

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

CARRERA DE ANTROPOLOGÍA

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO/A EN
ANTROPOLOGÍA**

**LA CONFORMACIÓN DE UNA IDENTIDAD COLECTIVA SHUAR COMO
ESTRATEGIA PARA ACCEDER AL DESARROLLO A TRAVÉS DEL TURISMO
COMUNITARIO**

MARÍA FERNANDA ABAD YÁNEZ

DIRECTOR: JORGE GÓMEZ RENDÓN

QUITO

JUNIO, 2022

Agradecimiento

A mi familia, que, aunque no me entiende siempre me apoya.

A la familia Bijay Quinde que me acogió como a una hija en su casa durante mi estancia en campo.

A las personas de las comunidades shuar y de Pablo Sexto, a quienes he prometido volver para seguir aprendiendo a danzar, cantar y vivir.

A las plantas sagradas que me han dado claridad de pensamiento y corazón.

Esta investigación se la debo a todas las personas lindas que me permitieron importunarlos un ratito con mi presencia y con mis preguntas. A mis profesores y amigxs, que sembraron en mí el bichito de la curiosidad y me han alentado a perseguir preguntas más que respuestas.

Y a mí misma, por permitirme soñar, caminar y amar.

ÍNDICE

Capítulo I: Introducción	7
1. Antecedentes	7
2. Planteamiento del problema	9
2.1 Problema.....	9
3. Preguntas de Investigación	11
3.1 Pregunta principal de investigación	11
3.2 Preguntas secundarias de investigación	11
4. Objetivos	12
4.1 Objetivo general	12
4.2 Objetivos específicos.....	12
5. Hipótesis	13
6. Justificación de la investigación	14
7. Estado del arte	16
8. Metodología	20
Capítulo II: Marco referencial	22
1. Marco histórico	22
Turismo y desarrollo	25
2. Marco teórico	27
2.1 Comunidad.....	27
2.2 Identidad	33
2.3 Mercantilización.....	41
Capítulo III: Análisis de la información	43
1. Los shuar de Kunamp y Kunkup	43
2. Transformaciones socioeconómicas, aculturación y transculturación	46
Los proyectos turísticos	51

3. Mercantilismo, folclor y espectacularización	54
4. Entre lo moderno y lo tradicional	55
5. Productos culturales	56
Danza	57
Vestimenta	58
Artesanías	59
6. La identidad shuar desde la posicionalidad y la indexicalidad.	60
Capítulo IV: Conclusiones	63
REFERENCIAS.....	65

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación fue analizar el impacto de la mercantilización cultural en la identidad de las comunidades shuar de Kunamp y Kunkup en el cantón Pablo Sexto de la provincia de Morona Santiago. A partir de éste se formuló la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo afecta la mercantilización cultural a la identidad de las comunidades shuar de Kunamp y Kunkup en el cantón Pablo Sexto de la provincia de Morona Santiago?

En este trabajo se utilizó una metodología cualitativa; como técnicas, tenemos el mapa parlante, bola de nieve y observación participante; de acuerdo a ellas, se utilizó los siguientes instrumentos: diario de campo, cuestionario guía, entrevistas semiestructuradas y dispositivos de registro.

Gracias al análisis de la información realizado mediante el marco referencial y los datos recogidos mediante los instrumentos, pude concluir que las comunidades shuar Kunamp y Kunkup, con el fin de establecer un proyecto de turismo comunitario, han desplegado una identidad colectiva en la que se esencializa su cualidad étnica como estrategia para acceder al desarrollo y mejorar su nivel de vida.

Palabras clave: Desarrollo, esencialismo estratégico, identidad, turismo comunitario.

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the impact of cultural commodification on the identity of the shuar communities of Kunamp and Kunkup in Pablo Sexto, province of Morona Santiago. From this, the following research question was formulated: How does cultural commodification affect the identity of the shuar communities of Kunamp and Kunkup in Pablo Sexto, province of Morona Santiago?

In this research was used a qualitative methodology; as techniques, we have the talking map, snowball method and participant observation; according to them, the following instruments were used: field diary, guide questionnaire, semi-structured interviews and recording devices.

Thanks to the analysis of the information carried out through the referential framework and the data collected through the instruments, I was able to conclude that the Kunamp and Kunkup shuar communities, in order to set up a community-based tourism project, have displayed a collective identity in which their ethnic quality is essentialized as a strategy to access development and improve their standard of living.

Keywords: Development, strategic essentialism, identity, community-based tourism.

Capítulo I: Introducción

1. Antecedentes

Los efectos de los proyectos desarrollistas y coloniales que han sido aplicados en Latinoamérica se hacen notar. El Oriente ecuatoriano ha sido objeto de distintos proyectos de colonización, extracción, y producción agrícola y ganadera a gran escala desde los años setenta del siglo pasado. Esta situación ha sumido a sus pueblos originarios en un escenario de marginalidad estructural.

Su integración a la aldea global está llena de tensiones. En los años setenta, la propuesta turística se consolida en el Ecuador, y busca asentarse ya no sólo en las grandes urbes del país, sino también en sitios recónditos, en el seno de distintas poblaciones indígenas. Este asentamiento se consolidó a través del turismo comunitario y del ecoturismo, ambos, pensados como una alternativa al paradigma económico extractivista que había afectado seriamente "al medio ambiente, al tejido social y a las condiciones de vida de los pueblos indígenas" (Procasur, 2020). Sin embargo, las comunidades que deciden acoger este tipo de propuestas no cuentan con el apoyo estatal necesario. Para instaurar un proyecto turístico, las comunidades se encuentran en el camino con una serie de desventajas, entre ellas, el tener que adaptar su propia cultura al proyecto turístico.

Esta investigación se desarrolló en el cantón Pablo Sexto perteneciente a la provincia de Morona Santiago; limita al norte con el cantón Palora y la provincia de Chimborazo, al sur con el cantón Huamboya y el cantón Morona, al este con el cantón Huamboya y el cantón Palora, y al oeste con la provincia de Chimborazo. Durante mi primer acercamiento al lugar, visité todas las comunidades shuar que se asientan a lo largo del anillo vial, una vía lastrada que comunica al centro urbano de Pablo Sexto con las nueve comunidades shuar del cantón (Santa Inés, Ikiam, Shawi, Sintinis, Sangay, El

Rosario, Yamanunka, Kunkup y Kunamp). En esta investigación se discutirá el caso de dos comunidades shuar: Kunamp y Kunkup. Ambas comunidades están organizadas como Centros shuar y pertenecen a la Asociación shuar Shawi, filial a la Federación Interprovincial de los Centros shuar (FICSH) en la provincia de Morona Santiago, a nivel regional a la Confederación de Nacionalidades Indígenas de la Amazonía Ecuatoriana (CONFENIAE), y a nivel nacional a la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE). Estas comunidades están ubicadas al norte de la cabecera cantonal de Pablo Sexto, vía al Rosario, a las orillas del Río Palora, provincia de Morona Santiago. Y desde el 2020, ambas comunidades decidieron instaurar proyectos turísticos en sus respectivas comunidades.

2. Planteamiento del problema

2.1 Problema

Estas comunidades shuar no han logrado integrarse del todo a la aldea global y al proyecto de estado-nación ecuatoriano. Esto ha generado la necesidad en estas comunidades de buscar alternativas de integración a la economía global, y han visto en la actividad turística una oportunidad. La instauración de un proyecto turístico en estas comunidades indígenas shuar supone un proceso de adaptación. Entonces, la comunidad se diseña a sí misma como un paquete de experiencias para el turista.

Cuando se instaure un proyecto turístico, se consolida una clara distancia entre la cotidianidad de la comunidad y la experiencia turística en la que se sumerge el turista. La comunidad busca adaptarse a la actividad turística, y para ello debe adecuar diferentes espacios; recibir capacitaciones de diversa índole; definir roles para llevar adelante el negocio; entre otras cosas. Esto implica una serie de ajustes para transformar su cultura en mercancía; lo que conlleva una serie de cambios sustanciales que modelan la forma en que estas comunidades se relacionan con ciertos elementos de su propia cultura. Esto es evidente en la forma como se relacionan con algunos productos culturales como la danza, la vestimenta y la elaboración de artesanías tradicionales shuar.

Estos productos culturales han venido sufriendo cambios a lo largo de toda su historia. No obstante, a través del fenómeno global de la mercantilización que acompaña al fenómeno turístico ciertos productos culturales se reinventan, produciéndose cambios dinámicos en la identidad de los individuos que los crean o los portan. Esto ocurre a distintos niveles y da paso a nuevas identidades no por ello menos reales que las anteriores. Ciertos productos culturales son vistos como exóticos por parte de extraños, turistas que llegan todos los días de distintos lugares del planeta. Este deseo de

consumir lo exótico moldea, en cierta manera, las transformaciones que sufren estos productos culturales. Su potencial como mercancías culturales se encuentra en su carácter exótico y ancestral.

3. Preguntas de Investigación

3.1 Pregunta principal de investigación

¿Cómo afecta la mercantilización cultural a la identidad de las comunidades shuar de Kunamp y Kunkup en el cantón Pablo Sexto de la provincia de Morona Santiago?

3.2 Preguntas secundarias de investigación

- ¿Cómo se tejen las relaciones entre identidad, folclor y mercantilización cultural entre las personas shuar pertenecientes a las comunidades de Kunamp y Kunkup en el cantón Pablo Sexto de la provincia de Morona Santiago?

- ¿De qué manera la danza, la vestimenta, y las artesanías shuar se transforman para adaptarse al fenómeno global de la mercantilización en las comunidades shuar Kunamp y Kunkup en el cantón Pablo Sexto de la provincia de Morona Santiago?

- ¿De qué forma la identidad colectiva shuar empata con los productos culturales que se construyen, en el marco del fenómeno global del turismo, en las comunidades shuar Kunamp y Kunkup en el cantón Pablo Sexto de la provincia de Morona Santiago?

4. Objetivos

4.1 Objetivo general

Analizar el impacto de la mercantilización cultural en la identidad de las comunidades shuar de Kunamp y Kunkup en el cantón Pablo Sexto de la provincia de Morona Santiago.

4.2 Objetivos específicos

- Identificar las relaciones entre identidad, folclorización y mercantilización cultural entre las personas shuar pertenecientes a las comunidades Kunamp y Kunkup en el cantón Pablo Sexto de la provincia de Morona Santiago.
- Analizar los nuevos significados que genera la mercantilización cultural para las comunidades Kunamp y Kunkup en el cantón Pablo Sexto de la provincia de Morona Santiago.
- Analizar la relación entre la identidad colectiva y el esencialismo estratégico en la creación de productos culturales en las comunidades shuar Kunamp y Kunkup en el cantón Pablo Sexto de la provincia de Morona Santiago.

5. Hipótesis

- Las comunidades se someten a un proceso de mercantilización de su cultura y adaptan su cultura ancestral al consumo en la esfera del turismo.
- La transformación de ciertos elementos culturales en mercancía conlleva una transmutación de su uso y sentido.
- La danza, la vestimenta y la producción de artesanías dentro del turismo no tienen el mismo significado que tienen cuando se realizan internamente para la comunidad.
- Las comunidades explotan su cualidad étnica como mecanismo de integración a la aldea global.

6. Justificación de la investigación

La primera vez que visité un proyecto de turismo comunitario noté que existía una gran distancia entre lo que hace cotidianamente la comunidad, y las experiencias en las que se sumerge el turista. Cuando una comunidad decide instaurar un proyecto turístico debe adaptar su cotidianidad a esta nueva actividad. La comunidad debe adecuar diferentes espacios; recibir capacitaciones de diferente índole, en suma, la comunidad debe pasar a través de muchas adaptaciones antes de abrir las puertas al público.

Las adecuaciones necesarias para recibir turistas en los proyectos turísticos implican una reestructuración profunda, no sólo de sus prácticas y espacios, sino también de significados. Cada espacio donde se muestra algo al turista, está diseñado con el objetivo de vender algo. Los turistas no ingresan a la cotidianidad real de las personas, a sus casas, a sus ritos, sino que participan en una especie de espectáculo.

Ahora bien, cada proyecto ha vivido estas adecuaciones de formas distintas, por lo que probablemente hay diferencias en las formas de planificación e instrumentación del turismo, y por lo tanto también en las formas de incorporar el turismo en la vida cotidiana de las comunidades. Por tal motivo, se hace necesario investigar el mismo fenómeno en proyectos con perfiles distintos a fin de encontrar tanto similitudes como diferencias.

Nuestro estudio de caso son las comunidades shuar de Kunamp y Kunkup, ambas con miras a instalar un proyecto turístico en sus comunidades. Es interesante que la transmutación del uso y el sentido de ciertos elementos de su cultura no surja a la par de la implementación del proyecto turístico, sino que sea un fenómeno de larga data, aupado por el proceso de contacto cultural entre los shuar y el resto del mundo (españoles, jesuitas, misioneros, colonos, etc.). Por este motivo resulta interesante fijar

la mirada en las condiciones en que germina el proyecto turístico en estas comunidades
shuar de Pablo Sexto.

7. Estado del arte

Espez (2017), resalta la distinción entre mundo del trabajo y mundo del ocio a principios del siglo XX, distinción que posibilitó una nueva forma de articulación económica, cultural y del espectáculo. Esta división marcó las pautas para la configuración de un nuevo mercado del turismo. El mismo autor señala que el turismo puede verse como una “política de Estado más o menos orientada al desarrollo económico que va a ir encontrando en la cultura una materia prima de explotación” (p.19). En este sentido, se podría decir que el turismo comunitario en Ecuador ha visto en las comunidades indígenas una oportunidad para transformar su cultura en dinero. En la misma línea, Douglas y Isherwood mencionan que “el turismo como política de Estado y Mercado va horadando las diversas espacialidades (geográficas, físicas, sociales, culturales) con el fin de segregar y conformar entornos específicos para anclar un tipo de experiencia de disfrute cada vez más vinculada a ‘prácticas de consumo socio-culturales’” (1990, p.35).

