo a través del materialismo cultural”. *Polis. Revista Latinoamericana*, n° 25 (abril). Centro de Investigación Sociedad y Políticas Públicas (CISPO). <https://journals.openedition.org/polis/649>.
- Peñaloza, Nadia, Lila Zizumbo, y Teresa Torregrosa. 2017. “Agua y turismo como instrumentos de acumulación de capital, el caso de Benidorm, España”. *Teoría y praxis*, 31–53.
- Picornell, Climent. 2015. “Los impactos del turismo”. *Papers de Turisme*, n° 11 (junio): 65–91.
- Quintero, José. 2004. “Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible”, n° 12. Subdirección General de Documentación y Publicaciones: 263–74.
- Rodríguez, Susana. 2013. “Consumismo y Sociedad: Una visión crítica del ‘homo consumens’”. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas* 34 (2): 189–210. doi:10.5209/rev_NOMA.2012.v34.n2.40739.
- Roux, Fanny. 2013. “Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios”.
- 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.
- Sánchez Parga, José. 2007. *El movimiento indígena ecuatoriano: la larga ruta de la comunidad al partido*. Estudios y análisis. Quito, Ecuador: Centro Andino de Acción Popular.
- Santafé, Verónica. 2012. “Turismo comunitario e interculturalidad, una mirada crítica desde la experiencia tsáchila”. Maestría, Quito: FLACSO.

- Selina. 2021. “Nuestros Asombrosos Destinos”. *Una red de opciones de hospedaje de clase mundial*. <https://www.selina.com/es/all-locations/>.
- Srnicek, Nick, y Laurent De Sutter. 2016. *Platform capitalism*. Theory redux. Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity Press.
- Statista. 2018. “Infografía: Desde el 2000 el número de turistas internacionales se ha multiplicado por dos”. *Statista Infografías*. <https://es.statista.com/grafico/12536/desde-el-2000-el-numero-de-turistas-internacionales-se-ha-multiplicado-por-dos/>.
- Travé, Raúl. 2019. “Informe: Turismo comunitario”. Ostelea.
- Tzul Tzul, Gladys. 2016. *Sistemas de gobierno comunal indígena: mujeres y tramas de parentesco en Chuimeq'ena'*. Guatemala: SOCEE, Sociedad Comunitaria de Estudios Estratégicos : Tz'i'kin, Centro de Investigación y Pluralismo Jurídico : Maya' Wuj Editorial.
- Van Dorpe, Pierrick. 2016. “Pierrick Van Dorpe habla sobre la hacienda Pugru, en Palacio Real, Riobamba” . Video de YouTube, a partir de una entrevista. <https://www.youtube.com/watch?v=tPUMDCd6NOW>
- Valcárcel, Marcel. 2006. “Genesis Evolucion Concepto Enfoques Sobre Desarrollo”. <https://es.scribd.com/document/358649858/Valcarcel-Genesis-Evolucion-Concepto-Enfoques-Sobre-Desarrollo>.
- Vargas, Carlos, Sebastián Yáñez, Herman Hernández, Jhony Méndez, Washington Valdiviezo, y Valdano Tafur. 2018. “La situación del turismo comunitario en Ecuador”. *Dominio de las ciencias* 4: 80–101.
- Walsh, Catherine. 2009. “Interculturalidad crítica y educación intercultural Catherine Walsh”. En . La Paz.
- Wark, McKenzie. 2004. *A hacker manifesto*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- World Tourism Organization. 1993. “Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects”. Madrid.
- , ed. 2021. *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo*. II. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). doi:10.18111/9789284422753.
- World Tourism Organization. 2020. “World Tourism Barometer”. 18. Madrid.
- Zibechi, Raúl. 2019. “Los trabajos colectivos como bienes comunes material-simbólicos”. En *Producir lo común: entramados comunitarios y luchas por la vida*, 59–78.

Anexos

Anexo 1: Cuestionario de entrevistas para trabajo de campo - comunidad palacio real

Este cuestionario corresponde a las preguntas de interés del segundo capítulo: Turismo comunitario: dinámicas en territorio, caso “Sumak Kawsay” en la comunidad Palacio Real

Centro de turismo comunitario Palacio Real como una apuesta al *desarrollo económico*

- ¿Cómo surgió la idea de hacer turismo comunitario?
- ¿Cómo se tomó la decisión de hacer turismo comunitario como una nueva actividad económica en la comunidad?
- ¿Qué imaginaban o esperaban como resultado del turismo en la comunidad?
- ¿De qué modo se construyó el proyecto de turismo comunitario y cuánta participación de la comunidad existió desde sus inicios?

Impactos ambientales

- ¿Qué cambios se pueden notar en el ambiente a partir de la actividad turística en la comunidad?

Impactos políticos

- ¿Quién toma las decisiones respecto a la actividad turística en la comunidad?
- ¿Qué medidas adopta la comunidad para garantizar la participación en la toma de decisiones y la sucesión generacional en los liderazgos?
- A partir del desarrollo de la actividad turística en el territorio ¿han existido dificultades en el modo de toma de decisiones o dificultades con el cabildo?
- ¿Qué relaciones existen entre el centro de turismo comunitario y los gobiernos locales/el gobierno nacional?

Reproducción material y turismo (se entiende la producción de alimentos y bienes necesarios para la vida cotidiana)

- ¿Los ingresos económicos del turismo benefician a toda a la comunidad?
- ¿El turismo ha aportado a que las familias en la comunidad tengan acceso a tierra y agua, alimento y trabajo?

