

Experiencias turísticas indígenas en la región de Madre de Dios (Perú)

Experiences of indigenous tourism in the Madre de Dios region (Perú)

José María Valcuende del Río

Universidad Pablo de Olavide (España). Investigador invitado de la Universidad de Cuenca (Ecuador). Proyecto Prometeo (SENECYT).

jmvalrio@upo.es

CLAVES DEL TURISMO DE BASE LOCAL

MONOGRÁFICO COORDINADO POR ESTEBAN RUIZ BALLESTEROS (Universidad Pablo de Olavide)

RESUMEN

El turismo realizado por poblaciones indígenas en la región amazónica de Madre de Dios (Perú) ha atravesado por numerosas dificultades. En este artículo nos interesa aproximarnos a esas experiencias y analizar las razones de los numerosos fracasos de este tipo de turismo y la evolución actual de las formas de organización del producto turístico.

ABSTRACT

Tourism initiatives organized by indigenous groups in the Amazonian region of Madre de Dios (Perú) have gone through a number of important challenges and difficulties. In this paper we examine these challenges and the recent evolution of this kind of tourist product and analyse the reasons why such initiatives of indigenous tourism tend to fail.

PALABRAS CLAVE

Amazonia | pueblos indígenas | Perú | turismo

KEYWORDS

Amazonia | indigenous people | Perú | tourism

Introducción

Una buena parte de los estudios realizados sobre turismo en áreas amazónicas ponen de manifiesto las enormes dificultades que han tenido y tienen las poblaciones indígenas a la hora de insertarse en el mercado turístico (Ferreira 2005, Suresh y Rangan 2006, Chaumeil 1984, 1989 y 2012, Rummenhoeller 2012, Valcuende y otros 2012). Un hecho que no es extraño si partimos de la situación estructural de desigualdad en la que, en líneas generales, se encuentran estas poblaciones en relación a la sociedad nacional, lo que incide en dos elementos claves que se reproducen en una buena parte de las experiencias turísticas realizadas por y con poblaciones indígenas. El primer hecho es que los beneficios obtenidos hasta la fecha han sido escasos. El segundo es que esos beneficios se han traducido en un reparto marcadamente desigual, entre operadores e indígenas, pero también entre los propios indígenas, en función de sus niveles de conexión con la sociedad nacional, lo que contribuye a agudizar las contradicciones internas de las sociedades locales (Valcuende y otros 2012). Estos hechos, unidos a otros factores que iremos analizando nos ayudarán a comprender el escaso desarrollo de las experiencias del turismo de base local en el caso de Madre de Dios (Perú). Una región periférica tanto desde el punto de vista geográfico como político, con un escaso peso en un país que se define como andino, pese a que la mayor extensión de su territorio se encuentra en la Amazonia.

El turismo reproduce la misma dependencia que se evidencia también en la economía de la región. Una buena parte de la Amazonia peruana continúa siendo fundamentalmente proveedora de recursos que son rentabilizados por agentes externos, sin que apenas revierta a nivel regional, lo que se pone en evidencia en el déficit de infraestructuras y servicios, carencias significativas en las vías de comunicación, escasos niveles de formación... Todos estos aspectos conforman un panorama que dificulta enormemente el desarrollo de la actividad turística, especialmente para los grupos minorizados, que experimentan doblemente dicho proceso de periferización, dificultando su acceso a la formación,

recursos y redes autónomas fundamentales para consolidar un producto turístico propio. El turismo presenta unos niveles de complejidad y requiere de un capital económico que no es accesible para una buena parte de una población que practica una economía de subsistencia. Este problema se agudiza en el caso de las poblaciones indígenas, fuertemente dependientes de agentes externos (ONG y Cooperación Internacional), en una zona donde las instituciones estatales han tenido históricamente una presencia escasa y donde las instituciones regionales y locales presentan notables carencias en cuanto a recursos económicos y técnicos (Valcuende y de la Cruz 2009). Pero, antes de seguir profundizando en estos aspectos, conviene que contextualicemos esta investigación y algunas de las características generales del turismo a nivel regional, para posteriormente caracterizar las diferentes experiencias de turismo de las poblaciones indígenas, centrándonos en los aspectos que confieren unas características particulares a estos destinos turísticos: 1) la construcción de la imagen del “indígena” en el producto turístico, 2) el papel de los indígenas como receptores de turistas, 3) las relaciones que se establecen entre empresas turísticas, turistas y población local, 4) las consecuencias económicas y culturales de la actividad turística en el seno de las poblaciones indígenas.

El análisis de estos elementos nos permitirá discutir el papel de los diferentes actores y agentes implicados, el papel de las propias comunidades como elemento central que contribuye a potenciar y/o frenar las experiencias turísticas, en base a una recreación identitaria que implica significativas transformaciones socioeconómicas, necesarias para adecuar lógicas marcadamente diversas, que agudizan las tensiones entre las diversas formas de entender lo comunal pero también lo indígena, evidenciando, a su vez, las relaciones de poder entre las sociedades locales y los contextos globales.

El trabajo que aquí presentamos se enmarca en el Proyecto “Retóricas de la naturaleza y turismo de base local: estrategias de sostenibilidad” (CSO2012-33044), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España. Es resultado del trabajo de campo realizado en diversas estancias en la región desde el año 2007, en el que la observación participante y directa se ha visto acompañada por numerosas entrevistas a los diferentes actores y agentes que participan en la actividad turística. Ello nos permite ofrecer una visión global sobre las experiencias turísticas realizadas con las diferentes poblaciones indígenas en la región de Madre de Dios y en el área amazónica de la provincia limítrofe de Kosñipata, que pertenece a la región del Cusco.

Turismo y poblaciones indígenas en Madre de Dios

En el caso de la región de Madre de Dios el producto turístico se conforma a partir de una imagen que se centra en la venta de sus importantes recursos naturales, ya que cuenta con parques naturales de una enorme importancia, que constituyen “marcas” turísticas realmente significativas (Oriol 2012). En la potenciación de estos espacios protegidos se contempla la posibilidad de desarrollar experiencias turísticas “sostenibles”, como una alternativa a las actividades fuertemente depredadoras, que han estado y están en la base de la economía local. La protección y el impulso de actividades turísticas están profundamente relacionadas y responden a estrategias globales que van mucho más allá de este caso de análisis y que desde determinados planteamientos se entienden como proceso de neocolonización (Diegues 2005).