El turismo comunitario como concepto, surge en la década de los ochenta con la Declaración de Manila. Con este tratado internacional se abre una puerta para “romper con la preponderancia nacional en la planificación del turismo y resaltar lo local como una nueva escala a incorporar” (Cabanilla Vásquez y Garrido-Cornejo, 2018, p. 22). El turismo comunitario, a diferencia de otros tipos de turismo, se caracteriza por ser “una empresa social, cuya finalidad principal no es el rendimiento económico de los accionistas, sino la generación de impactos positivos distribuidos entre todos los miembros de una comunidad” (Cabanilla Vásquez y Garrido-Cornejo, 2018, p. 20). La Carta del Turismo (1985), complementa la Declaración de Manila, en la misma se propone un “escenario multiescalar, (...) [y] provee recomendaciones a las poblaciones locales (...) a ofrecer a los turistas las mejores condiciones de hospitalidad, cortesía y

respeto necesarias para el establecimiento de relaciones humanas y sociales armoniosas.” (Cabanilla Vásconez y Garrido Cornejo, 2018, pp. 22 y 23). Años más tarde, aparecerán gran cantidad de artículos y manuales con pautas para los planificadores locales, con el objetivo de potenciar el desarrollo del turismo desde lo local.

Desde los años noventa el interés de la antropología por el fenómeno turístico crece. No obstante, de este interés surgieron numerosos artículos relacionados con el beneficio económico que supone la actividad turística, tales como “la posible creación de empleos, el aumento de oportunidades para fortalecer e integrar la cadena productiva para empresas locales, la posibilidad de visibilizar a las comunidades por medio del turismo, (...) facilitar la tarea de mercadeo para pequeñas comunidades” (Cabanilla Vásconez y Garrido-Cornejo, 2018, p. 23). Frente a un fenómeno de tal envergadura, los antropólogos han puesto interés mayormente en las comunidades que “bien al ver que el turismo comenzaba a formar parte de sus vidas, sin dejar un beneficio perceptible, bien al buscar nuevas alternativas económicas, han optado por enfrentarse a la realidad y empezar a planificar su propio desarrollo” (Pastor, 2007, p. 207).

A finales del siglo XX varias comunidades indígenas y campesinas se involucraron en la planificación e implementación de proyectos turísticos en sus territorios. Es así que, en Ecuador y toda América Latina comienzan a proliferar el turismo en diversos formatos en los que se hace hincapié en su cualidad indígena, étnica, rural, ecológica y comunitaria. Estos proyectos aparecieron como “estrategia de apoyo a la conservación de las áreas naturales, (...) bajar la presión del uso agrícola y ganadero en la periferia de las áreas protegidas, brindando a los comuneros la oportunidad de generar beneficios por el turismo” (Cabanilla y Garrido, 2018, p.15). En Ecuador, hacia la década de 1990, “se proyecta como un ícono del turismo comunitario

con un enfoque sólido y sostenible, que provocará una mejor calidad de vida de los que deciden por este modelo de gestión turística” (Cabanilla y Garrido, 2018, p. 15). En 2002 se implementó la “oferta de turismo comunitario en la Ley Nacional de Turismo, (...). Además, Ecuador fue el primer país donde se formalizó una red de turismo comunitario que, para el caso, fue la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE)” (Cabanilla Vásconez y Garrido-Cornejo, 2018, p. 15).

Cabanilla y Garrido-Cornejo (2018), distingue varias fases por las que pasó un proyecto de turismo comunitario. La primera fase (años 80 - Ley de Turismo de 2002), es un proceso pre operativo, porque, “pese a que brindaba servicio, no tenía cabida legal e institucionalizada en el entorno turístico del país” (p. 18). En la segunda fase (2006), “hay muchas acciones para su institucionalización y fortalecimiento que concluyen con la primera normativa pertinente a los emprendimientos de turismo comunitario que fue promulgada en 2006” (p. 18). En la tercera fase, denominada crecimiento y normalización, se inicia un proceso acelerado de multiplicación de estos emprendimientos, “pero que aún no cuenta con una normativa que los regule y los acompañe en su proceso de desarrollo, mucho menos en la medición de los impactos sobre el buen vivir de los comuneros donde funcionan los emprendimientos” (p. 18).

Después de dedicarse varios años al estudio de los proyectos turísticos dentro de un marco desarrollista comienzan a aparecer artículos y manuales en los que se brindan pautas para que, posteriormente los planificadores locales, pudieran trabajar en el desarrollo de un turismo local. Bajo esta lógica, en Ecuador algunas comunidades indígenas, “por iniciativa de ONGs que trabajaban en la zona, incursionaron en la elaboración y venta de artesanías y no pocas se insertaron en nuevas e innovadoras soluciones de desarrollo sostenible” (Palacios, 2016, p. 597).

En 2010, Mauricio López Oropeza publica un artículo académico en el que se cuestiona la dimensión desarrollista del turismo comunitario-étnico. Tal como él lo conceptualiza, en el turismo gestado en zonas rurales por grupos étnicos históricamente marginados, los proyectos suelen fallar cuando son planificados por organismo externos que no conocen la realidad local. Ante ello, nos insta a instaurar proyecto en los que “se mantenga lo mejor de la expresión comunitaria étnica, y sirva como expresión contrahegemónica frente a las intenciones fagocitadoras y asimilacionistas del modelo capitalista neoliberal” (López, 2010, p. 15).

8. Metodología

Para este trabajo se hizo uso de una metodología de corte cualitativo. Esto parece pertinente cuando se conjuga con un objeto de estudio tan dinámico e interpretativo como la identidad que difícilmente puede ser medida. Para los fines de este trabajo se ha perfilado una metodología asentada en la etnografía reflexiva como forma de acercarse a las relaciones que conforman el tejido sociocultural desde los sentidos y sensaciones que acompañan a la observación participante. Considerando el objeto de este estudio, es necesario este tipo de acercamiento pues permite a la investigadora no sólo describir sino sobre todo palpar los sentidos y significados que construyen la identidad de sus colaboradores.

Considero importante integrar los intereses tanto de las personas con las que trabajamos como los intereses propios del investigador para promover una participación comprometida de las partes. Por ello, la coparticipación entre los sujetos en esta investigación es crucial. Por consiguiente, este estudio se llevó a cabo de manera colaborativa. En primer lugar, se inició con un proceso de socialización del proyecto con las comunidades a fin de llevar a cabo un proceso simétrico de intercambio de saberes entre la investigadora y las personas pertenecientes a las comunidades shuar. Esta perspectiva es posible desarrollarla dentro de un paradigma hermenéutico, pues se busca co-construir el objeto de conocimiento a través del análisis de una realidad intersubjetiva.

Como técnicas se utilizará un mapa parlante, con el objetivo de representar las modificaciones que se piensa llevar a cabo en el territorio para instaurar un proyecto turístico, y los sentidos y significados atribuidos a cada espacio. Además, se utilizará la técnica de bola de nieve y la observación participante porque se considera importante ver y conocer a los interlocutores de la investigación para poder entender mejor las

formas en que se relacionan y representan su identidad. También será importante para la investigación realizar entrevistas abiertas, y semiestructuradas basadas en una guía de entrevista para acercarse a los sentidos más discursivos que construyen su identidad.

Como instrumentos se utilizará un diario de campo para registrar de manera oportuna aquellas observaciones que puedan resultar de interés. Un cuestionario guía, y dispositivos de registro para llevar a cabo las entrevistas, sean estas abiertas o semiestructuradas, para analizar la manera en que los productos culturales se relacionan con las personas que participan en su elaboración o puesta en escena.

Es así que se realizaron entrevistas semiestructuradas mediante la técnica bola de nieve, para ello se hizo uso del cuestionario guía y una grabadora de voz.

Posteriormente estas entrevistas fueron transcritas y codificadas para su análisis.

Además, en las plenarias que realiza la comunidad una vez por mes, se realizaron mapas parlantes de manera participativa en un mapa físico de la comunidad.

Este diseño metodológico no incluye una perspectiva comparativa debido a que los datos recabados en cada comunidad no coinciden en forma y contenido, lo que hace imposible la comparación entre comunidades. No obstante, se parte del estudio de cada comunidad como caso particular para llegar a una generalización de tipo explicativa.

Capítulo II: Marco referencial

1. Marco histórico

Para entender el concepto de desarrollo, es necesario entender el mundo moderno colonial que hizo posible la propagación de este fenómeno desarrollista. Para Mignolo (2000), la colonialidad es una característica intrínseca de la modernidad. Es inevitable mirar que en el mundo moderno la inequidad es el eje organizador.

La estrategia del desarrollo, creada inicialmente en Europa y Estados Unidos, marcó profundamente el devenir del llamado Tercer Mundo. “Las representaciones de Asia, África y América Latina como ‘Tercer Mundo’ y ‘subdesarrolladas’ son las herederas de una ilustre genealogía de concepciones occidentales sobre esas partes del mundo” (Escobar, 2014, p. 53). El discurso del desarrollo modeló los planes e intervenciones que antes que salvar al tercer mundo de su supuesta condición de inferioridad, la sumió más aún más miseria.

Poco a poco, se comenzó a pensar en alternativas y nuevas formas de desarrollo. A pesar de que académicos y políticos percibían ya en el desarrollo un problema latente, no podían desligarse completamente de este concepto pues en muchas ocasiones se difería respecto del medio, pero no del fin. Para Escobar (2007), “el desarrollo se había convertido en una certeza en el imaginario social” (p. 22).

Esta intención desarrollista se desplegó hacia toda América Latina. En Ecuador, desde 1830, buena parte su economía se ha basado principalmente en la agroexportación de cacao y banano. En los setentas grandes reservas de petróleo fueron encontradas en la Amazonia, lo que lo posicionó como uno de los productos más importantes de la economía ecuatoriana hasta la actualidad. Estos tres productos generaron en su momento una bonanza económica que permitió la inversión en el desarrollo del estado ecuatoriano en términos de vialidad, comercio, agricultura, entre otras cosas. En medio

de esta bonanza económica, durante el auge bananero, llega a la presidencia Galo Plaza Lasso (1948 – 1952). En su mandato, el presidente Plaza puso especial interés en el desarrollo del sector turístico en el Ecuador.

Garrido y Cabanilla (2019), mencionan que, si bien se registra la llegada de turistas al puerto de Guayaquil al menos desde los años 20, recién en diciembre de 1930 se crea la primera Ley de Turismo bajo el gobierno de Isidro Ayora; y en 1938, bajo el mandato del General Alberto Enríquez Gallo, se crea una segunda Ley de Turismo que estará vigente durante el mandato del presidente Plaza. Galo Plaza Lasso consideraba al turismo como un sector estratégico para mejorar la economía del país por lo que destinó un importante presupuesto al desarrollo de este sector. Durante su gobierno se construyó una enorme red vial entre los puertos más importantes y las haciendas productoras de banano. Estas vías después servirían al desarrollo del turismo en las playas del Ecuador. “El banano, indirectamente ponía también su aporte al desarrollo turístico del país” (Garrido y Cabanilla, 2019, p.155). El gobierno del presidente Plaza sentó las bases y posicionó al sector turístico como un eje estratégico del desarrollo económico ecuatoriano, y vio, además, en los pueblos indígenas ecuatorianos, tanto de la Sierra como del Oriente, un gran potencial para fomentar la actividad turística. Esto sentó un precedente para que la implementación del turismo en el Ecuador siguiera su curso desde un marco desarrollista.

A grandes rasgos, podemos hablar de dos tipos de turismo: el primero, entendido como una industria turística corporativa, que, como lo define Cala (2003), está en “el negocio de ofrecer servicios y comodidades a los visitantes de diferentes sitios” (p.174); el segundo, visto como “un turismo menos global, más enfocado a una zona delimitada geográficamente” (p.174). Si bien el turismo, entendido como el traslado de uno o varios individuos a un lugar distinto del que comúnmente residen con fines recreativos

ha existido por mucho tiempo, el turismo moderno tal y como lo conocemos ahora, entendido como el viaje organizado de varias personas a través de largas distancias, empezó en 1841 con Thomas Cook, quien gestionó en Inglaterra el traslado de alrededor de 500 personas desde la ciudad de Harborough a Leicester. Cuatro años más tarde, en 1845, se creó la agencia Thomas Cook & Son, que se convertiría en la primera agencia de viajes, para la cual el traslado masivo de personas comenzó a ser visto como un negocio de modo que empezaron a gestionarse viajes masivos hacia ciudades con patrimonios materiales monumentales. Para este incipiente negocio, y desde una visión mercantil, el patrimonio es su materia prima. Poco a poco el Estado comenzó a intervenir en su conservación y, paulatinamente, las inmediaciones de estos sitios patrimoniales se llenaron de servicios para aumentar su atractivo.

Después de la primera guerra mundial, tiempo durante el cual la actividad turística se vio detenida, el Estado buscó integrar a la naturaleza dentro de la categoría de patrimonio. Así se formó en Norteamérica el Club Sierra, cuyo interés estaba en la creación de parques nacionales donde la materia prima es el patrimonio natural. Debido a la fácil accesibilidad y asequibilidad, el turismo interno hacia estos lugares tuvo un despunte.

Después de la segunda guerra mundial, las vías comerciales se ensancharon y se vivió un boom económico que amplió la clase media y propició un boom del turismo entre 1965 y 1979. Posteriormente, con la crisis petrolera el turismo entró también en una crisis temporal. Cuando esta terminó, nuevamente la actividad turística creció y la UNESCO comenzó el proceso de definir los patrimonios e integrar la dimensión inmaterial.

Turismo y desarrollo

El éxito de los proyectos turísticos por lo general se mide a través del nivel de vida. El nivel de vida, según las autoridades que miden este fenómeno de manera cuantitativa, suele estar relacionado con la capacidad adquisitiva de los sujetos. No obstante “el nivel de vida es una noción subjetiva que no puede reducirse a indicadores objetivamente mesurables tales como el ingreso o el gasto, sea privado o público” (Jacobs, 1996, p.396). Este nivel de vida, en el caso del turismo comunitario, suele ser medido con los ingresos económicos que este genera y que permite a quienes lo gestionan el acceso a unos bienes y servicios modernos. Sin embargo, esta forma de medir el nivel de vida no toma en cuenta la distribución de este rédito económico. En este sentido, un proyecto turístico puede llegar a ser exitoso y a mejorar su nivel de vida, pero también puede llegar a ser contraproducente para las personas que forman parte del proyecto.

