

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES  
SEDE ECUADOR  
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA, HISTORIA Y HUMANIDADES  
CONVOCATORIA 2011-2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ANTROPOLOGÍA  
VISUAL Y DOCUMENTAL ANTROPOLÓGICO**

**EL JUEGO PERFORMÁTICO EN EL TURISMO COMUNITARIO: EL CASO  
DE YUNGUILLA**

**YORK NEUDEL**

**17 DE NOVIEMBRE DE 2014**

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES  
SEDE ECUADOR  
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA, HISTORIA Y HUMANIDADES  
CONVOCATORIA 2011-2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ANTROPOLOGÍA  
VISUAL Y DOCUMENTAL ANTROPOLÓGICO**

**EL JUEGO PERFORMÁTICO EN EL TURISMO COMUNITARIO: EL CASO  
DE YUNGUILLA**

**YORK NEUDEL**

**ASESORA DE TESIS: DRA (C). ALICIA TORRES**

**LECTORES/AS: DR. MICHAEL HILL**

**MA. ANGUS LYALL**

**17 DE NOVIEMBRE DE 2014**

## **DEDICATORIA**

Para el turista y el viajero en busca de una verdad.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a toda la comunidad de Yunguilla por su apoyo en esta investigación, especialmente a Deisy Collaguazo, Germán Collaguazo, Guillermo Collaguazo, Magdalena Collaguazo, Edison Oña, Matilde Sánchez y Galindo Parra. Sin ellos y su cooperación no habría sido posible este trabajo. Estoy agradecido por la información de la organización Maquipucuna, provista por Bernardo Castro y Rebecca Justicia, que me han ayudado mucho con su versión de la historia del pueblo, que fue complementada por la opinión de Xavier Izko. Además quiero agradecer a todos los turistas y voluntarios que compartieron sus impresiones y fotos conmigo, aunque solamente querían descansar en el bosque nublado. Menciono especialmente a Mikkel Ellersgaard Sørensen, que contribuyó con mucho entusiasmo a esta tesis.

El apoyo financiero de la FLACSO y los valiosos consejos de mis tutoras, Trinidad Pérez y ante todo Alicia Torres, me ayudaron mucho a llevar a cabo este trabajo. Aprecio mucho el esfuerzo de Patricia Castañeda Merizalde, que no solo corrigió incansablemente las diferentes versiones escritas en alemañol, sino que se ofreció también frecuentemente, junto con Casandra Sabag Hillen, a cuidar a mi adorable hija Valentina. Muchas gracias a ambas.

Pero, al final, no existiría esta tesis sin Orisel, que por suerte me convenció de seguir estudiando, que me abrió los horizontes y que me mostró que existe una profundidad detrás de lo turístico y lo consumible. Su modo de ver, pensar y vivir me convirtió de un turista en un feliz padre de familia que disfruta cada momento de su viaje con rumbo nuevo.

## ÍNDICE

<b>Contenido</b>	<b>Páginas</b>
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS .....	6
RESUMEN .....	7
CAPÍTULO I .....	8
YUNGUILLA –	
UNA COMUNIDAD AL ENCUENTRO CON EL TURISMO .....	8
Introducción .....	8
El fenómeno del turismo .....	9
Planteamiento teórico .....	13
Estado del arte .....	26
Metodología y evidencia .....	30
Conclusión .....	34
CAPÍTULO II .....	35
YUNGUILLA Y SU CULTURA EN EL TRANSCURSO DEL TIEMPO	35
Ubicación geográfica y condiciones climáticas .....	35
Historia de Yunguilla .....	38
Época de los yumbos .....	38
Época de la hacienda .....	43
La llegada de las ONG a la región .....	48
La llegada del ecoturismo comunitario y su impacto en la comunidad.....	50
Estructura organizativa en Yunguilla .....	53
Las estructuras familiares y los lazos políticos .....	56
Carácter socioeconómico de la comunidad Yunguilla .....	58
Conclusión .....	62
CAPÍTULO III .....	63
LA EXPERIENCIA DEL ENCUENTRO	
DESDE LA PERSPECTIVA DEL TURISTA .....	63
Categorización de los turistas y ofertas turísticas .....	63
El turista de estancias breves .....	65
Autenticidad para los turistas de estancia breve .....	73

La imagen fotográfica del turista de estancia breve .....	74
La pobreza y la autenticidad .....	77
Los voluntarios .....	80
Conclusión .....	89
CAPÍTULO IV .....	90
EL PERFORMANCE DEL ANFITRIÓN	
LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD .....	90
La división del espacio .....	92
La finca Tahuallullo .....	96
El papel de los guías locales .....	98
La señalética como parte de un <i>frontstage</i> .....	100
La noche cultural .....	102
El impacto del turismo para la comunidad anfitriona .....	109
Conclusión .....	117
CAPÍTULO V .....	118
CONCLUSIONES .....	118
BIBLIOGRAFÍA .....	124
ENTREVISTAS .....	134
ANEXOS .....	135

### ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Gráfica 1. Mapa de la parroquia Calacalí .....	36
Gráfica 2. Los caminos de los yumbos .....	42
Gráfica 3:	
La estructura organizativa de la Corporación Microempresarial Yunguilla.....	55
Gráfica 4:	
Grados de parentesco dentro de la Corporación Microempresarial Yunguilla...	57
Tabla 1. Análisis del entorno productivo del sector .....	59
Tabla 2. Registro de visitantes entre 1998 y 2001 .....	63
Tabla 3. Motivos fotográficos de los turistas de estancia breve.....	76

## RESUMEN

En esta investigación se analiza la interacción entre el anfitrión ecuatoriano en la comunidad mestiza de Yunguilla y el turista extranjero en busca de la ‘vida auténtica’. A menudo, los turistas están guiados por estereotipos y expectativas que produce la industria turística, mientras los anfitriones, por otro lado, negocian estas imágenes pre-establecidas. Así, se crean palcos y escenarios donde el turista puede gozar de una obra de teatro. No obstante, los voluntarios que trabajan en la comunidad y no se consideran a sí mismos como turistas aspiran a conocer la vida de esta comunidad campesina detrás de las presentaciones turísticas e intentan descubrir lo que se oculta ‘tras bambalinas’. En función de proteger la privacidad, la comunidad crea nuevos espacios híbridos que oscilan entre bastidores y palcos. Se establece un juego de escondite – un fenómeno que promete fricciones interesantes para un estudio antropológico.

## **CAPÍTULO I**

### **YUNGUILLA – UNA COMUNIDAD AL ENCUENTRO CON EL TURISMO**

#### **Introducción**

En los años noventa empecé mis viajes por Asia, Oriente Medio, América del Norte y el Caribe. Me compré varios ejemplares de “Lonely Planet”, una guía que en sus anuncios me prometió una manera de viajar más ecológica, más cercana al nativo y alejada de los caminos trillados. Quería conocer una vida diferente a la mía, pero ya en mis últimas excursiones sospeché que realmente no me acercaba al nativo a través del libro sino a los demás turistas del ‘Primer mundo’. No hablaba los idiomas de los países que visitaba y la duración de mis estancias no me permitía conocer mejor la otra cultura y su gente. Sentí el deseo superficial e ingenuo de sumergirme en la vida real, pero a la vez una resistencia debido a las diferencias culturales.

En el año 2009 dejé Alemania y fui a vivir a Cuba. Fue entonces cuando comencé finalmente a darme cuenta de que había un quiebre insuperable entre los turistas y los nativos. Así empecé a observar a los turistas individuales, sus gestos y actitudes inseguras cuando estaban en contacto con los vendedores o transeúntes en las áreas turísticas. Encontré allí el fenómeno del que habla Susan Sontag cuando describe que muchos turistas ponen la cámara entre ellos y cualquier cosa destacable que encuentran por no saber cómo reaccionar<sup>1</sup> (Sontag, 2005: 6/7). Así lo hacía yo, tomaba fotos para disimular mis sentimientos. Debido a la asimetría de la relación no sabía si sus invitaciones a un café, a una fiesta o a un paseo eran ‘verdadera’ hospitalidad o simples actuaciones performáticas para cobrarme después.

Cuando llegué al Ecuador me enteré del modelo de ‘turismo comunitario’ en Yunguilla, cerca de Quito, que promovía la convivencia entre el anfitrión y el turista. ¿Era este el modelo que me faltaba en todos mis viajes anteriores para conocer verdaderamente al ‘otro’? ¿Se amortigua así la diferencia entre las culturas, clases o géneros? ¿Es simplemente una estrategia más de una industria que permanentemente tiene que reinventarse a sí misma o es una simbiosis de ambos?

---

<sup>1</sup> Traducción propia. “Most tourists feel compelled to put the camera between themselves and whatever is remarkable that they encounter. Unsure of other responses, they take a picture” (Sontag, 2005: 6/7).

## **El fenómeno del turismo**

El campo del turismo y las publicaciones que se refieren a él son inmensos y abarcan no solo temas como el desarrollo, la sustentabilidad e impactos para la naturaleza y las economías, sino especialmente las cuestiones culturales como la gradual transformación de la sociedad anfitriona, la interacción entre turista y convidante o el tema de la autenticidad. Desde el fin de la Segunda Guerra Mundial, con el bienestar económico en los países industrializados y el aumento de los ingresos de grandes sectores de la población, el turismo empezó a expandirse. Cada vez, con mayor frecuencia se sobrepasan fronteras culturales del Primer al Tercer Mundo de modo unidireccional<sup>2</sup> y se generan espacios de encuentro entre personas de varias esferas con diferentes costumbres y visiones, pero ante todo, de distintas clases. Así, el supuesto mundo subdesarrollado se (re)encuentra con sus antiguos conquistadores, que vuelven a él en busca de descanso, distracción y diversión.<sup>3</sup>

El naciente turismo masivo y convencional acopla prestadores de servicios con personas en busca de descanso. Las relaciones entre ellos, a menudo, están marcadas por vínculos transitorios “susceptibles de caer en el engaño, la explotación y la desconfianza” (Fuller, 2009: 58). Se puede decir, con palabras menos drásticas, que se trata de relaciones que se basan en las leyes del mercado, de la oferta y demanda. De tal manera, muchos de los lugares visitados y sus habitantes se convierten en objetos de consumo, oscilando entre lo novedoso y lo allegado.

No obstante, a lo largo de la historia del turismo se observan ramificaciones y formaciones de diferentes “contra-corrientes”, que aspiran superar estas fronteras culturales. Un ejemplo de ello son los turistas, que en lugar de priorizar la distracción y la diversión, emprenden camino para buscar la novedad, la autenticidad y la exclusividad de conocer a las personas detrás de las máscaras folclóricas. La industria turística reacciona ante este deseo con la oferta de un turismo alternativo que varía entre

---

<sup>2</sup> Nuevas formas de turismo, cuyos actores son los emigrantes que regresan temporalmente a sus países de origen, forman una excepción de gran importancia de esta unidireccionalidad. No obstante, este estudio no pretende profundizar este modo de turismo. Para ahondar este tema, véase Fuller (Fuller, 2009: 47/48), Barretto (Barretto, 2007: 83). Para el caso del reencuentro turístico en Ecuador, véase Varea y Prieto (2011).

<sup>3</sup> “[...] modern-day tourism is, in a sense, the successor to the colonial expeditions” (O’Rourke, 1999: 12).

el turismo cultural, educacional, científico, agrícola, de aventura o el llamado ecoturismo (Mieczkowski, 1995: 459). Estos enfatizan en un modelo consciente y solidario más cercano al medio ambiente, minimizando el impacto ambiental y sociocultural a través de estrategias distintas al turismo convencional (Wearing y Neil, 2009: 2).

Ecuador, con su variedad de ecosistemas, ha sido un destino popular del ecoturismo que se estableció en el país en los años ochenta del siglo pasado. Las voces críticas resaltan que se trata de modelos que se desarrollaron como proyectos del neoliberalismo guiado por las ONG, que capitalizan la naturaleza y la convierten en un artículo de consumo. En otras palabras: se conserva el medio ambiente a través de su venta<sup>4</sup> (Davidov, 2013: 39). Por otro lado, el ecoturismo ha sido una herramienta para concientizar a la población local de la importancia que tiene la naturaleza y ha apoyado a la protección del medio ambiente y el empoderamiento de las comunidades locales.

En aquella época, marcada por programas de desarrollo, surgió también el llamado ‘turismo comunitario’, considerado como un proyecto de las comunidades ecuatorianas “que refleja la confluencia de búsqueda de alternativas económicas y sociales complementarias a sus actividades tradicionales en la generación de ingresos, empleo y lucha contra la pobreza” (Solís, 2009: 31). En este modelo del turismo alternativo, familias de la comunidad local ofrecen su hospitalidad a visitantes que rehúyen los servicios estandarizados y frecuentemente impersonales del turismo masivo. El 21% de los turistas que llegan al Ecuador practican esta forma de turismo (Mintur, 2012: 37) y prefieren en su mayoría las ofertas turísticas independientes. El 68% de los turistas no residentes organiza sus viajes por cuenta propia para experimentar la cultura del país, para hacer ecoturismo o turismo de aventura. Con estas ofertas, el turismo en Ecuador se convirtió en la tercera actividad en importancia económica, luego del petróleo y la exportación de banano (Solís, 2009: 29).

---

<sup>4</sup> As Ecuador’s primary riches were (and are) considered to be its mineral deposits and its biodiverse flora and fauna, neoliberalization of – that is, the regulation of it as a commodity, and a site of either material goods or immaterial (but commodifiable) value – is inseparable from the genesis of ecotourism in Ecuador and its place in programs of “development” prescribed to Ecuador, many of them looking for ways for the state to capitalize on its nature in one way or another (Davidov, 2013: 39).

Lo atractivo para los turistas que vienen al Ecuador es el concepto alternativo para los exploradores de verdades, de la vida no embellecida y real. Ellos buscan “destinos “auténticos” y “naturales”, de pequeñas escalas y amigables con el medio ambiente” (Prieto, 2011: 12) y rechazan en su mayoría el turismo de masas que meramente provee simulacros de la realidad (Baudrillard y Glaser, 1995: 7), con un servicio todo incluido y hoteles de cinco estrellas en medio de una burbuja ambiental que no tiene mucho que ver con la situación real del país<sup>5</sup>. Esperan encontrar la anhelada cercanía entre turista y anfitrión en las ofertas de las comunidades que se dedican al turismo comunitario. Una de ellas es la Cooperación Yunguilla, que se describe así:

Somos una comunidad mestiza conformada por 50 familias, ubicada en la parroquia Calacalí. En 1995 se inició un proceso de organización comunitaria y conservación ambiental a través de un proyecto de desarrollo forestal. El proyecto fue apoyado por ONG y con la ayuda de la cooperación internacional, en el cual se implementaron actividades productivas sustentables como: huertos orgánicos, pequeñas fábricas de procesos lácteos, fruta para la elaboración de mermeladas y el ecoturismo. En el año 2000, se conformó la Corporación Microempresarial Yunguilla, como el ente organizativo comunitario. En el 2010 y 2011, con el apoyo de la Fundación Ecofondo, se declara a Yunguilla como un Área de Conservación y Uso Sustentable dentro del sistema de áreas protegidas del Distrito Metropolitano de Quito (Cooperación Yunguilla – Quienes somos).

El turismo en Yunguilla ofrece al huésped la convivencia con los anfitriones y el alojamiento en las casas familiares para compartir ‘naturalmente’ experiencias cotidianas y auténticas. No obstante, en el turismo existen expectativas sobre los roles que tiene que desempeñar cada uno de los actores. Antes de su visita, el turista tiene una noción de lo que le espera en su destino a través de guías o comentarios de otros turistas; tiene “fantasías de un estado de ser diferente y más puro del cual la modernidad ha alienado al sujeto occidental”<sup>6</sup> (Russel, 1999: 194). Los anfitriones deben cumplir con muchas de estas fantasías para satisfacer al cliente, pero mantienen a la vez un margen de ‘resistencia’, rompiendo los clichés para sorprender al turista y enriquecer el

---

<sup>5</sup> Cabe mencionar que en los últimos años se ha fortalecido el mercado de hoteles “todo incluido” especialmente en la costa ecuatoriana como Mompiche, Salinas o Punta Centinela cuyo grupo destinatario principal es el cliente nacional.

<sup>6</sup> “[...] a fantasy of another, more pure, state of being from which modernity has alienated the Western subject” (Russel, 1999: 194).

diálogo y el intercambio en el campo del turismo. A su vez, las comunidades receptoras tienen ideas prefabricadas sobre los turistas que llegan. Frecuentemente, estas imágenes se formaron por totalizaciones y generalizaciones a lo largo del tiempo, pero cambian gradualmente con cada visita. Entonces, ¿cómo funciona el juego de interacción performática entre el huésped extranjero y el anfitrión ecuatoriano en el turismo comunitario en Yunguilla?

Este trabajo se acerca al tema a través de un análisis del fenómeno del turismo de pequeña escala y de la interacción entre la comunidad receptora y el turista. En este primer capítulo contextualizo el problema y muestro las discusiones teóricas referentes al turismo y de las interacciones entre anfitrión y visitante. La base de este análisis yace en la teoría de la escenificación de la vida cotidiana de Goffman (2001) que MacCannell (1999) aplica para las interacciones en el turismo. Los turistas no representan un grupo homogéneo y requieren una diferenciación según su motivación. A la vez, también el anfitrión cumple diferentes roles en los encuentros, los cuales voy a analizar. A menudo, el turismo alternativo gira en torno a la autenticidad, que sirve como un indicador de si un visitante regresa a su origen satisfecho o con la sensación de haber sido ‘engañado’. Por eso, es imprescindible generar un resumen sobre las teorías que abordan esta problemática.

Principalmente, el turismo es un fenómeno implementado para generar ingresos. Cada lugar es apto para establecer esta actividad, pero es necesario subrayar su significado histórico o recreativo y convertirlo en una atracción turística (MacCannell, 1999: 192). Por eso, esbozo en el segundo capítulo la historia de Yunguilla y enfatizo especialmente en la llegada del proyecto de desarrollo, para mostrar cómo se construyó y estableció el proyecto del turismo, en qué atracciones se basa y por qué un turista se siente atraído por llegar a un lugar como Yunguilla. Advertido que se trata de un discurso generado a través de la historia oral y los textos académicos de antropólogos, arqueólogos u otros expertos que trabajan en conjunto con las organizaciones no gubernamentales. Su versión de la crónica propicia la difusión del concepto de desarrollo, que no solamente se reproduce dentro de la comunidad como un discurso oficial y establecido, sino que se propaga en el ‘Primer Mundo’ a través de los relatos de los visitantes. Cuando ellos regresan a sus países, reproducen una historia plausible y

supuestamente verdadera y reafirman así inconscientemente un concepto neoliberal que mercantiliza la naturaleza y la comunidad.

En el tercer capítulo me dedico al análisis de la motivación de los turistas que visitan Yunguilla. Algunos de ellos son turistas de estancia breve, que se quedan normalmente por solo una o dos noches y tienen otra motivación y otras expectativas, distintas a las de un voluntario que permanece en la comunidad en un rango de entre dos semanas hasta seis meses. Muestro las grandes diferencias en su concepto de autenticidad y sus intentos de formar parte de las actividades más cercanas a la vida real en el pueblo. Esbozo las interacciones entre anfitriones y visitantes, para comparar el trato diferente de los voluntarios y los turistas de estancia breve y el efecto que se crea en los turistas debido a esta diferencia en la interacción.

Concluyo este trabajo con un análisis de las escenificaciones de los anfitriones. Existen varios espacios en Yunguilla que funcionan como escenarios. Uno de ellos es la finca Tahuallullo, que fue comprada, preparada y mantenida para el propósito de escenificar la productividad de la comuna. Las viviendas donde pernoctan los turistas se convierten en otro escenario, en el cual se performan los roles de cada uno. Muestro que la mirada turística está guiada a través de señalética, de senderos que conectan ciertas facilidades y de guías locales, cuyo papel es importante para el entendimiento turístico del lugar. Así, se crean espacios con regiones posteriores y escenarios, que impulsan un juego performático entre turista y anfitrión que está estrechamente vinculado con la autenticidad. El turista intenta encontrar la vida real a través del alejamiento de los caminos ya trillados, mientras el anfitrión intenta controlar y dirigir la mirada turística. Finalmente, muestro los efectos de dieciocho años de convivencia con foráneos en la comunidad receptora y señalo cómo estos impactos influyen en la noción de la autenticidad en el turista.

### **Planteamiento teórico**

En la literatura sobre el turismo como fenómeno cultural se encuentran generalmente dos corrientes aparentemente irreconciliables. Mientras algunos autores (Del Campo Tejedor, 2009; Ruiz Ballesteros, 2007; Bruner 2005) buscan salidas a una discusión

estancada sobre autenticidad y relaciones de poder entre anfitrión y turista, la mayoría considera al turismo como una nueva forma del colonialismo que se basa en el desequilibrio económico entre el anfitrión tercermundista y el huésped occidental (entre otros MacCannell, 1999 y 1997; Urry, 2002; Fuller, 2009; Boorstin, 1996).

En su tradición marxista, MacCannell considera al turismo como una consecuencia de la modernidad “alienante, despilfarradora, violenta, superficial, imprevista, inestable e inauténtica”<sup>7</sup> con sus estructuras complejas y una fragmentación desorganizada (MacCannell, 1999: 2). El ser humano se ha distanciado de la naturaleza y de su prójimo. Ha perdido los vínculos con su vecindad y hasta su propia familia. Su nuevo enfoque yace en las tareas laborales, pero debido a la fragmentación y la división del trabajo, a menudo, no conoce los frutos de su labor. Los procesos de producción de la mercancía son invisibilizados, y en muchos casos ni los trabajadores ni los consumidores saben de dónde vienen los bienes y cómo se producen. Mientras el ser humano moderno se desvincula cada vez más de la realidad, desarrolla un elevado interés por la vida real de los otros.

La modernización de las relaciones laborales, la historia y la naturaleza las desprende de sus raíces tradicionales y las transforma en producciones y experiencias culturales. El mismo proceso opera en la “vida cotidiana” de la sociedad moderna y convierte la vida pública urbana, la vida rural en el pueblo y las relaciones domésticas tradicionales en una “producción” y un fetiche. La modernidad da literalmente un vuelco a la estructura industrial, porque los detalles de la vida diaria, de la “vida real”, de “lo auténtico”, forman parte del tejido de nuestra solidaridad moderna junto a otras atracciones. El ser humano industrial pudo retirarse a su nicho propio en su trabajo, bar del barrio o sus relaciones domésticas. El ser humano moderno está perdiendo sus conexiones con todo lo que él antes llamaba “propio”: el banco de trabajo, la vecindad, la ciudad, la familia. Pero a la vez está desarrollando un interés en la “vida real” de los otros<sup>8</sup> (MacCannell, 1999: 91).

---

<sup>7</sup> “[...] alienating, wasteful, violent, superficial, unplanned, unstable and inauthentic” (MacCannell, 1999: 2).

<sup>8</sup> Traducción propia. “The modernization of work relations, history and nature detaches these from their traditional roots and transforms them into cultural productions and experiences. The same process is operating on “everyday life” in modern society, making a “production” and a fetish of urban public street life, rural village life and traditional domestic relations. Modernity is quite literally turning industrial structure inside out as these workaday, “real life,” “authentic” details are woven into the fabric of our modern solidarity alongside the other attractions. Industrial Man could retreat into his own niche at his work place, into his own neighborhood bar or into his own domestic relations. Modern Man is losing his attachments to the work bench, the neighborhood, the town, the family, which he once called “his own” but, at the same time, he is developing an interest in the “real life” of others” (MacCannell, 1999: 91).

El turista busca como “modelo del hombre moderno en general” (MacCannell, 1999: 1) la autenticidad como versión moderna de la pregunta humana universal por lo sagrado. El turista es un peregrino contemporáneo que intenta encontrar la autenticidad de otros tiempos y lugares lejos de la cotidianidad.

Para MacCannell, todos los turistas encarnan la búsqueda por la autenticidad y esa búsqueda es la versión moderna del interés por lo sagrado. El turista es una suerte de peregrino contemporáneo, buscando la autenticidad en otros ‘tiempos’ y otros ‘lugares’ alejados de su vida cotidiana<sup>9</sup> (Urry, 2002: 9).

El turismo es considerado entonces como un *rite de passage* con sus tres elementos: la separación como rito preliminar, la transición o el margen, que es un rito liminar, y, finalmente, la reincorporación o agregación como rito postliminar (Van Gennep, 2008: 25). El turista que se encuentra en su vida social cotidiana, que normalmente está marcada por el trabajo, toma la decisión de retirarse temporalmente, busca ofertas o vuelos, organiza su viaje, consigue visas o vacunas y empieza a informarse sobre su destino turístico. El tiempo del viaje en avión corresponde al inicio del rito liminar. A partir de este momento, las personas se convierten en turistas y su vida diaria se invierte. Fuller lo expresa así:

[El turismo] privilegia el juego sobre el trabajo, la promiscuidad sobre la contención, el gasto conspicuo sobre el ahorro, la libertad sobre la estructura, la indulgencia frente a la responsabilidad. La diferencia radicaría en que mientras en las sociedades tradicionales la finalidad del viaje era acumular gracia y preeminencia moral en la comunidad, el viaje turístico responde a valores de la sociedad occidental moderna: salud física y mental, estatus social y experiencias exóticas (Fuller, 2009: 27).

Los turistas se visten de una manera diferente (por ejemplo: trajes de baño o ropas de safari, incluso cuando no están en la sabana africana), muestran a menudo otro comportamiento y reducen el contacto con sus familias a una postal o correos electrónicos esporádicos. Después de su viaje entran en la tercera fase, la reincorporación, acompañada por rituales como regalar *souvenirs*, mostrar fotos o videos y comidas de bienvenidas. Así se consuma el rito de paso y las personas re-entran a su sociedad, reforzando sus vínculos sociales y su integración.

---

<sup>9</sup> Traducción propia. “All tourists for MacCannell embody a quest for authenticity, and this quest is a modern version of the universal human concern with the sacred. The tourist is a kind of contemporary pilgrim, seeking authenticity in other ‘times’ and other ‘places’ away from that person’s everyday life” (Urry, 2002: 9).

Debido a la característica del turismo como un rito de paso, los encuentros entre anfitrión y viajero normalmente son transitorios y no repetitivos. Los participantes se dirigen a obtener una satisfacción inmediata y no a mantener una relación constante, lo que convierte la experiencia turística en una experiencia superficial. Boorstin (1996), describe al turista como un ser artificial, pasivo y homogeneizado que se contenta con los pseudo acontecimientos preparados por las agencias turísticas en lugar de buscar lo auténtico. El autor ejemplifica esto con los restaurantes a lo largo de las legendarias *highways* estadounidenses en las cuales los turistas pueden comer sin mirar por la ventana para tener una vista individualizada del lugar real. Se contentan más bien con un mapa impreso en un mantel desechable con las autopistas numeradas, señalando otros “oasis” (Boorstin, 1996: 114). También Erik Cohen (1995) nota que “el turista postmoderno está más preocupado por el disfrute y el goce superficial que por cotejar el auténtico con el original, acaso porque el mundo del que provienen estas categorías las ha convertido en tan ambivalentes que han perdido su sentido” (Del Campo Tejedor, 2009: 81).