El turista que llega a esta región busca fundamentalmente ver paisajes, plantas y sobre todo animales, ¿pero qué papel juega entonces el indígena en este producto turístico? Los indígenas son utilizados fundamentalmente como un elemento que da un plus al producto global, pero de carácter secundario. Genera, por tanto, un valor añadido a los productos turísticos centrales relacionados con “la naturaleza”. Así, las visitas a poblaciones indígenas son ofertadas en ocasiones como un complemento a la venta del producto central, “la naturaleza”; pero: 1) apenas se ha logrado desarrollar el etnoturismo y el turismo vivencial como productos específicos, 2) las alianzas entre empresas turísticas y comunidades indígenas han sido consideradas como altamente problemáticas, como veremos posteriormente y 3) las comunidades locales indígenas no han conseguido consolidar productos propios al margen de agentes externos (ONG o empresas).

Para entender este hecho hay un factor fundamental vinculado a las características globales del producto turístico regional y al tipo de turistas. La mayor parte de los turistas que llegan a Madre de Dios lo hacen por avión y proceden de Estados Unidos y Europa. Vienen por muy poco tiempo y sus visitas son

canalizadas directamente desde Puerto Maldonado (capital de la región y entrada obligada de los turistas a través del aeropuerto) a los albergues. Los núcleos poblados, incluida la capital son normalmente lugares de paso, con un escaso interés para los turistas. Este tipo de turismo complementario a la “marca Perú” ha ido ganando peso en los últimos años, y hoy Puerto Maldonado constituye la puerta de entrada principal del turismo amazónico en el caso peruano. Su proximidad a Cusco y su conexión aérea han posibilitado el crecimiento del sector, pero no ha modificado sustancialmente las características de un producto del que se benefician un número limitado de empresas. La canalización de los flujos turísticos supone un problema para el desarrollo de las experiencias de turismo de base local, como también lo suponen los altos costes operativos del turismo en las zonas amazónicas (transporte, mantenimiento de albergues....) y el tiempo que requieren los turistas, sobre todo para aproximarse a las áreas más alejadas de la capital, con infraestructuras más que deficitarias o incluso el control y limitación de las agencias turísticas que pueden operar en determinadas zonas, como así sucede en el interior del Parque Nacional del Manu (Rummenhoeller 2012).

Las áreas indígenas tienen un especial interés por su riqueza ecológica y por sus potencialidades científicas y turísticas (dos fenómenos que están íntimamente unidos). En la conformación del producto turístico de naturaleza ha sido central el papel jugado por algunos científicos, especialmente biólogos, que resignificaron el valor de los recursos científicos que derivaron en recursos turísticos (Munn 1985, Patterson y otros 2006). Así algunos investigadores con el tiempo se transformarán en empresarios turísticos. De la misma forma algunos centros de investigación han encontrado en la recepción de estudiantes y voluntarios una buena forma de garantizar ingresos. Estos investigadores, voluntarios y estudiantes, a partir de instituciones intermediarias (fundaciones, ONG, universidades, etc.) han contribuido a reforzar las actividades turísticas indígenas, aunque siempre supeditadas a otro tipo de intereses que podríamos denominar como “conservacionistas”.

Las potencialidades ecológicas de algunas áreas indígenas y el atractivo complementario que supone visitar una comunidad han estado en la base de las alianzas formales e informales que se establecieron desde el inicio de la actividad turística entre empresas y comunidades. Los ejemplos son numerosos. Podemos citar, además de los desarrollados en el texto, entre otros, a las comunidades de Diamante, Sonene o Palma Real (1). Estas relaciones (empresas/comunidades) no han estado exentas de conflictos. No podemos olvidar que el inicio de la actividad turística supuso la confrontación de lógicas económicas muy diferentes; en algunos casos las poblaciones indígenas no estaban preparadas para recibir turistas ni para adecuarse a la lógica del mercado turístico; en otros casos, algunos abusos de empresarios concretos (que generaron unas expectativas que no estaban acorde a la realidad y que incluso obtuvieron pingües beneficios que no revirtieron en la comunidad) supusieron el fracaso de muchas de estas experiencias turísticas. Los intentos de algunos empresarios de adecuar la imagen de las comunidades indígenas a lo que esperaban los turistas, y no a la realidad concreta en la que viven estas poblaciones (2), también se tradujo en problemas, en un proceso en el que ha sido necesario un aprendizaje tanto por parte de los empresarios en relación a lo que se puede o no pedir a las comunidades indígenas, pero también de las propias comunidades en relación a lo que espera el turista; un proceso, dicho sea de paso, aún inconcluso (Valcuende y otros 2012). Esto ha derivado puntualmente en la conformación de pequeños enclaves que reproducen la imagen ideal que espera el turista, como así ha sucedido en el río Madre de Dios, en el que se han documentado casos de familias indígenas que son incluidas en las visitas turísticas de diversas agencias (Valcuende y otros 2012) (3), aunque a diferencia de lo sucedido en regiones como Loreto este tipo de prácticas ha sido minoritario (4).