Falconí y Ponce (2011), advierten que cuando un proyecto es manejado únicamente por una parte de las personas de la comunidad en donde se instaura el proyecto turístico, este tiende a ser altamente excluyente, pues mejora el nivel de vida de un grupo reducido de la comunidad. Al contrario, cuando estos proyectos son manejados con base en un modelo de ecoturismo comunitario en el que se busca la integración de todas las personas que forman parte de la comunidad, a la larga se mejoran las condiciones de vida de toda la comunidad. De esta manera, también se logra “levantar la autoestima de la población involucrada, valorar el entorno medio ambiental y fortalecer los lazos comunitarios” (Falconí y Ponce, p.201).

Ahora bien, la forma en que el nivel de vida es medido en términos de los proyectos turísticos, tiene relación directa con el acceso a la modernidad. Entonces, cuando pocas personas se involucran en el proyecto turístico de su comunidad, esta se

divide en dos polos: unos con más acceso a lo moderno, y otra que se mantiene en lo tradicional sin tener acceso al mismo. En cambio, cuando toda la comunidad se involucra de manera activa en el proyecto turístico, se logra responder a las necesidades de toda la comunidad y su integración a la aldea global es más satisfactoria. Frente a este problema, es necesario trabajar en modelos que permitan a los pueblos construir proyectos turísticos que no sean excluyentes y permitan que todas las personas que forman parte de la comunidad se empapen de los beneficios que un proyecto turístico puede generar. En suma, el éxito de los proyectos turísticos depende, entre otras cosas, del nivel de involucramiento que tiene la comunidad.

2. Marco teórico

En este apartado me referiré a varios autores que han trabajado temas relacionados a la identidad, el desarrollo y la mercantilización de la cultura. Para tal objeto, reflexiono en torno a la definición de ‘comunidad’ desde las ciencias sociales y hago hincapié en su cualidad conflictiva. Enseguida reflexiono en torno a la identidad y su construcción sociohistórica. Esta discusión está enmarcada en la discusión anterior sobre comunidad, pues se habla de una identidad colectiva y una identidad individual. En este punto discuto también la importancia del cuerpo como agente performativo de la posicionalidad identitaria. Asimismo, resalto la importancia del esencialismo estratégico como maniobra clave para anclar en estas comunidades un proyecto turístico que no resulte contraproducente. De este modo, argumento que la relación entre los discursos esencialistas y las lógicas mercantilistas debe ser sólo una herramienta para encaminar a las comunidades indígenas hacia una revitalización cultural que les permita, al mismo tiempo, integrarse al mundo global.

2.1 Comunidad

En primer lugar, voy a hablar sobre el concepto de comunidad. Este término ha sido tratado mayormente desde la sociología, en cuyo marco ha sido pensado y problematizado casi exclusivamente en torno a su relación con el estado-nación. Además, encuentro que el concepto de comunidad que se expone comúnmente en los textos académicos sobre turismo y antropología es muy simple y proviene en gran parte del sentido común que se tiene respecto de este. Por lo tanto, pienso que es necesario ahondar en él, pues es mucho más conflictivo y complejo de lo que se piensa.

Desde la sociología, Tönnies construye dos términos -dicotómicos- para describir a la comunidad: *Gemeinschaft* y *Gesellschaft*; es decir, comunidad y sociedad. Para Vilcañas, (como se cita en Torterola, 2010), *Gemeinschaft* se caracteriza por “el

espíritu comunitario, sentimiento, pasión costumbre, campo, fraternidad, agricultura y trabajo artesanal, música, religión. Las aldeas o comarcas encuentran su unidad más emblemática en la casa, el hogar, y con ella, la familia-unidad de-vida” (p.2). Por otro lado, *Gesellschaft* se encuentra en la gran urbe y se caracteriza por “la competencia y utilidad marginal, entendimiento, cálculo, egoísmo, trabajo formal-industrial. Y en lugar del cultivo de las esferas internas (arte, religión), encontramos en la modernidad el dominio de la naturaleza, el comercio y el ‘hedonismo civilizatorio’” (Torterola, 2010, p.3). Estos conceptos establecen sólo dos formas posibles de comunidad, no obstante, el concepto de comunidad ha ido evolucionando y cada vez es más complejo. Actualmente, llegar a una definición clara del mismo resulta difícil porque, paradójicamente, definir es limitar y la manera en que los seres humanos se organizan en comunidad es realmente muy diversa.

De forma similar, Bauman (2003), expone dos formas de concebir la comunidad: una idílica o comunidad de sentimiento cálido, y otra hostil o comunidad realmente existente. Buena parte de su argumento se construye en torno a los mitos fundacionales de la cultura griega, romana y egipcia. Para este autor, el imaginario de una comunidad de sentimiento cálido es siempre bueno; es un espacio en el cual no hay lugar para el conflicto, pues es sumamente homogéneo; como no hay contacto con miembros externos a la comunidad, se provee al individuo de ciertos placeres, de un lugar seguro y sin riesgos. Para el autor, es justamente este concepto de comunidad el que genera en nosotros el deseo de formar parte de algún tipo de comunidad: para gozar de unos supuestos placeres que sólo este escenario nos puede ofrecer. En cambio, la comunidad realmente existente se forma a partir de esta comunidad imaginada, pues recoge de ella este sentimiento idílico de comunidad y lo usa para seducir a las personas a formar parte de un ambiente comunitario. Sin embargo, se podría decir que es opuesta a la anterior,

ya que en ella se intensifican el temor y la incertidumbre; la belicosidad y la vigilia son necesarias para asegurar su continuidad. “La «comunidad realmente existente», (...) nos exige obediencia estricta a cambio de los servicios que nos ofrece o que promete ofrecernos” (Bauman, 2003, p. VIII). Entonces, en ambos casos, estas formas de ver la comunidad conllevan la pérdida de libertad de los individuos.

Por otro lado, Flores (2016), concibe a la comunidad como una entidad orgánica. Este autor asocia el sentimiento de pertenecer a una comunidad con unos mitos fundacionales comunes. Estos mitos otorgan a los individuos que conforman la comunidad unas nociones comunes, en donde sus miembros “encuentran su identidad y diferencia en sus raíces culturales [...]. La diversidad de los grupos sociales reside en la cultura y no en los individuos. Es la cultura la que hace a los pueblos diferentes” (p. 190). Entonces, lo que ocurre para este autor es una reivindicación de las particularidades culturales. Es decir, coincide con el concepto de comunidad de sentimiento cálido de Bauman en la medida en que la comunidad se encierra en sí misma y no permite el diálogo ni la mezcla entre miembros de distintas comunidades. Lo interesante aquí es que se esencializan ciertas características en cada comunidad y esto da lugar a la “intolerancia social y política, la xenofobia y, en casos extremos, el genocidio” (Flores, 2016, p. 189).

En contraposición a lo antes expuesto, Díaz (2001), cuestiona esta visión autonomista de comunidad en tanto genera por sí misma sentimientos racistas y prepotentes, “que muchas veces se manifiesta[n] como paternalismo o como solidaridad condescendiente” (p.365). Esta visión autonomista de comunidad ha generado un sentimiento de rechazo por parte del estado pues no dialoga con su intención homogeneizadora, lo que propicia el hecho de que su integración al estado-nación se dé de manera conflictiva. Ante esta problemática, este autor nos propone mirar a la

comunidad en consonancia con la realidad indígena, y para ello, justamente, elabora el concepto de comunidad indígena.

La comunidad indígena para Díaz se caracteriza por poseer un territorio bien, delimitado, una variante lingüística propia, una historia común, una organización política, cultural, social, civil, económica y religiosa, y un sistema de administración comunitario de justicia. Estos aspectos, sin embargo, bien podrían caracterizar a un estado-nación. Lo que distingue este nuevo concepto es que “no nos referimos sólo al espacio físico y a la existencia material de los seres humanos, sino a su existencia espiritual, a su código ético e ideológico y por consiguiente a su conducta política, social, jurídica, cultural, económica y civil” (2001, p. 367). A diferencia de Bauman o Flores, Díaz hace hincapié en las relaciones conflictivas existentes entre comunidades pertenecientes a un mismo pueblo y entre comunidades de distintos pueblos.

En palabras de Díaz, “las autonomías a partir de propuestas académicas [mayormente sociológicas] no han podido hacerse realidad como forma de organización y de vida concreta en una comunidad o una región. Por lo menos hasta ahora” (2001, p. 365). Esto da cabida a la necesidad de anclar nuestro entendimiento sobre la comunidad y las comunidades tanto en su dimensión particular como en su posición y forma de relacionamiento dentro del entramado social. En este punto, la discusión sobre comunidad debe enriquecerse con reflexiones más situadas que, como diría Haraway (1995), se fijen en la posición, tanto de las personas investigadas como del investigador dentro de su contexto, considerando que el investigado también cumple un papel activo dentro de la investigación. Este argumento nos podría llevar, incluso, a reconsiderar la posición que asume la comunidad en relación al estado, pues nos permite mirar a las comunidades como actoras activas y no sólo como meras subordinas del estado-nación y sus políticas de integración nacional.

Organización socioeconómica de la comunidad

Para Flores (2016), una comunidad es principalmente una “agrupación de individuos con un fin específico” (p.192), pero este fin puede ser muy diverso, y es el que permite la asociación de los individuos con miras a poseer uno o varios bienes en común. Para que esto sea posible, es necesaria la existencia de una estructura organizativa que reconozca mínimamente unos criterios de justicia, unas instancias de gobierno y unos recursos administrativos acordes al fin que busca la comunidad. Entonces, “la organización y el poder, en tanto que potencia o capacidad de hacer, es inherente a la comunidad” (p.192). Bajo esta perspectiva, los objetivos que la comunidad se plantea atraviesan también su organización social y económica.

Según Zabala, dentro de una comunidad es común que los medios de producción sean compartidos, y que la toma de decisiones, el intercambio de conocimientos, la comercialización, el trabajo y el consumo se realicen de forma cooperativa (como se cita en Montalvo, 2011, p. 32). Sin embargo, si queremos conocer la organización socioeconómica de cada comunidad, es necesario un acercamiento etnográfico que nos permita mirar, escuchar y sentir cada una de las particularidades que la constituyen como un todo complejo.

Es preciso analizar a estas comunidades desde el marco de su identidad colectiva como comunidad, así como en las identidades individuales de sus miembros y de aquellas personas o grupos externos con quienes se relacionan. Esta suerte de mapeo de actores permite mirar cómo estas comunidades se relacionan con otros grupos y cómo se relacionan internamente con los miembros y mercancías que la conforman.

Organización política de la comunidad y su relación con los proyectos

turísticos

La existencia de una estructura organizativa que proyecte políticas afines a los objetivos de la comunidad es esencial. Al respecto, Flores (2016), menciona que dentro de una comunidad se manejan “un conjunto de valores que regulan la convivencia en la comunidad” (p.194). Esto hace posible que el ejercicio de un poder político sea legítimo, pues cuando el poder político no representa satisfactoriamente estos valores, el poder se fractura.

Cuando una comunidad decide integrar en su entramado un proyecto turístico, ocurre una doble regulación, proceso en que cada institución se adapta a las condiciones de la otra para integrarse de forma orgánica. En términos de su integración política, la actividad turística puede ser positiva para la comunidad en tanto que puede “fortalecer la cohesión social, las habilidades de negociación con grupos externos a la comunidad y el liderazgo [...] y la permanencia de instituciones comunitarias basadas en relaciones de reciprocidad y confianza” (Guijarro et al., 2018, p. 15). Sin embargo, no se debe ignorar las diversas pugnas internas de poder que podrían generar fragmentación social dentro de este tipo de proyectos, pudiendo ocasionar el fracaso de los proyectos turísticos.

El turismo moderno, en un mundo globalizado y atravesado por un sistema de producción mercantilista, influye en la percepción que cada individuo de la comunidad tiene respecto a cómo se deben manejar las cosas en la comunidad. Por tanto, si no se integran satisfactoriamente el conjunto de valores de la comunidad con el proyecto turístico, es necesario establecer consensos previos para poder mediar la pugna interna y evitar que el poder se fracture.

Organización del espacio comunitario en el que se asienta el proyecto

turístico

Generalmente los proyectos de turismo comunitario se asientan en el espacio rural. No obstante, es imposible concebir un espacio rural dicotómico de un espacio urbano, pues “el individuo que habita el campo no está totalmente dissociado de las dinámicas urbanas” (Henríquez et al., 2010, p. 24). Existe una influencia de doble vía: de lo urbano a lo rural y de lo rural a lo urbano, que se potencia considerablemente con la actividad turística y la globalización. El turismo impulsa el contacto cultural como ninguna otra actividad.

La implementación de un proyecto turístico supone, para la comunidad que lo acoge, una reconfiguración importante de su territorio en respuesta a la llegada de turistas. Esta situación, empero, no recae únicamente en el territorio, sino también en “el significado y los valores sociales, atribuidos a ellos por los residentes” (p. 55). Esta situación se expresa, por ejemplo, en la implementación de rutas, equipamientos y estructuras arquitectónicas que “contrastan marcadamente con la realidad social de los destinos” (p.55). De igual manera, para Rodríguez (como se cita en Manet, 2014), dentro de esta lógica se diseñan “nuevas funcionalidades territoriales, desestructurando la organización social local; imprimiendo, por lo tanto, nuevos valores ambientales y socioculturales, y delimitando de manera arbitraria y autoritaria nuevas territorialidades” (p.55).

2.2 Identidad

“Identity is the social positioning of self and other”

[La identidad es el posicionamiento social del yo y del otro]

(Bucholtz y Hall, 2010, p. 18).

La identidad ha sido conceptualizada desde diferentes miradas, y por su abstracción no es fácil llegar a una definición completamente fiel a su dimensión. A breves rasgos, se puede vislumbrar dos formas de pensar la identidad: la primera, como aquello que hace único al individuo, que lo diferencia de los demás; la segunda, como aquellos elementos con los que el individuo se identifica, con la forma en que el individuo se caracteriza a sí mismo.

En primer lugar, es preciso acotar que la identidad no es estática ni inmutable y que la adquisición de cultura por parte de un individuo no es una copia y pega de la cultura, lo que significa que la cultura no se reproduce a imagen y semejanza de la comunidad en la que se desarrolla hacia el individuo, sino que de por medio se produce siempre una resignificación cultural importante (García et al., 1997). Justamente esto es lo que le otorga a la identidad unos cambios constantes y permanentes, pues a más de ser dialéctica en sí misma por las razones antes expuestas, la comunidad tiene que ajustarse constantemente al cambio para asegurar su permanencia y continuidad.