Según Dennis O’Rourke, realizador de la película *Cannibal Tours*, los turistas no están interesados en una realidad o verdad, sino en una fantasía de ella.

Estoy convencido de que los seres humanos no tienen interés en la realidad o la verdad en sí. Lo que nosotros buscamos es la fantasía de la verdad (solamente tenemos que escuchar los discursos en “Cannibal Tours”). Y aún más; si realmente queremos entender el mundo en que vivimos, tenemos que oponernos a la simplicidad, los eslogans y buscar sentido en el caos y la complejidad<sup>10</sup> (O’Rourke, 1999: 4).

Pero, ¿por qué entonces existen centenares de libros con información interna, comentarios y recomendaciones o miles de páginas web que proveen de información sobre diversos destinos turísticos? Ellos muestran que sí hay ese deseo de muchos turistas de encontrar lo real y verdadero. Un ejemplo es la guía *Lonely Planet* que refleja las experiencias personales de los viajeros y que se ha convertido a lo largo del tiempo en un gran éxito industrial con tiradas de 120 millones de libros en 11 idiomas diferentes. Una viajera escribe en su blog:

---

<sup>10</sup> Traducción propia. “I am convinced that humans are not interested in reality or truth, in themselves. What we seek is truth, which is our fantasy of it (just listen to the discourses in “Cannibal Tours”). And yet, if we really want to understand the world in which we live, we must oppose simplicity and slogans and seek meaning in chaos and complexity” (O’Rourke, 1999: 4).

Últimamente, he contemplado el concepto de los viajes “auténticos”. Con el término “auténtico” yo me refiero al modo de viajar que evita todo lo que huele a una influencia externa, por ejemplo centros comerciales occidentalizados, productos multinacionales o grupos turísticos, y, en lugar de eso, intentar experimentar la cultura “real” de un país. No estoy seguro cuándo esto se convirtió en una moda – tal vez con el advenimiento de la “Lonely Planet” y su mensaje de viajar de manera “Hazlo tú mismo” – pero desde una perspectiva puramente anecdótica, incrementó cuando empecé a viajar hace una década. En la superficie, al menos, suena bien – ¿qué sentido tiene viajar si no quieres experimentar la cultura real de un país (Ruth, 2012)?

Por tanto, se hace evidente que el turismo como fenómeno social tiene más de una faceta. Boorstin desconoce que hay varias maneras de viajar y que es importante diferenciar entre los modos de turismo según la motivación y la conducta de los turistas. Cohen (1972) propone una clasificación del turista. Se diferencia entre el grado de institucionalización del viaje, las expectativas de los viajeros sobre los lugares que visitan y el grado en que aceptan la novedad o buscan reproducir su ambiente familiar; se encuentran los “turistas de masas organizados”<sup>11</sup>, “turistas de masas individuales”<sup>12</sup>, “turistas exploradores”<sup>13</sup> o “aventureros”<sup>14</sup>. Cada uno tiene un enfoque diferente.

Mientras los primeros son altamente dependientes de una organización y una agencia turística que provee la familiaridad y lo habitual, los mochileros o exploradores buscan la novedad a cualquier precio y a costo de incomodidad o peligro y por eso tienen más posibilidades de intercambiar con las poblaciones receptoras. Los “turistas de masas organizados” y los “turistas de masas individuales” no quieren prescindir de la familiaridad y seguridad de su cultura y exigen una estandarización de servicios que finalmente encuentran en hoteles con una infraestructura altamente desarrollada que ya no tiene mucha coherencia con el resto del país anfitrión.

Por otro lado, Cohen encuentra el tipo de “turista no-institucionalizado” (1972: 169) que se mantiene alejado de la infraestructura turística, como los hoteles. Este tipo está representado por el explorador y el aventurero (drifter). El explorador se atreve a dejar la burbuja artificial turística, pero deja abierta la opción de regresar al hotel

---

<sup>11</sup> “The organized mass tourist” (Cohen, 1972: 167). Traducción de Fuller (2009: 49).

<sup>12</sup> “The individual mass tourist” (Cohen, 1972: 167). Traducción de Fuller (2009: 49).

<sup>13</sup> “The explorer” (Cohen, 1972: 168). Traducción de Fuller (2009: 50).

<sup>14</sup> “The drifter” (Cohen, 1972: 168). Traducción de Fuller (2009: 50).

cuando aparecen problemas, incomodidades y contratiempos (Cohen, 1972: 168). El aventurero, por último, está descrito así:

[El aventurero] se lanza lo más lejos posible de los senderos trillados y el modo de vida común de su país. Rehuye cualquier conexión con las instituciones turísticas y considera la experiencia del turista ordinario como falsa. Tiende a hacer todo por su cuenta, viviendo con los nativos y a menudo trabajando ocasionalmente para poder seguir adelante. Intenta vivir como la gente que visita, compartiendo su casa, comida, hábitos y manteniendo solamente las más básicas y esenciales de sus viejas costumbres. El aventurero no tiene un itinerario fijo, ni horarios u objetivos del viaje bien definidos. Se sumerge casi completamente en la cultura anfitriona. Lo novedoso predomina y la familiaridad desaparece casi totalmente<sup>15</sup> (Cohen, 1972: 168).

Este tipo del turista no-institucionalizado está más abierto a experimentar novedades en su viaje y cansado de los roles clásicos y tradicionales en el juego turístico. Cada vez hay más turistas desencantados de experiencias espectaculares, pero poco íntimas, y emprenden camino en busca de la vida ‘real’ y auténtica a través de la convivencia temporal con familias anfitrionas, rompiendo de este modo la estructura de *backstages* y *frontstages*, explicada por MacCannell (1999) y Goffman (2001).

Estos autores analizan el contexto turístico a través de la imagen del teatro con su división estructural de *Front* y *Back Region*. En la *Front Region* del teatro, que es el conjunto de la sala del público, los palcos y el escenario, interactúan los espectadores con los actores. De igual manera, hay espacios en el ‘teatro social del turismo’, donde se encuentran los anfitriones con sus visitantes o los prestadores de servicios turísticos con sus clientes; se trata también una ‘región anterior’, como por ejemplo las recepciones de los hoteles o la sala y el portal de una casa; son el lugar de las interacciones planificadas, escenarios sociales y sitios para los *performances*.

Todo lo que se encuentra detrás del telón de un teatro es la parte posterior (*Back Region*). Los actores pueden retirarse, descansar o preparar los próximos actos performáticos tras bambalinas. Las *Back Regions* de la vida cotidiana son los espacios

---

<sup>15</sup> Traducción propia. “[The drifter] ventures furthest away from the beaten track and from the accustomed ways of life of his home country. He shuns any kind of connection with the tourist establishment, and considers the ordinary tourist experience phony. He tends to make it wholly on his own, living with the people and often taking odd-jobs to keep himself going. He tries to live the way the people he visits live, and to share their shelter, foods, and habits, keeping only the most basic and essential of his old customs. The drifter has no fixed itinerary or timetable and no well-defined goals of travel. He is almost wholly immersed in his host culture. Novelty is here at its highest, familiarity disappears almost completely” (Cohen, 1972: 168).

como cocinas, sótanos o desvanes (MacCannell, 1999: 92). De igual manera, hay una parte posterior en el caso del turismo: los restaurantes tienen una clara estructura arquitectónica de división. El lugar donde el cliente come en un ambiente artificial está protegido del ambiente ruidoso del trabajo. También los hoteles están marcados por tal estructura de cocinas, lavanderías o cuartos trasteros como parte de las *Back Regions*. Cada uno de los actores tiene su papel en situaciones dadas. Sin embargo, los roles pueden cambiar. El trabajo del conserje se acaba después de un tiempo, lo que le convierte en una persona sin uniforme, libre de sus obligaciones hasta el próximo día. Los visitantes del hotel terminan en algún momento su estancia y se convierten por ejemplo en prestadores de servicios en otro sitio. Goffman explica:

Dada una actuación particular como punto de referencia, distinguimos tres roles decisivos sobre la base de la función: los individuos que actúan; los individuos para quienes se actúa; y los extraños, que ni actúan en la representación ni la presencian. [...] Por último, los tres roles fundamentales mencionados pueden ser descritos sobre la base de las regiones a las que tiene acceso la persona que desempeña el rol: los actuantes aparecen en las regiones anterior y posterior; el auditorio solo aparece en la región anterior, y los extraños están excluidos de ambas. En consecuencia, cabría suponer que durante la actuación encontraremos una correlación entre función, información disponible y regiones de acceso, de suerte que si conociéramos, por ejemplo, las regiones a las que tuvo acceso un individuo tendríamos que saber qué rol desempeñó y la información de la que dispuso acerca de la actuación (Goffman, 2001: 155/156).

La inaccesibilidad e invisibilidad de la parte tras bambalinas crea curiosidad y una mistificación en el público y los extraños. Mientras los actores se ponen en escena en la *Front Region*, se pueden sentir inobservados en la parte posterior, donde no tienen que actuar. Esto genera la creencia de que hay algo más que la mera artificialidad representada en un escenario: algo secreto, íntimo, verdadero y real. A menudo, la motivación de encontrar esa autenticidad es el motor y el impulso del turista.

A veces ya no hay una clara distinción entre *Frontstage* y *Backstage*. Hoy en día, muchas cocinas que solían ser la parte posterior, también pueden ser lugares de encuentro con los visitantes. Se convirtieron de meros lugares de trabajo en regiones representables, impecables y limpias. Orquestas ofrecen visitas pagadas de sus ensayos, fábricas permiten la entrada de visitantes para que puedan contemplar la producción de automóviles o la bolsa en Wall Street, Nueva York abre sus puertas para los interesados,

que observan el tráfago desde una terraza. Algunas piezas del teatro épico brechtiano tenían su lugar en el sótano del teatro y empezaron a romper la estructura arquitectónica que separaba al actor del espectador para desilusionarlo y romper la identificación que normalmente crea el teatro aristotélico.

El acceso a la parte posterior es una experiencia que ocurre normalmente solo por casualidad en el turismo, cuando, por ejemplo, los turistas se quedaron sin hotel, pero fueron albergados por un amable transeúnte local; cuando se perdieron en la selva y fueron rescatados por nativos o cuando se equivocaron de la puerta y entraron a la cabina del piloto, quien les permitió quedarse. Estos ‘accidentes’ proveen de una experiencia inolvidable e irrepetible. No obstante, la industria turística, que tiene que renovarse permanentemente, ha creado lugares y escenas que prometen la experiencia de una autenticidad que MacCannell llama *Staged Authenticity*. Se facilita al turista la entrada a las regiones posteriores, que a menudo son meras apariencias de ellas y no el *Backstage* institucionalizado (MacCannell, 1999: 99), sino *Frontstages*, con el fin de satisfacer al turista;

La conciencia turística se origina por el deseo de tener experiencias auténticas y el turista puede creer que se está moviendo en esta dirección, pero frecuentemente es muy difícil saber con seguridad si la experiencia realmente es auténtica. Siempre es posible que una supuesta entrada a una región posterior en realidad es una entrada en una región anterior que fue escenificada antes de la visita turística. En escenografías turísticas, especialmente en la sociedad industrial, puede ser necesario rebajar la importancia, incluso la existencia, de regiones anteriores y posteriores, salvo como polos ideales de la experiencia turística<sup>16</sup> (MacCannell, 1999: 101).

Este fenómeno puede ser más obvio, como a menudo es el caso del turismo en regiones habitadas por grupos indígenas, como en la Amazonía, donde por ejemplo los secoyas o los yagua se visten con trajes típicos, representan sus danzas, practican el tiro de cerbatana y luego venden sus artesanías; representaciones que pueden enfurecer a los turistas que realmente querían conocer a los ‘auténticos indios’ y solo ven a unos

---

<sup>16</sup> Traducción propia. “Touristic consciousness is motivated by its desire for authentic experiences, and the tourist may believe that he is moving in this direction, but often it is very difficult to know for sure if the experience is in fact authentic. It is always possible that what is taken to be entry into a back region is really entry into a front region that has been totally set up in advance for touristic visitation. In tourist settings, especially in industrial society, it may be necessary to discount the importance, and even the existence, of front and back regions except as ideal poles of touristic experience” (MacCannell, 1999: 101).

disfrazados posando, como lo describe Chaparro en su estudio de caso sobre los yagua (2008: 132/4). Debido a esta experiencia, la maquinaria turística produce nuevos *Front Regions*, cada vez más sutiles y que se parecen a regiones posteriores para satisfacer al visitante. A la vez, el turista consciente sigue cuestionando la autenticidad de estas *Front Regions*, indaga y se pregunta si finalmente ha encontrado la ‘verdadera’ región posterior. Se crea así un juego de escondite.

Por eso, MacCannell propone un sistema de seis diferentes *front* y *backstages*; desde lo superficial a lo profundo. Los primeros tres niveles son *front regions*, que paso a paso se parecen más a *back regions*, mientras los últimos tres niveles son regiones posteriores que son cada vez menos accesibles para el turista. El primer nivel es una mera fachada, que el turista quiere superar para ver la vida ‘real’ de los anfitriones. El segundo nivel es una escenografía, que fue decorada obvia y reconociblemente con objetos de un *backstage*. MacCannell ejemplifica esto con los redes de pescadores en un restaurante marino. Funcionalmente se trata de un *frontstage*, porque los visitantes se encuentran en la parte anterior separada de la cocina y de los pescadores que proveen la comida. Sin embargo, estos adornos dan una leve atmósfera de un *backstage*. El tercer nivel es un *frontstage*, que ya luce completamente como un *backstage*, como por ejemplo un estudio de televisión con una escenografía elaborada. “Mientras mejor la simulación, más difícil es la distinción al cuarto nivel<sup>17</sup>” (MacCannell, 1999: 101).

Después del tercer nivel en el sistema maccannelliano se encuentran las regiones posteriores. El cuarto nivel es un *backstage*, pero que se encuentra abierto para visitantes. Un ejemplo son los reportajes sobre la farándula, donde supuestamente ellos abren las puertas de sus casas para que el espectador pueda dar un vistazo a la vida de una estrella. Dado que se trata de la vivienda ‘real’ de las celebridades, enseñarán solamente partes convenientes de su vida y guiarán de este modo al espectador por una parte posterior. El quinto nivel es un *backstage* ordenado y alterado, para que visitantes puedan entrar esporádicamente. Se trata de turistas que visitan fábricas o salas de producción para ver el proceso de trabajo; orquestas invitan a un público seleccionado para escuchar los ensayos finales y cobran solo una parte de la entrada normal; o restaurantes que dejan entrar sus clientes por la cocina como una parte del evento

---

<sup>17</sup> “[...] the better the simulation, the more difficult to distinguish from stage four” (MacCannell, 1999: 101).

culinario. Finalmente, en el sexto nivel se encuentra la región posterior en el sentido de Goffman: el *backstage* como “espacio social que motiva la conciencia turística”<sup>18</sup> (MacCannell, 1999: 102).

Se puede poner en duda el sentido y la factibilidad de este modelo. El investigador encontrará muchos problemas en la diferenciación de un cuarto y un quinto nivel y es cuestionable que realmente exista una clasificación tan rígida y delimitable. MacCannell entra aquí en cierta manera en la discusión de la alegoría de la caverna de Platón (1993) y propone verdades objetivas - un concepto desestimado en nuestros tiempos postmodernos. Nuevos autores que analizan este tema, como Del Campo Tejedor (2009), Wang (1999) y Bruner (2005), argumentan en contra de una supuesta simplificación y generalización esencialista de los años 70 del siglo pasado por autores como MacCannell y abogan por una superación de la dicotomía estática entre lo auténtico contra lo inauténtico, lo verdadero contra lo falso y la realidad contra el espectáculo. Para ellos, el significado de estos términos se construye en discusiones, experimentaciones y negociaciones entre huésped y anfitrión. Para Bruner la discusión se traslada más bien a la autoridad que decide lo que es auténtico. La autenticidad no es una cualidad inherente a un rasgo o fenómeno cultural. Es un proceso social, una lucha en la cual intereses en conflicto tratan de imponer su versión de la historia y apropiarse del derecho de representarla (Fuller, 2009: 30).

La realidad es una construcción social que trasciende la supuesta naturaleza de objetos auténticos y falsos, que son conceptos de los tradicionalistas y folcloristas. MacCannell acepta de cierta manera una autenticidad objetiva, mientras Wang y Del Campo Tejedor se basan en el constructivismo y existencialismo y ven al turismo como un acto de comunicación, de emisión y recepción de mensajes con resemantizaciones, reapropiaciones e interacciones dialógicas (Del Campo Tejedor, 2009: 45). Según Wang y Del Campo Tejedor hay que dejar atrás la noción romántica de una cultura popular que se desarrolló desde la segunda mitad del siglo XVIII y que se encuentra en oposición con la vida supuestamente tradicional y considerada en permanente peligro de extinción debido al rápido avance del progreso. Así, la occidentalización es demonizada como causa de un declive de las tradiciones y de las costumbres y se intenta rescatar los

---

<sup>18</sup> [...] the kind of social space that motivates touristic consciousness (MacCannell, 1999: 102).

rasgos tradicionales a través de congelarlas en el tiempo, inhibiendo cambios que generan aperturas:

Dirigentes comunitarios, promotores de este tipo de turismo, turistas nacionales y extranjeros, siguen insistiendo en que desaparece el folclore tradicional de las comunidades, que viene a ser la auténtica cultura nacional, merecedora de urgente protección frente al avance por un lado de la cultura urbana ecuatoriana, y por otro, solapándose con aquella, de la creciente occidentalización en todos los ámbitos de la vida, que haría peligrar especialmente las acciones expresivas englobadas como "costumbres" y "tradiciones". Bajo esta perspectiva se experimenta el avance de la modernidad como una amenaza aniquiladora de la tradición. La defensa de los rasgos en declive se equipara a la defensa de la comunidad en su conjunto, de ahí que el turismo comunitario sea experimentado con una mezcla de esperanza y miedo. Se aspira a un desarrollo impulsado y controlado por la propia comunidad –que filtre así lo que desea incorporar-, pero se duda continuamente de la capacidad para impedir los cambios que genera cualquier apertura: El rescate y aun la revitalización del folclore se toman como un posible antídoto frente a las perversas tendencias homogeneizadoras que destruyen la identidad y singularidad de los pueblos. Hay mucho ahí de misión salvadora (Del Campo Tejedor, 2009: 66/7).

Wang cuestiona también la utilidad y el valor del concepto de MacCannell, porque las motivaciones de los turistas no se pueden explicar con el término convencional de 'autenticidad' objetiva y constructiva (Wang, 1999: 349). Esta noción se basa en una mera relación con objetos y tiene sus limitaciones. En tiempos postmodernos, se propone un replanteamiento de la autenticidad como existencial, que incluye también las experiencias.

El caso de Yunguilla ofrece un modelo de ecoturismo comunitario, y la naturaleza se convierte en la atracción principal. Para Wang, la naturaleza se clasifica como un "objeto visitado" (*toured object*) que no tiene relevancia para la autenticidad en un sentido maccannelliano. Pero, justamente el ecoturismo permite experimentar el *yo real* (*real self*) e implica una denominada "autenticidad existencial"<sup>19</sup> (Wang, 1999: 351). Wang distingue entre una autenticidad objetiva y constructiva, pero sugiere además un modelo alternativo: la autenticidad existencial (1999: 350). La autenticidad objetiva está vinculada estrictamente al museo (*museum-linked usage*). En el turismo se

---

<sup>19</sup> Certain toured objects, such as nature, are in a strict sense irrelevant to authenticity in MacCannell's sense. However, nature tourism is surely one of the major ways of experiencing a "real" self. That is to say, what nature tourism involves is an existential authenticity rather than the authenticity of objects (Wang, 1999: 351).

observa frecuentemente que las obras de arte, festivales, rituales, la cocina, la vestimenta o las viviendas son caracterizados como auténticos o no-auténticos, bajo el criterio de si fueron hechos por los nativos con base en la tradición o las costumbres<sup>20</sup> (Wang, 1999: 350). El visitante compara los objetos, eventos, danzas, etc. con los originales en el museo, donde la tradición se encuentra congelada. No aceptaría cambios por influencias modernas en las costumbres que no fueron autorizados por una institución museal.

La autenticidad constructiva, por otro lado, es el resultado de una construcción social y no es medible. Aunque ciertas cosas no son inherentemente auténticas se les atribuye una autenticidad constructiva por creencias, poderes o ciertas perspectivas. En este caso, la autenticidad es cuestión de negociaciones y depende del contexto y de ideologías. Sueños, imágenes estereotipadas o expectativas influyen aquí en la noción de la autenticidad (Wang, 1999: 351). Wang subraya que la autenticidad objetiva y constructiva siempre se vinculan con el objeto (*authenticity of toured objects*), mientras su modelo alternativo de la autenticidad existencial se refiere a la autenticidad de la experiencia (*authenticity of experiences*) (Wang, 1999: 351).

El autor se enfoca aquí en los sentimientos de los turistas. El turista en esos momentos a menudo piensa que él mismo es más auténtico al participar de actividades no-ordinarias que en su cotidianidad.

A diferencia de las autenticidades tanto objetivas como constructivas (o simbólicas) que implican en qué grado los objetos visitados son auténticos, la experiencia existencial involucra los sentimientos intersubjetivos y personales que fueron activados por el proceso liminal de las actividades turísticas. En estas experiencias liminales, las personas sienten que ellas mismas son mucho más auténticas y más libremente auto-representadas que en la vida cotidiana; pero no porque los objetos visitados son auténticos, sino simplemente porque se están empeñando en actividades no-ordinarias y libres de las coacciones diarias<sup>21</sup> (Wang, 1999: 351/2).

---

<sup>20</sup> [...] products of tourism such as works of art, festivals, rituals, cuisine, dress, housing, and so on are usually described as “authentic” or “inauthentic” in terms of the criterion of whether they are made or enacted “by local people according to custom or tradition” (Wang, 1999: 350).

<sup>21</sup> Unlike both objective and constructive (or symbolic) authenticities which involve whether and how the toured objects are authentic, existential experience involves personal or intersubjective feelings activated by the liminal process of tourist activities. In such a liminal experience, people feel they themselves are much more authentic and more freely self-expressed than in everyday life, not because they find the

En su nuevo libro *The ethics of sightseeing*, MacCannell (2011) hace un último giro hacia un análisis psicoanalítico. Según él, el turismo nos permite escapar nuestras propias sublimaciones para poder convertirnos en voyeurs de las sublimaciones de otros. “Psicoanalíticamente, el turista cambia al campo de las sublimaciones del ‘otro’ y experimenta estas como un alivio de la propia sublimación”<sup>22</sup> (MacCannell, 2012: 185). El autor indaga en las separaciones entre el turista y el ‘otro’, donde encontramos “primero: una línea invisible de diferencias normativas preservadas debido a los distintos preceptos morales de ambos lados de la línea que separa el turista y el ‘otro’; segundo: la ética; y tercero: construcciones simbólicas y mediadoras que proveen un marco para versiones de fantasía del ‘otro’ para los turistas y viceversa” (MacCannell, 2012: 184).

El turismo comunitario de Yunguilla enfatiza en los sentimientos durante la experiencia turística: “Conozca la comunidad de Yunguilla y sus proyectos comunitarios, teniendo una convivencia directa con la gente de la localidad” o “Conozca cómo funciona un proyecto de turismo comunitario, compartiendo la forma de vida de la gente de la comunidad”, son dos esloganes que intentan atraer el turista no institucionalizado. He aquí un dilema. Se encuentra profundamente arraigado en la filosofía de los aventureros la creencia de que el turismo común es la antítesis de la autenticidad e intrínsecamente incompatible con una vivencia verdadera (Del Campo Tejedor, 2009: 42). Por otro lado, el turismo comunitario se estableció como una estrategia del desarrollo económico y una fuente alternativa de ingreso para las comunidades, lo que no corresponde al deseo del aventurero de que su relación se base en un intercambio monetario. Normalmente, trata de evitar el contacto con los turistas comunes para no caer dentro de sus rutinas y busca una posición privilegiada, solitaria y no basada en relaciones económicas. ¿Acaso el turista alternativo no puede experimentar la vida auténtica solo porque el anfitrión recibe una remuneración de sus servicios?

---

toured objects are authentic but simply because they are engaging in nonordinary activities, free from the constraints of the daily (Wang, 1999: 351/2).

<sup>22</sup> Psychoanalytically, the tourist crosses over on to the field of the other’s sublimation and experiences it as relief from her own (MacCannell, 2012: 185).

## Estado del arte

Las investigaciones sobre el proyecto del ecoturismo comunitario en Yunguilla se limitan al tema de la naturaleza y del bosque nublado que se encuentra en esa región<sup>23</sup> y no tienen relevancia para la interacción entre huésped y anfitrión. Un ensayo sobre el proyecto de desarrollo en Yunguilla de Burbano Tzonkowa (2009) se enfoca solamente en las cuestiones del desarrollo y de los estudios socioambientales. Una excepción en el caso de Ecuador es la tesis *El encuentro Turista-Anfitrión, desde una perspectiva intercultural, y su incidencia en el desarrollo del turismo comunitario*, de Santafé Troncoso (2012), que enfatiza en la comunicación, basándose en el trabajo de Del Campo Tejedor (2009). Otras investigaciones que también se refieren al tema del turismo comunitario en Ecuador se concentran más en el ámbito económico (Farfán y Lucía, 2007), jurídico (Estrella, 2007) o histórico (Solís, 2007). La compilación *Turismo Comunitario en Ecuador*, de Ballesteros y Solís (2007) se enfoca en el desarrollo y la sostenibilidad social y apenas en las relaciones sociales entre anfitrión y visitante.

Una excepción son los estudios de Alberto Del Campo Tejedor (2007 y 2009) sobre el tema de la autenticidad en el turismo comunitario de Huertas, en la provincia de Azuay y en Aguas Blancas, Ecuador. Hace un profundo análisis sobre las expectativas de los turistas, el asunto de la autenticidad, el folklore y el rol de los anfitriones en las representaciones de su propia comunidad. El autor pone en duda el concepto de una autenticidad fija e inmóvil que tiene sus raíces en el museo como institución; rechaza la valoración de lo auténtico en clave de lo tradicional, puro e indígena, como contrapuesto a lo moderno, lo híbrido y lo mestizo (2009: 65). Cuando la tradición se vincula con lo antiguo, el exotismo con lo indígena, la pureza con lo original y la verdad con lo sincero (Del Campo Tejedor, 2009: 86), la autenticidad se convierte en un anclaje de roles estereotipados que no permiten a la comunidad la participación en la vida moderna. En lugar de estas vertientes, Del Campo Tejedor propone una autenticidad en un sentido de *lo propio o lo natural y lo cotidiano*.