Es precisamente en función de la confrontación de lógicas económicas y culturales como se pueden explicar una buena parte de las relaciones conflictivas entre las poblaciones indígenas y la actividad turística, aunque como ponen de manifiesto Valcuende y De la Cruz (2009) esto no sea exclusivo de las poblaciones indígenas. La primera vertiente de esta confrontación está relacionada con la diferente significación que adquiere la idea de preservación, ¿qué es lo que se debe preservar y qué es lo que por tanto quieren ver los turistas? En los inicios de la actividad turística uno de los puntos más conflictivos radica precisamente en la caza. Una actividad absolutamente central desde el punto de vista social, que irá modificando su significación a medida también que la economía de mercado introduce nuevas necesidades y reduce su importancia económica y simbólica. Las actividades cotidianas a la luz de las políticas proteccionistas asociadas con el turismo debían ser actividades ocultas a los ojos de un personaje asociado con la conservación, el turista (5). Bien es cierto que estamos asistiendo a un cambio de mentalidad en algunas poblaciones, especialmente en aquellas en la que la comercialización de los

productos agrícolas apenas es rentable por las malas comunicaciones, o bien, en las áreas en las que la madera es ya un recurso escaso. No es casual que algunas de las ONG de cooperación internacional, e incluso algunas empresas privadas, hayan intentado desarrollar diversas experiencias turísticas con poblaciones indígenas. El turismo ha sido y es visto como una actividad que posibilita las políticas de conservación y al mismo tiempo permite la obtención de ingresos extras para las poblaciones locales en general, y las poblaciones indígenas en particular; pero también: como una forma de implementar otras actividades económicas vinculadas a las políticas de conservación (entre otras, el pago por cuotas de carbono); como imagen de marketing que permite vender, como parte del producto turístico, la propia sostenibilidad y la preservación ambiental; e incluso, como forma de justificar actividades menos sostenibles (6). La segunda razón está relacionada con la confrontación de lógicas entre el turismo y unas poblaciones que recientemente se han incorporado a una economía monetarizada. Este hecho está en la base de los constantes problemas que se han generado entre las empresas turísticas y las poblaciones locales, que parten de perspectivas no necesariamente coincidentes en cuanto a la significación de la propia actividad e incluso de los recursos (Valcuende y otros 2012). Por un lado, las poblaciones indígenas no han estado habituadas a tratar con los turistas, vistos básicamente como una fuente de ingresos; por otro, hay una cierta desconfianza de las poblaciones indígenas en relación a las empresas turísticas. Su experiencia histórica ante el foráneo les hace especialmente recelosos ante cualquier iniciativa promovida bien por empresas bien por ONG. Y es que las situaciones estructurales de partida marcan relaciones de poder bien definidas y difícilmente superables, más allá de las buenas intenciones de las organizaciones gubernamentales y de algunas empresas.

Experiencias turísticas de poblaciones indígenas

Posiblemente la experiencia turística más conocida a nivel internacional que ha implicado un mayor número de investigaciones y publicaciones ha sido Posada Amazónica (Stronza 2000, 2003, 2005, 2007 y 2010, Pérez y Revilla 2003, Stronza y Gordillo 2008, Hill y Hill 2011, Ramos 2011, Huaita 2012, Sarasara 2014, Valcuende y otros 2012) que surge a partir del acuerdo entre Rainforest Expedition y la Comunidad de Infierno (conformada por población Ese Eja y colonos mestizos) en 1996. Sin duda, las transformaciones que ha generado esta empresa en Infierno parecen evidentes. Para Ramos, los cambios positivos experimentados por la comunidad se plasmarían entre otros hechos en:

“Mejora de la infraestructura de salud, educación y transporte. La gente habla y hace más por la conservación. Hay una mayor preocupación por las cosas relacionadas con la empresa. Hay un mayor sentido de identidad y la autoestima con respecto a la cultura local. Hay una mayor igualdad de oportunidades para el trabajo de hombres y mujeres. Hay un mayor capital humano y habilidades en la comunidad. Hay más gente preocupada por los efectos y resultados. Existe una mayor capacidad para gestionar proyectos entre los líderes de la comunidad” (Ramos 2011:31).

Entre los efectos negativos, el autor señala:

“Lejanía de la familia. Aumento de los celos y sospechas contra quienes trabajan en la empresa. Pérdida del espíritu comunal, especialmente respecto al trabajo comunal. Ahora hay un interés en las ganancias individuales a través del empleo remunerado y no del trabajo de la comunidad. Algunos han llegado a ser dependientes de los beneficios del turismo y han abandonado otras actividades generadoras de ingresos” (Ramos 2011: 31).

Posada Amazónica es representativa de las inevitables relaciones de dependencia, dadas las diferencias estructurales que se generan entre las empresas del sector y unas poblaciones que no puede acceder directamente al mercado turístico, y todo ello a pesar de la implicación de una parte de la Comunidad en la actividad turística y de unos esfuerzos que deben derivar en la capacitación de la propia Comunidad para gestionar todo el proceso turístico, una vez que finalice el acuerdo entre la empresa y la Comunidad. Aunque hay un elemento muy interesante de esta experiencia que tiene que ver con el empoderamiento de una parte de la población que ha ido generando pequeños negocios y conformando pequeñas empresas en la comunidad de Infierno.

Pero las relaciones de dependencia no solo se producen entre empresas y comunidades, se evidencia también en la relación de las primeras con las ONG, como así sucede en el caso de la comunidad de

Palotoa-Teparo, en la que una ONG canaliza y gestiona la llegada de turistas con un alto poder adquisitivo. Un comité de gestión turística supuestamente gestiona esta actividad, aunque la dependencia del agente externo es absoluta. Son precisamente estos altos niveles de dependencia de los agentes externos, lo que nos lleva a cuestionar incluso algunas experiencias que en principio podrían ser consideradas como turismo de base comunitaria. El caso más emblemático es la Casa Matsiguenka que se encuentra en el interior del Parque Nacional del Manu. En teoría, son las propias comunidades de Tayakome y Yomibato las que gestionan esta iniciativa de carácter “comunal”; en la práctica, es una administradora contratada la que ejerce las funciones de empresaria desde Cusco, y la que tiene el poder efectivo, más allá de la apariencia formal (7).

Otra de las experiencias que fuera emblemática en relación al turismo con poblaciones indígenas, fue Wanamei (8). Un caso que puede ayudarnos a entender la complejidad del desarrollo turístico centrado en poblaciones indígenas. La empresa comunal Wanamei Expeditions se conforma en 2001 y englobó a las comunidades pertenecientes a la Reserva Comunal Amarakaeri (RCA): Shintuya, Shipetiari, Diamante, Puerto Azul, Boca Ishirôe, San José de Karene, Puerto Luz, Barranco Chico, con poblaciones fundamentalmente Harakmbut, Matsiguenga y Yine. La idea de este proyecto era a través de una red de albergues:

“vender servicios turísticos en la RCA y así apoyar al financiamiento de las necesidades familiares, comunales y el Manejo y Control de la RCA. Los ingresos para las familias llegan directamente a los comuneros involucrados como compensación para su servicio de coordinadores comunales, guías, cocineros, motoristas y a través de la venta de víveres en las comunidades” (Jicca y Kjaerby 2003: 86).