En un mundo cada vez más interconectado, la identidad de las personas es cada vez más des-territorializada; una persona puede sentirse identificada con distintos grupos, que no necesariamente deben estar situados en un territorio concreto. Durán (como se cita en Henríquez et al., 2010), menciona que muchos ciudadanos buscan encontrar en el espacio rural turístico unas condiciones idóneas para “la realización de su identidad individual y colectiva en un mundo cada vez más globalizado, dinámico, competitivo e imprevisible” (p.26).

Además, esta identidad des-territorializada se ha visto potenciada por la globalización. Como dice Fernández (2014), “la identidad que presentaban nuestros ancestros se ha ido transformando y reciclando con el paso del tiempo, principalmente gracias al avance de la Globalización, lo que permitió un constante e importante

contacto con otras culturas” (p. 1). Entonces, estos cambios no provienen únicamente desde el interior, no vivimos dentro de unas comunidades de sentimiento cálido tal como las entendía Bauman (2003), sino que, al existir varias comunidades interconectadas entre sí de manera compleja, es lógico que exista una influencia de doble vía entre la construcción de las identidades individuales de los miembros activos de la comunidad y la identidad colectiva de la comunidad.

El turismo comunitario es un agente externo de cambio que vale la pena entender. La implementación de un proyecto turístico introduce en la comunidad unos turistas extranjeros, ajenos a las prácticas culturales comunitarias, y este contacto cultural produce unas dinámicas de influencia en la construcción identitaria individual y colectiva. Al respecto, Vallejo (2003), menciona que este cambio “más aún si está promovido desde el exterior de la comunidad, puede constituir un factor de riesgo si existe una identidad colectiva negativa, que sobre valore todo lo nuevo o todo lo extranjero en detrimento de las manifestaciones propias” (p. 42 y 43). Asimismo, el autor, menciona que “la ‘turistificación’ de las prácticas relacionadas con la identidad, las vacía de contenido y puede ocasionar no sólo la pérdida de significación para el grupo sino también la disminución de su atractividad turística” (Vallejo, 2003, p. 4). Es justamente dentro de este escenario que la relación entre globalización, turismo e identidad toma forma. La globalización, desplegada a través del turismo, ha generado en las comunidades un sentimiento de des-pertenencia cada vez más fuerte, lo que hace que los rasgos culturales globales favorables a la economía encuentren terreno fértil.

Contacto cultural como influencia

Ahora bien, la globalización ha significado para el campo del turismo un contacto cada vez más frecuente y dinámico entre culturas. Como menciona Simonicca, “la movilidad humana que se presenta de diversas formas en las fronteras culturales (...)

ocasiona distintos conflictos identitarios” (Como se cita en García Ortega y Marín Poot, 2014, p. 73). Esto ha devenido en una reconfiguración de los espacios para dar lugar a un sistema de producción y consumo cultural. Sin embargo, esto fragmenta identidades al intentar a toda costa adaptarlas a estos nuevos y lucrativos modelos. “El turismo consiste en una actividad que implica el consumo del espacio a través de la apropiación de los lugares de referencias comunitarias” (Manet, 2014, p.56). El turismo en este sentido, y como dice García, se compone de un extenso proceso de “reinterpretación de los territorios y de las identidades locales, como estrategia de inserción económica y diferenciación en el mercado” (Como se cita en Manet, 2014, p.56). Es decir, el mercado y sus pautas moldean las identidades a conveniencia, agregándole ciertos matices con el fin de asegurar su ánimo de lucro. Sin embargo, Manet (2014), menciona que:

Lo que nunca peligrará, aun cuando se convierta la identidad en recurso turístico, es la intimidad cultural. Nunca podrá un turista o visitante ocasional conocer y vivir nuestra propia cultura desde dentro. El turista ve aquello que se le muestra, o se le deja ver, pero, por supuestamente auténtico que sea, su experiencia nunca podrá alcanzar a comprender la diversidad de las vivencias culturales de la población local, ni siquiera respecto a aquellos elementos locales que forman parte de su experiencia turística. (p.4)

Ante este problema, Fernández (2014), hace hincapié en la importancia del turismo como agente revalorizador sociocultural, no sólo de lo material, sino de la memoria. Para este autor “la conservación y recuperación de la memoria (...) es lo que permite a los pueblos que mantengan la identidad” (p.10). Asimismo, para Camargo, aunque el turismo cultural tiene aspectos negativos, también es una herramienta para salvaguardar la memoria colectiva de un pueblo. “Si no fuera realizada una revitalización de los recursos, usos y costumbres, estos quedarían perdidos y el pueblo se quedaría sin pasado” (como se cita en Fernández, 2014, p. 5). Además, como dice

Vallejo (2003, p. 4), hay una importante diferencia entre la identidad cultural y el patrimonio intangible, pues "la identidad cultural (...), está conformada tanto por elementos materiales como inmateriales que constituyen referentes para un grupo determinado y por lo tanto le confieren sentido al mismo". Por otro lado, el patrimonio tiene unos elementos que "caracterizan a un grupo determinado, ya que muestran la forma de interacción con el medio y por lo tanto les confiere una determinada identidad". A lo que Fernández (2014), añade que "cuando las costumbres y valores locales son puestos en valor por los turistas pasan a asumir una identidad más nativa" (p. 11).

Identidad colectiva

La identidad se construye socialmente y está constantemente presta al cambio. Recondo (1997), propone dos modelos de identificación a través de los cuales se puede mirar la identidad colectiva. El primero es la singularización, según la cual lo primordial es la distinción que hace un grupo de otro. La identidad se abstrae en ciertos rasgos comunes basados en la idea de un pasado ancestral común que se manifiestan en una historia y características definitorias inmutables que se transmiten dialécticamente a través de la educación y la tradición. El segundo es la autenticidad, según la cual la identidad se caracteriza desde lo genuino. Desde esta perspectiva, lo importante es reconocer unas características "propias" de la comunidad.

Bauman (2003), asocia la dificultad de encontrar una comunidad en la vida real con la aparición de las identidades; "la identidad se inventa justo cuando se colapsa la comunidad" (p. 9). Para este autor no se puede acceder ni a la identidad ni a la comunidad en un mundo privatizado e individualista en rápido proceso de globalización, donde "hombres y mujeres buscan grupos a los que puedan pertenecer, de forma cierta y para siempre, en un mundo en que todo lo demás cambia y se desplaza,

en el que nada más es seguro” (p. 9). Desde el punto de vista de este autor, dentro de un proyecto turístico se va a querer afirmar una identidad común, la identidad de la comunidad, pero en un mundo moderno, privatizado, individualista y globalizado, esto la haría colapsar. Una comunidad con una identidad común no es posible pues la identidad significa “ser diferente y único en virtud de esa diferencia, por lo que la búsqueda de la identidad no puede sino dividir y separar” (p. 10).

Cuando se implementa un proyecto turístico sin duda resulta útil construir una identidad colectiva, una identidad cultural más o menos homogénea que se asemeje al ideal de una comunidad de sentimiento cálido tal como la esboza Bauman. En este punto, el esencialismo estratégico nos invita a arriesgarnos por la esencia como estrategia política. Desde esta perspectiva, lo que se busca es erigir una identidad colectiva como una estrategia política en la que se asume una identidad homogénea en aras de lograr objetivos políticos (Eide, 2016).

El esencialismo puede usarse para subyugar o liberar, pero el esencialismo estratégico, por otro lado, debe verse como una estrategia política temporal, transitoria y no como una forma universal de conducir la lucha política. El esencialismo estratégico puede funcionar como una herramienta para que las comunidades indígenas exploren su cualidad étnica en aras de transformarse/acoplarse a la demanda turística. Esto, no obstante, debe ocurrir únicamente de manera transitoria, como una estrategia para lograr unos fines políticos dados y no como un fin en sí mismo. En el caso del turismo, explotar las cualidades étnica y exótica en la construcción de productos culturales como la danza, la vestimenta y la elaboración de artesanías, como parte constituyente del proyecto turístico, tiene que funcionar sólo como una estrategia transitoria tanto para la reactivación económica como para la revitalización cultural. Es importante dejar claro que estos objetivos no se cumplirán a través de la materialización del proyecto turístico,

sino gracias a los recursos obtenidos gracias al proyecto, por lo que resulta necesario desplegar otro tipo de estrategias secundarias que apunten al cumplimiento de estos otros objetivos políticos orientados a acabar con la opresión estructural.

A través del esencialismo estratégico se vende una imagen de comunidad de sentimiento cálido sólo como estrategia para encaminar la integración de sus comunidades a la aldea global. Esta identidad colectiva existe y no existe al mismo tiempo, es decir, existe para el proyecto turístico, pero en la intimidad de la comunidad, su identidad es más bien heterogénea. Como menciona Giménez “no todos los actores de una acción colectiva comparten unívocamente y en el mismo grado las representaciones sociales que definen de manera subjetiva la identidad colectiva del grupo de pertenencia” (como se cita en García y Marín, 2014, p. 88).

Identidad: Posicionalidad e indexicalidad

La identidad no está alojada en el individuo ni en estructuras o categorías sociales fijas; más bien, la identidad se concibe como un fenómeno intersubjetivo y relacional que se expresa a través del discurso local dentro de unos contextos de interacción específicos. Entonces, la identidad opera en múltiples niveles simultáneamente que adquieren significado social de manera constante. Se propone, entonces, mirar la identidad desde una visión intersubjetiva e interactiva en lugar de individual y asignada a priori.

Para alimentar la discusión, nos referiremos a la teoría de Bucholtz y Hall (2010). Estas autoras establecen cinco principios fundamentales: la emergencia, la posicionalidad, la indexicalidad, la relacionalidad y la parcialidad.

El primer principio, la emergencia, sugiere que al estar la identidad alojada en la mente del individuo este puede relacionarse con el mundo social únicamente a través

del discurso. Entonces, es sustancial mirar el terreno social sobre el que se constituye la identidad, especialmente a través del lenguaje.

El segundo principio, la posicionalidad, nos muestra como la identidad que emerge en el discurso está atravesada por roles y colocaciones asumidas temporalmente por los participantes. Por lo tanto, desde esta perspectiva, la identidad se amplía para abarcar categorías de identidad local y posiciones de interacción transitorias.

El tercer principio, la indexicalidad, se refiere a las normas de interacción que están arraigadas en las creencias y valores culturales sobre los hablantes que producen tipos particulares de lenguaje. En este punto se analiza la mención de categorías o etiquetas de identidad, las implicaciones y presuposiciones respecto a la identidad propia o ajena, la interacción en relación a los roles dentro de la conversación, y el uso de estructuras o sistemas lingüísticos que puedan estar asociados a hablantes específicos. Aquí, la forma más obvia y directa en que la identidad se constituye es con la introducción abierta de etiquetas durante el discurso. El análisis de la postura como acción social es tanto subjetivo como intersubjetivo y también está relacionada con la identidad pues el individuo se sitúa de uno u otro lado según su conveniencia.

El cuarto principio, de relacionalidad, la identidad se construye intersubjetivamente a través de varias relaciones complementarias que adquieren significado social en relación con otras posiciones. A menudo estas identidades se encuentran superpuestas, las relaciones de identidad giran alrededor de los ejes similitud/diferencia, autenticidad/artificio y autoridad/deslegitimidad.

Y finalmente el quinto principio, de parcialidad, inspirado en la posmodernidad, se basa principalmente en la literatura antropológica que junto a la teoría feminista han desafiado la representación de las diversas formas de vida social como internamente coherentes.

2.3 Mercantilización

Guy Debord inicia su libro *La Sociedad del Espectáculo* diciendo: “Toda la vida de las sociedades en que reinan las condiciones modernas de producción se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que antes era vivido directamente se ha alejado en una representación” (1995, p.8).

“El turismo busca por definición generar ganancias mediante los gastos de los visitantes, y (...) despojar de su dinero al turista” (Cala, 2003, p.174). Para lograr este cometido, las comunidades receptoras han diseñado una serie de estrategias para vender no sólo el servicio de alojamiento o de comida, si no para vender su cultura. Esta situación se manifiesta de forma evidente cuando las prácticas cotidianas de la comunidad, basadas en la producción para el consumo interno, se transforman en unas prácticas de producción para consumo externo, específicamente para el consumo del turista. Por otro lado, García y Marín (2014), “asocian a la diversificación propia del turismo, [con] un proceso inherente a la consolidación del capitalismo y el surgimiento de la sociedad de consumo, cuya segmentación ha propiciado múltiples canales de explotación mercantil” (p.73). Con esto podemos asumir que el turismo como fenómeno global, potencia sin lugar a dudas la práctica mercantil también en lo local, pues es parte constitutiva de los planes de desarrollo implementados en América Latina.

Cultura como mercancía

Para Adam Smith el valor reside en el trabajo que se invierte para obtener bienes económicos. Adam Smith (1776), postula en su libro *Riqueza de las Naciones* que el precio real de las cosas se encuentra en lo que cuesta al hombre adquirirla. Este autor distingue al valor de uso del valor de cambio, siendo el primero la utilidad que tiene para una persona un bien o servicio; y el segundo, la transacción de una mercancía. La mercancía, es para Marx, distinta del producto en tanto posee valor de uso y de cambio

y es creada para venderse. La teoría del valor de Karl Marx enuncia que el valor de cualquier mercancía estriba en el esfuerzo físico y mental que fue requerido para fabricar dicha mercancía. De todas maneras, la variación del precio final de un producto también responde a la contingencia de la oferta y la demanda. Respecto a los productos culturales, podríamos añadir que a estas mercancías se les añade un valor adicional: su cualidad étnica y la experiencia que lo acompaña.

Por otro lado, al implementar un proyecto turístico también se modifica el territorio de la comunidad. La actividad turística demanda la construcción de ciertos servicios como, por ejemplo, cabañas de alojamiento, miradores, restaurantes, senderos, entre otros. Estas modificaciones carecen de sentido sin el proyecto turístico, por lo que su funcionalidad y significación se transforma, y pasan a ser “símbolos de consumo y focos de atracción social, en cuyos desplazamientos aparece la mercantilización, conjuntamente con otras instancias de intercambio social y creación cultural” (Cammarata, 2006, p. 359).