---

<sup>23</sup> Para estudios sobre el bosque nublado en la región véase *El bosque nublado Yunguilla* de Rivadeneira (2004) o *Cambios en la cobertura vegetal del bosque montano de los Andes occidentales*, de Benavides Gutiérrez (2010)

Si la emoción es el resultado y la demostración de que la interrelación es sincera, “lo propio” constituye el punto de arranque de muchos de los actores que son percibidos como verdaderos y que suscitan la emoción. Es más útil considerar lo auténtico en términos de “lo propio”, que de “lo tradicional”, “lo exótico” o “lo puro”. Lo propio no es exactamente el marcador de identificación y de diferenciación que el grupo elige en un proceso de construcción del “nosotros”. Es más bien lo que se asume como “natural”, como perteneciente a la vida íntima de un individuo y un grupo, aunque no necesariamente me distinga de los otros, que también pueden compartir estas prácticas, usos, objetos, ideas. “Lo propio” generalmente coincide con “lo cotidiano” o, al menos, con lo vivido reiteradamente (Del Campo Tejedor, 2009: 100).

En su estudio, el autor encuentra en las danzas de Azuay permanentes cambios y nuevos inventos de temas y de los pasos, que no tienen mucho que ver con los que realizaron sus antepasados. De tal manera, no se trata de danzas tradicionales en un sentido estricto, ni de recreaciones de danzas muertas, sino de formas innovadoras dentro de una tradición que como “performance cultural” (Del Campo Tejedor, 2009: 63) invitan a discutir en la comunidad y que sirven además para el goce de los turistas, pero que no dejan de ser muestra de la resistencia y el rol activo del anfitrión.

Del Campo Tejedor muestra que, en general, el turista llega al Ecuador en busca del paraíso perdido con el buen salvaje todavía fuertemente vinculado con la madre naturaleza (la *pachamama*). El visitante espera encontrar un ecosistema limpio y salvaje, sin rasgos de la industria moderna o de las tendencias actuales. Los turistas quieren encontrar al ser humano puro y prístino en una relación casi mística con la naturaleza. Para mantener esta imagen, las comunidades se encuentran en el dilema de quedarse en el tiempo y performar una autenticidad rígida que normalmente cambia permanentemente.

Por eso, el autor propone alejarse de la noción de la autenticidad objetiva que se creó en el ámbito museístico. En su opinión, la realidad turística debería ser vista con los ojos de una autenticidad constructiva y existencial que otorga al anfitrión también un derecho de autoría y resistencia. La interacción entre el huésped y el habitante del pueblo construye nuevas realidades, aunque sean turísticas. Cuando el anfitrión vive bajo la permanente influencia del préstamo de servicios turísticos, su cotidianidad cambia también. Nuevas costumbres – aunque sean ‘importadas’ para atraer a los turistas – se convierten en una parte de la vida cotidiana y de este modo en una nueva

autenticidad construida. Así, danzas, rituales o la exhibición de técnicas de producción agraria no necesariamente se reducen a meros espectáculos para el turista, a pesar de que se hayan instalado en la comunidad debido al turismo. A lo largo del tiempo han ganado su lugar fijo y fungen como factores integradores y creadores de una identidad comunitaria.

Del Campo Tejedor se dedica al análisis de una comunidad mestiza (2007: 219) que reactiva sus tradiciones a través de danzas folclóricas. En el caso de Yunguilla, la atracción para el turista es la cercanía a la naturaleza y el proyecto del desarrollo por el cual surgió el turismo – una suerte de círculo vicioso posmoderno y autorreferencial. Muchos trabajos que se tratan sobre la interacción y la autenticidad se basan en la observación de representaciones ‘exóticas’ (Del Campo Tejedor, 2007 y 2009; Chaparo, 2008). Los anfitriones en Yunguilla aparentemente prescinden de actividades de tal índole, por lo que se hace necesario este estudio sobre las escenificaciones más sutiles en una comunidad rural mestiza.

El *voluntourism*, una intersección de los términos voluntario (*volunteering*) y turismo (*tourism*), tampoco ha merecido especial atención de investigaciones y estudios en Ecuador. Sin embargo, en otros países, esta combinación del altruismo con el concepto de viajar ha sido tratada en la literatura. Ooi y Laing (2010) encuentran en el caso de Australia semejanzas de la motivación de los mochileros y voluntarios y muestran las implicaciones para la industria turística. Wymer, Self y Findley (2010) indagan la conexión entre la búsqueda del turista de sensaciones con el mercado del *voluntourism* y Koletth (2014) describe, como una voluntaria más en Camboya, sus fascinaciones por el ‘turismo negro’ (‘dark tourism’) en los campos de los Khmer rojos. Zavitz y Butz (2011), por otro lado, muestran críticamente que este tipo de turismo alternativo en Costa Rica “no cuestiona los fundamentos del turismo contemporáneo y de la globalización capitalista” (2011: 412) sino se subordina completamente al turismo en lugar de contribuir al desarrollo social, la sustentabilidad medioambiental o el entendimiento transcultural.

El voluntario que se queda mucho más tiempo en la comunidad permitirá entender mejor en este trabajo las reglas del juego performático, que se despliega entre los anfitriones de Yunguilla y los turistas extranjeros. Como veremos, son

especialmente ellos quienes intentan encontrar la vida auténtica en el pueblo a través de prestar su fuerza laboral. Ellos pagan su estancia, trabajan además en proyectos de reforestación, en las fábricas o huertos orgánicos para ayudar a la comunidad y prescinden del lujo, viviendo en habitaciones mucho más rústicas que los turistas de estancia breve.

A través de una comparación de los dos tipos de turistas que visitan Yunguilla puedo definir mejor cómo se expresa lo performático en el pueblo y cómo cambian las estrategias y escenificaciones respecto a las diversas expectativas de los diferentes tipos de turistas. El turista no siempre se mostrará convencido por el *performance* y seguirá buscando el *backstage* maccanneliano<sup>24</sup>, mientras el anfitrión se retira cada vez más a un espacio privado disminuido. De tal manera se crea una suerte de juego de escondite que interesa para un estudio antropológico:

Se hacen necesarias [...] etnografías de la experiencia turística comunitaria que focalicen su atención en las vivencias de los visitantes en su particular relación con los nativos, tomando en consideración que unos y otros interactúan con un bagaje de imágenes, sueños, experiencias y hábitos que inciden en su consideración de qué es y qué no es “auténtico” (Del Campo Tejedor, 2009: 46).

Con frecuencia los textos sobre el proyecto de desarrollo omiten el relato de la vivencia de los visitantes. Se tratan de la socio-ecología, el medio ambiente y su posible protección a través del proyecto del turismo comunitario. Mientras se reflexiona sobre las oportunidades para las comunidades, se pierde a menudo de vista la interrelación entre anfitrión y visitante –un punto de alta importancia en este proyecto, porque podría revelar cuán apto es el turismo comunitario para superar las fronteras culturales, comprender al otro y sobrellevar los “recelos mutuos” (Fuller, 2009: 64).

Pero, ¿cómo se puede investigar la vivencia y esta interrelación de los viajeros en un proyecto del turismo comunitario? ¿No cambiará la presencia de un antropólogo, con una cámara y un cuaderno de notas en el campo, el comportamiento de los actores?

---

<sup>24</sup> Dean MacCannell distingue en el turismo entre una zona de *Frontstage* y *Backstage* (MacCannell, 1999). La entrada al último es la motivación de cada turista que busca lo auténtico y novedoso.

## Metodología y evidencia

Según Ragin (2007), las evidencias o pruebas no se limitan a encuestas telefónicas o cuestionarios. En esta investigación, es imprescindible la observación de los gestos, comportamientos e interacciones de los actores sociales en el supuesto *performance*. Las filmaciones de las interacciones realizadas en el campo permitieron un análisis profundo de los gestos y del lenguaje corporal usado en los encuentros.

No obstante, Catherine Russel pone en duda esta capacidad analítica en su artículo sobre la motivación de las filmaciones de rituales con carácter extático y el caso de poseídos. Según ella, existe siempre un exceso, lo que produce algo que escapa de la representación y se queda fuera de los límites del saber visual:

El deseo de filmar posesión puede ser motivado por la idea de la subjetividad "en pantalla", dándole forma teatral, y aún es una escena de exceso que produce algo que inevitablemente escapa de la representación. La experiencia actual de la posesión permanece fuera de los límites del conocimiento visual y constituye una forma sutil de resistencia etnográfica: películas de posesiones no pueden, al final, representar una "realidad distinta" de la subjetividad del 'otro'. La posesión en sí misma es una forma de la representación que tal vez anhelan los realizadores, pero es también una *mise en abyme* de la representación con su contenido signifiante final siempre fuera del alcance. Me gustaría argumentar que el punto final de la semiosis de la posesión es la subjetividad del 'otro', por lo cual resiste a la representación cinematográfica junto con su ideología de la visibilidad<sup>25</sup> (Russel, 1999: 194).

Las preocupaciones de Russel se limitan a las representaciones de los poseídos en trance con su perfil específico. Sus dudas no necesariamente son aplicables para las representaciones guiadas por el intercambio económico, donde los *performances* suelen ser más calculados. Pensando en Margaret Mead, el realismo fotográfico sería capaz de capturar rasgos de una cultura que a menudo queda intraducible a las palabras escritas.

---

<sup>25</sup> Traducción propia. "The desire to film possession may be motivated by the idea of subjectivity "on display," given theatrical form, and yet it is also a scene of excess, producing something that inevitably escapes representation. The actual experience of possession remains outside the limits of visual knowledge and constitutes a subtle form of ethnographic resistance: films of possession cannot, in the end, represent the "other reality" of the other's subjectivity. Possession is itself a form of representation to which the filmmaker might aspire, but it is also a *mise en abyme* of representation, with its final signified content always beyond reach. I would like to argue that end point of the possession semiosis is the subjectivity of the Other, which thus resists cinematic representation along with its ideology of visibility" (Russel, 1999: 194).

Además, las formas empíricas de filmaciones y fotografías dan la posibilidad de re-analizar:

La fe de Mead en la etnografía visual fue fortalecida por dos suposiciones básicas. La primera, que el realismo fotográfico pudo captar el “ethos” de una cultura – aquellos “aspectos intangibles” que no podían ser fácilmente traducidos en un lenguaje escrito. La segunda, que mediante la reserva de las formas culturales en la forma empírica de la fotografía y la película, quedaban disponibles para un re-análisis futuro, dado el anticipado desarrollo de los métodos de las ciencias sociales<sup>26</sup> (Russel, 1999: 201).

Por otro lado, la cámara y su presencia en el trabajo de campo altera y cambia los sucesos, como también “las manadas de turistas”<sup>27</sup> (Sontag, 2005: 50). Jean Rouch, cineasta y antropólogo, estaba pendiente de este peligro y rechazó el acercamiento positivista y observacional que no interfería en la realidad:

En estas películas, Rouch encontraba una negación de lo que todos los etnógrafos tienen que aprender: las realidades son co-construidas y los significados siempre cambian con el contexto de la interpretación – de manera continua, reveladora y modificadora en muchos aspectos. Provocar, catalizar, dudar y filmar son estrategias simples para desencadenar un proceso revelador. Rouch insistía en que la presencia de una cámara, como la presencia de un etnógrafo, estimula, modifica, acelera, cataliza, abre una ventana (frases que él había usado durante los años)<sup>28</sup> (Feld, 2003: 16).

A lo largo de esta investigación he sido parte de los grupos de turistas, lo que hizo imposible una observación neutral como “una mosca en la pared” (Prins, 2004: 516). Mi presencia en medio del bosque nublado llamó mucho la atención. Tuve que responder a preguntas sobre mi trabajo y el hecho de haber emigrado de Europa, lo que interfirió considerablemente en la interacción entre el turista de estancia breve y el anfitrión ecuatoriano. A menudo hubo estancamientos en las conversaciones debido a la barrera

---

<sup>26</sup> Traducción propia. “Mead's faith in visual ethnography was bolstered by two basic assumptions. One was that photographic realism could capture the "ethos" of a culture – those "intangible aspects" not easily translated into a written language. The second was that by reserving cultural forms in the empirical form of photography and film, they would be available for future reanalysis, given the anticipated development of social science methods" (Russel, 1999: 201).

<sup>27</sup> “tourist hordes” (Sontag, 2005: 50).

<sup>28</sup> Traducción propia. “In these films, Rouch saw a denial of what all ethnographers are forced to learn: that realities are coconstructed and that meanings always change as contexts of interpretation change, continually revealed and modified in numerous ways. Provoking, catalyzing, questioning, and filming are simply strategies for unleashing that revealing process. Rouch insisted that the presence of the camera, like the presence of the ethnographer, stimulates, modifies, accelerates, catalyzes, opens a window (phrases he has used over the years)” (Feld, 2003: 16).

lingüística. Los anfitriones no hablan inglés o alemán y los turistas no saben español. En esos momentos ayudé con la traducción y modifiqué bastante el transcurso y el desarrollo de las conversaciones. Así, me convertí en un mediador y un actor más en este juego performático de turismo. Lipkau Henríquez hablaría aquí de una “observación participativa, la cual revela una tensión constante en el trabajo antropológico entre observación y participación (o provocación, de acuerdo con Rouch, por parte del etnógrafo) y de performance o actuación (un mostrarse) por parte del sujeto o los sujetos” (2009: 234). La influencia y modificación de los sucesos me ayudaron a entender cómo se estructuran las conversaciones, qué problemas principales existen en el intercambio de información cuando no están los guías con conocimiento del idioma y que los ‘recelos mutuos’ entre anfitrión y turista, de los cuales habla Fuller (2009: 64), no necesariamente se fundan en la cultura, sino en el idioma, el problema más grande del turismo comunitario en Ecuador.

Debido a la experiencia con foráneos, los anfitriones se acostumbraron a mi presencia rápidamente. Les propuse a ellos un video institucional y promocional del lugar a cambio de su aceptación de una investigación en su pueblo. Este video me ayudó a comprender cómo el pueblo quiere presentarse a sí mismo. Sin embargo, no pude deshacerme de mi faceta de turista. Semejante a ellos, con aspecto europeo, andaba con la cámara fotográfica, hacía preguntas y dejaba el pueblo para seguir mi rumbo fuera de la comunidad. Los anfitriones se mostraban muy amables y solícitos. Los entrevisté en sus casas, en sus trabajos de la Corporación Microempresarial Yunguilla, los filmé en sus interacciones con los turistas o los observé durante sus conversaciones entre sí. Sin embargo, siempre llegué a una línea invisible que no pude cruzar, debido a su timidez, parquedad y modestia. Por eso, me costó más trabajo escribir sobre la parte de los anfitriones, porque experimenté más cercanía y apertura con los turistas de mi propia ‘tribu’.

A ellos les pedí los videos caseros y el material fotográfico para analizar cómo perciben el lugar y la gente de Yunguilla y qué diferencias hay entre la mirada de un voluntario y un turista de estancia breve. Esta comparación permitió un mejor entendimiento de un supuesto cambio de los actos performáticos a lo largo de tiempo y la descomposición parcial de los *Frontstages* y *Backstages* maccannellianos. Suponía

que el trato diferente de los voluntarios a los anfitriones se reflejaría en las fotografías hechas en Yunguilla, que servían como indicador de la cercanía o lejanía entre turista y anfitrión.

Para trabajar con este método era importante que los turistas no hicieron ninguna pre-selección de sus imágenes tomadas. Me entregaron todas las fotos de su estancia en Yunguilla a través del internet: desenfocadas y borrosas, sub- y sobreexpuestas, imágenes que me iban a revelar su intención y su interés en un momento dado. De tal manera pude comprobar qué tipo de recuerdo querían llevarse los turistas y los voluntarios a sus hogares. Estas imágenes a menudo se transforman durante sus estancias. Un voluntario que se queda tres meses en la comunidad, cambia sus relaciones con las personas y altera su mirada a su entorno de igual manera. Suponía que sus fotos darían información sobre este cambio en cuanto a la naturaleza de sus relaciones sociales.

Como extranjero del llamado ‘Primer Mundo’ pude usar el método de la observación participante, de la cual formo parte, junto con el grupo de mi estudio. En entrevistas con los actores sociales de ambos lados pretendí entender sus expectativas, sus deseos, sus objetivos y fines. No obstante, el método de la entrevista marca “una forma de discurso jerárquico que se deriva de la distribución desigual del poder, como ocurre con la confesión y el interrogatorio” (Nichols, 1997: 82). Debido al impacto de la presencia de una cámara, era muy probable que la gente no se mostrara abierta, por lo cual apenas usé el método de entrevistas filmadas. Las personas se mostraron más relajadas y abiertas cuando solamente grababa las conversaciones en audio. Para proteger la privacidad de algunos entrevistados, uso seudónimos.

Las filmaciones, la observación participante, la recolección de fotos y su análisis y las entrevistas con los participantes me ayudaron a comprender la situación del ecoturismo comunitario en Yunguilla. A la vez, pude experimentar que el antropólogo visual en el campo no puede ser invisible y siempre será parte de los acontecimientos, pues influye y modifica, juzga, opina y crea finalmente una imagen altamente subjetiva. Tenemos nuestra cultura, nuestros prejuicios y mitos (Del Campo Tejedor, 2007: 219), que son el bagaje ideológico que tienen en común el antropólogo y el turista.

## **Conclusión**

En este capítulo he mostrado que el campo del turismo como un fenómeno social está estrechamente relacionado con la autenticidad. Se puede partir de la idea de que la vida social se separa en *frontstages* y *backstages*, aunque esta teoría corre el riesgo de crear una dicotomía rígida con insalvables contradicciones. Sin embargo, es útil, considerar las presentaciones en Yunguilla como una suerte de *performances* y actuaciones que requieren un espacio separado para la preparación y el descanso y por otro lado los lugares de la presentación. Veremos en el segundo capítulo el hecho de que se trata de presentaciones y construcciones referentes a la historia.

## **CAPÍTULO II**

### **YUNGUILLA Y SU CULTURA EN EL TRANSCURSO DEL TIEMPO**

En el capítulo I hemos visto que el turismo está estrechamente relacionado con una idea de autenticidad de la experiencia en el viaje. A pesar de que esta autenticidad pueda ser comprendida como fija o más flexible, siempre está relacionada con la historia oral o escrita. Para hacer más comprensible y atractiva la crónica para el turista, se la puede forjar consciente o inconscientemente, según el modelo de una dramaturgia.

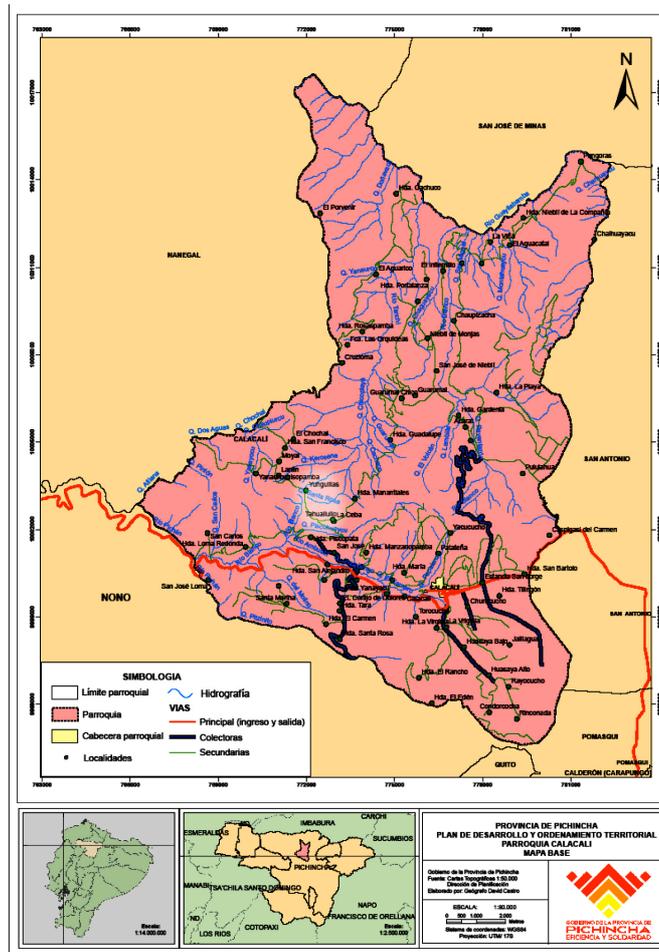
En este capítulo presento a Yunguilla y describo este pueblo en un contexto geográfico y medioambiental para indicar las atracciones turísticas principales. Después hago el recorrido histórico que se hace con cada visitante y señalo cómo el proyecto de turismo llegó a la región, cómo se desarrolló y qué carácter tiene hoy en día. Muestro que el énfasis en ciertos acontecimientos y el desvío de otros, crea una suerte de drama que ayuda a convertir la historia en algo lógico y sintético, lo cual me permite analizar qué es lo que los yunguillenses y la literatura consideran auténtico en esta comunidad y cómo se expresa la forma de vida que los comuneros quieren compartir con el turista.<sup>29</sup>

#### **Ubicación geográfica y condiciones climáticas**

La comunidad de Yunguilla está ubicada en el noreste de la provincia de Pichincha en el Distrito Metropolitano de Quito y forma parte de la administración zonal La Delicia, en la parroquia rural de Calacalí. La zona, de casi 3.000 hectáreas, está ubicada a una altura entre los 1.572 y los 3.154 metros sobre el nivel del mar (Fundación Jatun Sacha, 2013: 5) y se caracteriza por su variedad de montañas y valles. En vecindad con la Mitad del Mundo y el volcán Pululahua con sus paisajes secos, Yunguilla se destaca por su naturaleza verde y el bosque nublado que está atravesado por los ríos Umachaca y Santa Rosa, que luego desembocan en el río Guayllabamba. En el bosque nublado existen alrededor de 350 especies de aves y 2.000 especies de plantas vasculares (Alvear y Del Salto, 2002: 9)

---

<sup>29</sup> El objetivo de la visita ofrecida en internet o en los volantes es: “Conocer cómo funciona un proyecto de turismo comunitario, compartiendo la forma de vida de la gente de la comunidad.”



Gráfica 1: Mapa de la parroquia Calacalí. Fuente: Parroquia Calacalí, 2012: 31.

En el territorio se presentan tres tipos de clima diferentes: El Ecuatorial Mesotérmico Húmedo, el Ecuatorial Mesotérmico Semihúmedo y el Ecuatorial Frío Húmedo. La temperatura promedio oscila de 8 a 12 °C y la precipitación de 500 a 2.000 mm anuales (Fundación Jatun Sacha, 2013: 5). Mientras en las horas de la mañana predomina el sol en un cielo despejado, alrededor del mediodía se acercan las nubes que rodean las montañas con la típica neblina de las tardes.

La comunidad está situada muy cerca de la ciudad de Quito y los turistas tienen un fácil y rápido acceso a los servicios turísticos. Un viaje desde el centro histórico de Quito hasta el pueblo apenas dura dos horas en transporte público y en buses o autos privados se realiza en la mitad del tiempo. El camino hacia Yunguilla muestra las partes de una ciudad desbordante e incontrolable con pueblos como Pomasqui o San Antonio

de Pichincha, que hoy en día parecen partes integrales de la ciudad. Puestos de ventas de flores siguen a ladrilleras polvorosas y casas informales con techos de zinc que contrastan con las nuevas y lujosas construcciones de conjuntos de viviendas que proclaman el inminente fin de la ruralidad de los otros pueblos en el trayecto hacia Calacalí y Yunguilla. Debido a las transformaciones y el crecimiento rápido de Quito, se declaró en el año 2011 a la zona de Yunguilla área de conservación y uso sustentable dentro del sistema de áreas protegidas del Distrito Metropolitano de Quito, lo que significa que queda prohibida la urbanización de la comunidad para conservar y rehabilitar uno de los últimos e importantes remanentes de vegetación natural en el noroccidente del DMQ (Fundación Jatun Sacha, 2013: 17).

En el territorio de Yunguilla habitan 62 familias, conformadas cada una por cinco miembros en promedio, según el registro realizado en el año 2007 (Fundación Jatun Sacha, 2013: 34). A lo largo del camino principal se encuentran la mayoría de las viviendas y en la entrada a la comunidad existe una barrera permanentemente vigilada por un comunero. La electricidad llegó a inicios de 1990 y con ella los aparatos electrónicos como televisores, ordenadores o radios hicieron paulatinamente su entrada y cambiaron el paisaje sonoro (Guillermo Collaguazo, 2014, entrevista). No obstante, todavía se goza de un silencio y una tranquilidad relajante en el pueblo.

No existen teléfonos convencionales, pero se usa la red de móviles para la comunicación con el exterior, especialmente para planificar la llegada de nuevos grupos de turistas o para la comunicación con los hijos emigrantes que se fueron de la zona en busca de una mejor educación, de trabajo o la vida urbana. Especialmente a partir de la década de 1990, el fenómeno de la migración hacia Quito causó una caída en la curva demográfica en la región. Con la llegada del turismo y el surgimiento de nuevos trabajos logísticos se amortiguó el movimiento migratorio. Sin embargo, todavía salen muchos jóvenes para ir al colegio en otras ciudades o a las universidades en la capital (Galindo Parra, 2014, entrevista).

En Yunguilla solamente existe una escuela básica con un docente que a veces cuenta con voluntarios que enseñan a los estudiantes inglés o educación ambiental. El nivel educativo que predomina en la comunidad es el primario, que se evidencia especialmente en las personas adultas; sin embargo, actualmente, la mayoría de los

padres reconocen el valor de la educación y han llevado a sus hijos a la escuela y muchos al colegio a distancia Monseñor Leonidas Proaño (Benavides, 2010: 45).

Tradicionalmente los yunguillenses se dedicaron a la agricultura, hasta la llegada de las ONG, que observaron “una fuerte presión sobre el bosque nublado en la zona debido a la tala indiscriminada” (Bernardo Castro, 2014, entrevista). Con su intervención, se inició un proceso de cambio y desarrollo que culminó en la llegada de turistas. Pero Yunguilla ha recorrido varias épocas con impactos diferentes para la naturaleza y el ser humano.

### **Historia de Yunguilla**

Los guías locales en Yunguilla suelen dar una pequeña introducción a cada grupo turístico que visita el pueblo. Este discurso, con una duración de aproximadamente media hora, abarca tres etapas históricas: la época pre-incaica de los yumbos, una etapa de los primeros asentamientos y un período de la llegada del proyecto de desarrollo. Estas historias son hábilmente tejidas y se basan una en la otra, por lo cual se crea un discurso coherente, sintético y contundente. Este discurso tuvo su origen en la literatura académica que fue importada por las ONG en sus capacitaciones para el turismo, pero encontró a lo largo del tiempo modificaciones por la historia oral y las experiencias personales de cada uno de los guías. De tal manera, se mezclan las informaciones de la literatura con las impresiones, cuentos y experiencias de la población local en una historia dramatizada.