Sin embargo, pese a la enorme inversión realizada y la conformación de una oficina en Cusco, los logros fueron desalentadores. Tras numerosos intentos por activar el turismo, todos infructuosos, la empresa deja de operar en 2011. Álvarez (2012: 185-186) indica entre los problemas para su funcionamiento los escasos réditos obtenidos. Solamente las personas implicadas en los servicios turísticos obtuvieron algunos beneficios por lo que la mayor parte de las comunidades no llegó a asumir este proyecto como suyo. Pero a esto hay que sumar: unas infraestructuras de comunicación deficientes, la escasez de servicios en las comunidades, las divisiones internas que generó el turismo a nivel comunitario, la falta de experiencia en el tratamiento de los turistas (que ocasionó algunos problemas en los tour organizados), unos altos costes operativos, dificultades para acceder al competitivo mercado internacional y la falta de articulación entre diferentes experiencias turísticas indígenas que hubiesen podido dar una imagen bien definida en el mercado turístico. En relación a este último punto señalan Valcuende y otros:

“El proyecto Pusharo Lodge de Palotoa no tiene ningún vínculo con las otras comunidades; la empresa bicomunal Casa Matsiguenka nunca tuvo relación con la empresa Wanamei y viceversa. Factores como las dificultades en las comunicaciones pueden ayudar a explicar los problemas de articulación de estas experiencias en algunas áreas. Pero la fragmentación de las iniciativas comunales responde también a otros intereses, relacionados con las formas de intervención por parte de diversas ONG que se centran fundamentalmente en su “clientela” y “en su proyecto”, frente a otros proyectos competidores, así como de los intereses de algunos operadores turísticos, que ven en los indígenas una competencia desleal por el apoyo económico recibido por parte de las ONG y la Cooperación Internacional” (Valcuende y otros 2012: 7).

Sin embargo, pese a este fracaso, una parte de las poblaciones indígenas siguen viendo al turismo como una fuente potencial de recursos, y de la misma forma que son muchas las iniciativas que han desaparecido son otras muchas las que han surgido en los últimos años. Este resurgimiento de las experiencias turísticas se explica en buena medida por las dificultades para acceder al mercado a través de actividades tradicionales, pero también por el progresivo acceso a mayores niveles de formación reglada de una parte de esta población, que se ha titulado en estudios universitarios diversos, algunos de ellos directa o indirectamente vinculadas con el turismo. Para algunos indígenas el turismo no ya solo significa la posibilidad de conseguir ingresos económicos sino también una apuesta por la conservación ambiental y el mantenimiento de unas señas de identidad, que encuentran dificultades de reproducción en las generaciones más jóvenes. La identidad adquiere un sentido recursivo y enlaza esta nueva actividad precisamente con algunos de los elementos definidores de los pueblos indígenas: su vinculación con la naturaleza, el mantenimiento del medio y la reivindicación de una serie de tradiciones que adquieren valor y son resignificadas precisamente a partir de la mirada del otro, es decir, del turista

(Valcuende 2003), en un claro proceso, a veces no consciente, de patrimonialización de elementos, costumbres e incluso de un medio que ha dejado de ser una realidad cotidiana para convertirse en “extraordinario”.

Si tuviésemos que destacar actualmente algunas de las experiencias que nos pueden ayudar a entender las características actuales del turismo con estas poblaciones podríamos mencionar: Shintuya, Santa Rosa de Huacaria y Queros, cada una de ellas con potencialidades y problemas específicos (9).

Shintuya ha sido una de las comunidades pioneras en el turismo (10). Fueron numerosos los intentos y también los fracasos; sin embargo, la experiencia de una parte de la población se ha ido consolidando en nuevos proyectos, como el desarrollado actualmente por una familia en Aguas Calientes (11). Las aguas termales son un interesante atractivo que presenta una indudable potencialidad y que parece haber conseguido un hueco en el área de amortiguamiento o zona cultural del Parque Nacional del Manu. El desarrollo de esta experiencia que está sustentada en la mano de obra familiar manifiesta varios hechos, que nos pueden ayudar a entender el futuro de estas experiencias turísticas. Hasta ahora el desarrollo del turismo, a diferencia de otras actividades, se ha basado en la centralidad de “lo comunal” y las estructuras comunitarias; el turismo ha sido considerado un recurso colectivo, que se sustenta en toda la comunidad y del que también debe beneficiarse toda la comunidad, pero en la práctica esta idea que ha sustentado las intervenciones de diferentes instituciones, encuentra varios problemas, sobre todo en aquellas comunidades que presentan una significativa heterogeneidad, como es el caso de la propia Shintuya.

La comunidad ha ejercido habitualmente una imagen de marca tanto para conseguir fondos como para situarse en el mercado; sin embargo, no todos los comuneros han participado de la misma forma en la actividad turística y de hecho el desarrollo de estas pequeñas actividades empresariales no cuenta precisamente con el apoyo de una buena parte de la población, que simplemente las entiende como un potencial recurso económico, sin que ello suponga contraprestaciones; pero, a su vez, es percibida como una amenaza a las múltiples actividades que resultan difícilmente compatibles con la actividad turística. Las dificultades y conflictos relacionados con la actividad turística están en la base de la potenciación de posturas de carácter individualista, ya que la comunidad lejos de convertirse en un potencial se entiende como un lastre para la profesionalización del sector. Este hecho no es nuevo y no solo responde a confrontaciones internas, habitualmente ha sido potenciado por empresas foráneas (que utilizan los recursos de los territorios indígenas), y por algunos empresarios turísticos que han optado por trabajar con familias concretas, que les garantizan un buen servicio y un buen precio, al margen de la comunidad “el turismo no se ha desarrollado en las poblaciones indígenas porque no han dejado que se desarrollen” (pequeño operador turístico).