Capítulo III: Análisis de la información

En el capítulo anterior discutimos brevemente la forma en que el estado ecuatoriano, enmarcado en un proyecto desarrollista, mira en los pueblos indígenas un gran potencial para el desarrollo de la actividad turística. Mostramos la manera en que el turismo como proyecto de desarrollo se ha expandido con la globalización, y ha calado en la identidad y en el territorio de las comunidades que han decidido instaurar proyectos comunitarios. Ahora nos referimos a este fenómeno desde el caso particular de dos comunidades de la nacionalidad shuar.

En el presente capítulo analizamos cómo se ha ido conformando esta identidad colectiva shuar, concretamente en las comunidades Kunamp y Kunkup del cantón Pablo Sexto. Para ello, examinamos cómo ha ido cambiando la situación socioeconómica de estas comunidades en respuesta al contacto con los colonos. Hoy en día descripciones como las que hace Harner (1978), sobre el pueblo shuar en los setentas están cada vez más distantes de los valores que conforman la cotidianidad actual de estas comunidades. Este contacto cultural provocó y sigue provocando una subjetivación importante en la creación de la identidad que desafía a esta identidad de indio jíbaro que fue fuertemente posicionada por la opinión mestiza. Como resultado, podríamos decir que tenemos una suerte de dos identidades colectivas que se encuentran en tensión: una identidad shuar que busca ser moderna, aupada por los proyectos desarrollistas, y otra tradicional que se busca mantener, recuperar y revitalizar, de la que se favorece el turismo y su intención por vender la cultura.

1. Los shuar de Kunamp y Kunkup

Los shuar fueron uno de los pueblos más rebeldes y que más resistencia opusieron ante la colonización inca, española y después ante la mestiza. Esta resistencia se mantuvo, según Harner “desde 1599 hasta casi la mitad del siglo XIX, los shuar

tuvieron sólo contactos intermitentes y generalmente hostiles con los blancos” (1978, p.23). Hacia después de la mitad del siglo XIX los shuar comenzaron relaciones más pacíficas de comercio con los macabeos, antiguos habitantes de la actual ciudad de Macas. Los shuar intercambiaron cerdos, sal y materia vegetal (cortezas de chinchona, caucho y canela) con las personas de Macas y Riobamba, quienes a cambio entregaban hojas de machete, telas y otras mercancías.

Estas relaciones comerciales perduraron intermitentemente, y fueron afianzando las relaciones entre blancos y shuar. Poco a poco algunos mestizos comenzaron a buscar oro en territorios shuar, “la fiebre del oro alcanzó su cumbre en 1937, (...) se abrió el primer camino de caballo a la región de los shuar” (Harner, 1978, p. 29). Cuando la bonanza de esta actividad disminuyó algunas de las personas que se dedicaban a lavar oro en los ríos regresaron a la Sierra y otros se quedaron, estableciéndose en la zona como los primeros colonos.

Con la apertura de este primer camino empezaron a inmigrar a la zona mestizos provenientes de Azuay y Cañar. En los años setenta se impulsó la colonización de la zona que actualmente conocemos como cantón Pablo Sexto. Personas provenientes de la ciudad de Guapán llegaron principalmente en avionetas y se asentaron en lo que ahora es el centro urbano del cantón. Antiguamente allí se asentaba una comunidad shuar llamada Sintinis. Ahora existen en la zona nueve comunidades o centros shuar: El Rosario, Kunkup, Yamanunka, Sintinis, Sangay, Shawi, Kunkup, Santa Inés e Ikiam. Estas comunidades han sido conformadas por familias shuar que han migrado de zonas aledañas y se han asentado aquí después de comprar el terreno a los mestizos.

Por un lado, la comunidad shuar Kunamp fue fundada el 16 de septiembre de 1992 por Manuel Vicente Kunamp, quien viajó desde el cantón vecino de Huamboya hacia estas tierras en busca de un lugar en el cual asentarse con su familia. La

comunidad recibe este nombre en honor a una ardilla roja que era muy común en la zona. Como menciona el Sr. Alcides Chumbi, ex síndico de la comunidad de Kunkup e hijo directo del fundador de la comunidad:

Es una historia larga. Le siguió mi mami también atrás y vivieron los dositos casi unos dos años más. Y de ahí mi viejo dijo mira vamos a hacer centro, vamos a hacer una comunidad aquí y de ahí el llamó a su hermano mayor, después vino sus hijos, el hijo mayor, después el otro hijo, después vino el yerno, después vino su hermana también y así conformaron la comunidad. (Entrevista a Alcides Chumbi, 24 enero 2021)

Kunamp posee un solo lote, asentado a un lado del río Palora, que fue comprado de palabra a un mestizo de nombre Darío Belin a cambio de doce cabezas de ganado. Por ello, este lote aún no se encuentra inscrito en el Registro de la Propiedad.

Por otro lado, la comunidad shuar Kunkup posee dos lotes. El primer lote se asienta entre los ríos Palora y Najembaima; aquí se asienta el centro urbano de la comunidad. El segundo lote colinda con el primero, al norte se encuentra circunscrito por el río Palora y al noreste limita con el parque nacional Sangay. En este segundo lote se asienta el bosque protegido Tuna Kamma. Esta reserva natural lleva este nombre debido a una cascada sagrada que, según mis colaboradores, tiene al menos 100 metros de alto y es exclusiva para los hombres pues en ella se recibe el espíritu de *Arutam*.

Esta comunidad fue fundada en 1975 por el señor Rafael Antun y su esposa Julia Katan quienes en busca de días mejores y progreso para su familia migraron a este lugar desde la comunidad San Antonio, perteneciente a la asociación Chiguaza. Aquejado por problemas de salud y por la lejanía geográfica existente entre su antigua comunidad y estas tierras decide asentarse en esta zona e invitar a su primo hermano Carlos Washikiat y a su esposa Ángela Wampash.

Algunos años después los señores Rafael Antun y Carlos Washikiat deciden darle a la comunidad el nombre de Kunkup en honor a un ave nocturna casi invisible que cantaba por las tardes y en la noche. Dentro de la mitología shuar se cree que cuando esta ave se encuentra cantando se recibe el poder y alucinación de *Arutam*. La comunidad de Kunkup se encuentra organizada y reconocida por el Ministerio de Bienestar Social desde el año 1989.

2. Transformaciones socioeconómicas y aculturación

En los últimos cien años las relaciones entre shuar y mestizos se fueron afianzando a causa de diversos proyectos encabezados primero por los salesianos y por los militares, y después por los colonos mestizos. Muchas de las personas que entrevisté en el primer mapeo de actores realizado a todas las comunidades que se asientan a lo largo del anillo vial del cantón Pablo Sexto me contaron que habían crecido en los internados que construyeron los misioneros salesianos o en campamentos militares. Los demás, habían crecido desnudos en las montañas. “Los misioneros, con el apoyo de oficinas político-legales, ponían a los niños shuar en internados y los aculturaban hacia una manera de vida nueva y ajena. (...) hacia la norma de vida nacional ecuatoriana” (Harner, 1978, p. 32).

Los colonos mestizos fueron ganando terreno rápidamente debido a tres razones. Primero, el éxito de la actividad ganadera por parte de los colonos proveía de una fuente alterna de proteína animal a la dieta de los colonos lo que hizo prescindible el comercio con los cerdos de los shuar y propició la llegada de más colonos. Segundo, durante la guerra de los años cuarenta entre Ecuador y Perú el ejército ecuatoriano atacó a una comunidad shuar cerca del río Santiago. El temor por un exterminio llevó a los shuar a pactar tregua entre ellos y a adentrarse en la selva en espera de un contraataque. Y tercero, en los años cincuenta una misión salesiana indujo al gobierno ecuatoriano

conceder territorio ancestral shuar a la Iglesia para llevar a cabo procesos de evangelización y aculturación en sus internados. Finalmente, “los colonos ‘blancos’ habían ocupado casi toda la tierra, exceptuada aquella protegida por los misioneros, y empleaban a los shuar en trabajo asalariado” (Harner, 1978, p.31 y 32).

La rápida expansión y apropiación de los territorios ancestrales por parte de blancos y mestizos produjo transformaciones profundas en estas tierras. “No pudiendo más cambiar cerdos (chanchos) con herramientas de acero y otra mercancía, los shuar comenzaron a emplearse como mano de obra (como, por ejemplo, en talar la floresta para sembrar potrero) para la gente de Macas.” (Harner, 1978, p.27). Actualmente la economía de las comunidades shuar de Kunamp y Kunkup está basada principalmente en la actividad agrícola y ganadera. Además, la tala de árboles es muy común debido a que la madera de pambil, chonta y copal es muy cotizada por los colonos.

Si, la producción agrícola la gente antes se dedicaba bastante en tala de árboles, en ese más más más la gente trabajaba en tala de árboles, y después ya se fue terminando poco a poco, entonces de ahí la gente se dedicaron al cultivo de caña, de caña siempre de caña, y de ahí algunos que, algunos tienen eh siembran papa china, yuca, plátano, pero lo malo que es que la dificultad que tenemos todas las comunidades, no sólo Kunamp, todas las comunidades no hay dónde, este, un mercado, para poder nosotros vender no? Claro que la gente tiene sus plátanos, papa china, yuca, todo sacan pero no tienen dónde vender, claro que aquí el fin de semana algunos sacan, pero algunos no venden, o sea, si hubiera un mercado claro la gente pudiera vender semanalmente, pero o sea también debe haber un cantidad para poder exportar no, poder entregar en el mercado, para que la gente se dedique a trabajar, antes la gente casi no se dedicaba a trabajar, pero ahora la gente se ha dedicado bastante a

trabajar, y eso han hecho mi gente, trabajar (Entrevista a Alcides Chumbi, 24 de enero 2021).

Tradicionalmente, la actividad agrícola estaba a cargo de las mujeres shuar, quienes acompañaban esta actividad con *anents*, cantos a los cuales las personas shuar confieren un valor espiritual. A través de estos cantos los shuar se comunicaban con distintos dioses. Generalmente la mujer shuar, antes de ir a su chacra, entonaba un *anent* específico para comunicarse con la diosa *Nunkui*. De esta forma lograban tener unas chacras productivas y muy bien cuidadas en las que no crecía mala yerba. La mujer es la única que puede contactarse con esta diosa, por lo que esta actividad solía estar únicamente en sus manos. Asimismo, los hombres shuar se comunican a través de cantos con el dios *Etsa* para facilitar la caza y la pesca, por lo que esta actividad les corresponde. Existen diversos *anents* para distintos propósitos; sin embargo, el contacto con Occidente ha provocado la pérdida paulatina de este acervo cultural y hoy en día únicamente tres mujeres recuerdan algunos de estos cantos.

Las personas shuar que viven en estas comunidades obtienen lo necesario para cubrir sus necesidades alimentarias básicas de los huertos que tienen en sus casas y en sus fincas. Ahora son ambos, hombres y mujeres quienes trabajan la tierra. En general, se cultiva papa china, yuca, plátano, camote, caña de azúcar, guanábana, entre otras frutas de temporada como la chonta, sasha, uva de monte, entre otras. Algunos cultivos como la caña de azúcar, la guanábana, la pitahaya, el maíz y algunas legumbres han sido introducidos con los años a través de los colonos y, por lo general, se cultivan en plantaciones externas pertenecientes a los colonos. En la zona aledaña a las comunidades, mestizos con grandes extensiones de terreno emplean a los shuar, hombres y mujeres, para el cuidado de sus monocultivos de pitahaya y caña. El GAD Municipal de Pablo Sexto desplegó un proyecto para posicionar al cantón como

productor de guanábana para exportación. Para lograr este fin, donó plantines a diversos pobladores con grandes extensiones de terreno para que cultivaran las primeras plantaciones de guanábana del cantón. Según estudios técnicos efectuados por técnicos de esta institución esta especie sería la más adecuada para el clima del cantón, sin embargo, han sido sembradas como monocultivo en antiguos potreros.

Muchas personas shuar aún complementan su dieta con carne de monte, es decir, con la caza o pesca de animales silvestres del bosque como la guatusa, guanta, erizo, y peces como el bocachico o la caracha, entre muchos otros. Sin embargo, la proteína que obtienen del bosque no siempre es suficiente para su dieta. Además, la práctica de la cacería ahora es muy limitada. Por un lado, esta práctica está mal vista por los mestizos y por los blancos que han desplegado sobre sus territorios agendas de conservación natural a través de diversas fundaciones y ONGs. Y, por otro lado, con el tiempo, a través de los colonos se han ido introduciendo en su dieta otras fuentes de proteína animal. Entre ellos figuran animales como el ganado bovino, patos y pollos. De ellos se obtiene leche, carne y huevos que son utilizados para complementar la dieta de las personas shuar.

Desde un punto de vista geográfico, el cantón Pablo Sexto en general, pero especialmente las comunidades shuar, se encuentran muy alejadas de los centros urbanos. Esto hace difícil que su producción agrícola fluya por los mercados adyacentes. Las personas shuar de estas comunidades identifican como principal dificultad para este sector la falta de mercados para que puedan poner a la venta sus productos agrícolas y su comida tradicional. En la zona hay sólo dos mercados. Uno de ellos está en el centro urbano de Pablo Sexto, pero actualmente no está en funcionamiento pues en este espacio funciona temporalmente el terminal terrestre. Justamente al lado de este mercado, se está construyendo el edificio para el terminal

terrestre, por lo que se espera que pronto en las instalaciones del mercado se retomen las actividades para las que fue construido en primera instancia.

También existe un pequeño mercado en la comunidad shuar Sangay, que se encuentra también en el anillo vial. Esta es una obra nueva concedida por el GAD a la comunidad en el año 2021. Sin embargo, su uso es poco frecuente pues no pasa mucha gente por ahí y además es muy pequeño, cuenta únicamente con dos puestos de venta. En las fiestas de la comunidad y durante los fines de semana en los que hay partidos importantes de fútbol estos espacios son bastante usados para vender comidas tradicionales hechas por las mujeres de la comunidad; también se venden colas, jugos, tabacos, chicles, papas fritas, entre otras cosas.