### **Época de los yumbos**

Hasta mediados del siglo XIX, el área de Calacalí estaba conformada por densos bosques que se extendían sobre el volcán Pululahua y las zonas que actualmente corresponden a las comunidades de Nieblí y Pelagallo (Fundación Jatun Sacha, 2013: 32). Estos bosques fueron atravesados por varios caminos, que se llaman históricamente *culuncos* - vestigios de las vías que conectaban diferentes regiones, subregiones y

paisajes geográficos habitados por pueblos de muy diverso origen étnico y grado de desarrollo socio cultural (Almeida, 2006). Uno de ellos fue la tribu de los yumbos<sup>30</sup>.

Los yumbos estaban organizados en una serie de cacicazgos en el bosque tropical, vivían en pueblos dispersos en chozas de caña de guadúa y hojas y mantenían un comercio muy importante con los señoríos de la sierra circunquiteña (Lippi y Gudiño, 2010: 625). Aprovecharon los pasos naturales en las bocas de montaña que formaban los ríos como el Guayllabamba para vincularse desde su área sub-tropical ofreciendo productos exóticos (Ortiz, 2006: 128). En trueques con las poblaciones serranas intercambiaron productos de lujo con maíz, yuca, ají, camotes, maní, coca, miel, plátano, aguacates, piña, naranjas, guayabas, algodón, caucho, hierbas curativas, oro, sal y muchos animales de caza que trajeron de la costa (Salomon, 1997: 17-19).

Los yumbos aparecieron en el Período Tardío, alrededor de 1000 d. C. y hablaban un idioma ya desaparecido de la familia barbacoa (Lippi y Gudiño, 2010: 625). Otras fuentes suponen que el idioma pre-incaico de los yumbos puede ser de origen chibcha (Sarmiento, 1995: 19). De todos modos no hablaban quichua, sino un idioma semejante a la lengua prequichua, ‘materna’, que se siguió utilizando en las cercanías de Quito hasta el siglo XVII (Salomon, 1997: 53 y 79).

Eran personajes exóticos y cotidianos a la vez, porque visitaban permanentemente los mercados de Quito y los pueblos vecinos para trocar productos, pero hicieron gala de su ‘otredad’ al practicar el chamanismo (Salomon, 1997: 12). El centro principal de los yumbos septentrionales era Gualea, cerca de Tulipe (Salomon, 1997: 22) y sus asentamientos más cercanos a la región de Yungilla eran Nanegal, Nanegalito y Palmitopamba, un pueblo que últimamente fue escenario de intensas excavaciones arqueológicas descritas por Lippi y Gudiño (2010). A pesar de que los serranos con cierta regularidad se casaban con mujeres yumbo para reforzar los lazos de intercambio (Salomon, 1997: 19), no podemos suponer que los yunguillenses fueran directos descendientes de la tribu yumbo. Mientras Salomon encuentra el último “cacique yumbo” en Nanegal, donde vivió hasta el inicio del siglo XX (1997: 116),

---

<sup>30</sup> Salomon define ‘tribu’ como una comunidad de una red delimitada, vinculada por lazos políticos y sociales, con la misma lengua, ideología y cultura material y económicamente autónoma y encuentra que el perfil sociológico de los yumbos cabe dentro de esta definición (Salomon, 1997: 11).

Lippi considera a los tsáchilas (Colorados) de Sto. Domingo de los Tsáchilas como descendientes directos de los yumbos (2010: 625).

Si analizamos los nombres de los asentamientos de la región que tienen raíces yumbas, quichuas y españolas, encontramos además que el término ‘Yunguilla’ no proviene de palabras yumbas, como por ejemplo ‘Tulambi’ o ‘Alambi’, sino de la palabra quichua ‘Yunga’, que se traduce como ‘pequeño lugar caliente de las montañas’<sup>31</sup> (Sarmiento, 1995: 20), o ‘valle caliente’, debido a su ubicación en un punto geográfico donde chocan las corrientes frías y calientes de aire (Galindo Parra, 2014, entrevista). La finca Tahuallullo, que tiene mucha importancia para el turismo de la comunidad, también proviene de una palabra quichua que significa ‘Tahua’ (árbol de tahua) y ‘llullo’ (tierna), es decir palma tierna (Herrera, 2013: 46). El uso de quichua para estos lugares indica que no se trata de asentamientos yumbos originarios.

A pesar de que los yunguillenses no son descendientes de esta cultura antigua, en la literatura (Salomon, 1997: 19-21; Ortiz, 2006: 128-142; Almeida, 2006) se habla de los caminos *culuncos* que atraviesan la zona de Yunguilla y que mantenían su importancia hasta los fines del siglo XX para el contrabando de aguardiente y la extracción de madera. Hoy en día, estos senderos representan la mayor atracción turística de la región y fueron una de las motivaciones principales de la ONG Maquipucuna para incentivar el proyecto de turismo que conecta la Reserva Maquipucuna con Yunguilla a través de los *culuncos*. Ortiz identifica la conexión Calacalí - Yunguilla (2006: 128) como un camino yumbo y Salomon muestra fuentes de los años 1563 y 1566 que relatan de los linderos cerca de Calacalí (1997: 20/21) que servían a este tribu para trocar sus mercancías.

Se trató pues de un espacio comunicado, mediante una red de caminos que vinculó tolas, conjuntos habitacionales, centros ceremoniales y zonas de cultivo. En efecto, se puede decir que los *culuncos* dinamizaron el accionar de los pobladores yumbo, comprendidos los aspectos económicos, comerciales y culturales, de manera interna y externa (Ortiz, 2006: 131/2).

Aunque los yunguillenses tampoco se consideran como descendientes directos de los yumbos, se puede encontrar ciertos lazos fuertes entre la cultura yumba y el modo de

---

<sup>31</sup> “The little warm place of the mountains” (Sarmiento, 1995: 20)

vida de los aldeanos de Yunguilla. Se presentan semejanzas cuando Salomon menciona que los yumbos en el siglo XVII se dedicaron a la extracción de madera que intercambiaron con los habitantes de San Roque (1997: 83) – un mercado que hasta los años setenta del siglo XX también tenía una gran importancia para el mayordomo de la hacienda Yunguilla, que vendía cada sábado en este mismo lugar los productos agrícolas (Guillermo Collaguazo, 2014, entrevista). Además, la práctica de la extracción de madera en la región se observa hasta los años noventa del siglo pasado y fue la fuente de ingresos de la mayoría de los habitantes del barrio.

También la descripción de los asentamientos yumbos como casas dispersas recuerda las descripciones de mi informante Galindo Parra respecto a la estructura del pueblo antes de la construcción de la escuela básica Miguel de Santiago, en el año 1951. Según él, el barrio se formó paulatinamente debido al efecto de imán creado por la institución escolar, mientras antes las casas se encontraban diseminadas en las diferentes montañas, pero en línea recta de visibilidad (Galindo Parra, 2014, entrevista). Salomon describe los asentamientos yumbos de igual manera:

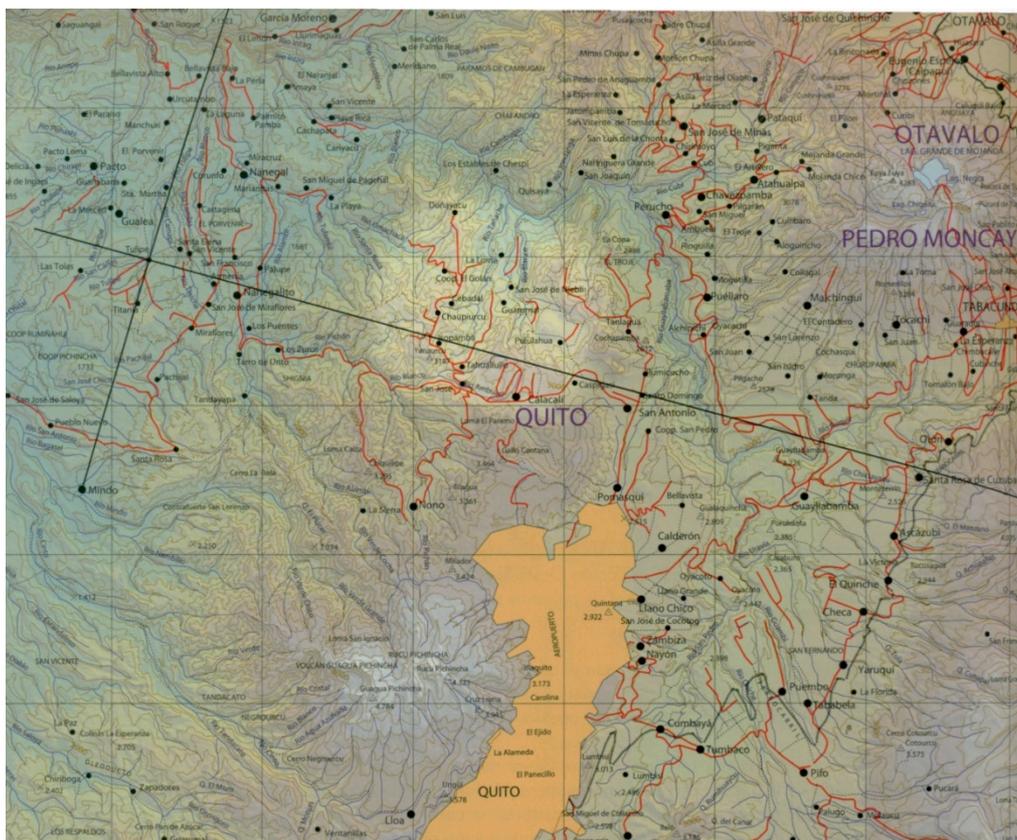
[...] se declara repetidamente que las casas yumbas normalmente fueron construidas a cierta distancia una de otra. No fueron mutuamente visibles, pero sí fueron suficientemente cercanos como para formar ‘pueblos’. Los yumbos pasaban la mayor parte del tiempo fuera de sus "pueblos" (1997: 33).

Otro vínculo fuerte entre los yumbos, sus descendientes en Nanegal, Nanegalito o Palmitopamba y, por otro lado, los lugareños de Yunguilla era el tráfico de licores. Pasajes de crónicas del año 1726 ya mencionan la producción yumba del aguardiente (Salomon, 1997: 94). Durante los tiempos de la prohibición se transportaba el alcohol desde los trapiches hasta Calacalí y Quito por los *culuncos*. Las personas involucradas se llamaban “los arrieros” y eran principalmente de Yunguilla y Calacalí; cargaban el trago en tanques en la espalda o en animales como mulas, bueyes o caballos para ganar un sucre por litro en la venta ilegal (Alejandro Ayala, 2014, Luis Alfredo Guamaní, 2014 y Guillermo Collaguazo, 2014, entrevistas).

Los *culuncos*, que eran la red vial de comercio, entonces estuvieron en pleno funcionamiento antes, durante y después de los tiempos de la conquista y mantuvieron su importancia hasta la construcción de la vía colectora Quito-La Independencia (E28)

en el año 1992. Ella permitió el transporte del licor en cantidades mayores y ocasionó el fin del contrabando en Yunguilla.

La siguiente gráfica muestra las líneas y la red de caminos que vinculaban el centro religioso Tulipe con los otros sitios y pueblos antiguos.



Gráfica 2: Los caminos de los yumbos: Mapa que muestra los ceques (líneas) que vinculan a Tulipe con otros sitios y pueblos antiguos. Fuente: Ortiz, 2006: 142

Los guías en Yunguilla no profundizan en la historia de los yumbos, ya que no la consideran suya. Es una historia demasiado lejana de aquella contada en sus familias. Los anfitriones saben que no son sus descendientes directos, pero se apropian de los vestigios de aquellos para el propósito del turismo. En los recorridos históricos, los guías locales no mencionan que los yumbos ya hacían licores y extraían madera del bosque nublado. Así, la época yumba se convierte en un tiempo idealizado en el cual el ser humano aún vivía en armonía con la naturaleza. Este supuesto equilibrio se desestabilizó con los primeros asentamientos en la región.

## Época de la hacienda

La generación de los yunguillenses mayores tiene más recuerdos de una historia que se inicia con los primeros asentamientos en el área. No existe claridad sobre una fecha exacta en la que se inició el poblamiento. Los *culuncos* muestran que personas como los yumbos o sus descendientes atravesaron el territorio. No obstante, no se encuentran fuentes en la literatura que indiquen que había asentamientos en la región. Salomon comprobó que Nanegal y Nanegalito estuvieron poblados desde la época de los yumbos. En el caso de Palmitopamba, Lippi y Gudiño dicen:

No existió ninguna evidencia de una ocupación posterior en el sitio hasta el siglo XX cuando un par de colonos mestizos se asentaron sobre la meseta y crearon dos haciendas que luego fueron lotizadas y vendidas a otros moradores más recientes, fundando de esta manera el pueblo actual de Palmitopamba (Lippi y Gudiño, 2010: 636)

Esto puede ser un indicador de que también el área de Yunguilla, cerca de Palmitopamba, estuvo poblada a través de la colonización. Geovanna Robayo opina que este proceso se inició hace unos 100 años, pero no menciona fuentes que comprueben su hipótesis (2003: 50). Según Guillermo Collaguazo, que nació en el año 1942 en la Hacienda Pelagallo, el barrio Yunguilla fue habitado durante toda su vida. Sus abuelos y padres vivieron primero en el territorio de la Hacienda Pelagallo y se mudaron después al lugar que hoy conforma la aldea (Guillermo Collaguazo, 2014, entrevista). Matilde Sánchez, habitante del pueblo, que tiene ahora 55 años, se acuerda que su abuela es oriunda de Yunguilla, igual que los abuelos de su esposo. Suponiendo que los miembros de aquella generación tuvieran unos 35 a 45 años de edad cuando nacieron los informantes, se puede deducir que entre los años 1895 a 1905 ya había habitantes en la región.

Estos campesinos tenían propiedades pequeñas que se encontraron cerca de los latifundios Hacienda Yunguilla y Hacienda Pelagallo. La hacienda en América Latina fue una de las más importantes instituciones hasta mediados del siglo XX. Era la base del control económico y político de los terratenientes y hacendados. Era una unidad productiva y social que funcionó con base en la distinción entre el dominante representado por el terrateniente y el dependiente representado por los trabajadores campesinos asalariados y no asalariados (Torre, 1980: 64).

El hacendado era propietario de grandes extensiones de tierra con muchos trabajadores que estaban organizados en una estructura jerárquica de control social. Lucraba de los excedentes generados en el territorio de la hacienda y controlaba su territorio a través de empleados administrativos como el mayordomo, el escribiente o el mayoral, que actuaban en un segundo nivel de la jerarquía. Ellos organizaban los grandes grupos de los precaristas (o ‘los propios’) que trabajaban en la agricultura y que eran compensados con base en el intercambio. El terrateniente les permitía el uso de recursos naturales y de infraestructuras de su propiedad y recibió a cambio su fuerza laboral y los frutos del trabajo. Entre estos trabajadores también había una jerarquía social que dividió a los precaristas en huasipungueros, yanaperos y arrimados (López Sandoval, 2004: 59).

El antiguo mayordomo de la Hacienda Yunguilla, Guillermo Collaguazo, quien ahora vive en el barrio Yunguilla, muy cerca de la hacienda, a los 15 años de edad, empezó primero como peón de la hacienda, cuyo dueño se llamaba Gustavo García Bueno, y ascendió después. Su trabajo consistía en la organización y supervisión de los trabajadores y en la venta de productos como zanahorias, camote o fréjol, en Quito cada sábado. Según él, solo había dos huasipungos en la hacienda que, debido a su tamaño, no fue intervenida por la ley agraria en los años 1964 y 1973 (Guillermo Collaguazo, 2014, entrevista).

La otra hacienda de la región, Hacienda Pelagallo, cuyo propietario era el Dr. Estuardo María Cevallos Cruz, un médico y tío del dueño de la Hacienda Yunguilla, adquirió el latifundio el 21 de septiembre del año 1937, tenía 7.942 hectáreas e incluía las haciendas Cruz Loma y Rosaspamba (Rodny Garrido, 2014, entrevista). Estuardo Cevallos Cruz y Gustavo García Bueno eran familiares de Carlos García Chiriboga y formaban parte de los grupos patrimoniales Chiriboga y Fernández Salvador. Estos grupos se basaban en la organización familiar de la clase terrateniente y desempeñaban funciones en términos de la organización social, política y económica (Trujillo, 1988: 203).

Miembros de los grupos patrimoniales Fernández Salvador y Chiriboga tenían varios latifundios cerca de Calacalí. Carlos García Chiriboga, padre del dueño de la Hacienda Yunguilla, era terrateniente de la Hacienda Grande, cerca de Calacalí

(Guillermo Collaguazo, 2014, entrevista) y Leoncio Fernández Salvador, era el hacendado del predio Galpón, que se encuentra entre la Mitad del Mundo y Calacalí (Trujillo, 1988: 220). La familia Fernández Salvador estaba asentada en Quito desde el año 1770 y se instaló en América Latina con el funcionario de la Corona y el abogado Andrés Fernández Salvador, que había inmigrado desde España (Büschges, 2007: 211).

A lo largo de la historia cambiaron los terratenientes de las haciendas por herencia, compra-venta y arrendamiento (Torre, 1980: 62), pero especialmente por las dos Reformas Agrarias de los años 1964 y 1973. La primera se inició bajo el régimen de la Junta Militar<sup>32</sup> y prohibió las formas pre-capitalistas del trabajo como huasipungo, arrimaje o yanapero y repartió la tierra de los latifundios (López Sandoval, 2004: 66). Como resultado se creó un marco jurídico, pero las estructuras de la desigualdad social y el control de una clase dominante se preservaron<sup>33</sup> (López Sandoval, 2004: 67). Nueve años después, bajo la presidencia de Velasco Ibarra, se inició un nuevo proceso para eliminar las concentraciones de terrenos y la erradicación de pobreza en áreas rurales (López Sandoval, 2004: 68). Con la nueva ley era más fácil, iniciar juicios de reversiones y afectaciones para cumplir con la *función social* de la tierra (Rosero, 1988: 489). Para evitar el surgimiento de minifundios, se propició la transferencia de los pedazos de tierra a personas que eran organizadas en comunas, cooperativas o asociaciones (López Sandoval, 2004: 69).

También la Hacienda Pelagallo fue repartida a partir de 1970, acompañada por un juicio que encontró su fin en una resolución del Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización (Ierac) el 19 de abril de 1978. Toda la hacienda tenía que ser repartida en beneficio de los precaristas. Sin embargo, había muchos problemas burocráticos debido a la corrupción recurrente. Mucha gente tenía que pagar sobornos para obtener sus títulos<sup>34</sup> (Germán Collaguazo, 2014, entrevista). Algunos no lo hicieron y vivían de facto en su propiedad, sin tener un título legal.

---

<sup>32</sup> La Junta Militar de gobierno estaba en poder entre los años 1963 y 1966. Sus integrantes fueron Castro Jijón, Gándara Enríquez, Cabrera Sevilla y Freire Posso (Acosta, 2006: 348).

<sup>33</sup> “[...] the results of the first Ecuadorian Agrarian Reform of 1964, [...], changed the juridical framework of land tenure, but the structures of social inequity and political control of a dominant class were preserved” (López Sandoval, 2004: 67).

<sup>34</sup> Años después, los periódicos *Hoy* (2006) o *El Universo* (2010) informaron sobre algunos casos.

En los años 1990, el nieto del ex-terrateniente Estuardo Cevallos, Rodny Estuardo Garrido Cevallos, de oficio abogado, encontró que en muchos casos “no se perfeccionó la tradición” (Rodny Garrido, 2014, entrevista) y que algunos de los nuevos propietarios nunca obtuvieron sus títulos de propiedad. En el año 1990 regresó por la herencia a la Hacienda Pelagallo, lo que en el año 2001 fue verificado y fijado por el Municipio de Quito en una resolución. El tamaño de la hacienda disminuyó a 2.000 hectáreas, pero sigue siendo propiedad de la familia Cevallos (Rodny Garrido, 2014, entrevista).

El regreso de la familia de los terratenientes a Yunguilla y Pelagallo no fue bien visto en el pueblo y evocó sentimientos dispares. Algunos habitantes mayores sufrieron de maltrato físico bajo el régimen del Dr. Estuardo María Cevallos Cruz en Pelagallo (Germán Collaguazo, 2014, entrevista), mientras su nieto seguía alabando su bondad y generosidad<sup>35</sup>. Debido a las Reformas Agrarias, los campesinos de la región obtuvieron efectivamente sus parcelas, pero vivieron unos diez años después en inseguridad jurídica.

Otro propósito de las Reformas Agrarias de 1964 y de 1973 era la colonización dentro del Ecuador, especialmente en el Oriente, pero también en partes de la Sierra. Así, muchos habitantes originarios de Calacalí y San José de Minas, que realizaban actividades agrícolas y ganaderas en dicho sector, colonizaron la región después de 1964 (Mesías y Oliva, 2004). Además, llegaron familias del norte del país y de Loja (Guillermo Collaguazo, 2014, entrevista). Sin embargo, Benavides indica que ya antes de las reformas agrarias se observa el fenómeno de la colonización en la región.

En el área de estudio existen varios asentamientos originados por procesos de colonización que iniciaron en los años 1950 (Yunguilla, Santa Marianita, Tandaza, Nanegal y Nanegalito); es decir los registros indican que los asentamientos humanos estuvieron antes de la Reforma Agraria implementada en los años sesenta (Benavides, 2010: 14).

Como he mencionado antes, muchos de los habitantes originarios habían llegado incluso antes de 1950 y vivían en el territorio desde el fin del siglo XIX. La población que encontramos hoy en día en la región se forma entonces de unos pocos

---

<sup>35</sup> Rodny Garrido enfatiza en los estudios biológicos que encomendó su abuelo y la carretera que financió el hacendado (Rodny Garrido, 2014, entrevista).

huasipungueros y sus descendientes, de colonos de Calacalí, San José de Minas o Loja, que llegaron en busca de tierras para subsistir, y de unos pocos inmigrantes de otros pueblos cercanos que contrajeron matrimonio con habitantes de la región.

Se dedican a la ganadería y la agricultura de productos como papas, zanahorias blancas, maíz, fréjol, yuca, banano, caña de azúcar, oca, haba, melloco, naranjilla, tomate de árbol, morochillo, camote, morocho, cebada, hierba luisa y limón (Benavides, 2010: 42). Muchos yunguillenses además trabajaban como ‘arrieros’ y transportaban el aguardiente desde los antiguos asentamientos de los yumbos hasta Calacalí y Quito o talaban el bosque para crear espacios para la ganadería. Se vendía la madera como materia prima a muy bajo precio<sup>36</sup> o se producía carbón para abastecer a las ciudades de Quito y Calacalí. Se extraía aproximadamente entre 200 y 250 sacos de carbón por semana, lo que condujo a fuertes problemas ambientales como la contaminación de los ríos Umachaca y Santa Rosa y la deforestación de la región. Según la organización Probona (Programa de Bosques y Agroecosistemas Nativos Andinos), entre los años 1995 y 2000 cada familia talaba una hectárea al año. Con las aproximadamente 50 familias se perdían 50 hectáreas anualmente (Hay-Edie y Halverson, 2006: 49).

Los guías locales que cuentan la historia del pueblo enfatizan mucho en esta parte ‘oscura’ y desequilibrada de la crónica. Si seguimos pensando en una dramatización de la historia para los turistas, podemos encontrar una situación inicial estable en la época pre-incaica, en la cual la naturaleza supuestamente aún se encontraba intacta. Los guías no suelen mencionar que ya los yumbos extraían madera o hacían licores disgustando así a los curas<sup>37</sup>, sino ubican ‘el pecado’ en la época entre 1890 y 1995. Los seres humanos maltrataban (época de la hacienda), explotaban la naturaleza (tala indiscriminada del bosque nublado) y cometían infracciones (contrabando de licores). Pero, el salvador no se hizo esperar.

---

<sup>36</sup> Por un tablón de madera que hoy en día cuesta alrededor de 15 USD se pagaba 0,50 USD (convertidos de sucre) (Galindo Parro, 2014, Entrevista).

<sup>37</sup> “En 1787 el cura de Chilligallo, pueblo vecino de Quito, se quejó de que sus parroquianos indígenas hacían tantos y tan largos viajes a “los lugares calientes de los yumbos” donde hacían licores, que no solo se enfermaron de pestes tropicales, sino que se dejaron expuestos a la usurpación de sus terrenos por mestizos durante las ausencias” (Salomon, 1997: 108).

## **La llegada de las ONG a la región**

Durante el auge de la tala indiscriminada, en el año 1995, se inició una primera colaboración con el Programa de Bosques y Agroecosistemas Nativos Andinos (Probona) y la Fundación Maquipucuna que apoyaron a la comunidad Yunguilla con capital financiero, orientaciones, seguimientos y asesoramientos para detener las prácticas dañinas para el medio ambiente. Durante ocho años invirtieron aproximadamente 230.000 USD, realizaron diagnósticos socio-ambientales, cartografías y zonificaciones para comenzar, en primer lugar, la reforestación de la zona (Burbano, 2009: 64/5).

El dinero fue canalizado a través de la Fundación Maquipucuna, como ejecutora del proyecto. Esta organización fue fundada en 1988 por Rebeca Justicia y Rodrigo Ontaneda, una pareja ecuatoriana que consiguió fondos del Banco Mundial y de otras instituciones internacionales de desarrollo que facilitaron en 1989 la compra de un terreno de 3.000 hectáreas que se llama Reserva Maquipucuna, con el objetivo de proteger uno de los últimos remanentes de bosque nublado en el noroccidente ecuatoriano. Mediante adquisiciones posteriores de terrenos adyacentes la reserva aumentó su tamaño a aproximadamente 6.000 hectáreas (Pólit, 2010: 31/2).

Para evitar el aislamiento ecológico de la reserva frente a la creciente presión sobre el bosque por las comunidades vecinas como Yunguilla, la fundación Maquipucuna y Probona se acercaron a los lugareños en agosto de 1995 para convencerlos de comprometerse con un programa de conservación ambiental. Buscaron primero a los líderes de la comunidad para convocar una reunión de aproximadamente 60 personas y hacer una primera propuesta del proyecto que intentaba alejar los comuneros de las prácticas dañinas contra el medio ambiente y llevarlos a un modo de vida más consciente y armónico con la naturaleza. Hubo mucha resistencia y recelo debido a rumores de que las ONG eran extranjeras y querían solamente ampliar su terreno a costa de los habitantes (Bernardo Castro, 2014, entrevista)<sup>38</sup>. Sin embargo, se encontraron inicialmente 18 personas ('Los dieciocho locos') que dieron su aprobación.