Sin embargo, esta tendencia individualista comienza a ser cada vez más evidente y posiblemente es una manifestación más de la inserción de las comunidades indígenas en el mercado. Así, a medida que encontramos indígenas que han accedido a la Universidad y que tienden a especializarse con los turistas, estos a veces actúan al margen de la propia comunidad, un proceso lógico si tenemos en cuenta que hablamos de personas que buscan convertir el turismo en su fuente de sustento central y que utilizan habitualmente sus redes informales para ello.

La segunda comunidad que cuenta ya con una cierta experiencia con turistas es Santa Rosa de Huacaria. Cobran una pequeña entrada por visita y actualmente ofertan la posibilidad de alojarse en la comunidad. Progresivamente se va consolidando esta actividad a partir del asesoramiento de algunas ONG y de las visitas programadas por diferentes instituciones y empresas. Han construido un centro para la venta de artesanías con el apoyo de la ONG ACCA, que supone también un ingreso añadido para algunas familias. La creación de una reserva de animales, propiciada por el Gobierno Regional del Cusco, con la que se pretende fomentar la actividad turística y que estaría en la propia comunidad por el momento parece paralizada. El apoyo de la iniciativa turística ha sido acompañado por la mejora de infraestructuras y la realización de actividades desarrolladas, fomentadas o asesoradas por ONG: piscigranjas, agua potable, etc. Santa Rosa tiene unas peculiaridades que le hacen realmente interesante, y en la que convive una población dispersa poco vinculada con el turismo, y unas 16 familias que englobarían a unas sesenta personas, directamente vinculadas a una actividad que adquiere un carácter complementario a otro tipo de ingresos, en un momento en que se producen cada vez mayores dificultades para la extracción de madera.

Entre los elementos que la Comunidad destaca en relación a otras experiencias turísticas está la “autenticidad”, un aspecto que consideran central en relación a otro tipo de experiencias turísticas indígenas. Progresivamente, por lo menos a nivel discursivo, se va produciendo una valoración de los saberes locales y se advierte de la necesidad de recuperar los conocimientos “ancestrales” que son valorados por los turistas, entre estos el uso de la ayahuasca, un elemento de especial interés [\(12\)](#).

Santa Rosa de Huacararia es un buen ejemplo de cómo ha funcionado hasta ahora el mercado turístico vinculado con las poblaciones indígenas. Los investigadores, aventureros, voluntarios y personas que buscan tener contacto con la ayahuasca, han sido la base fundamental de este turismo, que progresivamente tiende a formalizarse y a desarrollar actividades de carácter complementario. Sin embargo, tal y como nos comentaban en la última visita realizada en julio de 2015, sigue habiendo varios problemas para la consolidación de esta experiencia: falta de implicación de las generaciones más jóvenes o el carácter aún reducido e irregular de los ingresos proporcionados por el turismo.

También en Kosñipata nos encontramos con otra de las experiencias turísticas que mantiene una cierta continuidad desde 2007 en el desarrollo del turismo que, en este caso, se oferta como turismo vivencial, nos referimos a la población Wachiperi y mestiza de Queros. Al igual que ha sucedido en otras experiencias turísticas, la vinculación con diversas ONG ha sido un aliciente para potenciar la actividad turística. Sin embargo, en este caso hay un elemento de especial interés, y es el papel activo jugado por algunos jóvenes de la comunidad que desde el principio fueron los impulsores del turismo. En este sentido, es importante aproximarnos a su perfil sociológico para entender el relativo éxito o por lo menos la continuidad de esta actividad. Nos encontramos con un grupo muy vinculado con el ámbito urbano y con unos niveles importantes de formación, lo que les permitía comprender los mecanismos de la sociedad global y propiciar redes; dos aspectos centrales que están en la base del fracaso de otras experiencias turísticas inducidas. A este factor hay que unir un hecho que ha sido un potencial pero que al mismo tiempo constituye uno de los problemas fundamentales de esta experiencia turística: las pequeñas dimensiones de una población que se definen como “los últimos wachiperi”. Este hecho ha facilitado la articulación del grupo, limitando los conflictos que se producen en comunidades de mayores dimensiones, sin embargo, al mismo tiempo este carácter reducido hace depender la actividad turística de un pequeño grupo, que habitualmente debe requerir la presencia de otros miembros de la comunidad para que Queros no parezca un simple escenario. Progresivamente Queros se va profesionalizando e incorporando a jóvenes formados en la Universidad, y que colaboran en las actividades turísticas como complemento a otros trabajos. Queros actualmente se ha conformado formalmente como empresa, lo que muestra el interés en el mantenimiento de la actividad turística. Este interés responde, al igual que sucede en otras experiencias turísticas, a la necesidad de fomentar actividades económicas complementarias a medida que las actividades tradicionales encuentran serias dificultades para su mantenimiento. Un segundo factor es de carácter identitario. Un aspecto central para una población que en cierta medida se ha urbanizado y que requiere reforzar su vinculación con el territorio, y al mismo tiempo tener las posibilidades de ofrecer un producto turístico definido e identificable, un aspecto nada desdeñable en el complejo mercado turístico.

Conclusiones

Desde el origen de la actividad turística, el indígena amazónico contribuyó a conformar una imagen atrayente para los occidentales que buscaban aproximarse a otras culturas o bien como complemento de la imagen del turismo de naturaleza. Pero no fueron precisamente los indígenas los que más se beneficiaron de la explotación de esta imagen, ya que sólo podían aspirar a obtener los beneficios del turismo informal o de las visitas puntuales programadas por algunos operadores turísticos, salvo algunas excepciones de acuerdos entre empresas y comunidades a las que nos hemos aproximado. Curiosamente, ha sido precisamente el turismo informal (Valcuende y otros 2012) del que más se han beneficiado estas poblaciones, fundamentalmente porque el habitualmente denostado turismo informal escapa de los cauces establecidos por los tour operadores, y no requiere de la conformación de un producto turístico tan elaborado como sucede con otras formas de turismo, lo que a su vez significa que no implica una transformación de la economía de carácter local tan intensa. Las potencialidades de este turismo informal se intentaron canalizar en una segunda fase, en la que desde diversas ONG y agencias de Cooperación inducen, en ocasiones con grandes recursos económicos, experiencias de carácter turístico, el caso analizado de Wanameis, es paradigmático. Sin embargo, las comunidades percibieron