Por lo general, en este mercado no se venden muchos productos agrícolas debido a que, por lo general, cada familia obtiene esto de sus fincas o huertos, por lo que no es necesario comprarlos. En la intimidad de la comunidad, los productos agrícolas se intercambian o regalan entre amigos y familiares; por lo general no se compran. Estos productos son adquiridos sobre todo por colonos o turistas de diversa índole.

Dentro sus comunidades, en sus huertos familiares y en sus fincas, los shuar encuentran comida suficiente. Sin embargo, también les gusta y se han acostumbrado a consumir productos provenientes de la ciudad como sal, aceite, arroz, fideos, sardinas, atún, entre otros. Además, ahora utilizan ropa de algodón y poliéster, utensilios, herramientas, motos, vehículos, artículos de construcción, celulares, computadores, radios, televisión, entre otros. La mayoría de estos objetos forman ya parte de la cotidianidad de estas personas. A pesar de ser artículos de difícil acceso, su uso y consumo es cada vez más frecuente. Como vemos, el comercio entre shuar y mestizos es mayormente de una vía, los productos de la ciudad entran a las comunidades, pero difícilmente los productos de los shuar tienen salida al mercado.

Los proyectos turísticos

Después de conversar con las autoridades de cada comunidad, con el síndico o el vice síndico según sea el caso, sólo las comunidades Kunamp y Kunkup mostraron interés por instalar un proyecto turístico en sus comunidades. En este punto vale aclarar que no se incitó a la instauración de un proyecto turístico, sino que se identificó a aquellas comunidades que, por cuenta propia, tenían ya la intención de hacerlo e incluso, en el caso de Kunkup, ya tenían un proyecto turístico bastante bien perfilado. Por esta razón, se analiza únicamente el caso de dos comunidades shuar: Kunamp y Kunkup.

Como se mencionó anteriormente, la producción agropecuaria shuar no es muy alta y su salida al mercado es prácticamente nula. Por otro lado, cada vez es más frecuente que las personas de la comunidad migren por trabajo y estudios. Sólo una pequeña parte de la población joven shuar que vive en estas comunidades ha podido terminar la escuela y el colegio, pues para ello tenían que viajar a Macas o al centro urbano de Pablo Sexto. La gran mayoría no ha podido ingresar a una universidad. Por ello, los trabajos más comunes a los que acceden estas personas están relacionados con la agricultura y la mano de obra en construcción civil.

Por otro lado, las personas shuar me comentaron en mis visitas que les gustaría poder emprender, pero que acceder a capital semilla era muy difícil. Además, la rentabilidad era cuestión de suerte porque por sus comunidades no pasaba mucha gente. Es interesante este punto, pues diverge de la opinión que tienen los colonos de las personas shuar. Para los colonos, la gente shuar es vaga, perezosa y pobre.

Esto nos deja con un gran problema, sus salidas económicas son muy limitadas. Además, el proceso de aculturación va cada día en desmejora de su identidad cultural, permitiendo así la desaparición de un legado de conocimientos, tecnologías, costumbres

y tradiciones que han sido por miles de años parte del convivir diario de la nacionalidad shuar. Frente a esta situación, estas comunidades esperan encontrar en los proyectos de turismo comunitario que pretenden implementar una forma de conservar su cultura y a la vez acceder a un modelo de desarrollo que les permita conseguir el progreso socialmente justo, económicamente rentable y ecológicamente equilibrado. Es por esta razón que se busca consolidar un proyecto turístico que les permita consolidar mecanismos de transformación de la realidad socioeconómica, y a mediano plazo, mejorar las condiciones de vida de sus comunidades. En miras de alcanzar estos objetivos, las comunidades de Kunamp y Kunkup se encuentran en proceso de planificación de un proyecto de turismo comunitario para sus respectivas comunidades.

En el caso de Kunamp, la comunidad se encuentra en una fase de socialización del proyecto, se mantienen reuniones constantes a modo de asamblea en las que se habla del proyecto entre todos los socios de la comunidad. En esta comunidad aún no se han identificado definitivamente unos espacios ni unos actores clave para llevar a cabo el proyecto. Existen aún disputas internas e intereses personales que retrasan el proceso.

Durante el mapeo participativo realizado en una de estas asambleas se pudo identificar que las orillas del río Palora representa un potencial turístico, el terreno colindante es comunitario, entonces en él se planea construir un canchón para deportes, y limpiar la zona adyacente para que en ella funcione una feria de comidas típicas y exóticas preparadas por las mujeres de la comunidad.

Esta comunidad cuenta con una tarabita que la conecta con las comunidades shuar del vecino cantón Palora, por lo que el flujo de personas a través de esta comunidad es mayor. También se pretende construir cabañas de estilo tradicional para que funcionen como alojamiento y comedores para los visitantes. El actual síndico de la comunidad shuar Kunamp Rodolfo Kaikitiap manifestó su interés por conectar los

proyectos turísticos de Kunamp y Kunkup a través de un proyecto de rafting a través del río Palora, permitiendo que los turistas lleguen rápidamente a Kunkup a través de este río.

La comunidad shuar Kunkup, por otro lado, tiene ya un proyecto turístico comunitario bastante bien perfilado. A pesar de que en un primer momento se pretendía consolidar un proyecto ecoturístico comunitario, finalmente han optado por consolidar un proyecto de turismo comunitario. Han decidido darle al proyecto el nombre Yawi que en su idioma se refiere a los abrevaderos o lugares donde los animales se acercan a tomar agua. En este caso el nombre hace referencia al Río Palora, pues en sus orillas se pretende construir un complejo turístico que cuente con cabañas de alojamiento y comedores, una cancha para deportes, y un espacio para vender comida típica.

La oferta es ofrecer la gastronomía, el hospedaje, la cultura, la artesanía, el ritual en la cascada, eso es exclusivamente para hombres, nuestros abuelos hace muchos años hacían ese ritual de purificación de las energías negativas, aún se conserva esa cascada, pero es exclusivo para hombres, la cascada Tuna Karamma. Dentro de la cultura está el baile, la música, de nuestros abuelos. (Entrevista a Pedro Tiwi, 10 de abril del 2021).

Esta comunidad cuenta ya con un complejo turístico privado perteneciente a Rafael Antuni, más conocido en la zona como 'El Lobo', prefecto de Morona Santiago. Su hermano Miguel Antun es el actual síndico de la comunidad y ha donado parte de su terreno para, con ayuda de la prefectura, abrir una carretera que conecte la comunidad con las orillas del río Palora. No obstante, su apertura quedó a medio camino debido a la intervención de la organización sin fines de lucro Andes Amazon Conservancy, quien se opuso a su construcción. Esta organización está interesada en trabajar con las

comunidades indígenas que habitan en la selva amazónica con el objetivo de recuperar y reestablecer los corredores de migración de fauna silvestre.

Es así que Adam Gebb, director ejecutivo de la organización se contactó con la comunidad shuar Kunkup y ofreció aportar con presupuesto para que, de la mano del proyecto turístico que se planea instaurar, se desplieguen acciones de reforestación que permitan recuperar estos corredores milenarios. Al parecer, esta organización también ve en la actividad turística un medio para la recuperación medioambiental, por lo que pretende contribuir en la creación de un corredor turístico a través de comunidades que actualmente habitan la selva amazónica de Perú y Ecuador. Se busca que cada comunidad gestione de manera autónoma el proyecto, y a su vez, cada propietario de empodere de la regeneración y reforestación de los potreros sus fincas y terrenos.

Para que esto sea posible, por el momento se pretende llevar a cabo una jornada continua de capacitación para que ciertos miembros de estas comunidades puedan asumir diversos roles dentro del proyecto turístico bajo la visión de la sostenibilidad ambiental y la revitalización cultural. Para ello se planea llevar a cabo talleres de tradiciones orales, medicina tradicional, música, artesanía, y la vuelta a ritos ancestrales Tuna Karamma olvidados.

3. Mercantilismo, folclor y espectacularización

Para la conformación de un proyecto de turismo comunitario es necesario perfilar una identidad colectiva muy parecida a lo que Bauman (2003), describe como comunidad de sentimiento cálido. Sin embargo, como ya se discutió en el marco teórico, este ideal no existe en la realidad. Lo que si existe es una identidad colectiva que, si se construye desde el esencialismo estratégico, fomenta y se aprovecha de la esencialización de ciertos aspectos de su cultura para que sean atractivos a personas foráneas. De entre estos elementos, se eligen y modifican aquellos de los que se puede

obtener fácilmente algún rédito económico; y se transforman así en productos culturales.

Estos elementos, aunque elaborados por las mismas personas shuar, no responden directamente a su cultura pues en este proceso, estos productos han sido rediseñados para mostrarse ante el otro: el turista. Su cultura, entonces, se mercantiliza, arrojando productos como la danza, la vestimenta típica y la elaboración de un conjunto de artesanías que responden a una identidad colectiva shuar que dista mucho de su cotidianidad. Como dice Debord (1967), “todo lo que antes era vivido directamente se ha alejado en una representación” (p.8).

Durante el tiempo que permanecí en campo realizando observación etnográfica, no vi en ningún momento a personas shuar usando estos productos durante su cotidianidad. Estos productos culturales, fabricados en un mundo moderno, son espectacularizaciones de la cultura, son productos folclorizados, distantes de su cotidianidad etnocultural. Como diría Debord (1967), estos productos ocupan “el lugar de la mirada abusada y de la falsa conciencia” (p, 8).

4. Entre lo moderno y lo tradicional

En este trabajo, se pudo inferir la existencia de una clara oposición entre lo moderno y lo tradicional en el imaginario shuar. Por lo general, se asocia lo tradicional con lo ancestral, con una identidad shuar anclada en la naturaleza y la comunidad. Lo moderno se asocia con el progreso, la riqueza, la ciencia; en general, es algo bueno y deseable. Sin embargo, esta visión de lo moderno se sobrepone; está presente en todos los productos culturales y se considera legítima y deseable. La manera en la que la modernidad se ha inmiscuido en su vida cotidiana es notoria y ha acarreado diversos problemas para las personas shuar, pues, al contrario de lo que el imaginario de progreso ofrece, las ha sumido aún más en la marginalidad.

Las alternativas que un estado desarrollista como el ecuatoriano ofrece a esta etnia son insuficientes: carecen de servicios básicos, mercados, acceso a un trabajo bien remunerado, a una educación de tercer nivel, a productos de primera necesidad, al sistema de salud, entre muchas otras cosas. Esta situación nos obliga a pensar en alternativas de desarrollo sustentable que permita a estas comunidades acceder a un mundo globalizado de forma orgánica.

Cuando las personas shuar hablan sobre productos culturales específicos como ciertos pasos de baile, instrumentos musicales, prendas de vestir, materiales, ingredientes, etc., lo hacen a través de dos conceptos básicos: lo tradicional y lo moderno. A través del contacto cultural que ha ocurrido durante años, los objetos y los significados atribuidos a ellos cambian. De hecho, cuando hablamos de tradicional, nos referimos a algo que se piensa de esa forma, que cabe dentro del imaginario que se tiene de lo ancestral. Cada tradición es inventada en cierto punto, y a partir de allí se transforma constantemente. En cambio, lo moderno tiende a ser asociado con la tecnología e innovación occidental, contrapuesto a lo tradicional.

5. Productos culturales

El fenómeno global de la mercantilización ha generado una superposición de lo moderno sobre lo tradicional. Si bien la cultura está en constante cambio, no cabe duda que el contacto cultural lo ha potenciado. El contacto de los shuar con los colonos y su mundo ha generado una resignificación del uso y sentido de algunos productos culturales, tales como la música, la danza, la elaboración de artesanías, entre otros. Estos se han transformado perfilándose bajo la lógica del folclor y la espectacularización, un imaginario que ubica a los productos culturales dentro de un mercado cultural de lo exótico.

Aquellos elementos que son contruidos precisamente con el objetivo de ser vendidos, presentados al otro, al turista, puede echar luces sobre el imaginario que tiene la comunidad de lo que este busca. Además, permite problematizar su papel como elemento de reafirmación de la propia cultura; pues la mercantilización influye en la percepción de la cultura propia, y por lo tanto de su transmisión hacia el interior y exterior de la comunidad.

Danza

La danza shuar ha sufrido diversas transformaciones con el transcurso de los años. En tiempos anteriores, la danza se realizaba en un ambiente privado, entre miembros de la familia ampliada, en la intimidad del hogar. Estaba acompañada de cantos o *anents* y de música proveniente del golpeteo de los pies descalzos en la tierra, así como de tambores y pequeñas flautas elaboradas con hueso o madera de la zona.

Hoy en día la danza shuar ya está institucionalizada. Se enseña a los niños en las escuelas con el objetivo de que salgan a bailar en distintos eventos de corte cantonal, provincial, e incluso nacional. Actualmente se han introducido diversos pasos de baile, instrumentos musicales occidentales como la guitarra, el piano, el violín. Existen canciones pregrabadas, en las que se utilizan instrumentos musicales como guitarra acústica, guitarra eléctrica, piano, entre otros.

Además, la danza juega un papel importante sobre todo en fiestas y en concursos de baile fuera de la comunidad. Por lo general son los niños shuar quienes ponen en escena su danza tradicional pues la aprenden en la escuela. Esta práctica ya no se realiza en la intimidad familiar, por lo que puedo decir que en la actualidad tiene propósitos demostrativos.

Los pasos de baile también han sufrido cambios: el golpeteo de los pies que acompañaba a la música se transformó en complejas coreografías de baile que, aunque

inventadas por cada instructor, mantienen cierta concordancia, pues la danza shuar es distinta a las danzas de otros pueblos indígenas.

En el terreno turístico, la representación de danzas está siempre presente en los afiches publicitarios realizados por el municipio con el objetivo de promocionar el potencial turístico de estas comunidades.

Vestimenta

Antiguamente los shuar solían vivir desnudos en las montañas, conforme crecían, iban adornando su cuerpo con coloridas semillas, huesos y plumas de animales de la zona. Los hombres se fabricaban una especie de falda corta llamada *itip* a partir de la corteza de un árbol que era machacada hasta que se conseguía la consistencia adecuada, y después era teñida con tinturas vegetales.