---

<sup>38</sup> Se trata aquí de rumores que se basan en una práctica no muy lejos de la realidad: comprar el bosque para manejarlo directamente era una idea en boga entre algunas fundaciones conservacionistas de origen

En cambio, los lugareños esperaban ayuda en problemas como la falta de alcantarillado, construcción de una iglesia, de un colegio, de teléfonos convencionales o de agua potable; puntos relacionados con las necesidades básicas e insolubles para la fundación. Maquipucuna, por otro lado, propuso solucionar asuntos como los pastos débiles que no abastecen al ganado existente, la falta de leña, la escasez de agua y la erosión del suelo por el viento (Bernardo Castro, 2014, entrevista). No intentó convencer a los habitantes de dejar la tala del bosque abruptamente y prescindir de los ingresos económicos. La meta era crear a largo plazo una base económica que permitiera mantener intacto el sistema ecológico de la región.

En mingas, cada lunes, se instaló un vivero para las plantas forestales, para reforestar la región. Además, se plantaban también hortalizas que garantizaban un ingreso económico a corto plazo. Las verduras y frutas permitían el autoabastecimiento de las familias involucradas en el proyecto sin tener la necesidad de comprarlas en el mercado. Con el tiempo hubo más personas que siguieron el ejemplo, lo que les permitió vender verduras de origen ecológico a los miembros de la fundación Maquipucuna en los mercados de San Antonio y Calacalí (Bernardo Castro, 2014, entrevista).

Mientras los hombres en su mayoría se dedicaban a la reforestación, las mujeres cuidaban los huertos pequeños. Se crearon grupos de trabajo con una estructura jerárquica formada por un presidente, un vice-presidente y un tesorero. El grupo de mujeres se llamaba Mamapallo<sup>39</sup> y fue co-fundado y presidido por Matilde Sánchez en junio de 1997. El grupo se dedicó a la producción de mermeladas y de productos lácteos como yogurt y queso, dando un valor agregado a las frutas locales como la mora, la frutilla o el chigualcán,<sup>40</sup> que cosechaban en los pequeños huertos. Bajo la iniciativa de este grupo se creó también una tienda comunitaria para disminuir la salida de capital al exterior del pueblo. Abastecía a la comunidad con artículos de primera necesidad que los habitantes compraban a crédito, pagadero cada fin de mes. Además, hoy en día, se venden allí a los turistas productos locales como quesos, mermeladas y artesanías.

---

privado, para quienes la gente era un “molesto rodeo en el camino hacia la conservación de la naturaleza” (Izko, 2004: 219).

<sup>39</sup> Mamapallo es el nombre de una montaña en el área.

<sup>40</sup> Chigualcán se conoce también bajo el nombre *Papayuelo* de la familia de las papayas.

Aunque la fundación no pagaba a los participantes por su trabajo, apoyaba económicamente a un promotor. Era el líder local José Antonio Collaguazo, quien aún vive en la comunidad, pero actualmente no cumple con una función elemental para el turismo comunitario (Rebeca Justicia, 2014, entrevista). Con el tiempo y el involucramiento de más personas en otras tareas se pagaba a promotores adicionales como Iván Oña o Matilde Sánchez.

Desde el año 1995 entonces, Probona y la fundación Maquipucuna incentivaron diferentes programas para buscar una salida a las prácticas dañinas para el medio ambiente. Dos años después surgió la idea del turismo en el área, que bajo ciertas condiciones desfavorables puede ejercer una fuerte presión sobre la naturaleza. Por eso, es importante para el funcionamiento del modelo del ecoturismo tener varias alternativas de actividades económicas para generar ingresos sin depender exclusivamente de los inestables flujos de visitantes:

[...] es importante señalar que el ecoturismo no constituye una meta en sí mismo, ni es la panacea para solucionar los problemas ambientales; es más bien un motor inicial, un mecanismo impulsor y alternativo que contribuye a la conservación de un área mediante la promoción e incentivo de otras actividades productivas no deteriorantes, que permiten alcanzar un desarrollo sostenible: “mejorar la calidad de vida humana sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que la sustentan” (Azócar, 1995: 48).

Para sustituir la pérdida de los ingresos diarios generados por la venta de carbón y la extracción de madera se crearon, entonces, dentro de los primeros años diversos campos de actividades como los viveros, huertos orgánicos, fábricas de lácteos y mermeladas, un proyecto de piscicultura (que no perduró debido a la carencia de agua) y finalmente el turismo comunitario (Galindo Parra, 2014, entrevista). Esta diversificación era una de las garantías para el funcionamiento del proyecto.

### **La llegada del ecoturismo comunitario y su impacto en la comunidad**

Un diagnóstico socio-ambiental reveló la presencia de los *culuncos*, que conectaban la Reserva Maquipucuna con el área de Yunguilla, y que servían como una posible atracción turística para sustituir los ingresos por la tala del bosque. Este retorno y

enfoque al patrimonio de la comunidad es indispensable para el turismo en general. MacCannell hace constar que cualquier cosa es capaz de ser una atracción turística y solamente tiene que ser indicada y estimada como tal<sup>41</sup> (MacCannell, 1999: 192). Un primer voluntario externo de Holanda, Bert Witteveen, que trabajaba para la fundación Maquipucuna, propuso un proyecto de turismo que podría garantizar la sustentabilidad del proyecto de reforestación. El área seducía por su naturaleza, su comunidad y por los *culuncos* rescatados de los yumbos y fueron complementados por otros circuitos contruidos para poder ofrecer un turismo de aventura, estudiantil y voluntariado.

En el año 1996 la fundación Maquipucuna propuso a la comunidad el proyecto de turismo comunitario como una posible fuente adicional de ingresos para solventar su situación económica. En su reserva privada ya se instaló el ecoturismo, que consideraron como un campo de actividades especialmente para los jóvenes yunguillenses. Esta iniciativa supuso una diferencia de opiniones entre Probona y la fundación Maquipucuna. Xavier Izko, director de Probona desde 1993 hasta el 2002 no estuvo de acuerdo con la introducción del turismo en ese momento, pues lo consideraba como un objetivo institucional de la fundación Maquipucuna y no un objetivo nacido en la comunidad y lo tomó como una imposición (Rebeca Justicia, 2014, entrevista). Por otro lado, la fundación Maquipucuna opinó que había condiciones tan favorables que justificaban la introducción del turismo como forma de manejo de recursos naturales para tener ingresos sin destruir el bosque (Bernardo Castro, 2014, entrevista). Rodrigo Ontaneda, co-fundador de la organización Maquipucuna, justificó la instalación del turismo así:

[...] es una alternativa de aprovechamiento racional de los recursos naturales en las áreas donde la Fundación ejecuta proyectos. Además es potencialmente un mecanismo de financiamiento sustentable, tanto para la Fundación como para los pobladores locales, ya que aumenta el valor de las áreas cubiertas de bosque y disminuye la presión de tala sobre el mismo (Ontaneda, 1995: 256)

Los lugareños inicialmente rechazaron este concepto por pena y timidez ante la pobreza y la humildad de las casas. Dijeron que “nadie tiene que mirar la pobreza de uno” (Bernardo Castro, 2014, entrevista). Ningún yunguillense quería prestar su vivienda

---

<sup>41</sup> The point is that *anything* [...] is potentially an attraction. It simply awaits one person to take the trouble to point it out to another as something noteworthy, as worth seeing (MacCannell, 1999: 192).

para el alojamiento de los turistas. La fundación Maquipucuna “ayudó a motivar” (Bernardo Castro, 2014, entrevista) e intentó dispersar las objeciones y convencer a los habitantes de las oportunidades que proveía este proyecto. Matilde Sánchez alojó finalmente la primera voluntaria danesa, que fue una experiencia a la cual tenía mucho miedo. No conocía el idioma, no sabía qué y cómo hablar con ella y tenía pena de prestarle una cama en una casa en condiciones tan diferentes a las de las viviendas en Europa (Matilde Sánchez, 2014, entrevista). Después de esta experiencia, también otros habitantes ofrecieron sus servicios para tener ingresos adicionales.

La fundación Maquipucuna siguió en una jugada individual sin Probona, buscando fondos para el turismo comunitario en el área. En 1997 consiguieron dinero del Programa de Pequeñas Donaciones (PPD), un programa de las Naciones Unidas para el desarrollo, para edificar un restaurante, impartir cursos de cocina, la capacitación de guías turísticas que incluyeron la identificación de plantas y aves, cursos de primeros auxilios y la atención al turista. Los habitantes involucrados en el proyecto además invirtieron su propio dinero en la compra de la finca Tahuallullo, ubicada a un kilómetro de la aldea. Vendieron algunos de sus animales para tener el dinero para la adquisición. El terreno comprende 23 hectáreas, localizadas en el área de amortiguamiento de la reserva privada Maquipucuna (Hay-Edie y Halverson, 2006: 49) y funciona hoy en día como restaurante y alojamiento turístico, además de las casas familiares.

Se iniciaron diversos cursos e instrucciones para los interesados de la comunidad. En esta fase de capacitaciones bajo la dirección de Bernardo Castro y de una duración de más de medio año se formaron guías turísticos, administradores, cocineros y personas que se responsabilizaron por asuntos de higiene, nutrición y bases de hospitalidad para que se creara un ‘Grupo de turismo’ conformado por los jóvenes yunguillenses:

[...] se desarrolló un plan de capacitación el cual incluyó: sesiones de fortalecimiento organizacional, conservación y manejo de recursos naturales, preparación de alimentos, combinación de alimentos para mejorar la dieta, atención al cliente, hospedaje, administración y contabilidad. La sostenibilidad de la capacitación se apoya en la promoción de talentos locales por lo tanto la formación de guías nativos fue una base para que la actividad se consolide. Se capacitaron guías en biodiversidad, ecología, guianza y operación (Hay-Edie y Halverson, 2006: 49).

Se impartieron talleres para aprender a elaborar artesanías, papel reciclado, mermeladas o queso, pero también cómo se trata a un turista en un ambiente limpio y amable (Bernardo Castro, 2014, entrevista).

En el año 1997, llegó finalmente el primer grupo de turistas extranjeros de Holanda que pasaron por la aldea en su camino hacia la Reserva Maquipucuna. Muchos más siguieron, aunque en el año 1999 se retiró el programa PPD de la zona. Tres años después, en 2002, Probona y la fundación Maquipucuna también terminaron su trabajo en Yunguilla, lo que aún es considerado como un abandono a la comunidad, que tuvo que seguir sin el financiamiento de las entidades en su camino hacia el turismo (Germán Collaguazo, 2013, entrevista).

Naturalmente, en las guías para los visitantes no se mencionan las diferencias y disonancias entre las ONG para no revelar dudas al turista, respecto a que también el ecoturismo comunitario como forma alternativa del turismo lleva consigo problemas e impactos para la sociedad y el medio ambiente<sup>42</sup>. El turista tiene un rol importante en este proceso y quiere sentirse bien con su activismo. Por otro lado, no se disimula en la narración ante los visitantes el desacuerdo inicial de la comunidad con las ONG para aumentar el efecto dramático de la narración. Sin embargo, en esta dramatización se le otorga el papel del salvador a la fundación Maquipucuna que ayudó en tiempos difíciles a una comunidad que se mostró irracional, pero que tomó finalmente el camino correcto, estructurado y organizado.

### **Estructura organizativa en Yunguilla**

La organización del turismo comunitario y su divulgación es esencial para muchos grupos de turistas que vienen y muestran interés en la organización igualitaria y justa. De cierta manera, se encuentra aquí una suerte de autoreferencialidad posmoderna cuando la atracción del turismo comunitario consiste en la modalidad turística misma en la cual la comunidad “juega un papel central como contexto organizativo” (Hernández-Ramírez y Ruiz-Ballesteros, 2011: 182). El turista quiere reafirmar su *Do-good-tourism*

---

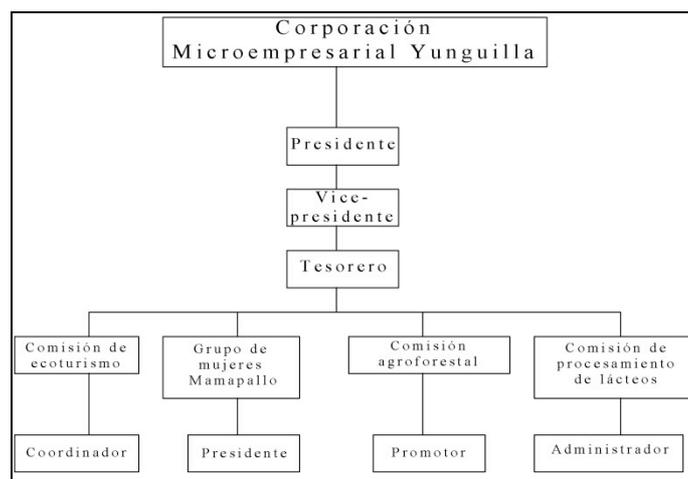
<sup>42</sup> “But getting ‘off the beaten track’ often means that the track soon becomes a road, even a highway. And the beautiful wild spaces sought after by ecotourists are often fragile and sensitive to human impact, however ‘lightly we tread’” (Wearing y Neil, 2009: XI).

y quiere aprender de un modelo de dimensiones colectivas que supuestamente creció de manera autónoma en el pueblo mismo, aunque en realidad fue implementado por foráneos y proseguido por los líderes de la comunidad, que se han especializado en las universidades del país. Sin embargo, existe cierta agencia de los locales también, especialmente cuando las ONG se retiraron, lo que es una particularidad y característica clave del turismo comunitario en Ecuador:

[...] las propias comunidades elaboran su producto turístico y lo gestionan de manera autónoma. El particular modo en que se desarrolla el turismo comunitario en Ecuador nos induce a asociar este tipo de actividad con un modelo muy particular de participación en el mercado que permite integrar la lógica comunitaria y la lógica de mercado en una suerte de expresión de la globalización en lo local (Hernández-Ramírez y Ruiz-Ballesteros, 2011: 182).

Hasta los años 1990 no había una estructura política con organizaciones u otras entidades en la zona de Yunguilla. Con la llegada de las ONG, la introducción de actividades y la capacitación de algunos miembros en asuntos de administración, la comunidad empezó paulatinamente a estructurarse para poder actuar frente al Estado, a las agencias turísticas o frente a los visitantes como una entidad jurídica.

En 1999, el ‘Grupo de turismo’ y el grupo ‘Mamapallo’ se fusionaron y se constituyeron jurídicamente como Corporación Microempresarial Yunguilla, la que obtuvo la certificación de la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC) y del Ministerio de Turismo (Mintur). En el año 2003 se hicieron socios de la ASEC y pasaron a formar parte de su directorio. La corporación ha colaborado en la elaboración del Reglamento de la Ley de Turismo, en la formulación de la Norma Técnica de Certificación y en el Reglamento de Ecoturismo (Burbano, 2009: 66). Hoy en día gestiona todos los proyectos del desarrollo como el ecoturismo comunitario, la producción de mermeladas, de quesos y yogures, recicla papeles, lleva adelante la reforestación, cultiva orquídeas y bromelias o se dedica a la artesanía en barro para la venta y el beneficio local. El siguiente diagrama muestra la estructura principal de la corporación:



Gráfica 3: La estructura organizativa de la Corporación Microempresarial Yunguilla. Fuente: Alvear y Del Salto, 2002: 73

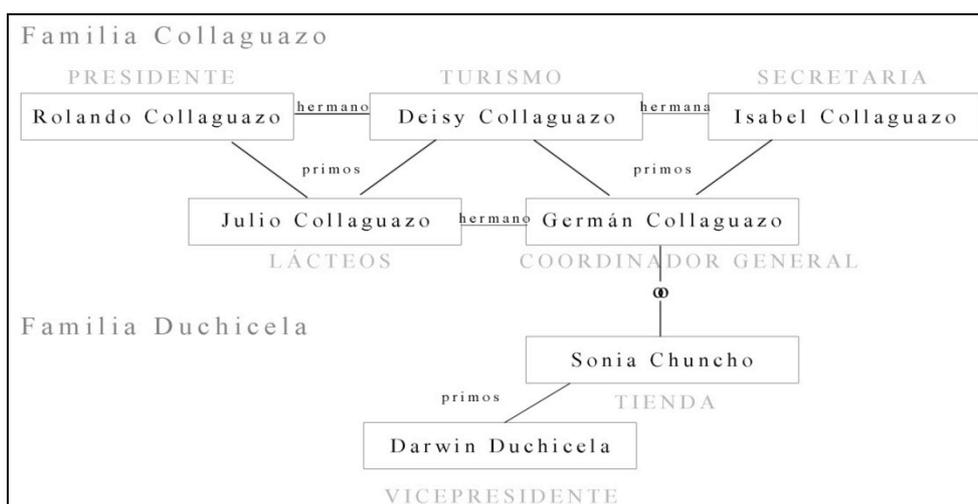
A primera vista, la comunidad parece rígidamente estructurada a través de varios órganos y asambleas, que oficialmente representan a la mayoría de los habitantes. Sin embargo, las personas que participan en las asambleas y gremios a menudo son las mismas (Deisy Collaguazo, 2014, entrevista). Se trata de un pequeño grupo de líderes con sus familias que desde el inicio participaron en las negociaciones con las ONG y cuyos hijos siguen trabajando en estos asuntos. Esta élite se llama ‘Los dieciocho locos’, y a pesar de la inicial resistencia y del escepticismo de muchos de los campesinos comenzó con los proyectos de la reforestación y el turismo comunitario.

Hoy en día, la mayoría se muestra de acuerdo con la política de la Corporación Microempresarial Yunguilla. Apenas se menciona la resistencia y los desacuerdos de algunas familias que no quieren participar en los proyectos iniciados por las ONG. Un ejemplo es Mariana Amaguaña, que nació en Calacalí y llegó a Yunguilla por su matrimonio con un residente. Ella y su familia se dedican exclusivamente a la agricultura y no son socios de la Corporación Microempresarial. Rechazó la oferta de Germán Collaguazo para que su hija participara en las actividades del turismo comunitario; se quejó de que fuera necesario ser socio para recibir turistas, ya que se paga un tributo a la corporación. El acto de preguntar a su hija, además menor de edad, Mariana, comprendió como un intento de ‘robarla’ y alejarla del núcleo de la familia (Mariana Amaguaña, 2014, entrevista).

Se trata de los mismos celos que se observaron en 1995, cuando se propuso el proyecto de reforestación. Mucha gente se siente intimidada por la presencia de novedades o cambios y ve en peligro la estructura tradicional de la familia y del pueblo. Bernardo Castro, por otro lado, encontró un creciente compañerismo entre los miembros de las familias durante las mingas iniciales cada lunes; se contaban chistes y se sentían más unidos por el trabajo en conjunto (Bernardo Castro, 2014, entrevista). Las casas en Yunguilla tenían rejas en las ventanas, lo que simboliza la mutua desconfianza de los habitantes (Rebeca Justicia, 2014, entrevista), que se quejaban de la inseguridad debido al robo de ganado que ocurría de vez en cuando y que hoy en día se acabó.

### **Las estructuras familiares y los lazos políticos**

La mayoría de las personas del barrio de Yunguilla son de la misma familia. Los nombres Collaguazo y Morales predominan en el pueblo. Así, también la corporación y su estructura organizativa se basan en los lazos familiares. El presidente es elegido en una asamblea en la cual se presentan los candidatos. Al momento, Rolando Collaguazo desempeña este cargo. Sus hermanas Deisy e Isabel son responsables del turismo y la secretaría de la corporación. Sus primos Julio y Germán son los encargados de la producción de lácteos y coordinan los proyectos en general. Así, cinco de las quince personas que trabajan directamente en la Corporación son parte de la familia Collaguazo, e indica que la corporación se basa en la preeminencia de ciertos grupos familiares y de los lazos que estos pueden establecer. . Además, Germán es el vínculo con la familia Duchicela. Su esposa Sonia se responsabiliza de la tienda y su primo Darwin es actualmente el vicepresidente. La siguiente gráfica ilustra los grados de parentesco de las familias Duchicela y Collaguazo y sus funciones en la corporación:



Gráfica 4: Grados de parentesco dentro de la Corporación Microempresarial Yunguilla.

Se observan aquí vínculos fuertes entre el cargo y el grado de parentesco, aunque sería incorrecto suponer que la parentela es condición para trabajar en la corporación. Cada dos años se eligen otros responsables que pueden ser de otras familias. No obstante, existe la tendencia al involucramiento de personas de la misma familia y de amistades cercanas. El proyecto de desarrollo en Yunguilla se inició con el fuerte compromiso de los llamados ‘Los dieciocho locos’, como por ejemplo Guillermo o José Antonio Collaguazo y sus descendientes, como Germán Collaguazo, naturalmente mostraron interés por las iniciativas en las cuales trabajaron sus padres y culminaron participando en la Corporación Microempresarial Yunguilla. Justo por estos vínculos familiares, los diversos proyectos como la reforestación y el turismo comunitario son considerados un éxito. Iniciativas en otras regiones fracasaron debido al egoísmo y falta de compañerismo. El funcionamiento de la Corporación Microempresarial de Yunguilla se basa esencialmente en los estrechos vínculos familiares (Rebeca Justicia, 2014, entrevista).

El politólogo Fukuyama describe este fenómeno con el término *capital social* que él define como normas y valores compartidos que promueven la cooperación social (2003: 37). En América Latina, a menudo, este se reduce a los círculos familiares que son la base de la vida empresarial. Debido a la falta de confianza con los extraños, el

familismo impone límites al crecimiento económico, pero funciona a pequeña escala (2003: 38):

En otras palabras, la vida empresarial de gran parte de América Latina sigue siendo familiar: los lazos de confianza más firmes y fidedignos se dan entre familiares, o entre círculos relativamente reducidos de amigos íntimos. Es decir, el capital social radica sobre todo en redes de parentesco, y en muchos sentidos tales redes constituyen un activo social importante (Fukuyama, 2003: 38).

Los responsables en Yunguilla se conocen y confían mutuamente a partir de amistades o del parentesco familiar. No obstante, había inicialmente quejas esporádicas que ponían en duda las prácticas de las adjudicaciones de trabajos, tareas o pedidos remunerados. Un ejemplo era la distribución de los turistas en las distintas casas en el pueblo. Cuando llega un visitante, debe vivir en una casa con cierto estándar que pueda satisfacer sus necesidades. En estos casos, algunos habitantes se sentían perjudicados en la competencia. La decisión de qué familia provee las frutas o la leche para la producción de mermeladas o quesos es otro ejemplo de los desacuerdos iniciales. Para poner freno a la desconfianza, era de vital importancia hacer transparentes estos procesos de concesión. En reuniones y discusiones se instaló un sistema de rotaciones para determinar los anfitriones de forma igualitaria y visible (Bernardo Castro, 2014, entrevista).

### **Carácter socioeconómico de la comunidad Yunguilla**

El turismo a menudo es un encuentro entre desiguales. No solamente se trata de diferencias culturales, sino especialmente de un desequilibrio económico. El turista europeo o estadounidense que visita el pueblo forma parte de la clase media de su país. Tiene un trabajo y salario fijo mensual que le alcanza para pagar los aproximadamente 4.700 USD que cuesta una gira de 21 días por Ecuador en un grupo turístico. Los yunguillenses por otro lado vivían de la venta de carbón, del contrabando de licor y especialmente de la agricultura. Después del inicio de las actividades sustentables, se amplió la gama de ingresos. El siguiente cuadro muestra y compara las principales actividades económicas de las familias de la zona con sus respectivos ingresos.

**Tabla 1. Análisis del entorno productivo del sector**

<b>Actividades económicas</b>	<b>Ingresos mensuales por familia en USD</b>	<b>Ingresos anuales en USD</b>	<b>Familias</b>
Agricultura	50	600	20
Ganadería	50	600	30
Empleados fijos en empresas de afuera	120	1440	10
Turismo – guías	44	528	3
Cocina	32	384	2
Mermeladas	32	384	4
Quesos	72	884	1
Tienda	120	1440	1
Asalariados CMY	100	1200	5
Venta de comidas en actividades deportivas	40	480	6
Atención a visitantes	50	600	20
Transporte	40	480	3
<b>TOTAL</b>	<b>750</b>	<b>9020</b>	<b>60</b>

**Fuente:** Barrera, Lugo y López (2007).

Las actividades relacionadas directamente con el turismo en la tabla son las categorías de guías, cocina, asalariados CYM (Corporación Microempresarial Yunguilla) y atención a los visitantes. Los ingresos relacionados con mermelada y queso son generados a través de la venta en la tienda, que se realiza tanto para turistas como para los habitantes del pueblo. Estos productos también se venden en dos tiendas, en la Mitad del Mundo y en Carcelén.

Estos ingresos relacionados con el turismo sustituyeron las ganancias de la venta de carbón o de madera que generaban de igual manera salarios bajos, por lo que se observan condiciones precarias de supervivencia en la comunidad - una de las variables

centrales en el establecimiento del ecoturismo (Prieto, 2011: 14). La introducción del turismo en Yunguilla no era en sí “resultado de la planificación estratégica del territorio, sino el resultado de la eliminación de otras actividades, generalmente con mayor tradición, que presentan crisis estructurales por inadecuación con los nuevos escenarios de una economía globalizada” (Anton y González, 2007: 201).

A menudo, las teorías del desarrollo critican estas intervenciones de las ONG que “dan cuenta de formas de difusión de la ideología neoliberal y de redes de poder, lo cual crea escenarios altamente conflictivos” (Lasso, 2011: 209). La preocupación principal es la “inserción del lugar a las redes globales de poder” a través de la participación de las ONG (Lasso, 2011: 224). Sin embargo, no todos los casos son iguales, por lo cual hay que diferenciar los asuntos y analizar los diferentes ejemplos.

No se pone en duda que las ONG llegaron a Yunguilla sin mandato de la comunidad. La mayoría de los habitantes sospechaba además que Maquipucuna solamente quería ampliar su territorio e influencia en la región (Bernardo Castro, 2014, entrevista). Finalmente, la precaria situación económica en la comunidad abrió el camino para la entrada de las organizaciones y la participación de la población local en los proyectos propuestos. La idea de sustituir las actividades dañinas con prácticas sustentables convenció a muchos de los habitantes, pero condujo a una inicial dependencia de la ayuda internacional. Aunque Maquipucuna afirma que no pagaron el trabajo de los habitantes, con excepción de unos pocos promotores, se creó a lo largo del tiempo una expectativa de un mejoramiento de la situación económica que solamente era posible a través de insertarse al mecanismo capitalista con sus principios de oferta y demanda. De tal manera, como veremos más adelante, Yunguilla se sometió a un proceso de transformaciones que lo convirtieron gradualmente de un pueblo que vivía de la agricultura y de otras actividades tradicionales (aunque dañinas) a una comunidad bajo presiones mercantiles y externas que cambian las estructuras sociales y comercializan la naturaleza y la comunidad en sí.