estos proyectos, como otros muchos, como no propios. El turismo no era aún percibido como una necesidad sino más bien como una amenaza, que ponía en riesgo actividades de carácter económico, social y simbólico de primera magnitud, como la caza. De hecho este tipo de experiencias reproduce de forma sistemática las formas de intervención de muchas ONG, en cuanto que se afianzan los mecanismos de dependencia, así como el papel de los intermediarios indígenas entre la comunidad y la sociedad global. La conformación de estas estructuras económicas que se insertan en el mercado, en buena medida, era también amenazante para sociedades de carácter igualitario. La tensión entre comunidad y mercado fue una constante en el periodo de institucionalización. No es extraño que las experiencias consideradas como exitosas, caso de la comunidad de Infierno, lo han sido en función de un importante control del producto y de la participación de la propia comunidad, de hecho en un principio fueron los comuneros no indígenas en los que se apoyaría fundamentalmente la empresa, lo cual no ha estado exento de conflictos internos.

Sin embargo, desde hace pocos años y a medida que asistimos a la progresiva incorporación de las poblaciones indígenas amazónicas a la sociedad nacional y a la emergencia de personas formadas en institutos y universidades, el turismo es percibido como una realidad plausible de ser canalizada por las propias comunidades. Este proceso está motivado por razones económicas, como la crisis por la que atraviesan algunas de las actividades extractivas, pero también por la necesidad de reafirmación identitaria, especialmente entre las poblaciones más jóvenes. En un periodo de transformaciones realmente rápidas el turismo posibilita poner en valor una identidad menospreciada. Lo indígena es valorado desde una nueva mirada al medio que pone en valor los conocimientos "ancestrales" que progresivamente los indígenas aprenden a recrear en función del cada vez más conocido turista. Este proceso aún tiene escasos resultados, pero algunos de ellos comienzan a ser significativos (caso de Queros, Shintuya...), lo que nos permite abordar alguno de los retos a los que se enfrenta el turismo de base local indígena.

El primero de ellos es definir el papel que debe jugar la propia comunidad en la incentivación de la actividad turística; algunos datos apuntan a una creciente tensión entre iniciativas individuales y comunitarias que es preciso solventar y esto tiene que ver con la necesidad de pensar la comunidad en términos actuales y no imaginarios. De hecho la idea de comunidad con la que se han planificado muchos proyectos no responde a la realidad amazónica. Las estructuras de poder difusas y la tensión entre normas estatales y locales, están en la base de los nuevos conflictos. La comunidad hasta la fecha ha sido una potencialidad en cuanto "imagen" pero ha sido un problema en cuanto a la implicación real en estas actividades. De hecho, habitualmente los conflictos internos han acabado con algunas experiencias turísticas. Hoy la conexión de una parte de los miembros que integran la comunidad con la realidad nacional ha aumentado las diferencias internas entre aquellos que tienen potencialidades de participar en la actividad turística y los que no, por lo que las estructuras comunitarias son percibidas, en ocasiones, como un freno al turismo. De hecho, no deja de ser curioso que mientras otras actividades tienen un carácter individual (el trabajo en la chacra, la extracción de madera...) no sea percibida así la actividad turística, que debe tener un carácter colectivo. Esta idea a medida que algunas pequeñas experiencias comienzan a tener resultados parece difícilmente sostenible, y de hecho las tensiones entre los que desarrollan las actividades turísticas y la propia comunidad son una constante. La comunidad exige unos ingresos que algunos indígenas que se han iniciado en la actividad turística no están dispuestos a realizar, entre otras cuestiones porque habitualmente los miembros de algunas de las comunidades no se implican en el desarrollo de la actividad turística.

La segunda cuestión está relacionada con la propia definición del producto turístico, que en ocasiones tiende a reproducir unos mismos tópicos que se repiten en diferentes comunidades: realización de fuego de forma tradicional, tiro con arco... Si bien es cierto que el turismo puede favorecer o potenciar la recreación de los referentes culturales e identitarios, también lo es que puede favorecer la reproducción de toda una serie de estereotipos pensados fundamentalmente en clave turística. Atendiendo a una visión relacional de la identidad, el turismo genera nuevas expresiones identitarias o como señala de forma gráfica Azeredo (2003), comunidades etnoturísticas.

Pero si las tensiones internas en el seno de las comunidades vinculadas a actividades difícilmente compatibles con la actividad turística es un problema, también lo es la falta de articulación de las experiencias turísticas desarrolladas en las diferentes comunidades, que podrían constituir un producto complementario pero que en la práctica se perciben como competidoras. Una fragmentación que dificulta

en esta fase inicial de consolidación de las experiencias turísticas, aunar esfuerzos económicos y posicionarse en los centros de captación de turistas como Cusco, favoreciendo a empresas e instituciones foráneas, que pueden movilizar los flujos turísticos en función de sus propios intereses. Este hecho, nos lleva al tercer factor que consideramos interesante resaltar.

La dependencia de las comunidades indígenas de las empresas y las ONG se manifiesta en una escasa capacidad de agencia por parte de las propias comunidades y en el control efectivo de las empresas y de las ONG de las actividades turísticas y de las actividades asociadas al turismo, en función de diversos intereses. Es por ello que en muchas ocasiones se ha producido una lectura simplista a la hora de aproximarnos a los numerosos fracasos de las actividades turísticas en poblaciones indígenas, traducidos como falta de capacidad. Sin embargo, como hemos defendido en otros trabajos esta supuesta falta de capacidad habitualmente ha sido: 1) un mecanismo de resistencia frente a la redefinición económica, política y cultural que inevitablemente conlleva la implementación de la actividad turística, y 2) la respuesta a iniciativas exógenas que no han sido asumidas como propias por parte de las poblaciones locales.