Ahora la desnudez ya no existe: el cuerpo siempre está tapado, sobre todo la parte de los genitales. Existe un tipo de ropa ‘tradicional’ que se usa únicamente durante la representación de danzas o durante eventos en los que se expone ante otro la cultura shuar. Sin embargo, este vestuario se fabrica en la ciudad de Macas con tela de algodón. Las mujeres utilizan un vestido azul o rojo largo que cubre la mayor parte de su cuerpo, un cinturón de tela y un cinturón llamado *Shakapa* hecho con semillas. Los hombres utilizan una falda larga de color blanco con líneas verticales de colores atada a la cintura, y dos *chakinas* cruzadas elaboradas con huesos y semillas. Sin embargo, esta vestimenta ‘tradicional’ ni siquiera pertenece a las comunidades shuar, sino que son prestadas por el municipio del cantón para eventos especiales. Dentro de la comunidad sólo se manufacturan ciertos adornos como las shakapas, realizadas con semillas del sector.

La ropa es un elemento identitario importante que se construye bajo dos percepciones básicas: la del ser y la del deber ser. En ella se representa una memoria, un

sentimiento de pertenencia, pero también una posición política. Por lo tanto, la vestimenta aquí debe ser vista no sólo como un complemento del cuerpo, si no como parte de él. En la vestimenta, el cambio más notorio es la introducción de prendas de vestir hechas de algodón y poliéster, traídas por comerciantes de la ciudad hacia las comunidades. Si uno se fija únicamente en la vestimenta resulta difícil diferenciarlos de los colonos que trabajan en el campo. La ropa no sólo tiene que ver con la identidad que se promulga en sus ajuares, sino que también acompaña al cuerpo en sus rutinas diarias, por lo que influye en la autopercepción y construcción de la propia identidad.

Artesanías

El proceso de elaboración de artesanías ha mutado de forma notable. Lo que comprendemos ahora como artesanía no empata siquiera con los productos elaborados por los shuar de antaño. La fabricación de objetos era personal, desde niño el individuo aprendía a elaborar una serie de objetos para la cacería, la recolección de frutos y tubérculos, la cocción y almacenamiento de alimentos, y para adornar o vestir el cuerpo. Esta dinámica dista mucho de la elaboración de artesanías como collares, manillas y aretes con mullos de plástico y de los canastos de materia vegetal que se elaboran para venderlos a turistas.

En general, las artesanías que se elaboran actualmente son bancos y bisutería. Algunos hombres shuar todavía saben elaborar los tradicionales bancos zoomorfos tallados en madera. Estos bancos se asientan en tres patas, y en ellos se tallan tortugas, monos, ardillas, entre otros. Las mujeres, por otro lado, elaboran bisutería con mullos hechos con semillas del sector. Hoy en día también se utilizan mullos de plástico, hilo, aguja, y broches para su elaboración. En los productos resultantes se puede ver la combinación de materiales y técnicas tradicionales y modernos.

Entonces, en estos productos también se identifica un punto de quiebre entre aquellos productos concebidos como modernos y aquellos que se aprecian como tradicionales. En el caso de la elaboración de bisutería, el GAD ha intervenido durante ya algunas décadas coordinando talleres de capacitación para la elaboración de bisutería con talleristas invitados de otras provincias.

6. La identidad shuar desde la posicionalidad y la indexicalidad.

Para entender la identidad de las comunidades shuar de Kunamp y Kunkup es necesario retomar la discusión de la teoría. Como se mencionó en el capítulo anterior, la identidad es un entramado complejo que alberga tanto la identidad colectiva como la identidad individual, tejidas en intersubjetividad. La identidad colectiva no es la sumatoria de las identidades individuales. Por ello, en esta parte no nos vamos a centrar en la identidad individual de quienes forman parte de las comunidades shuar Kunamp y Kunkup, pero sí en las tensiones que aparecen cuando se intenta condensar estas identidades individuales en una sola identidad colectiva.

Como analizamos arriba, la conformación de una identidad colectiva siempre es conflictiva, pues se trata de la abstracción de unos elementos culturales que representan la identidad de un grupo de individuos. Este proceso a través del cual se intenta construir una identidad colectiva no siempre se da mediante un consenso consciente entre las partes, sino que, por lo general, es dibujado en respuesta a la intención de poner en marcha procesos políticos más amplios.

Desde el principio de posicionalidad y de indexicalidad propuesto por Bucholtz y Hall (2010), podemos identificar la existencia de al menos cuatro actores que ocupan posiciones que se contraponen y se alimentan:

En primer lugar, existe una demanda turística global que busca conectar con la naturaleza y con la cultura ‘exótica’ de estos pueblos. Por un lado, la propuesta del

turismo comunitario suele mostrarse como una alternativa sustentable y sostenible hacia el desarrollo. Pero se despliega a través de acciones que mercantilizan la cultura de los shuar, transformándolo en productos culturales que, lejos de revalorizar o revitalizar la cultura, la transforman en productos culturales con los que se comercia. Además, el hecho de que turistas lleguen diariamente a estas comunidades representa un contacto cultural permanente que bien podría resultar perjudicial si se sobrevalora la cultura externa en detrimento de la propia.

En segundo lugar, está la agenda desarrollista del estado que a través de distintas instituciones ha desplegado históricamente maniobras de colonización y aculturación. Primero, las misiones salesianas que se han asentado en la zona han llevado a cabo procesos de aculturación al implementar internados para evangelizar y blanquear a la población shuar. Segundo, en las bases militares que se han asentado intermitentemente en la zona se ‘empleó’ sin remuneración alguna a hombres, mujeres y niños shuar en tareas de servicio. Tercero, los colonos que llegaron a esta zona durante el siglo XIX fueron afianzando su relación con los shuar y rápidamente ganaron territorio.

En tercer lugar, se encuentran organizaciones sin fines de lucro como Amazon Andes Conservancy que busca implementar una agenda de conservación natural. Sin embargo, el ecosistema de la selva amazónica ha sido modelado durante milenios no solo por la fauna y la flora, si no por los pueblos nativos que en ella han habitado. Por ello, resulta preocupante que se ponga en segundo plano la recuperación de la dimensión sociocultural que ha hecho posible la existencia de aquello que se pretende recuperar.

Y finalmente, están los propios shuar que conforman las comunidades shuar de Kunamp y Kunkup. Por un lado, todas las personas de estas comunidades se autoidentifican como shuar pues se identifican como hijos y nietos de shuar. El

matrimonio entre shuar con colonos era muy mal visto por lo que hacerlo significaba pelearse con toda la familia. En los últimos veinte años este estigma se ha ido perdiendo, ahora los padres shuar ya no se oponen a los matrimonios entre shuar y colonos. Pero el estigma por parte de los padres colonos respecto a estos matrimonios todavía es fuerte. Esto nos lleva a pensar que pronto la autoidentificación como shuar que ahora está anclada únicamente en la ascendencia se diversificará. Por otro lado, la vitalidad de la lengua shuar en esta comunidad va en descenso. Las generaciones nacidas en los últimos veinte años utilizan más el idioma español que su lengua materna. Las generaciones más jóvenes ni siquiera conocen la lengua shuar.

Capítulo IV: Conclusiones

Esta investigación se desarrolló durante la pandemia por Covid-19, tiempo durante el cual el turismo se vio fuertemente afectado a nivel mundial. Durante mi estancia, los proyectos turísticos de las comunidades shuar de Kunamp y Kunkup se encontraban estancados, aún en una primera fase de socialización y planificación. Esto representó tanto una limitación como una potencialidad, pues hizo posible mirar el proceso de conformación de su identidad colectiva en respuesta a la intención de abrir las puertas de sus comunidades a los turistas.

En el presente trabajo de titulación se abordó la forma en que ciertos elementos de la cultura shuar como la danza, la vestimenta y la elaboración de artesanías se han transformado en productos culturales como estrategia para acceder al desarrollo a través de la actividad turística. Frente a un estado desarrollista como el ecuatoriano, los shuar de Kunamp y Kunkup miran en el turismo comunitario una posible alternativa para sus comunidades donde los procesos de adelanto han sido ínfimos debido a los procesos de contacto de los que han sido parte y a la desatención política y económica de los gobiernos de turno. Esta situación los obliga a pensar en alternativas de desarrollo sustentable, que permita a sus comunidades acceder al desarrollo.

En este proceso, su identidad también se ha transformado. La instauración de un proyecto turístico demanda la conformación de una identidad colectiva sobre la que se planificará posteriormente su oferta turística. Al construir esta identidad colectiva, resulta conveniente para las comunidades Kunamp y Kunkup exaltar la dimensión étnica de la cultura shuar, aun cuando el resultado dista mucho del uso y sentido cotidiano atribuido a estos elementos de su propia cultura. De esta manera, el fenómeno de la mercantilización impacta en la identidad colectiva que se crea en aras de instaurar un proyecto turístico en estas comunidades.

Si bien la conformación de una identidad colectiva puede parecer favorable bajo la mirada del esencialismo estratégico, puede resultar arrolladora si se la presenta desde el espectáculo y el folclor y no se despliegan procesos de revitalización cultural. Se pudo inferir la existencia de una clara oposición entre lo moderno y lo tradicional en el imaginario shuar, en donde esta visión de lo moderno se sobrepone, está presente en todos los productos culturales, y es considerada legítima y deseable. La manera en la que la modernidad se ha inmiscuido en su vida cotidiana es notoria, y ha acarreado diversos problemas para las personas shuar.

En contraposición, su identidad se ha visto trastocada por el deseo de conformar una identidad colectiva shuar que responda a la demanda del mercado turístico. Dentro de este proceso, se ha producido también una resignificación muy importante del uso y sentido que se tiene de objetos culturales como la danza, la vestimenta y las artesanías shuar, que se hace evidente en la manera en que se relacionan con estas prácticas hoy en día. Su cultura se ha mercantilizado y transformado en productos culturales perfilados dentro de una lógica del folclor, un imaginario que ubica a los productos culturales dentro de un mercado cultural de lo exótico.

REFERENCIAS

- Bauman, Z. (2003). En busca de seguridad en un mundo hostil. Siglo XXI, Madrid, 1, 14. <http://esystems.mx/BPC/llyfrgell/0081.pdf>
- Bucholtz, M., & Hall, K. (2010). Language and Identities (C. Llamas & D. Watt, Eds.; pp. 18–28). Edinburgh University Press.
- Cabanilla Vásconez, E., & Garrido-Cornejo, C. (2018). El Turismo Comunitario en el Ecuador (UIDE). UIDE.
- Cala, B. (2003). Una mirada antropológica a la institución social del turismo. 1(2), 173–180.
- Cammarata, E. B. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. América Latina: cidade, campo e turismo, 6.
- Debord, G. (1995). La sociedad del espectáculo (p. 168). Buenos Aires: La marca.
- Díaz Gómez, F. (2001). Comunidad y comunalidad. La Jornada Semanal, 314, 365–367.
- Eide, E. (2016). Strategic essentialism. The Wiley Blackwell Encyclopedia of gender and sexuality studies, 2278-2280.
- Escobar, A. (2007). La invención del Tercer Mundo: Construcción y deconstrucción del desarrollo. Editorial Norma. <https://cronicon.net/paginas/Documentos/No.10.pdf>
- Escobar, A. (2014). La invención del desarrollo. Editorial Universidad del Cauca.
- Espoz, M. B. (2017). Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural.
- Falconí, Fander y Ponce, Juan (2011). En Espacios en disputa: el turismo en Ecuador. Ecoturismo: emprendimientos populares como alternativa a un desarrollo excluyente. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/51817.pdf>

- Fernández, H. N. (2014). En busca de la identidad cultural como atractivo turístico [Bachelor, Universidad Abierta Interamericana. Sede regional Rosario.].
<http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC115806.pdf>
- Flores Rentería, J. (2016). Comunidad y violencia. *Política y cultura*, 46, 187–207.
- García Castaño, F. J., Pulido Moyano, R. A., & Montes del Castillo, Á. (1997). La educación multicultural y el concepto de cultura. *13*, 223–256.
- García Ortega, M., & Marín Poot, H. M. (2014). Creación y apropiación de espacios sociales en el turismo gay: Identidad, consumo y mercado en el Caribe mexicano. *Culturales*, 2(1), 71-94.
- García Palacios, C. (2016). Turismo comunitario en Ecuador: ¿quo vadis? *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(4), 597-614.
- Garrido, C., & Vásconez, E. C. (2019). Galo Plaza y el turismo: Más allá de la misión cultural. *Registros. Revista de Investigación Histórica*, 15(2), 145-160.
- Guijarro, G., Pacheco, V., & Verdesoto, J. F. (2018). Percepciones y sostenibilidad del turismo comunitario: Comunidad Shiripuno. Misahuallí–Ecuador. *Antropología Cuadernos de investigación*, 19, 12–34.
- Haraway, D. (1995). Conocimientos situados: La cuestión científica en el feminismo y el privilegio de la perspectiva parcial. *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*, 313–346.
- Harner, M. J. S. (1978). *Pueblo de las cascadas sagradas*. Ediciones Abya-Yala.
- Henríquez, C., Zechner, T. C., & Sampaio, C. A. C. (2010). Turismo y sus interacciones en las transformaciones del espacio rural. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 18, 21–31.
- Jacobs, M. (1996). Nivel de vida y calidad de vida. *La economía verde*, 391-406.

- López Oropeza, Mauricio (2010). ECOTURISMO COMUNITARIO-ÉTNICO: ¿ACTIVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL IDENTITARIO O PARQUES TEMÁTICOS ÉTNICOS?. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 26(2), .[fecha de Consulta 26 de Junio de 2022]. ISSN: 1578-6730. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18118916019>
- Manet, L. (2014). Turismo y desarrollo local: Experiencias de turismo comunitario en el corredor San Cristóbal de Las Casas-Antigua Guatemala. *Hacia nuevas dinámicas territoriales*.
- Mignolo, W. (2000). La colonialidad a lo largo y a lo ancho: El hemisferio occidental en el horizonte colonial de la modernidad. En *La colonialidad del saber: Eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/sur-sur/20100708044529/5_mignolo.pdf
- Montalvo, A. D. (2011). EL TURISMO COMUNITARIO COMO ALTERNATIVA SUSTENTABLE DE DESARROLLO PARA TRES COMUNIDADES KICHWA DEL ALTO NAPO DE LA REGIÓN AMAZÓNICA ECUATORIANA (RAE). UN ANÁLISIS DESDE LOS ARREGLOS SOCIO-ECONÓMICOS Y EL TERRITORIO. [Cuarto nivel, FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES SEDE ECUADOR].
<http://200.41.82.22/bitstream/10469/3276/1/TFLACSO-2011ADMS.pdf>
- Palacios, C. G. (2016). Turismo comunitario en Ecuador: ¿quo vadis? *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(4), 597–614.