Sin embargo, se observan efectos y experiencias positivas el turismo comunitario, como la mayor participación de las mujeres, el rol proactivo de la sociedad y el involucramiento de la población local en la toma de decisiones (Lasso, 2011: 224). Es peligroso ver el asunto sin matices y considerar la persuasión por el lado de la ONG

como un acto de explotación que se aprovecha de la desigualdad económica. Esta mirada niega la participación de las autoridades locales y su posibilidad de accionar políticamente. He aquí un paralelo al caso de los Raymis en Cusco, Perú, que se han convertido en un gran espectáculo turístico con la participación de actores profesionales que recrean una supuesta autenticidad histórica que fue trabajada por historiadores, arqueólogos, antropólogos u otros científicos, pero supuestamente sin la participación de la población y los descendientes de los incas, lo que refuta Pérez, advirtiendo del peligro de dar una “importancia excesiva al poder transformador de la dominación colonial y poscolonial sobre las sociedades dominadas, pues ello podría suponer de otra manera de negar el papel activo de estos grupos” que tienen sus “estrategias autóctonas de resistencia y negociación” (Pérez, 2006: 43).

En Yunguilla no había tales “escenarios altamente conflictivos”, como los descritos por Lasso (2011). Debido a sus vínculos familiares y la creación de procesos transparentes para los socios de la corporación, se logró una reestructuración de las actividades no amigables con el medio ambiente. Este proceso se caracterizó por diálogos y persuasión mutua en un sentido democrático, que es la base de la propuesta del ecoturismo con el lema de “una actividad ambientalmente y socialmente responsable y económicamente equitativo” (Gorman, 1996). Después de las capacitaciones, la introducción de proyectos como la reforestación, la producción de lácteos, mermeladas, orquídeas o artesanía, también el modelo del turismo comunitario se introdujo en la comunidad y sustituye hoy los ingresos de las actividades dañinas para la naturaleza.

La corporación superó la inicial dependencia de los fondos internacionales después de la retirada de las ONG. Hoy en día, el dinero llega de manera directa a las familias anfitrionas, mientras un porcentaje se queda en la Corporación Microempresarial Yunguilla para llevar adelante y sustentar proyectos comunitarios. Además, esta parte del dinero financia vacaciones de los socios para fortalecer los vínculos entre ellos. Como una suerte de igualación entre los miembros de la corporación y aquellos habitantes que no forman parte de ella, se organizan además eventos para todo el barrio Yunguilla, que reúnen a toda la población. Cada año, se hace

una fanesca<sup>43</sup> en Semana Santa y ‘guaguas de pan’ junto con la colada morada el día 2 de noviembre (Día de los difuntos).

## **Conclusión**

Este capítulo presentó la comunidad de Yunguilla como el objeto de estudio y mostró sus características en el contexto geográfico, socioambiental y turístico. Se señaló que el recorrido histórico se reduce a la época de los yumbos y de las haciendas, y se mencionó que el contrabando de alcohol y la extracción de madera ocurrieron hasta el momento de la llegada de las ONG Maquipucuna y Probona, que incentivaron un cambio profundo en la comunidad. Los guías enfatizan esta historia reciente para subrayar el proyecto de desarrollo en la comunidad que apoyó a los comuneros a dejar sus prácticas dañinas a favor de actividades sustentables y amigables con la naturaleza, un discurso que halla buena acogida entre los turistas del supuesto Primer Mundo<sup>44</sup>, pero también en los visitantes nacionales. Naturalmente no mencionan que los proyectos de desarrollo nunca son neutrales y son ‘armas de doble filo’ con impactos fuertes para la comunidad debido a su inserción al mercado con sus redes globales de poder.

La historia así es simplificada y construida en una suerte de dramaturgia en tres actos: un estado de la naturaleza prístina y equilibrada en tiempos pre-incaicos; una fase oscura cuando el ser humano llegó a la región y explotó los recursos naturales (tala de bosque indiscriminada), violó las leyes (contrabando de alcohol) y vivió en desigualdad e injusticia (época de haciendas y huasipungos); y finalmente un tercer acto: la llegada de las ONG que estimularon un proceso de reconciliación entre el ser humano y la naturaleza en el cual el turista tiene el papel de facilitador. A través de su contribución ayuda a rescatar y re-establecer el equilibrio inicial. Esta historia engancha y fascina al turista que se siente como una parte más del proceso de desarrollo y que le da un papel activo en la recuperación de un pasado equilibrado a través del ecoturismo comunitario.

---

<sup>43</sup> La fanesca es una sopa espesa y caliente que consiste de alrededor de 12 ingredientes, como por ejemplo choclo, chochos, habas, arvejas, lenteja, maní y fréjol. Esta comida típica en Ecuador se sirve especialmente durante la Semana Santa.

<sup>44</sup> Arturo Escobar (1996) nos presenta una crítica profunda en un sentido foucaultiano que revela el peligro de dividir el mundo en un supuesto Primer y Tercer Mundo como justificación de los países industrializados para intervenir y poner bajo tutela a otras regiones.

### CAPÍTULO III

## LA EXPERIENCIA DEL ENCUENTRO DESDE LA PERSPECTIVA DEL TURISTA

Después de haber revisado la situación socioeconómica y la historia detallada y dramatizada de los yunguillenses en sus presentaciones, es importante dirigir la atención al destinatario de estos cuentos: el turista. En este capítulo analizaré las diferentes categorías de turistas que visitan el pueblo y las ofertas para satisfacer sus expectativas. Voy a mostrar cómo los diversos tipos de turistas con distintas motivaciones y niveles de aceptación de lo novedoso en la experiencia turística realizan diferentes interpretaciones de la autenticidad. Estos factores influyen especialmente en el grado de interacción y determinan qué puesta en escena (*staging*), o tipo de *performance* es necesario para satisfacer las expectativas del turista.

#### **Categorización de los turistas y ofertas turísticas**

Se puede clasificar a los visitantes de Yunguilla en tres grupos: el turista que llega por un breve tiempo de hasta tres días; el turista que viene dentro del marco de un voluntariado, con una duración entre uno y ocho meses y, por último, la categoría de los “turistas científicos” (West, 2008), visitantes que son representantes de ONG, museos o instituciones educativas que mantienen contacto con la población durante un tiempo considerable, pero con estancias cortas. La siguiente estadística del año 2001 muestra la cantidad de visitas de estos tres grupos.

**Tabla 2. Registro de visitantes entre 1998 y 2001**

Registro de visitantes	1998	1999	2000	2001
Voluntarios	13	30	42	207
Turistas nacionales con estancias breves	1	82	196	183
Turistas extranjeros con estancias breves	182	344	205	225

Miembros de ONG	12	148	76	94
Miembros de otras organizaciones	0	12	164	20
Total	208	616	656	729

**Fuente:** Alvear y Del Salto, 2002: 131.

Como se ve en la estadística, creció el número de turistas en Yunguilla a lo largo de los años. Doce años después, se cuenta con alrededor de 3.000 turistas anuales, con un número creciente de turistas nacionales e internacionales con estancias breves y una cantidad regresiva de voluntarios extranjeros. Debido a la retirada de las ONG en los años 1999 y 2002 hubo menos turistas científicos en la región. Sin embargo, a partir de que las universidades nacionales se han visto obligadas a vincularse con la comunidad, se observan muchas visitas de estudiantes nacionales que realizan sus pasantías en la región por un lapso breve, pero en intervalos periódicos para ayudar en cuestiones de hotelería, gastronomía o reforestación (Deisy Collaguazo, 2014, entrevista).<sup>45</sup>

Cada tipo de turista tiene sus propias características, motivaciones y deseos, que influyen en su percepción de la autenticidad. Debido a las diferentes expectativas mutuas, se ajustan el comportamiento y la interacción entre los nativos y los huéspedes permanentemente. Por eso es importante analizar con mayor profundidad las diferentes categorías de turistas que visitan Yunguilla.

---

<sup>45</sup> Debido a mi enfoque en los turistas internacionales no profundizaré el tema de los turistas científicos nacionales. Existe una suerte de forma híbrida de turistas científicos internacionales que solamente vienen por dos a tres días a ayudar esporádicamente en la comunidad. Encontré a un grupo de estadounidenses que ayudaron como parte de su recorrido en las fábricas, en el huerto orgánico y en el proceso de ordeñar una vaca. El tiempo promedio de cada estancia era de 30 minutos. Su forma de convivir con los habitantes es semejante al modo del turista de estancia breve. La única diferencia que noté fueron los motivos y sujetos de las fotos, en las cuales el ‘turista científico’ se presentaba más a menudo a sí mismo trabajando debido a la necesidad de presentar pruebas para su organización que justifican su estancia en el bosque nublado.

## **El turista de estancias breves**

El turista de estancias breves va entre uno y tres días a la comunidad. Este grupo abarca el 85% del total de visitantes que llegan al lugar. Se trata de extranjeros de Europa (38%), Canadá (21%) o los Estados Unidos (26%) (Burbano, 2009: 72), pero de manera creciente también hay turistas nacionales de universidades quiteñas o colegios de la región.<sup>46</sup>

Se ofrece diferentes paquetes para satisfacer las necesidades y expectativas del turista, como una caminata por el sendero de los Yumbos, con el objetivo de conocer la comunidad y pasear por un camino lleno de historia (Tour Yumbo, 2013); una charla sobre educación ambiental con énfasis en el proyecto de desarrollo (Tour ambiental, 2012) o la observación de aves (Tour aves, 2012), con estancia de una noche en la finca Tahuallullo. Otros paquetes para el turista promueven la convivencia con las familias del pueblo, con quienes comparten su forma de vida (Tour Convivencia, 2012). Estas actividades incluyen también una noche cultural (Tour cultural, 2012), en la cual guitarristas tocan canciones ecuatorianas populares, se sirven quimbolitos y los turistas pueden hacer preguntas a los miembros de la comunidad. Estas últimas ofertas resaltan especialmente por su énfasis en la cercanía con la población nativa y su modo de vida tradicional.

Se vende aquí un producto bajo el lema retorno a la tierra, fenómeno descrito por MacCannell (1999) como uno de los principales propósitos y objetivos del turista contemporáneo debido al enajenamiento del trabajo. El turismo, para este autor, es una búsqueda de autenticidad por parte del ser humano moderno, pues la modernidad se caracteriza por la fragmentación y la división del trabajo. Las relaciones laborales han cambiado de tal modo que el trabajador se ha apartado del producto y la mayoría desconoce los procesos de producción de los bienes usados en la cotidianidad. Así, el turista se convierte en un peregrino en busca de lo sagrado en otras culturas, cuya versión moderna hoy en día es la autenticidad. Según MacCannell, la modernización ha causado una inestabilidad que el turista intenta compensar a través de buscar otros

---

<sup>46</sup> Por ejemplo, existen convenios con la Universidad SEK, la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), la Universidad de Especialidades Turísticas (UCT), la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) y el colegio Lev Vygotski. La comunidad además ha tenido contacto en varias ocasiones con FLACSO-Ecuador debido a investigaciones en la región.

períodos históricos, culturas y modos de vida más puros y simples, donde supuestamente están ubicadas la realidad y la autenticidad (MacCannell, 1999: 3). El visitante busca una suerte del ‘noble salvaje’ que aún vive en armonía con la naturaleza – un mundo aparentemente perdido en la modernidad.

El turista está estimulado por su interés por conocer la vida rural en Ecuador y el modo de vida de una comunidad tradicional. En Yunguilla puede ordeñar vacas a las 5h30 de la mañana, cavar y remover la tierra o sembrar plantas. Son experiencias que la gente de las ciudades normalmente no tiene en su ámbito cotidiano, donde frecuentemente están relacionados con el sector terciario. Con una visita al campo agrario pueden visualizar lo invisible de una sociedad moderna e invertir temporalmente el orden para regresar purificados, reintegrándose en la sociedad como parte de un *rite de passage* (rito de pasaje). Esto se ejemplifica en las visitas de los jóvenes estudiantes de colegios de Quito, cuando se enfatiza respecto a la desaceleración de la vida cotidiana y se obliga a los niños a entregar todos sus aparatos electrónicos, como reproductores de música, tabletas o móviles, durante su estancia para reaprender la comunicación, el trato social y una vida con los pies sobre la tierra.

Los turistas de estancia breve en su mayoría vienen en grupos y visitan Yunguilla como parte de su gira por el país. Como hemos visto en el primer capítulo, existen varios tipos de turistas con diferentes motivaciones para ir de vacaciones. Algunos no quieren prescindir del lujo y de la comodidad a la cual están acostumbrados en su vida cotidiana, mientras otros buscan la novedad en sus viajes. A primera vista, los turistas vestidos con estilo *outdoor*, con mochilas y botas impermeables, que visitan un pueblo en medio del bosque nublado ecuatoriano parecen diferentes a la gente que va de vacaciones recreacionales a las playas en busca de “sun (sol), sand (arena), sea (mar) y sex (sexo)” (Fuller, 2009: 34).

Para Cohen, el turismo organizado de masas es el menos aventurero. Aquí, los turistas están altamente acostumbrados a lo familiar y conocido (1972:167) y moldeados por su propia cultura nativa. Por eso, necesitan en sus vacaciones algo que les recuerda su ambiente de origen, como periódicos, comida, un estándar alto de vivienda o compatriotas (Cohen, 1972: 166). Este lujo no existe en Yunguilla, donde no se dispone de hoteles estandarizados o una oferta de servicios que podría cumplir con las

necesidades de un turista de esa categoría. La comida no corresponde a los platos habituales de los visitantes, no existen teléfonos convencionales, internet o periódicos extranjeros y los huéspedes apenas hablan otros idiomas. Estos factores dificultan la (re)creación de algo familiar que espera un turista de masas.

Por otro lado, este tipo de visitante tiene un itinerario prefijado y no suele tomar decisiones propias durante el viaje, sino que depende plenamente de la organización del tour. Generalmente los turistas están organizados en grupos monolingües, tienen un guía fijo que habla su idioma y pasan una o dos noches en el pueblo, para experimentar el ecoturismo comunitario que promete la convivencia del visitante con una familia yunguillense. Cada día de su gira está estrictamente estructurado, lo que limita el margen de las decisiones del turista, pero evita sentimientos de incomodidad en los encuentros con lo novedoso. Cohen lo expresa así:

Aunque la novedad y lo extraño son elementos esenciales en la experiencia del turista, ni siquiera el hombre moderno está listo para sumergirse tanto en un ambiente ajeno. Cuando una experiencia se vuelve demasiado extraña, él puede retroceder. El ser humano básicamente está moldeado por su cultura nativa y ligado a través de su hábito con la manera de su comportamiento. Por eso, el abandono de estas costumbres y la inmersión completa en un ambiente nuevo y ajeno puede ser una experiencia desagradable y amenazadora, especialmente cuando es prolongada (Cohen, 1972: 166)<sup>47</sup>.

Durante la mayor parte de su estancia en Ecuador, los visitantes viven en una “burbuja ambiental” (Cohen, 1972: 166) solamente hecha para ellos, para evitar la confrontación con lo extraño. Un guía los busca en el aeropuerto, los lleva a sus hoteles reservados y los acompaña en un bus climatizado para enseñarles de manera organizada los sitios y eventos destacados del país. Durante sus primeros diez días en el país, el contacto del grupo de turistas con un ecuatoriano se reduce a su guía hasta su llegada a Yunguilla, donde la interacción con nativos forma explícitamente parte del itinerario. En sus visitas al mercado de Otavalo o a ciudades como Cuenca, el contacto directo se limita a miradas y el regateo por los precios de los *souvenirs* (Bertha Wosse, 2013, entrevista).

---

<sup>47</sup> Traducción propia: “Though novelty and strangeness are essential elements in the tourist experience, not even modern man is completely ready to immerse himself wholly in an alien environment. When the experience becomes too strange he may shrink back. For man is still basically molded by his native culture and bound through habit to its patterns of behavior. Hence, complete abandonment of these customs and complete immersion in a new and alien environment may be experienced as unpleasant and even threatening, especially if prolonged (Cohen, 1972: 166).

Otro grupo guiado por la agencia Viventura tampoco experimentó una interacción con ecuatorianos antes de su llegada al pueblo (Ferdinand Reise, 2014, entrevista). Esta manera de viajar les garantiza una estructuración de la experiencia sin sorpresas negativas e incómodas. Nadie tiene que preocuparse por la comida, el alojamiento, el transporte o cuestiones de seguridad. Uno de los miembros de un grupo de turistas opina:

Uno no conoce el país, se lanza a algo ajeno y está agradecido por la seguridad de tener un guía que habla tu idioma. Nadie sabe cómo es el país o si hay criminalidad, como en Colombia<sup>48</sup> (Regina Mai, 2014, entrevista).

Viajar en grupo aumenta la sensación de seguridad y comodidad. Larsen explica que el turismo no solamente es un modo de consumir lugares nuevos, sino especialmente una “geografía emocional de sociabilidad y el estar junto con amigos cercanos”<sup>49</sup> (2008: 28). Los grupos que visitan Yunguilla, a menudo, no están formados por amigos cercanos, parejas o familias, sino por individuos que reservaron el mismo paquete en una agencia. Ellos empiezan a conocerse durante el viaje, comparten las mismas experiencias y forman así una unión que se basa en el compañerismo. Al inicio, los vínculos todavía no son muy estrechos. Nadie conoce al otro que, a menudo, proviene de otra ciudad. Sin embargo, todos tienen un trasfondo semejante y forman grupos homogéneos. Cada acontecimiento en conjunto durante el viaje además estabiliza la formación del grupo. Así, pequeños deslices, accidentes o simples sucesos evocan el espíritu de compañerismo y solidaridad.

Un grupo, por ejemplo, tenía una broma recurrente sobre la caída de un participante, se rieron sobre los excesos del miembro más joven en una borrachera en la Mariscal, en Quito, e hicieron chistes en conjunto sobre aquellos compañeros que no tenían el mismo estándar de hospedaje en Yunguilla. Durante su estancia en el país compartieron habitaciones en hoteles y viajaron todo el tiempo en un bus con su guía, quien cumplía inicialmente la función de intermediario. Después de diez días de gira se

---

<sup>48</sup> Traducción propia: Es ist schon auch so ein bisschen Sicherheit. [...] Man lässt sich ja irgendwie auf etwas Fremdes ein, was man nicht kennt, und ich glaub, da ist wirklich so dieser Funke Sicherheit, man hat einen Reiseleiter dabei, der die Sprache kennt, man weiß nicht, wie ist es in dem Land...kriminell, also ich sag mal Kolumbien oder so.

<sup>49</sup> [...] tourism is not only a way of practicing or consuming (new) places but also an emotional geography of sociability, of being together with close friends and family members from home (Larson, 2008: 28).

conocían con una profundidad que les permitió mofarse de los gustos distintos y de las peculiaridades de los miembros. Estas amistades son de las experiencias más importantes y que perduran a menudo incluso después del viaje (Bruner, 1995: 230). Wang hace constar que “un viaje comprado en paquete provee un ambiente relajado, socialización intensa e interacciones emocionales en un periodo de tiempo relativamente concentrado. El placer del turismo no solamente consiste en gozar de sitios exóticos, sino de compartir y comunicarlo con otros turistas que visitan los mismos sitios en el mismo momento<sup>50</sup> (Wang, 1999: 365). Una vez que se creó tal ambiente amistoso, ¿cómo entonces es posible que un grupo tan homogéneo y monolingüe pueda entablar relaciones de convivencia con miembros de otra cultura en solo dos o tres días? Lógicamente este espíritu de compañerismo tiene que sufrir una leve crisis con la llegada a la comunidad de Yunguilla, cuando aparentemente los turistas salen de la “burbuja de la familiaridad”.

En lugar de estar en un hotel estandarizado están alojados individualmente o por parejas en una vivienda privada. Por eso se debilitan (aunque sea por un breve tiempo) los vínculos con los demás compañeros de viaje, que generalmente fungen como puntos fijos en un ambiente desconocido. Se observa cierto nerviosismo entre los visitantes debido al desmantelamiento del grupo. En las primeras horas de su estancia todavía nadie conoce a su anfitrión. La perspectiva de estar solo con los dueños de la casa sin poder hablar su idioma provoca temores. Por un lado, los turistas están tentados por la expectativa de poder sumergirse en una cultura ajena. Sin embargo, prepondera la incomodidad ante lo desconocido, especialmente entre las personas que no hablan español (Bertha Wosse, 2013, entrevista).

El tiempo de separación del grupo se reduce efectivamente solo a las comidas y a unas pocas horas de la siesta en la tarde en las cuales, en lugar de interactuar, el turista se puede retirar a su cuarto privado para descansar. Otros, más abiertos, y capaces de comunicarse básicamente en inglés o español, intentan en estos momentos establecer un primer contacto y hablan sobre el fútbol, el clima o sobre miembros de la familia. La

---

<sup>50</sup> Indeed, a package tour supplies a relaxed ambience and relatively concentrated period of time for intensive sociality and emotional interaction. [...] the pleasure of tourism exists not only in seeing exotic things, but also in sharing and communicating this pleasure with other tourists who are seeing the same sights together (Wang, 1999: 365).

comunicación en estos momentos está marcada por muchas pausas que generan incomodidad. El éxito de la convivencia depende mucho de las habilidades sociales del anfitrión y del turista en estos primeros instantes. En un caso, la presencia de un niño ayudó mucho a la distracción, que alivió la tensión. En otro caso, la anfitriona preparó un pastel de chocolate acompañado por un té hecho con hierbas del jardín, lo que fascinó a los huéspedes y rompió el hielo desde el inicio. No obstante, observé también momentos de una incomunicación inquietante, que generalmente conduce a la retirada del huésped a su habitación privada. Dos de las visitantes, que pudieron establecer un buen primer contacto con su anfitrión comentaron:

Cuando él no estaba, bajamos a la cocina y encontramos a su esposa que cocinaba, pero ella no era para nada comunicativa, ni nos tenía presentes. Entonces estábamos paradas allá, al lado, un buen rato y pensábamos lo que podríamos hacer ahora. Entonces salimos y encontramos por suerte a nuestro anfitrión con su hijo y caminamos juntos hacia la cancha de fútbol<sup>51</sup> (Kerstin Scheu, 2014, entrevista).

La estancia está programada de modo que no les queda mucho tiempo a los turistas con sus familias. Pronto, después de una primera reunión, los grupos se reencuentran para recorrer el pueblo, las fábricas o los senderos en compañía del guía principal y forman así de nuevo un conjunto que les permite compartir lo familiar y enfrentarse a un ambiente desconocido. Este ‘enfrentamiento’ se expresa simbólicamente en el partido de fútbol que propone el texto publicitario de Viventura que presenta a Yunguilla como:

[...] un pueblo en medio del bosque nublado. Desde hace unos años, la comunidad practica el turismo comunitario. Unas familias tienen sencillas, pero limpias habitaciones para visitantes. Hay además una casa comunitaria con dormitorios. En un primer recorrido conoceremos la zona. Visitaremos unas fábricas en las cuales se producen quesos, mermeladas y artesanías - productos que vende la comunidad para mantenerse. En la tarde podremos retar a los nativos a un partido de voleibol o fútbol, si todavía tenemos energía. En la noche, cada uno preparará la cena junto con ‘su familia’. Cada visitante de Yunguilla se hospedará con una familia. El alojamiento es simple, pero limpio. Cada viajero comerá junto con la familia en su casa. De tal manera usted se sumergirá profundamente en la cultura

---

<sup>51</sup> Traducción propia: Und er war vorhin nicht da und dann sind wir halt runter in die Küche und dann war da die Frau am Kochen und war halt so gar nicht kommunikativ. Die hat uns so gar nicht beachtet. Und wir standen dann halt so...ok...was machen wir jetzt? Und dann sind wir halt raus. Da war er halt draußen mit dem Kind und dann sind wir zusammen zum Fußballplatz gelaufen (Kerstin Scheu, 2014, entrevista).

local, intercambiando impresiones (sea como sea, con gestos de manos y pies)<sup>52</sup> (Viventura, 2014).

La duda con respecto a si es posible sumergirse en la cultura en solo tres días se mantiene. Incluso los turistas no tienen tal expectativa. Principalmente esperan saber más sobre el proyecto de desarrollo, los habitantes, la flora y fauna. La oferta de visitar Yunguilla no era la principal motivación de venir al Ecuador, pero después de haber adquirido el paquete, les pareció interesante a los visitantes convivir con una comunidad ecuatoriana. Estos turistas buscaban en su viaje al Ecuador era “paisaje, naturaleza, cultura e historia” (Regina Mai, 2014, entrevista). Muchos de ellos escogieron este paquete de la agencia por su cercanía a la vida real y tradicional, la cual se intentaba encontrar, por ejemplo en Guamote (Provincia Chimborazo) con su mercado tradicional de animales, en Yunguilla; pero también con la intención de cambiar durante un día el bus turístico por un transporte público ecuatoriano. De tal manera, la vida de los ecuatorianos a ojos de los turistas se convierte en un evento con una duración limitada.

Uno de estos eventos estipulados es entonces la interacción entre anfitrión y huésped, que forma parte integral de la propuesta turística en adición a las caminatas, los paseos por los sitios de producción de mermeladas o lácteos y el mantenimiento de los estándares de higiene. Cuando los anfitriones no cumplen con estos requisitos y el turista de estancia breve no fue atendido suficientemente bien, se crean tensiones que culminan en quejas dirigidas a las agencias y reenviadas a la comunidad, que tiene que tomar acciones como la suspensión temporal de ciertas casas. Las familias anfitrionas son los últimos eslabones de una cadena de poder y deben cumplir con las expectativas de los turistas creadas por la agencia de turismo. La siguiente retroalimentación de una alemana que criticó la higiene del pueblo y además la carencia de comunicación muestra la presión sobre la comunidad y el proyecto del turismo:

---

<sup>52</sup> Traducción propia. Danach machen wir uns auf den Weg zur Yunguilla Gemeinde, ein Dorf, das mitten im Bergnebelwald liegt. Seit einigen Jahren ist der Ort im Gemeindetourismus aktiv. Einige Familien haben einfache, saubere Zimmer für Gäste und es gibt auch ein zentrales Gebäude mit Schlafräumen. Auf einem ersten Ausflug lernen wir die Gegend kennen. Wir besuchen einige Betriebe, die Produkte wie Käse, Marmeladen und Kunsthandwerk herstellen, welche die Gemeinde zum Bestreiten der Lebenshaltungskosten verkaufen. Am späten Nachmittag können wir, wenn wir noch Energie haben, die Einheimischen auf eine Partie Volleyball oder Fußball herausfordern. Abends bereitet jeder gemeinsam mit 'seiner Familie' das Abendessen zu. Jeder Reisende ist in Yunguilla bei jeweils einer Familie untergebracht. Die Unterkunft ist einfach, aber sauber. Jeder Reisende nimmt die Mahlzeiten gemeinsam mit seiner jeweiligen Familie in ihrem Haus ein. Auf diese Weise tauchen Sie tief in die lokale Kultur ein und Sie können sich (wenn auch nur mit Händen und Füßen) mit den Familien austauschen (Viventura, página web, 2014).