- A partir de la presencia de turismo en el territorio, ¿ha mejorado en cantidad y calidad la presencia de servicios básicos en la comunidad?
- Las instalaciones en las cuales se llevan a cabo las actividades y servicios turísticos ¿son privados dentro de la comunidad o son bienes comunes al servicio de la comunidad?
- Además del turismo comunitario ¿qué otro tipo de actividades se realizan de manera comunitaria para el sustento de la vida?
- ¿La actividad turística ha logrado activar mercados locales o apoyar procesos de comercialización de la producción local?
- Desde que la comunidad empezó a hacer turismo comunitario, ¿se ha dejado de hacer alguna actividad económica?

Reproducción simbólica y de la comunidad paralelo a la actividad turística
(producción de sentido y pertenencia en sus dimensiones culturales, relacionales y espirituales)

- ¿Qué actividades que se realizan en el territorio apoyan a que la comunidad pueda reforzar las relaciones comunitarias?
- ¿Ha cambiado el estilo de vida en la comunidad con el turismo comunitario? (ejemplos)
- Antes del turismo comunitario ¿cómo se veía a la llama y como se ve ahora?
- Como ha influido el turismo en el fortalecimiento de la identidad cultural de la comunidad
- ¿De qué modo la actividad turística ha potenciado o degradado el conocimiento y las prácticas culturales de la comunidad? Por ejemplo, el conocimiento de uso de plantas medicinales, técnicas productivas, historias locales, alimentación, vestimenta, idioma

Relaciones interculturales y turismo

- ¿Considera usted que el turismo en la comunidad ha transformado la discriminación/racismo en las relaciones interculturales e interétnicas?

Relaciones de género y turismo

- ¿Cuál es el rol de los hombres y mujeres en el centro de turismo comunitario Sumak Kawsay?

- ¿Existe algún tipo de acuerdo, norma o criterio que garantice la participación equitativa de hombres y mujeres dentro de los espacios de toma de decisiones y en las actividades de turismo?
- ¿Los ingresos generados por la actividad turística han generado mayor autonomía económica para las mujeres en la comunidad?
- A partir de la implementación del proyecto de turismo comunitario, ¿han cambiado los roles de la mujer dentro de la comunidad?

Anexo 2: Planificación y cuestionario para taller participativo para trabajo de campo - comunidad palacio real

Este cuestionario corresponde a las preguntas de interés del capítulo tercero: Turismo comunitario: de alternativa de desarrollo a alternativa al desarrollo

Tema	Actividad	Duración
Apertura de la jornada de trabajo	Saludo y bienvenida Dinámica de presentación rompe hielo Presentación de actividades	20 min
Perspectivas y subjetividades de <i>desarrollo</i> desde la comunidad	Lluvia de ideas para generar una definición de lo que se entiende por desarrollo desde la comunidad y determinar el interés de la comunidad de tomar ese camino	20 min
Expectativas colectivas: turismo y reproducción de la comunidad	Preguntas de reflexión a responderse en plenaria <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es lo que más nos gusta de nuestra comunidad y nos gustaría potenciar en el tiempo? • ¿Qué es lo que menos nos gusta de nuestra comunidad y nos transformaría con el tiempo? • ¿Cómo soñamos la comunidad en 10 años? • ¿Cómo imaginamos el turismo en la comunidad en 10 años? 	50 min
Miradas hacia adentro y fuera de la comunidad: retos del turismo comunitario en el territorio	Ejercicio de reflexión en 4 grupos, y presentación de resultados en plenaria. <p>1 Turismo comunitario y la cotidianidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es lo que más nos gusta de la actividad turística en el territorio? • ¿Qué es lo que menos les gusta de la actividad turística en el territorio? • ¿Cómo se sienten cuando reciben visitantes en la comunidad? • ¿Qué miedos tienen respecto al turismo en el territorio? • ¿Cuáles son las mayores dificultades que tienen para lograr sus objetivos o sueños respecto al turismo comunitario en su territorio? <p>2 Turismo comunitario y COVID-19</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿A partir de la declaratoria de pandemia por covid-19 cuales han sido las repercusiones con el turismo comunitario en el territorio? • ¿Qué medidas ha tomado la comunidad para protegerse del COVID-19? • ¿Qué esfuerzos se han hecho para reactivar el turismo y cuales han sido los resultados? 	02h00

	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Han recibido algún tipo de apoyo para la reactivación de la actividad turística? <p>3 Turismo comunitario y política pública</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿La normativa de turismo comunitario emitida por el MINTUR es acorde a la realidad del territorio? • ¿Qué tipo de relación mantienen con la FEPTCE y la CORDTUCH? • ¿Se han empujado procesos participativos en alianza con organizaciones de turismo comunitario para la construcción de políticas públicas? • ¿Consideran que el Estado toma en serio la figura de turismo comunitario y apoya a potenciar los emprendimientos de turismo comunitario? <p>4 Turismo comunitario y cooperación</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué papel desempeñan ONG o donantes externos cooperación?, ¿Qué tan importante es su participación en la toma de decisiones en la comunidad? • ¿En qué medida el emprendimiento de turismo comunitario ha dependido de financiamientos externos? • ¿Se ha logrado construir autonomía a partir de los ingresos que genera el turismo? 	
Reflexiones finales: trazando los caminos a seguir	Cierre con la reflexión: ¿cuáles son las acciones a corto y largo plazo que nos proponemos para fortalecer los lazos comunitarios y para adaptarnos frente a la adversidad en la actividad turística?	01h00