Los turistas vienen a Madre de Dios fundamentalmente a buscar naturaleza, pero la naturaleza que busca el turista es una naturaleza recreada en función de las propias características del turista; en este caso de un turista de un poder adquisitivo medio-alto que tiene muy poco tiempo para conocer comunidades indígenas y que se mueve fundamentalmente en los albergues turísticos alejados de los núcleos de población. Estos les proporcionan unas relativas comodidades que no se encuentran en la mayor parte de las comunidades, que presentan carencias de todo tipo, por lo que apenas pueden responder a las expectativas del producto turístico ofertado.

Por último, si analizamos solo en clave interna el fracaso del turismo de base local, nos olvidaríamos de algunos factores que son importantes y que tienen que ver con dos hechos que hemos apuntado en este texto: el primero con la propia imagen turística y el segundo con la estructuración y las particularidades de una región como Madre de Dios en la que se confrontan actividades difícilmente compatibles (turismo, extracción de madera, oro....), que por otro lado son mucho más accesibles y reportan mayores beneficios a corto plazo para la mayor parte de la población.

Notas

1. Para este último caso véase Biffi 2006 y Murtagh 2006.
2. La instrumentalización de la imagen del indígena como atractivo turístico es antigua, aunque en los últimos años está generando nuevos problemas como es el contacto que se está produciendo entre turistas y poblaciones en aislamiento voluntario, cada vez más próximas a áreas frecuentados por turistas. Para un análisis de esta problemática véase Murtagh 2012.
3. Las páginas web de diferentes empresas anuncian la visita a “una familia nativa” Ese Eja en el río Madre de Dios. Inkaterra propone la visita a una “chacra nativa” también en el río Madre de Dios, y en el “Servicio de consultoría para la elaboración del *Plan Maestro de desarrollo turístico de la Región Madre de Dios*” (2008) se menciona un acuerdo de colaboración entre Indian Lodge y una familia nativa, en este caso, en el Río Piedras.
4. Para un análisis de las consecuencias de la turistización de las poblaciones indígenas en la Amazonía norte véase Chaumeil 1994 y 2009, y Plasencia 2007.
5. Son numerosos los trabajos que ponen en evidencia las tensiones entre lógicas conservacionistas y productivistas. Oliart y Biffi (2010) analizan este proceso en la Reserva Comunal Amarakaeri, y Shepard y otros (2010) lo hacen en el Manu.
6. De hecho no deja de ser paradójico el apoyo a iniciativas turísticas por parte de petroleras, como así sucede en el caso de la Amazonía ecuatoriana (Carpentier 2012). En el caso de Madre de Dios la extracción de hidrocarburos se ha justificado como una forma de posibilitar, por ejemplo, la protección de la Reserva Comunal Amarakaeri frente a otras actividades como la extracción aurífera y maderera.

7. Para un análisis pormenorizado de la Casa Machiguenga véase Rummenhoeller 1998, 2000 y 2012, Herrera 2006 y 2007, Puygrenie 2007, y Ohi-Schacherer y otros 2008.
8. Para un análisis más en profundidad sobre la experiencia de Wanamei y otras experiencias vinculadas con poblaciones indígenas en el área de influencia en el Manu véase Rummehoeller 2012, y Valcuende y otros 2012.
9. A estas experiencias habría que añadir el caso de la Comunidad Machiguenga de Shipetiari que está desarrollando el turismo comunal. Sin embargo, en el momento en que escribimos este texto la actividad estaba paralizada debido a los conflictos con las poblaciones en aislamiento voluntario.
10. Según Álvarez (2012: 185), “en 1999, el antropólogo Klaus Kirkby logró organizar a algunos indígenas de la Comunidad Nativa de Shintuya, que con anterioridad ya habían ingresado a esta actividad de manera independiente, para que pudieran beneficiarse del turismo”.
11. Son muy escasos los estudios que analizan la problemática turística en Shintuya, entre los trabajos que abordan esta temática nos encontramos con el realizado por Barnes (2013) que se aproxima a las percepciones sobre el turismo de una parte de la sociedad local.
12. Debemos mencionar que el uso de la ayahuasca se ha convertido en un atractivo importante para un segmento del mercado turístico. No es casual que en comunidades como Shipetiari, Infierno y Huacaria se oferte el consumo de esta planta, o que algunos especialistas en ayahuasca oferten sus servicios fuera de sus comunidades de origen bien para turistas bien para empresas que trabajan con turistas.
-

Bibliografía

Álvarez, Álex

2012 *La Propiedad Compleja Gobernanza de la Tierra y Conservación en la Amazonía: La Reserva Comunal Amarakaeri Madre de Dios, Perú*. Tesis Doctoral. Geneva, Institut de Hautes Études Internationales et du Développement.

Azeredo, Rodrigo

2003 “Turismo e etnicidade”, *Horizontes Antropológicos*, nº 20: 141-159.

Barnes, Dylan

2013 *El Papel De Ecoturismo en La Comunidad Nativa de Shintuya, Alto Madre De Dios, Perú: Las Percepciones de la misma Comunidad*. Independent Study Project (ISP) Collection. Paper 1658.

http://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/1658

Beltrán, Oriol

2012 “La naturaleza en venta. Imágenes culturales y mercado en el turismo amazónico del sur del Perú”, en José María Valcuende (cood), *Amazonía: viajeros, turistas y poblaciones indígenas*. Tenerife, Pasos: 123-157.

Biffi, Valeria

2006 “Los dilemas de la representación y la etnicidad desde el turismo cultural. Experiencias turísticas en una comunidad Ese Eja de Madre de Dios”. *Revista de Antropología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, nº 4, diciembre.

Carpentier, Julie

2012 “El turismo comunitario y sus nuevos actores: el caso de las petroleras en la Amazonía ecuatoriana”, en José María Valcuende (cood), *Amazonía: viajeros, turistas y poblaciones indígenas*. Tenerife, Pasos: 123-157.

Chaumeil, Jean Pierre

1984 *Entre el zoo y la esclavitud: los Yagua del Oriente peruano en su situación actual*. Documento Nº 3. Copenhague: IWGIA.