La calidad de los alojamientos [en Ecuador] alternó, pero estuvo bien, salvo una excepción: en Yunguilla los alojamientos en las casas de las familias estaban en su mayoría bien, pero en “mi” familia no me sentí bien especialmente respecto a la comida (aunque para nada soy una fanática de la higiene). Tal vez, deberían aclarar en la fase preliminar, cuáles hospedajes en Yunguilla son aptos y cuáles no. Además no puedo hablar español y la familia no era muy comunicativa, por lo que no había conversaciones... esto era bastante penoso<sup>53</sup> (Edith Runer, 2011).

Esta retroalimentación retoma el énfasis en la limpieza y presentación del lugar hecha por Viventura, que se anticipa y utiliza un imaginario del campo rural latinoamericano ya descrito por Rudy Colloredo-Mansfeld en un texto con el nombre provocativo “Dirty Indians” (1998), donde describe la vieja división entre una sociedad blanco-hispanizada urbana y la cultura indígena rural en la cual los blanco-mestizos urbanos han estereotipado a los indígenas como “sucios, vagos, irracionales y tímidos”<sup>54</sup> (Colloredo-Mansfeld, 1998: 186). Los “olores, las texturas y materiales de la vida rural se convierten en emblemas raciales”, mientras la élite prosigue “un elusivo ideal físico y moral: la limpieza” (Colloredo-Mansfeld, 1998: 187).

Aunque no se trata de indígenas, sino de mestizos, en Yunguilla existe esta imagen tradicional de la suciedad del campo. Sin embargo, justo en esa tradicionalidad y la vinculación con la tierra yace la atracción turística. Unos turistas muestran más aceptación al respecto, otros menos. El grado de acercamiento depende de cada uno, de su edad, su trasfondo y sus habilidades sociales. Según Plog (1974), hay diferentes clasificaciones, que oscilan entre los aloecéntricos, que son personas con carácter extrovertido y que prefieren zonas poco turísticas y entornos culturalmente diferentes y los psicocéntricos, que tienen valores sociales estándares, son generalmente inhibidos y dan preferencia a la comodidad antes que a la aventura. En el medio de estos dos extremos se encuentran las personas mediocéntricas, cuyo perfil central corresponde “a un nexo común de valores morales dentro de una sociedad” (Plog en Anton y González,

---

<sup>53</sup> Traducción propia. “Die Qualität der Unterkünfte war sehr unterschiedlich, aber für mich mit einer Ausnahme ok: In Yunguilla waren die Unterkünfte bei den Familien zum Großteil ok, aber bei "meiner" Familie fühlte ich mich (obwohl ich absolut kein Hygienefanatiker bin) vor allem beim Essen gar nicht wohl. Man sollte im Vorfeld vielleicht abklären, welche Unterkünfte in Yunguilla in Frage kommen und welche nicht. Auch kann ich kein Spanisch und die Familie war nicht sehr kommunikativ, weshalb es zu gar keinen Gesprächen kam...das war ziemlich peinlich.” (Edith Runer, 2011)

<sup>54</sup> “The dominant white-mestizo elites have long stereotyped native peoples as dirty, lazy, irrational and backward.” (Colloredo-Mansfeld, 1998: 186)

2007: 76). Ellos prefieren áreas más accesibles, ya ofrecidas en los catálogos turísticos generales (Anton y González, 2007: 76).

### **Autenticidad para los turistas de estancia breve**

La autenticidad es una cuestión de negociación entre el anfitrión y el huésped, como hemos visto en el primer capítulo. No existe una autenticidad fija, sino que depende mucho de las expectativas del visitante. Estas se manifiestan en imágenes, ideas o conceptos que tiene el turista del lugar de destino. Existen varias de esas imágenes turísticas que “no solo aluden al componente visual, sino también al resto de los sentidos” (Anton y González, 2007: 153). En una primera fase, cuando el turista todavía no tiene contacto directo con el lugar, solamente puede recurrir a imágenes que proyecta el destino. Por medio de folletos, guías, revistas, películas o páginas del internet, el turista puede anticipar una experiencia turística que condiciona la posterior experiencia directa en el destino (Anton y González, 2007: 154). Estas imágenes que crean expectativas generalmente son emitidas por el anfitrión o las agencias. Sin embargo, se puede buscar también retroalimentaciones de viajeros que ya han estado en el destino.

En el caso de Yunguilla no existen muchas de esas imágenes. La página web solo está en español, por lo cual la mayoría de los turistas de estancia breve no pueden consultar la información sobre el lugar. Las imágenes en su mayoría son fotos publicitarias que no corresponden con el pueblo. Las otras imágenes carecen de calidad y no revelan mucho. Existen varios blogs en internet, escritos en inglés, que relatan la experiencia en Yunguilla y proveen información para anticipar una experiencia turística.

No obstante, ninguno de los visitantes internacionales de estancia breve ha consultado la página web u otros sitios de la red para conocer a la comunidad de antemano. Los turistas tienen un itinerario con alrededor de 30 a 40 diferentes actividades y visitas de sitios en 21 días. Por eso, solo una de las turistas consultó la página de Viventura que cité antes. En lugar de una imagen específica de la comunidad de Yunguilla, los grupos de turistas suelen tener un concepto colectivo del Ecuador provisto por los folletos y la página web de las agencias, que resumen al país como un conjunto de naturaleza, volcanes, Andes, jungla, indígenas, tradiciones, historia

colonial, mar Pacífico, aventura y autenticidad. Respecto a Yunguilla, solamente se enfatiza en el hecho de que la población local vive en condiciones simples, mano a mano con la naturaleza, algunos pájaros, animales y el bosque nublado.

Una segunda fase de la experiencia turística es el viaje hacia el destino, cuando el turista deja atrás el espacio de la cotidianidad y “toda la carga simbólica que asocia a este espacio (relaciones sociales, comportamiento, tabúes, relaciones con el territorio)” (Anton y González, 2007: 154). Se prepara ahora para un nuevo entorno, con nuevos códigos, nuevas relaciones y necesidades (Anton y González, 2007: 154). A pesar de que se trata aquí del momento de transición del hogar al nuevo destino, existe esta fase intermedia también en el camino hacia Yunguilla. Después de una estancia de once días, el turista tiene ya algunas experiencias con el país, su paisaje y sus personas. Además, como ya anteriormente se ha descrito, se formó el grupo de viaje homogéneo, pero ninguna relación directa con la población. El día de la llegada, las expectativas del eminente desmantelamiento del grupo empiezan a preocupar a sus miembros, que durante las primeras tres horas no han conocido a sus anfitriones ni su alojamiento.

Una vez en el lugar de destino, el turista tiene la posibilidad de experimentar directamente la vida a través de su percepción sensorial, las actividades y productos ofrecidos. “Es el momento en que coinciden en el mismo espacio la oferta y la demanda, los turistas y los residentes” (Anton y González, 2007: 155). Aquí, el turista compara sus expectativas de la fase de la anticipación con la realidad en un tiempo delimitado y efímero, por lo cual tiene que capturar elementos como souvenirs, fotografías, vídeos, postales que van perfilando la imagen que el turista tiene del destino (Anton y González, 2007: 155) y que comunica a los otros miembros del grupo. En estos momentos también se inician las negociaciones sobre la autenticidad.

### **La imagen fotográfica del turista de estancia breve**

El análisis de las fotografías que hacen los turistas de estancia breve nos permite ver qué imagen de su visita quieren llevar a sus países de origen los visitantes. Durante mi trabajo de campo pedí a todos los turistas de estancia breve en Yunguilla que me entregaran las imágenes y videos que habían hecho durante su estancia en el pueblo.

Reiteré la necesidad de la integridad de los archivos para analizar la estética, los encuadres, los lentes que usaron y los motivos de las fotografías. Esperaba que solamente a través de un análisis del valor visual, sin texto o comentarios de los fotógrafos pudiera deducir la motivación de los visitantes e interpretar el grado de interacción con los anfitriones. No obstante, tenía contacto previo con estos grupos de turistas y hablé anteriormente con ellos. Así se conectaban sus experiencias en el campo con las imágenes que me entregaron.

Recogí y analicé 330 fotos y encontré que más que la mitad de ellas (51%) muestran las montañas, la neblina, los árboles, las plantas y los valles de Yunguilla (Anexo 7). La naturaleza pura e intacta, sin presencia de personas, predomina en los motivos de las imágenes. El otro tema que se encuentra en las fotografías son las casas del pueblo, especialmente la vivienda de los turistas. La mayoría de los visitantes (9%) hace la foto desde afuera (Anexo 1), y apenas se encuentran imágenes del interior de las casas (1%). Otro asunto que le interesa al visitante son los animales. Se encuentran fotos de vacas, burros, gallinas, gatos y perros del pueblo, así como también de pájaros salvajes por los senderos. El 9% de las imágenes muestra la fauna del territorio. El 8,5% de las fotografías fija las atracciones del turismo comunitario como proyecto de sostenibilidad. Vemos las fábricas de queso, de artesanía, el huerto orgánico, los viveros con orquídeas y bromelias, pero también los *culuncos* o la tienda. Como veremos en el próximo capítulo, estas atracciones son escenificaciones para guiar la mirada del visitante e invitan a tomar fotografías. Casi cada turista tiene por lo menos una foto que muestra su grupo completo (6%) y solo unos pocos captaron la noche cultural (3%) (Anexo 3) o los eventos más aventureros como los columpios gigantes (2%) (Anexo 2).

Como he mostrado antes, otra atracción en Yunguilla es la convivencia con los habitantes del pueblo. Sin embargo, esto no se manifiesta en las fotos. Se encuentran apenas tres fotografías que capturan un habitante en su entorno (Anexo 4). Estas fotos fueron hechas con un teleobjetivo – un lente que alude a la mirada *voyeurista* y evidencia por su perspectiva y la profundidad de campo disminuida, la distancia entre el fotógrafo y el sujeto (Nichols, 1997: 134; Rouch, 2003: 154; Morin, 2003: 239-240). Los turistas entonces estaban ubicados muy lejos de los sujetos, quienes no sabían que alguien tomó una foto de ellos. Además, estas fotos carecen de nitidez, lo que puede ser

un indicador de haber tomado la foto fugazmente para evitar que el otro se diera cuenta. La distancia física entre el turista y el habitante del pueblo refleja aquí también la distancia cultural y la timidez mutua. Existen más fotos de los guías (1,5%) que forman parte de los anfitriones más activos y especialmente un motivo frecuente que muestra a los anfitriones con su respectivo turista al final de la estancia delante de la casa (3,6%) (Anexo 6).

**Tabla 3. Motivos fotográficos de los turistas de estancia breve**

Motivo de la fotografía	Cantidad	Porcentaje
Naturaleza	168	50,9
Exterior de la casa	30	9,1
Interior de la casa	4	1,2
Fotos del propio grupo	19	5,9
Noche cultural	11	3,3
Fábricas, culuncos, tienda, huerto orgánico	28	8,5
Mapas, Señalética	5	1,5
Columpios	8	2,4
Animales	29	8,8
Habitantes del pueblo	2	0,6
Familia anfitriona	12	3,6
Otros motivos	14	4,2
Total	330	100

¿Por qué entonces el turista prefiere regresar a su lugar de origen con imágenes de la naturaleza, de los animales o de las casas desde afuera en lugar de retratar a las personas de la comunidad o los anfitriones? Existe una barrera natural entre las personas desconocidas. Como veremos en el siguiente capítulo, las personas empiezan a conocerse a través de preguntas. Adquieren información acerca del otro y ponen en juego la que ya poseen (Goffman, 2001: 13). En estos momentos nadie suele sacar una cámara que puede crear o aumentar la incomodidad. Observé cierta timidez por el lado de los

turistas, que a menudo no estaban seguros de si los anfitriones estaban cómodos debido a la presencia de los visitantes. En estos momentos de inseguridad no parece apropiado tomar fotos del espacio íntimo de los convidantes.

Sin embargo, incluso cuando los visitantes estaban solos en sus habitaciones no solían retratar los cuartos o la casa en condiciones normales y comunes. Las fotos del turista de estancia breve no buscan la cotidianidad, sino lo exótico, representado por una naturaleza imponente con montañas cubiertas de nubes y una vegetación salvaje. Los animales como burros, pájaros o vacas también fueron de interés porque normalmente no se los ve tan cerca. Son estos motivos los que atraen al turista. Por otro lado, cuando el turista vivía en condiciones más básicas, rústicas o humildes, se dedicaba a tomar fotos de la situación. Mientras siete turistas se asombraron del estándar alto de sus viviendas, casi no hicieron fotos dentro de la casa. Sin embargo, una fotógrafa hizo 29 de sus 126 fotos (23%) dentro o afuera de la casa para retratar las condiciones relativamente pobres (Anexo 5). He aquí, la atracción que el visitante quiere enseñar a su familia y amigos en el ‘Primer Mundo’<sup>55</sup>.

### **La pobreza y la autenticidad**

La mayoría de los visitantes tenían la expectativa de encontrar una población en una situación económica precaria. La noción de una comunidad que se involucra en un proyecto de desarrollo necesariamente evocaba una idea de pobreza.

Una visitante se imaginaba las viviendas como chozas de madera y se sorprendió mucho al encontrar casas de ladrillos de dos o más pisos (Bertha Wosse, 2013, entrevista). Aunque ningún folleto habló de la existencia de supuestas chozas, ella conectó su experiencia del turismo comunitario en Tailandia y transformó esta experiencia en una imagen de anticipación. Otras turistas me preguntaron si “todos viven así en la comunidad” (Kerstin Scheu, 2014, entrevista) cuando entraron a sus habitaciones en el segundo piso con ventanas grandes, terraza con una vista espectacular, con ducha y baño exclusivamente para los turistas, agua caliente y un

---

<sup>55</sup> “Porque la pobreza es bella” cita Poole su amiga Olga cuando miran a la obra *Other Americas* de Sebastiao Salgado (Poole, 2000: 12).

diseño moderno y espacioso. “Ni yo vivo así en Alemania”, añadió su compañera Solange Stampel, lo que subraya la expectativa de encontrar condiciones precarias en la región. Por tanto, las dos no consideraron estas habitaciones como auténticas.

Creo que, el lugar donde nosotras vivimos ahora, es decir, donde pernoctamos, está hecho para el turista. No nos meterán en cualquier alojamiento no tan elegante como nuestra casa. [...] Uno no espera algo así. No creo que quienes viven aquí lo hagan de esta manera y yo no hubiera tenido problemas si habría sido un poco menos lujoso. Pues, lo veo muy lujoso en comparación con las condiciones reales aquí. No hubiera esperado una casa tan pituca<sup>56</sup> (Solange Stampel, 2014, entrevista).

Siguiendo esta lógica, otro miembro del grupo que no tenía un estándar semejante y que vivía en una parte de una casa que antes servía como dormitorio para los niños, opina que su hospedaje “sí es muy auténtico. Es una casa muy simple la de esa gente. Nada está arreglado adicionalmente y yo diría que esto sí es auténtico” (Joseline Westwind, 2014, entrevista).

En esta discusión se cristaliza que la autenticidad depende entonces mucho de la expectativa de que un pueblo debe ser pobre para ser parte de un programa de desarrollo. Esta imagen se propaga, a menudo, a través de las grandes ONG u organizaciones de caridad que ilustran los proyectos de desarrollo con imágenes de niños de escasos recursos para recaudar mejores donaciones, aunque las comunidades mismas que ofrecen turismo comunitario no se encuentran en tal situación. Frecuentemente, viven en una economía no monetarizada y satisfacen sus necesidades básicas por la cercanía a la naturaleza. Por eso, el indicador meramente económico de que una persona es pobre, cuando vive con menos de un dólar por día, no puede ser el único indicador para pobreza<sup>57</sup> (Solís, 2007: 42). Además, después de dieciocho años se nota el despliegue económico como efecto positivo del turismo comunitario. El visitante apenas piensa en estos detalles. El concepto *voluntourism*, así como también el ecoturismo enfatizan justamente en la idea de que el turista puede tener un papel activo

---

<sup>56</sup> Aber ich glaub, jetzt wo wir jetzt wohnen, wo wir jetzt nächtigen, ist schon ein bisschen extra hergerichtet. Wir werden jetzt nicht einfach so in irgendwelche Unterkünfte gesteckt, die nicht ganz so schick sind, wie jetzt bei uns im Haus. [...] Ja, weil man das nicht erwartet. [...] Ich glaube nicht, dass hier jeder so lebt und ich hätte jetzt auch kein Problem gehabt, wenn es jetzt so ein bisschen weniger luxuriös gewesen wäre. Also ich find's schon luxuriös für die Verhältnisse hier. Das hätte ich jetzt nicht erwartet hier, nicht so ein Schicki-Micki-Holzhaus. [Lacht] (Solange Stampel, 2014, entrevista).

<sup>57</sup> Existen otros conceptos de la pobreza que enfatizan menos en la pobreza material y más en la falta de oportunidades y las limitaciones sociales. Véase por ejemplo Amartya Sen (2000).

en la lucha contra la pobreza. Así, los grupos de Vivventura visitan antes de su estancia en Yunguilla el proyecto ‘Para dar esperanza’, un centro de caridad para niños y adolescentes quiteños que se sustenta a partir de donaciones.

Yunguilla y este proyecto de caridad no tienen nada en común. Sin embargo, la cercanía y proximidad de las dos estaciones en el itinerario de los turistas crea un imaginario de pobreza. Además, esta idea se refuerza cuando algunos guías no locales proponen a sus grupos que lleven regalos o agasajos para las familias de la comunidad, lo cual causa mucha confusión, porque nadie conoce a estas familias como para escoger un obsequio adecuado (Misael Glas, 2013, entrevista).<sup>58</sup>

Por otro lado, una turista reflexiona respecto al tema de la autenticidad de la siguiente manera:

La pregunta es: ¿qué es auténtico?, ¿significa esto que ellos tienen que ser pobres? Creo que si ellos ahora ganaran un montón de dinero, seguramente se construirían una cancha gigante de fútbol y eso también sería auténtico, porque tendrían el dinero para hacerlo. Mientras no lo hagan solamente para los turistas, sino también para ellos mismos, es auténtico. [El pueblo] se está desarrollando. Hay más trabajo y la gente vive mejor. Creo que así está bien. Una vez, me fui a un *slum* (barrio bajo) en Sudáfrica. Eso era auténtico... Bueno, la pregunta es, si está bien que sea auténtico o si sería más bonito, si hubiese gente que no tuvieran que vivir de tal manera<sup>59</sup> (Regina Mai, 2014, entrevista).

Ante lo cual mi réplica fue que seguramente sería más impresionante si se tratara de una pobreza auténtica. Ella respondió de manera afirmativa, pero añadió en broma que no debería ser una “pobreza fingida”.

Como se ve en estos comentarios, la autenticidad no es fija, tiene matices y es negociable. La mayoría de los turistas de estancia breve vive en albergues lujosos, pero

---

<sup>58</sup> Al enterarse de esta práctica, Bernardo Castro, de Maquipucuna, se mostró consternado: “Esto muestra que estos guías no comprendieron el turismo comunitario. Nadie tiene que regalar algo a la comunidad, que creció en un proceso duro de trabajo y capacitación” (Bernardo Castro, 2014, entrevista).

<sup>59</sup> Traducción propia: “Die Frage ist ja nun halt: Was ist Authentisch? Heißt authentisch, dass es arm sein muss? Wenn die jetzt ganz viel Geld verdienen, würden sie sich vielleicht einen super Sportplatz anlegen. Und dann wär’s ja auch wieder authentisch, weil sie ja eben das Geld haben, um das zu machen. [...] Solange es die nicht allein für die Touristen machen, sondern eben für sich selbst. [...] Es entwickelt sich halt. Daß das Arbeitsplätze schaffen kann und dass es den Leuten dann besser geht. Ich denk schon, dass das gut ist. Ich war in Südafrika im Slum. Das war authentisch. (Lacht schamvoll). Aber die Frage ist, ob es dann gut ist, dass es authentisch ist oder ob es halt schöner wäre, wenn es Leute gibt, die halt nicht so leben müssten” (Regina Mai, 2014, entrevista).

puede, de todos modos, comparar su vivienda con las casas vecinas con menos esplendor. Nadie estaba decepcionado. Los turistas que tenían un alojamiento cómodo se mostraron contentos por el confort, mientras aquellos que tenían una vivienda básica, se alegraron de haber podido experimentar algo no solamente ‘acomodado’ para ellos. Los voluntarios, a quienes se considera en este trabajo también como turistas, no hubieran estado tan satisfechos frente a este tratamiento especial, como veremos en el siguiente apartado.

### **Los voluntarios**

Los voluntarios son los principales clientes en Yunguilla (Fundación Jatun Sacha, 2013: 35), aunque en los últimos años su número disminuyó. Desde el inicio de la historia del turismo en el área, se estableció el “*voluntourism*” – una intersección entre voluntario (*volunteering*) y turismo (*tourism*) para ayudar en los proyectos de reforestación, educación ambiental para los niños de la comunidad, trabajo en los huertos orgánicos, en el mantenimiento de la finca comunitaria Tahuallullo, la recolección de datos para los diagnósticos socio-ambientales, la producción de mermeladas o quesos, mingas o las otras actividades amigables con el medio ambiente (Yunguilla-Voluntarios2, 2013). Pero, ¿se puede considerar al voluntario como turista, si su motivo principal es el trabajo en la comunidad?

Si usamos la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de 1994 que comprende el turismo como

[...] las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros (OMT en Sancho, 1998: 45)

el voluntarismo no se excluye del concepto de turismo, a pesar de las ocho horas de trabajo diario en el campo. Tal vez no se puede considerar estas actividades laborales como ocio, pero sí como una manera de experimentar autenticidad en un contexto de

turismo alternativo con beneficios para la comunidad destinataria<sup>60</sup>. Las personas se encuentran fuera de su entorno habitual y se quedan en la comunidad durante un tiempo limitado. El propósito del voluntario es conocer la cultura y acercarse a la comunidad. Este acercamiento se hace entre supuestos iguales, lo cual se muestra a través de su voluntad de trabajar y vivir en las mismas condiciones que los nativos. En retribución a su labor, el visitante recibe comida y alojamiento básico, pero no dinero. Paradójicamente, incluso tiene que pagar un monto considerable que va de los 13 a los 15 USD diarios para vivir esta experiencia. Por eso, también la definición más estrecha de Óscar de la Torre Padilla, que enfatiza en la ausencia de una remuneración, funciona. Este autor define el turismo como

[...] el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que – fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud – se trasladan de su lugar de residencia a otro en el cual no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada (Torre Padilla, 1994: 16).

Ambas definiciones incluyen a los voluntarios como turistas, quienes con sus trabajos y las contribuciones financieras llevan adelante el proyecto microempresarial en Yunguilla. Una pauta de cómo debería ser el trabajo voluntario se encuentra en la página web de la comunidad:

Cuando la permanencia de los voluntarios es de más de dos semanas, trabajan de lunes a viernes en las distintas tareas que se les asigne, pudiendo disponer del fin de semana en la forma que ellos deseen, teniendo la opción de quedarse en la comunidad si así lo deciden o salir para visitar otros lugares de nuestro país para lo cual deberán notificar al coordinador en la comunidad (Yunguilla-Voluntarios, 2013).

Estas líneas muestran que la microempresa considera a los voluntarios como fuerza de trabajo, con la que se puede contar. Los interesados tienen que firmar antes un código ético que les exige que compartan los valores culturales como solidaridad, amabilidad, respeto a los demás, honestidad, trabajo en comunidad, unidad, responsabilidad y alegría. Además se sugiere ciertos modos de comportamiento en una lista de diez puntos:

---

<sup>60</sup> *Voluntourism* is often promoted as a way to experience authenticity within the context of alternative tourism beneficial to destinations, leading to expectations of a responsible tourism ethos, creating “better places for people to live in, and better places to visit” (VolunteerTourismViews, 2013)

Punto 1: Ser respetuosos con las costumbres y tradiciones de la comunidad y no buscar alterarlas fomentando actividades a las que no estamos acostumbrados.

Punto 2: Ser abierto, solidario y humanitario en las relaciones. No fomentar el individualismo o grupos aislados de amistades.

Punto 3: Evitar relaciones que por muy íntimas puedan terminar en romances.

Punto 4: ¡Ser un comunero más! Adaptar en lo posible el comportamiento y vestido a la cultura local.

Punto 5: Evitar el consumo excesivo de alcohol y cigarrillos.

Punto 6: Mantener a las mascotas fuera de los dormitorios.

Punto 7: Mantener el orden dentro de los dormitorios.

Punto 8: Ser flexible en los horarios de trabajo, de acuerdo a las necesidades y dinámicas comunitarias.

Punto 9: No destruir la flora y fauna local y mantener limpia nuestra comunidad.

Punto 10: Ser transparente y decir a los directivos las cosas percibidas como negativas de Yunguilla, con el fin de ayudar a la comunidad a mejorar su programa de ecoturismo y voluntariado

(Código ético, 2012).

Este código ético rompe a primera vista con la idea de que el turismo “privilegia el juego sobre el trabajo, la promiscuidad sobre la contención, el gasto conspicuo sobre el ahorro, la libertad sobre la estructura, la indulgencia frente a la responsabilidad” mencionada por Fuller (2009: 27). Los voluntarios no deberían ser promiscuos (punto 3), evitar el alcohol (punto 5) y justamente formar parte de la estructura de la vida del anfitrión en lugar de sentirse demasiado libres (punto 1 y 4). Existe cierto paralelo con el acto de encerrarse en un convento por un breve período para “acumular gracia y preeminencia moral en la comunidad” (Fuller, 2009: 27). Además, Crick señala que algunos tipos de turismo, como el “todo incluido”, implican menos libertad y más estructura que la vida normal (1989: 334).

Los mismos voluntarios no se consideran viajeros, sino que quieren distinguirse de los grupos de turistas que solamente visitan los lugares por un breve tiempo. Según los voluntarios, ellos, los turistas, no pueden relacionarse en profundidad y, debido a los encuentros esporádicos con la población, no pueden aprender y comprender la cultura de los anfitriones. Aquí se observa el fenómeno de construcción de una jerarquía entre

los diferentes tipos de turistas. Hoy en día es sospechoso ser turista (West, 2008: 608), por eso, los ecoturistas se sienten en una posición privilegiada por viajar en un pequeño grupo que les permite la interacción con la población local. Wearing describe la diferencia entre los turistas convencionales y los ecoturistas así:

En el caso de los turistas convencionales, la mayoría de las interacciones sociales ocurren entre los miembros del grupo. Para el ecoturismo, con sus grupos más pequeños y su énfasis en los atributos del destino, el enfoque de las interacciones está entre el turista y los nativos en el lugar de destino. El ecoturista ideal busca más la inmersión en el ambiente local que insistir en fronteras artificiales entre ellos y la comunidad anfitriona<sup>61</sup> (Wearing y Neil, 2009: 204).