Pastor Alfonso, M. J. (2007). Una apuesta por la sostenibilidad y la proyección de la identidad cultural. Turismo alternativo en pequeñas comunidades latino-americanas. 15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2572574>

Procasur. (s/f). Manejo del turismo comunitario—Ecuador.

[http://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario-Ecuador%20\(Documento%20Tem%23U00e1tico\)%202011%2011%2020.pdf](http://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario-Ecuador%20(Documento%20Tem%23U00e1tico)%202011%2011%2020.pdf)

Recondo, G. (1997). Identidad, integración y creación cultural en América Latina: el desafío del Mercosur.

Torterola, E. (2010). Gemeinschaft y Gesellschaft en la metrópoli moderna. Apuntes sobre la sociología urbana en Simmel y Park. VI Jornadas de Sociología de la UNLP, Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología. <https://www.aacademica.org/000-027/16>

Vallejo. (2003). La identidad cultural, el turismo y la recreación. Universidad Nacional del Mar del Plata.

ANEXOS

Anexo 1: Guía de entrevista

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Antropología

Taller III

Nombre: María Fernanda Abad

Fecha: 10/03/2021

Guía de entrevista y cuestionario etnográfico

Guía de entrevista. –

De lo general a lo específico...

1) ¿Quiénes viven en esta casa?

(Construir una red de parentesco para cada casa)

2) ¿Quiénes poseen un trabajo remunerado?

3) ¿Los ingresos monetarios se manejan de forma familiar o individual?

4) ¿Qué especializaciones laborales hay?

5) ¿Qué compran los Shuar a los colonos?

6) ¿Qué compran los colonos a los Shuar?

7) ¿Cuáles son sus necesidades básicas?

8) ¿Qué les falta (obras) por parte del GAD Municipal?

9) ¿Qué comen normalmente?

10) ¿En qué se diferencia su comida de la de los colonos?

11) ¿Cuál le gusta más y por qué?

12) ¿En qué momentos y en qué espacios se danza?

13) ¿Qué tipo de música se danza?

14) ¿Cuál es su vestimenta tradicional y por qué ya no la usan?

15) ¿Quiénes son sus 'chamanes' (¿?) y qué tipo de conocimiento poseen?

16) ¿Qué papel cumple la danza, la comida y las artesanías en las fiestas del pueblo?

17) ¿Qué papel cumple la danza, la comida y las artesanías shuar en presentaciones, exposiciones o ferias fuera de la comunidad?

18) ¿Cree que se le puede poner un precio a su cultura? ¿Cómo?

19) ¿Qué cambios son necesarios para que su cultura sea atractiva para colonos o extranjeros?

20) ¿Es viable un proyecto turístico en su comunidad?

21) ¿Qué opina sobre la explotación de recursos en su comunidad (madera, materiales pétreos, etc)?

Anexo 2: Cuestionario etnográfico

Cuestionario etnográfico. – (Talleres)

Marque con una x la respuesta que más se acerque a su realidad

¿Es la primera vez que asiste a un taller o capacitación dictado por el municipio/prefectura/ministerio de turismo?

Si

No

De no ser la primera vez, ¿A puáles?

¿De qué se trataban los talleres? (Puede marcar más de una)

Danza Shuar

Confección de artesanías shuar (manillas, aretes, collares, cestas, etc.)

Gastronomía tradicional shuar

otro (especifique cuál) _____

¿Tenía usted algún conocimiento previo al taller?

Si ¿Cuál? _____

No

En su opinión, ¿Cuáles son las principales diferencias entre los conocimientos impartidos en los talleres, y los conocimientos previos que tenía?

Anexo 3: Guía de observación

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Antropología

Taller III

Nombre: María Fernanda Abad

Fecha: 7/03/2021

Guías de observación

1. Preguntas de investigación

1.1. Pregunta principal de investigación:

¿Cómo afecta la mercantilización cultural a dos comunidades que han implementado proyectos de turismo comunitario en Pablo Sexto?

1.2. Preguntas secundarias de investigación:

- 1.- ¿En qué medida su cotidianidad se ve dividida en dos, una reservada para el espacio privado de la familia, y otra diseñada para el disfrute del turista en las comunidades con proyectos de turismo comunitario en Pablo Sexto?
- 2.- ¿Cómo se expresa la distancia entre la cotidianidad de la comunidad y la experiencia turística en la que se sumerge al turista?
- 3.- ¿Cómo se adaptan las comunidades que ofertan turismo comunitario en Pablo Sexto ante la llegada de turistas?
- 4.- ¿En qué medida la implementación de proyectos de Turismo Comunitario en Pablo Sexto supone una reestructuración y resignificación de sus prácticas cotidianas?
- 5.- ¿Cuáles son las diferencias entre dos proyectos de turismo comunitario en Pablo Sexto?
- 6.- ¿Cómo afectan las diferencias entre los dos proyectos de turismo comunitario a sus respectivas comunidades?

Anexo 4: Guía de observación comunidad Kunamp

Guía de observación Comunidad Kunamp			
Pregunta de investigación	¿En qué medida su cotidianidad se ve dividida en días, una reservada para el espacio privado de la familia, y otra diseñada para el disfrute del turista en las comunidades con proyectos de turismo comunitario en Pablo Sexto?		
Hipótesis	La vida cotidiana de las personas involucradas en proyectos turísticos se divide en días, una reservada para la familia, y otra diseñada para el disfrute del turista.		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Vida cotidiana	Turístico	Acciones	Presencia de turistas
		Economía	Transacciones monetarias
		Espectáculos folklóricos	Espectáculos dancísticos o rituales
		Vestimenta	Vestimenta y joyería ancestral
	Doméstico	Acciones	Ausencia de turistas
		Economía	Transacciones diversas
		Espectáculos folklóricos	Espectáculos dancísticos o rituales
		Vestimenta	Ropa cotidiana
Pregunta de investigación	¿Cómo se expresa la distancia entre la cotidianidad de la comunidad y la experiencia turística en la que se sumerge al turista?		
Hipótesis	La vida cotidiana de la comunidad es muy distinta a la experiencia turística en la que se sumerge al turista en cuanto a vestimenta, economía.		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Vida cotidiana	Estructura arquitectónica	Materiales de construcción	Materiales cotidianos (cerámica, bloques, estructura de hemo)
		Uso	Uso familiar, comunal, para animales
	Espacios	Rutas	Caminos para ir a pescar, cazar, ir a la finca, ver a los animales, recoger semillas y plantas medicinales
Experiencia turística	Estructura arquitectónica	Materiales de construcción	Materiales del medio (madera, caña guadua)
		Uso	Uso turístico, dancístico, ritual, comales, hospedaje
	Espacios	Rutas	Rutas turísticas
Pregunta de investigación	¿Cómo se adaptan las comunidades que ofrecen turismo comunitario en Pablo Sexto ante la llegada de turistas?		
Hipótesis	Con la implementación de un proyecto turístico en una comunidad cambia el uso del espacio, el uso del tiempo, y el significado atribuido a la propia cultura		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Espacio	Comunal	Uso del espacio	Propiedad legal
	Familiar		Trabaja la tierra
	Privado		Repartición por herencias
Tiempo	Tiempo de trabajo	Uso del tiempo	Trabajo remunerado
			Trabajo no remunerado
	Tiempo libre		Vacaciones
			Actividades de descanso
Cultura Shuar	Revalorización	Significado atribuido a la propia cultura	Valor monetario
	Resignificación		Exposición o presentación en museos o festivales
	Merchandización		Recursos de unos elementos en detrimento de otros
	Folklorización		
Pregunta de investigación	¿Cuáles son las diferencias entre dos proyectos de turismo comunitario en Pablo Sexto?		
Hipótesis	La implementación de un proyecto turístico supone una reestructuración y resignificación de sus prácticas cotidianas		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Prácticas cotidianas	Turistificación	Merchandización	Valor monetario, producción de artesanías, preservación de espectáculos dancísticos y rituales
		Folklorización	
		Tradicionalismo	Conservación
Pregunta de investigación	¿Cómo se adaptan las comunidades que ofrecen turismo comunitario en Pablo Sexto ante la llegada de turistas?		
Hipótesis	Antes de recibir turistas, las comunidades deben readaptar el uso de los espacios dentro de la comunidad, la forma de producción, y los significados atribuidos a sus prácticas culturales		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Uso de espacios	Turístico		
	Doméstico	Prácticas desarrolladas en cada espacio	Venta de artesanías, hospedaje, comales, espectáculos dancísticos y rituales
Forma de producción	Para consumo interno	Producción comunal	Producción para consumo personal o familiar
	Para consumo externo	Nuevos productos	Productos producidos en masa
Significados atribuidos a sus prácticas culturales	Ancestral	Resignificación y reestructuración	Para disfrute externo o interno
	Folklórico		Significados atribuidos a cada práctica
			Monetización
Pregunta de investigación	¿Cómo afectan las diferencias entre los dos proyectos de turismo comunitario a sus respectivas comunidades?		
Hipótesis	Cada proyecto ha tenido un devenir histórico particular, en este caso, esto podría acarrear tanto potencialidades como handicaps		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Potencialidades	Proyectos anteriores	Experiencias previas de la comunidad o de particulares	Cantidad de experiencias previas
	Capacitaciones previas		Conocimiento del negocio turístico
	Capital semilla		
Handicaps	Primeros	Experiencias previas de la comunidad o de particulares	Desconocimiento total o parcial del negocio turístico

Anexo 5: Guía de observación comunidad Kunkup

Guía de observación Comunidad Kunkup			
Pregunta de investigación	¿En qué medida en cotidianidad se ve dividida en dos, una reservada para el espacio privado de la familia, y otra diseñada para el disfrute del turista en las comunidades con proyectos de turismo comunitario en Pablo Sexto?		
Hipótesis	La vida cotidiana de las personas involucradas en proyectos turísticos se divide en dos, una reservada para la familia, y otra diseñada para el disfrute del turista.		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Vida cotidiana	Turístico	Actores	Presencia de turistas
		Economía	Transacciones monetarias
		Espectáculos folclóricos	Espectáculos dancísticos o rituales
		Vestimenta	Vestimenta y joyería ancestral
	Doméstico	Actores	Ausencia de turistas
		Economía	Transacciones diversas
		Espectáculos folclóricos	Espectáculos dancísticos o rituales
		Vestimenta	Ropa cotidiana
Pregunta de investigación	¿Cómo se expresa la distancia entre la cotidianidad de la comunidad y la experiencia turística en la que se sumerge al turista?		
Hipótesis	La vida cotidiana de la comunidad es muy distinta a la experiencia turística en la que se sumerge al turista en cuanto a vestimenta, economía.		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Vida cotidiana	Estructura arquitectónica	Materiales de construcción	Materiales cotidianos (cemento, bloques, estructura de tierra)
	Uso		Uso familiar, comunal, para animales
	Espacios	Rutas	Caminos para ir a pescar, cazar, ir a la finca, ver a los animales, recoger semillas y plantas medicinales
Experiencia turística	Estructura arquitectónica	Materiales de construcción	Materiales del medio (madera, culla guadua)
	Uso		Uso turístico, dancístico, ritual, comedor, hospedaje
	Espacios	Rutas	Rutas turísticas
Pregunta de investigación	¿Cómo se adaptan las comunidades que ofrecen turismo comunitario en Pablo Sexto ante la llegada de turistas?		
Hipótesis	Con la implementación de un proyecto turístico en una comunidad cambia el uso del espacio, el uso del tiempo, y el significado atribuido a la propia cultura		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Espacio	Comunal	Uso del espacio	Propiedad legal
	Familiar		Trabaja la tierra
	Privado		Repartición por licencias
Tiempo	Tiempo de trabajo	Uso del tiempo	Trabajo remunerado
	Tiempo libre		Trabajo no remunerado
			Vacaciones
			Actividades de descanso
Cultura Shear	Revalorización	Significado atribuido a la propia cultura	Valor monetario
	Resignificación		Exposición o presentación en museos o festivales
	Mercantilización		Reclamo de unos elementos en detrimento de otros
	Folklorización		
Pregunta de investigación	¿Cuáles son las diferencias entre dos proyectos de turismo comunitario en Pablo Sexto?		
Hipótesis	La implementación de un proyecto turístico supone una reestructuración y resignificación de sus prácticas cotidianas		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Prácticas cotidianas	Turistificación	Mercantilización	Valor monetario, producción de artesanías, presentación de espectáculos dancísticos y rituales
		Folklorización	
	Tradicionalismo	Conservación	Paceo crecimiento económico, el nivel de vida no crece
Pregunta de investigación	¿Cómo se adaptan las comunidades que ofrecen turismo comunitario en Pablo Sexto ante la llegada de turistas?		
Hipótesis	Antes de recibir turistas, las comunidades deben readaptar el uso de los espacios dentro de la comunidad, la forma de producción, y los significados atribuidos a sus prácticas culturales		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Uso de espacios	Turístico	Prácticas desarrolladas en cada espacio	Venta de artesanías, hospedaje, comedores, espectáculos dancísticos y rituales
	Doméstico		
Forma de producción	Para consumo interno	Producción comunitaria	Producción para consumo personal o familiar
		Nuevos productos	
	Para consumo externo	Comercio	Productos producidos en masa
Significados atribuidos a sus prácticas culturales	Ancstral	Resignificación y reestructuración	Para disfrute externo o interno
	Folclórico		Significados atribuidos a cada práctica
			Monetización
Pregunta de investigación	¿Cómo afectan las diferencias entre los dos proyectos de turismo comunitario a sus respectivas comunidades?		
Hipótesis	Cada proyecto ha tenido un devenir histórico particular, en este caso, esto podría acarrear tanto potencialidades como handicaps		
Variable primaria	Variable secundaria	Indicadores	Orientaciones
Potencialidades	Proyectos anteriores	Experiencias previas de la comunidad o de particulares	Cantidad de experiencias previas
	Capacitaciones previas		Conocimiento del negocio turístico
	Capital semilla		
Handicaps	Privilegios	Experiencias previas de la comunidad o de particulares	Desconocimiento total o parcial del negocio turístico