2009 “El comercio de la cultura: el caso de los pueblos amazónicos”. *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines*, vol. 38, nº 1: 61-74.

2012 "Ideología turística en el mundo amazónico. Ensayo sobre una nueva religión", en José María Valcuende, en José María Valcuende, *Amazonía: viajeros, turistas y poblaciones indígenas*. Tenerife, Pasos: 157-173.

Diegues, Carlos

2005 *O mito da natureza intocada*. São Paulo, HUCITEC.

Ferreira, Ivani

2005 "Ecoturismo: etnodesenvolvimento e inclusão social no Amazonas". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, nº 3: 63-77.

Herrera, Jessica

2006 *Lessons from the Equator Initiative: The Casa Matsigenka Community-Based Ecotourism Lodge Enterprise in Manu National Park*. Peru, March.

2007 *A little Lizard among Crocodiles. Ecotourism in the Peruvian Rainforest*. Tesis (M. A.). Winnipeg, Departamento de Antropología, Universidad de Manitoba.

Hill, Jennifer (y Ross Hill)

2011 "Ecotourism in Amazonian Peru: uniting tourism, conservation and community development", *Geography*, vol. 96, Part 2: 75-85.

Huaita, Ana María

2012 "Ecoturismo y desarrollo humano: el caso de una asociación privada con la Comunidad de Infierno", *Turismo y Patrimonio*, nº 7, diciembre, USMP: 23-31.

Jicca, Mateo (y Claus Kjaeby)

2003 "Wanamei Expeditions", *Lyonia*, nº 4 (1): 81-86.

Munn, Charlie

1985 "Ciencia y turismo en la Reserva de la Biosfera del Manu", *Boletín de Lima*, nº 42: 9-26.

Murtagh, Chantelle

2006 *Ecotourism in the native Community Palma Real*, s/p. Inédito.

2012 "En busca de las tribus perdidas. El caso de la Amazonía peruana", en José María Valcuende, *Amazonía: viajeros, turistas y poblaciones indígenas*. Tenerife, Pasos: 91-123.

Ohl-Schacherer, Julia (y otros)

2008 "Indigenous ecotourism in the Amazon: a case study of 'Casa Matsigenka' in Manu National Park, Peru", *Environmental Conservation* nº 35:14-25.

Oliart, Patricia (y Valeria Biffi)

2010 *Territorio indígena: conservación y desarrollo. Discursos sobre la biodiversidad en la Amazonía peruana*. Instituto del Bien Común, Lima.

Patterson, Bruce D. (y otros)

2006 "Biological Surveys and Inventories in Manu", *Fieldiana Zoology*: 3-12.

Pérez, Felipe (y Jesús Revilla)

2003 "Posada Amazonas", *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, nº 31, Cladea, Bogotá: 87-115.

Plasencia, Rommel

2007 "Turismo y re-creación étnica en la selva peruana", *Investigaciones Sociales*, nº 18: 401-430.

Puygrenier, Fany

2007 "Jardin interdit au coeur de l'Éden. Conflits d'intérêts dans le Parc National du Manu (Pérou)", *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines*, nº 36 (3): 407-426.

Ramos, Irene

2011 *Informe casos Perú*. DAR. Borrador Final.

<http://www.rightsandresources.org> [Consulta: 19/08/2015].

Rummenhoeller, Klaus

1998 *Proyecto Desarrollo del Albergue Matsigenka por Comunidades Nativas del Parque Nacional del Manu (fase 1): Guía para el monitoreo social y cultural*. Lima. Inédito.

2000 *Documentación y evaluación de la fase inicial del proceso de conceptualización y coordinación de las comunidades Matsigenka de Yomibato y Tayakome para hacer funcionar la empresa Albergue Matsigenka*. Proyecto FANPE. Río Branco, s/p. Inédito.

2012 “De la expectativa a la desilusión: turismo comunitario en la región del Manu (Perú)”, en José María Valcuende, *Amazonía: viajeros, turistas y poblaciones indígenas*. Tenerife, Pasos:199-231.

Sarasara Andrea, Cesar

2014 “El planeamiento estratégico del turismo ecológico en América Latina: el caso de Posada Amazónica del Ecuador y del Perú”, *Gestión en el Tercer Milenio, Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas*, UNMSM, vol. 15, (29): 77-87.

Shepard, Glenn H (y otros)

2010 “Trouble in Paradise: Indigenous Populations, Anthropological Policies, and Biodiversity Conservation in Manu National Park, Peru”, *Journal of Sustainable Forestry*, vol. 29, n° 2: 252-301.

Stronza, Amanda

2000 *Because it is ours: Community-based ecotourism in the Peruvian Amazon*. PhD Thesis, University of Florida.

2003 *Trueque Amazonico: Lessons in Community-based Ecotourism*.

<http://www.cepf.net/Documents/trueque.amazonico.pdf>

2005 “Hosts and Hosts: The Anthropology of Community-Based Ecotourism in the Peruvian Amazon”, *National Association for Practice of Anthropology Bulletin*, n° 23:170-190.

2007 “The Economic Promise of Ecotourism for Conservation”, *Journal of Ecotourism*, vol 6, n° 3.

2010 “Commons management and ecotourism: ethnographic evidence from the Amazon”, *International Journal of the Commons*, vol. 4, n° 1: 56-77. Igitur, Utrecht Publishing & Archiving Services for IASC.

Stronza, Amanda (y Javier Gordillo)

2008 “Community views of Ecotourism”, *Annals of Tourism Research*, vol. 35 (2): 448-468.

Valcuende del Río, José María

2003 “Algunas paradojas en torno a la vinculación entre patrimonio cultural y turismo”, *Cuadernos Técnicos. Antropología y patrimonio*. Sevilla, Consejería de Cultura: 96-109.

Valcuende, José María (y Liz de la Cruz)

2008 “Turismo, poblaciones locales y organizaciones no gubernamentales: un estudio de caso en Madre de Dios”, *Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, vol. 7, n° 2.

Valcuende, José María (y otros)

2012 “Turismo y poblaciones indígenas: espacios, tiempos y recursos”, *Scripta Nova*, vol. XVI, n° 410, 10 de agosto: 1-14.