Sin embargo, como hemos visto antes, en Yunguilla aún existen problemas respecto a la interacción entre el turista y el anfitrión debido al idioma, la carencia de habilidad social y las diferentes expectativas.

El grupo de voluntarios de la comunidad quiere desvincularse completamente de estos caminos trillados, viaja solo para integrarse y para tener la necesidad de aprender español en poco tiempo. En lugar de armarse con una cámara fotográfica, ellos echan una mano en los trabajos comunitarios. De tal manera, se alivian de la culpa y se posicionan supuestamente en las afueras de la esfera turística<sup>62</sup> (West, 2008: 608). Sin embargo, Wearing considera a los voluntarios como turistas y los define así:

[...] trabajan voluntariamente de una manera organizada para tener vacaciones que puedan involucrar la ayuda o el alivio de la pobreza de algunos grupos en la sociedad, la restauración ambiental o la investigación de ciertos aspectos de la sociedad o el medio ambiente<sup>63</sup> (Wearing y Neil, 2009: 225).

A menudo, los turistas rehúyen auto-caracterizarse como tales. Existe una cierta jerarquía de turistas sofisticados que se burlan de versiones inferiores de ellos mismos (Crick, 1989: 309). Nadie quiere verse como una parte de un fenómeno que

---

<sup>61</sup> In the case of mainstream tourists, the majority of social interaction occurs between members of the group of tourists. For ecotourism, however – with a reduced group size and an emphasis on destination attributes – the focus of interaction is between the tourist and those encountered at the destination. The ideal ecotourist is likely to actively seek immersion in the local environment, rather than enforcing an artificial barrier between themselves and the host community (Wearing y Neil, 2009: 204).

<sup>62</sup> [...] thinking of tourism as a form of scientific practice and discussing it that alleviates guilt and sets the tourist outside of what is increasingly seen as a suspect class of people and set of actions. This can also be seen with “volunteer tourism” (West, 2008: 608).

<sup>63</sup> [...] volunteer in an organised way to undertake holidays that may involve the aiding or alleviating the material poverty of some groups in society, the restoration of certain environments, or research into aspects of society or environment (Wearing y Neil, 2009: 225)

frecuentemente conduce a un cambio económico en niveles regionales, nacionales y locales, que propicia la aculturación o la comodificación de la cultura. Por eso, la industria del turismo, que permanentemente se reinventa, ha creado un supuesto turismo alternativo que autoconscientemente se posiciona en contra del turismo tradicional. Aquí, el turista trabaja para crear un capital social y un sentido personal de sí mismo, con el cual puede construir cierto prestigio<sup>64</sup> (Wearing y Wearing en West, 2008: 599). MacCannell formula esta tendencia de distinguirse, así:

Mofarse hoy en día de los turistas confiere cierta elegancia intelectual [...] La crítica moderna de los turistas no constituye una reflexión analítica del problema del turismo: forma parte del problema. Los turistas no son criticados [...] por salir de sus casas para visitar lugares de interés. Se les reprocha sentirse satisfechos con las experiencias superficiales de otras gentes y otros lugares [...]. La vergüenza turística no consiste en ser turista, sino en no serlo lo suficiente, en no observar todo del modo en que "debería" ser observado. La crítica turística del turismo se basa en el deseo de superar a los demás "simples" turistas y alcanzar una apreciación más profunda de la sociedad y la cultura, y no se limita de ningún modo a las afirmaciones intelectuales. Todos los turistas desean, en alguna medida, este compromiso más profundo con la sociedad y la cultura; es un componente básico de la motivación para viajar (MacCannell, 1999: 9/10)<sup>65</sup>.

Mikkel, uno de los voluntarios, insiste en que no es y no quiere sentirse como turista porque los considera a ellos como "personas que no forman parte de la sociedad" (Mikkel Ellersgaard Sørensen, 2014, entrevista). Además, se caracterizan como individuos que requieren toda la atención de la comunidad, que tiene cumplir con su función de prestadora de servicios para los turistas.

Un turista siempre quiere toda la atención. Cuando yo camino por aquí, no siento que se trate solamente de mí. La vida en el pueblo sigue y uno les ayuda por un tiempo breve. A un turista se le muestra todo el lugar aquí, como a los estudiantes [del colegio] que acabamos

---

<sup>64</sup> Alternative tourism can be a guilt-alleviating and prestige building activity in which tourists work to build their social capital and their personal sense of self (Wearing y Wearing en West, 2008: 599).

<sup>65</sup> It is intellectually chic nowadays to deride tourists. [...] The modern critique of tourists is not an analytical reflection on the problem of tourism - it is a part of the problem. Tourists are not criticized [...] for leaving home to see sights. They are reproached for being satisfied with superficial experiences of other peoples and other places. [...] [T]ouristic shame is not based on being a tourist but on not being tourist enough, on a failure to see everything the way it "ought" to be seen. The touristic critique of tourism is based on a desire to go beyond the other "mere" tourists to a more profound appreciation of society and culture, and it is by no means limited to intellectual statements. All tourists desire this deeper involvement with society and culture to some degree; it is a basic component of their motivation to travel.

de ver, y eso es todo. Después, ellos se van al día siguiente<sup>66</sup> (Mikkel Ellersgaard Sørensen, 2014, entrevista).

Mikkel expresa aquí el deseo del voluntario de una exclusividad que se invierte en otro extremo: la invisibilidad. Pensando en la división de diferentes *backstages maccannelianos* se trataría aquí del sexto nivel, es decir, la verdadera región posterior como espacio social en un sentido de Goffman (MacCannell, 1999: 101/2). El voluntario se siente como un miembro más de la familia, “La gente te habla como si fueras un miembro de la familia o de la sociedad, lo que ellos no harían con un turista. Bueno, por lo menos, eso espero”<sup>67</sup> (Mikkel Ellersgaard Sørensen, 2014, entrevista). La última parte de la frase revela la permanente incertidumbre del turista sobre su propio papel en el juego performático. ¿Puedo realmente sumergirme en una cultura ajena y llegar hasta aquel detrás de bambalinas?

Se construye un gran juego de escondite en el cual el voluntario espera encontrar el verdadero *backstage*, mientras el núcleo familiar queda en una esfera impenetrable e inalcanzable, incluso para habitantes que ya viven varios años en el pueblo, pero no logran integrarse en una sociedad que tiene su base casi exclusivamente en los lazos familiares. Sin embargo, el anfitrión tiene que mantener la ilusión de que el voluntario pertenece a la familia. Matilde Sánchez reafirmó en varias ocasiones que su familia trata a un visitante como un hijo más, por lo cual, efectivamente, no se les brinda muchos privilegios a los voluntarios. A menudo, están excluidos de las conversaciones sostenidas en un nivel de español que a un principiante le cuesta trabajo seguir. Además, come comida vegetariana como los otros, lo que es habitual debido a la escasez de carne en el pueblo<sup>68</sup>. El voluntario busca estas situaciones poco tentadoras: a través del sufrimiento y una autoflagelación simbólica quiere lograr el acercamiento a las familias.

---

<sup>66</sup> A tourist wants to have the whole attention. When I go down here, I don't feel that it's me that it's all about. The life goes on and you're helping them out for a short moment. A tourist would come down here like the school children that are shown the whole place and that's it. And then they go again the next day (Mikkel Ellersgaard Sørensen, 2014, entrevista).

<sup>67</sup> “People are talking to you like they would talk to a family member or a member of the society, which they would not do with a tourist. I mean, that's what I hope” (Mikkel Ellersgaard Sørensen, 2014, entrevista).

<sup>68</sup> La corporación recomienda a las familias anfitrionas servir a un turista de estancia breve un segundo plato con carne y de hecho observé que un turista se quejó por un plato vegetariano.

No obstante, el turismo está marcado por estancias de un tiempo limitado y se basa en un sistema de remuneración, lo que inhibe una integración plena en la vida del pueblo. Una vez que termina esta relación, es difícil reactivarla. El testimonio de un voluntario estadounidense cuenta la experiencia posterior a una estancia de familiaridad. El blog de Eric Larsen relata:

Salí de Yunguilla hace un mes [...] y me sentí culpable en primer lugar por no haber encontrado más cercanía con la comunidad. El último día de mi estancia hice una nota en el ‘libro de los voluntarios’ y caí en la tentación de leer lo que los últimos visitantes escribieron sobre su experiencia. Frases como “La mejor experiencia de mi vida” o “No puedo esperar hasta mi regreso” y “He encontrado amigos para la vida” llenaron las páginas y me dejaron un sabor amargo en la boca. ¿Qué se me perdió en este lugar que quedó atesorado en las mentes de la gente que lo visitó antes que yo? ¿Eran el idioma o la diferencia cultural la fuente de mi frustración? Empecé a pensar que esto era más que una excusa conveniente.

Uno de los aspectos de la comunidad con el cual tenía problemas era el costo que tenía cada servicio. [...] En nuestra última semana, nos fuimos a acampar con uno de nuestros amigos que era un guía de la comunidad. Aunque trabajamos como voluntarios durante cinco semanas, aún nos trataban como turistas, así que teníamos que pagarle el precio de la guianza de dos días. Más tarde, en diciembre, regresé a la comunidad con mis padres y pregunté por un descuento y me hicieron pagar 25 USD por cada uno. Estos ejemplos me parten el alma, porque, por un lado, sé que mi dinero beneficia a la comunidad más que a mí mismo y yo debería ser feliz por ayudarlos. Por otro lado, en mi cultura no me siento respetado cuando trabajo cinco semanas de mi vida lleno de sudor y energía y no recibo un agradecimiento de la comunidad más significativo. [...] Una vez más, me dejé llevar por mi pensamiento occidental. El ‘otro’ – la vida campesina mestiza ecuatoriana, un modo de vida al cual no fue acostumbrado – se convirtió de repente en ‘lo malo’ (Eric Larsen, 2008).<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> I left Yunguilla more than a month ago [...], feeling guilty more than anything that I had not become more attached to this community. On my last day, as I signed the ‘volunteer memories book,’ if you will, I couldn’t help but peek at what some of the past visitors to the community had wrote of their experience. Phrases of ‘greatest experience of my life’ and ‘can’t wait to return’ along with ‘I have formed lifelong friendships’ seemed to litter the page, putting a sour taste in my mouth. What had I missed about this place that made it so treasured in the minds of those who had passed through before me? Was the language barrier or perhaps the cultural barrier really the source of my frustration? I was starting to think of this more as just a convenient excuse. One of the aspects of the community I struggled with the most was the value attached to nearly every service.[...] In our last week in the community, we went camping with one of our better friends who is also a trained guide. Even though we have worked as volunteers in the community for 5 weeks, we are still treated like tourists and have to pay him the full guiding fee for 2 days. Later in December, I revisit the community with my parents, asking perhaps for a discount for our stay, only to receive the \$25/night national rate instead of the \$30 foreigner rate. These examples tear me apart because on one side of my brain, I know this community could benefit from my money more than I

El aspecto financiero que expresa aquí Larsen surge a menudo en las discusiones entre los turistas sobre la relación en general entre anfitrión y visitante y se convierte en la medida de cuán cerca el turista o voluntario se encuentra de la familia. Por eso, muchos turistas se sienten afortunados y distinguidos cuando reciben descuentos o, aún mejor, servicios gratuitos de los anfitriones como gestos de amabilidad, familiaridad y cercanía. No se trata aquí de una cuestión meramente financiera, sino de un valor simbólico. A través de la prestación de servicios sin remuneración se expresa que el dinero que normalmente funge como motor e incentivo de la hospitalidad en un sistema capitalista no es necesario y que la presencia del turista es tan agradable que sustituye la remuneración.

El voluntario sabe que no le será posible formar parte integral de la vida del pueblo y penetrar el *backstage*. Mikkel dice:

Tenemos una posición mejor [que aquellos habitantes que han llegado hace unos años en Yunguilla, pero aún no han podido establecer lazos fuertes de amistad y de compañerismo] porque nosotros llegamos por un mes o, tal vez, tres. Quiero decir que nosotros podemos intercambiar experiencias que ellos conocen porque han vivido con otros voluntarios, pero hablamos permanentemente sobre las diferencias culturales, lo que funciona durante medio año, pero después ya no. Hay diferentes esferas aquí en el pueblo: una cerrada, solamente para la familia y una más abierta, en la cual pueden participar los voluntarios<sup>70</sup> (Mikkel Ellersgaard Sørensen, 2014, entrevista).

Se observa en el caso de los voluntarios el afán de integrarse en una sociedad ajena. Al contrario a los turistas con estancias breves, los voluntarios se conforman con menos lujo, no viven en las habitaciones construidas exclusivamente para los grupos turísticos y comparten la misma comida como sus anfitriones. Además, evitan el uso de la cámara fotográfica y ayudan en el trabajo comunitario.

---

can and I should be glad to support their services. On the other hand, though, in my culture I tend to feel disrespected when 5 weeks of my sweat and energy is not acknowledged by a more significant gesture from the community. [...] Once again, my occidental way of thinking had kicked in ever so subtly. The 'other'- a way of life I wasn't accustomed to, this Ecuadorian mestizo campesino culture- had suddenly become the 'bad' (Eric Larson, 2008).

<sup>70</sup> We have a better position, because we're coming here for a month or three. I mean, in the family we can share the kind of experiences we have that they know, because they know because of the other volunteers. [...] Talking about differences helps for half a year, but then... There are different areas here: a close one and a more open one that the volunteers are part of (Mikkel Ellersgaard Sørensen, 2014, entrevista).

En su estancia de 30 días en Yunguilla, Mikkel hizo en total 443 fotos. Durante diez días dejó su cámara en la casa y no hizo ninguna foto. Otros días retrató exclusivamente insectos (27%), otros animales (9%) o la naturaleza en general, con caminos, montañas y neblina, especialmente en su excursión del primer día (30%). Casi tres semanas después de su llegada hizo su primer retrato de una persona y el día de su despedida tomó fotos de su familia, de la casa y de la gente con la cual tenía contacto. En el 5,6% de sus fotos se mostraba a habitantes de Yunguilla. El primer día hizo fotos de un juego de voleibol en el pueblo y en otra ocasión de un partido de fútbol en Calacalí. Todas estas fotos son planos generales que no permiten ver ningún rostro. Mikkel no se acercó más a la gente debido a su timidez. El acto de usar la cámara le pareció intrusivo en estos momentos y se alejó para ilustrar los sucesos. Al contrario de los turistas de estancia breve, no usó un teleobjetivo, que hubiera resaltado a una persona en particular. Mikkel quería recordar la escena en general, en lugar de acudir a la mirada *voyeurista*.

A pesar de que las estadísticas no muestran grandes diferencias cuantitativas entre los motivos de los turistas de estancia breve y el voluntario, se puede notar una diferencia cualitativa en cómo se representan los anfitriones junto con los voluntarios. Después de una estancia larga trabajando en conjunto se crean relaciones más cercanas que se pueden observar en las imágenes. Así, en la noche de despedida de la Mikkel y la otra voluntaria, Clodette, se capturaron situaciones con mucha alegría, mientras las fotos casi obligatorias del turista de estancia breve con sus anfitriones delante de la casa parecen muy estáticas, serias y más como una prueba de que habían estado allá (Anexos 8 y 6). Sin embargo, la noche de despedida de Mikkel era una excepción. Durante su estancia luchó contra la barrera lingüística, el aburrimiento y la soledad aplastante en el pueblo, mientras la otra voluntaria Clodette, que había estado antes en Yunguilla, tenía más contacto con los habitantes.

Una discusión entre los dos revela de manera curiosa el dilema del turista en su proceso de integración en la comunidad: un día, ambos se dedicaron a escardar el huerto orgánico en la finca Tahuallullo cuando empezó a llover. Inicialmente ambos siguieron, pero cuando la lluvia se intensificó, Clodette decidió dejar el trabajo y propuso ir a la casa. Mikkel se negó e insistió en que había que seguir trabajando bajo cualquier

circunstancia para cumplir el plan. Mientras ella argumentó que ni siquiera la gente local seguiría con la limpieza del huerto bajo estas condiciones, él quería ganar la benevolencia de los nativos a través del exceso de esfuerzo; he aquí dos estrategias para conseguir el afecto: a través de un proceso de asimilación o de distinción.

Sin duda, el voluntario se conecta más con la comunidad yunguillense que un turista de estancia breve que no habla español, tiene otras motivaciones y estrategias de acercamiento. Se queda más tiempo en la comunidad, prescinde del lujo, evita situaciones de prestación de servicios y, más bien, invierte la relación clásica de poder en el turismo a través de trabajo en proyectos comunitarios, pagando su estancia. Lo hace por altruismo (Wearing and Neil, 2009: 226) y para ubicarse a sí mismo fuera del estatus de un simple turista consumidor. A pesar de que no es capaz de sumergirse completamente en la vida familiar, no tiene los mismos problemas del cuestionamiento de la autenticidad, como en el caso de los turistas de estancia breve, ya que no ocurren situaciones claras de prestación de servicios.

## **Conclusión**

En este capítulo hemos visto que los visitantes de Yunguilla son turistas de estancia breve y voluntarios, que se quedan hasta ocho meses en la comunidad. Ambos tienen motivaciones y características diferentes, lo que influye también en su percepción de la autenticidad y el trato dado por el anfitrión. Este se comporta de manera diferente frente a un turista extranjero, cuya estancia es breve y que además paga más dinero, tiene otro estatus social, apenas habla español y tiene otras motivaciones que un voluntario o estudiante nacional que hace sus pasantías. Además, hemos visto que la autenticidad depende mucho de la imagen previa que se crea antes del viaje a través de imágenes (no solamente visuales) y que se compara con las sensaciones obtenidas durante la estancia en el pueblo. En el próximo capítulo se analizará cómo los anfitriones preparan la estadía de los visitantes y distribuyen el espacio para sus actuaciones y presentaciones.

## **CAPÍTULO IV EL PERFORMANCE DEL ANFITRIÓN Y LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD**

Mientras el tercer capítulo se trataba en su mayoría del turista que visita Yunguilla, dedico esta sección a los anfitriones, quienes encuentran escasa atención de los antropólogos. Su papel se reduce, frecuentemente, a lo opuesto del turista y las comunidades receptoras se convierten simplemente en los *otros*, un grupo aparentemente homogéneo. Una de las pocas excepciones son los artículos de Alberto Del Campo Tejedor (2009) sobre los *performances* en Shaglli, de González Damián (2004), que escribe sobre el anfitrión como actor social o el ensayo de Beatriz Pérez (2006), que ha señalado la agencia de los actores locales en las presentaciones turísticas del Inti Raymi en Cusco.

Como he señalado antes en la metodología del primer capítulo, no era fácil para mí, como extranjero, encontrar una cercanía y confianza profunda para levantar datos en la comunidad, en cuanto a sentimientos, (pre)juicios o emociones. Se trata de un círculo familiar cerrado que es hospitalario, caluroso y amable, pero naturalmente tiene sus límites en el momento de compartir la privacidad con un antropólogo que apenas está tres meses en el campo. Debido a esta barrera me concentro en este capítulo en la materialización de sus actuaciones y la arquitectura de la representación.

En la tradición de Erving Goffman, considero el caso de Yunguilla como un escenario, con roles, actores y un tiempo de presentación delimitado, para entender mejor el papel del anfitrión. Goffman, que comprendió las interacciones entre las personas en la vida cotidiana como una dramaturgia, propone un análisis a través del lente de una escenificación con “actuales que cooperan para presentar al auditorio una definición dada de la situación” (2001: 254). Pero, ¿es posible recurrir a una teoría que se refiere a la cotidianidad, si el fenómeno del turismo se considera más bien como un modelo de inversión de la normalidad? (Fuller, 2009: 27; Edensor, 2001: 60).

Hemos visto que el turista convencional en Ecuador busca algo distinto y diferente, que se expresa en la naturaleza salvaje y una cultura ajena. Para tener esta experiencia se somete a un plan riguroso que, a menudo, le da aún menos libertad que

en su vida normal. Tiene un itinerario rígido, se traslada frecuentemente de un destino al otro y renuncia a ciertos lujos. Para poder acercarse a una nueva cultura, el turista tiene que limitarse y prescindir de la comodidad de su vida cotidiana. De tal manera, no se parece mucho a aquellos turistas en busca de puro entretenimiento con sol, sexo, arena y mar, que sale por un tiempo delimitado del rol social que juega en su país de origen. Los voluntarios tampoco invierten completamente su cotidianidad, trabajan a un ritmo usual y mantienen los rasgos principales de su carácter para experimentar la convivencia con un nativo y probar la compatibilidad de su propio ego con otra persona. Tim Edensor propone dejar la dicotomía rígida entre turismo y vida cotidiana.

El turismo mejor debería ser comprendido como una imbricación con la cotidianidad y no como un campo especial y separado de las actividades o investigaciones. Usando la metáfora de performance podemos explorar, por qué exponemos hábitos particulares y prácticas y, consecuentemente, reproducimos y desafiamos el mundo social<sup>71</sup> (Edensor, 2001: 59).

Así, el turismo nunca está separado completamente del hábito cotidiano, porque aquello está incorporado de manera inconsciente en el turista<sup>72</sup> (Edensor, 2001: 61), lo que hace válida la aplicación de la teoría goffmaniana. Por otro lado, es cuestionable si una teoría sobre la dramatización de la vida cotidiana también sirve en el campo rural ecuatoriano. Goffman explícitamente delimitó su teoría a la sociedad angloamericana y sus observaciones no siempre sirven también para las culturas no-occidentales.

[Los angloamericanos] llevamos una vida social de puertas adentro. Nos especializamos en medios estables, en no dejar entrar a los extraños y en conceder al actuante cierta posibilidad de aislamiento a fin de que pueda prepararse para la representación. Una vez que empezamos una actuación, tendemos a terminarla, y somos sensibles a las notas discordantes que pueden producirse en su transcurso. Si se nos sorprende en una tergiversación, nos sentimos profundamente humillados. Dadas nuestras reglas dramáticas generales y nuestras inclinaciones para dirigir la acción, no debemos pasar por alto ciertas áreas de la vida de otras sociedades en las cuales aparentemente se aplican otras reglas. Los informes de muchos viajeros occidentales están repletos de casos en los cuales es fácil percibir que su sentido

---

<sup>71</sup> Traducción propia: [T]ourism should be understood by its imbrication in the everyday rather than as a special, separate field of activity and enquiry. By using the metaphor of performance, we can explore why we carry out particular habits and practices and, consequently, reproduce and challenge the social world (Edensor, 2001: 59).

<sup>72</sup> Traducción propia: “As I have stressed, tourist practices abound with their own habitual enactments, and tourism is never entirely separate from the habits of everyday life, since they are unreflexively embodied in the tourist” (Edensor, 2001: 61).

dramático fue agraviado o sorprendido, pero si queremos llevar las generalizaciones a otras culturas debemos considerar dichos casos, así como los ejemplos más favorables (Goffman, 2001: 260).

Yunguilla se considera como una cultura mestiza e hispanizada. No se trata de una comunidad que vive protegida y alejada de la civilización. En nuestros tiempos, de una globalización universal con permanente influencia del capitalismo, se diluyen aquellos rasgos de otras culturas que hubieran inhibido el uso de la teoría de Goffman. Se trata aquí de un pueblo con muchos lazos familiares y un comunitarismo habitual para el campo, pero los núcleos familiares llevan también una vida social de puertas adentro, en la cual sus miembros protegen su privacidad dentro de sus cuatro paredes, algo semejante a las descripciones de Goffman.

Me dedico a señalar en este capítulo qué tipo de escenarios se encuentran en Yunguilla, cómo están distribuidas las habitaciones en las casas privadas y en la casa comunitaria, cómo y dónde se reúnen las personas y cuáles son los espacios designados para el descanso. Además, voy a referirme a los actuantes de este juego, pero enfatizo en los anfitriones con sus diferentes roles. Existen miembros más o menos activos, pero también diferencias entre un guía local, con su programa prefijado y un anfitrión en la casa que dirige las discusiones y los encuentros de una manera más flexible y espontánea. Concluyo con el análisis de los efectos del turismo en la comunidad receptora, para mostrar el impacto de las interacciones con los turistas.

### **La división del espacio**

La teoría de Goffman distingue entre una región posterior y una anterior y señala que el acceso a estas regiones está controlado. En la parte del trasfondo escénico se prepara la actuación, mientras en la parte anterior se la ofrece (Goffman, 2001: 254). ¿Cómo entonces se distribuyen los diferentes espacios en una casa en Yunguilla?

En el pueblo, una casa se divide en los espacios privados del anfitrión, los espacios privados del huésped y en los espacios públicos y compartidos. Los dormitorios de la familia se consideran como espacio privado. Son los lugares donde los niños pueden hacer sus tareas escolares, jugar o ver televisión y donde los adultos pueden descansar de sus actividades performativas y vivir por un breve lapso, apartados

de lo público. Los cuartos de los visitantes, por otro lado, son parte de la zona de refugio para los huéspedes. Allí se encuentran todas sus pertinencias, los pasaportes, el dinero, las cámaras y la ropa; es decir, todo lo que facilita la independencia geográfica del turista en la época moderna de nomadismo<sup>73</sup> (Makimoto y Manners, 1997: 2).

Por eso, el acceso a los cuartos de los visitantes como espacio privado no es usual y el acceso sería considerado como una violación de la privacidad. La única excepción es la entrada por razones de limpieza. Semejante a la práctica en los hoteles, es común que el dueño de la casa entre en momentos de ausencia de los visitantes para limpiar, arreglar la cama y sacar la basura. La limpieza como servicio solamente es usual para los turistas de estancia breve, mientras los voluntarios deben mantener el orden de sus propios cuartos. El espacio privado es altamente importante para la mayoría de los turistas. Además, en momentos de incomodidad debido a la barreras lingüísticas pueden retirarse de la interacción con los anfitriones (Bertha Wosse, 2013, entrevista).

Por otro lado, el anfitrión naturalmente no debe retirarse a la privacidad durante la presencia de los huéspedes en los espacios compartidos, ya que el entretenimiento de los visitantes se convierte en un servicio y en una obligación del dueño de la casa. Por eso, se crearon zonas mixtas compartidas, que se caracterizan también por su privacidad. Son las salas, patios o cocinas que normalmente pertenecen al *backstage* (MacCannell 1999: 92), pero que hoy en día pueden ser considerados como un quinto nivel de una región posterior ordenada, levemente alterada y preparada para vistazos esporádicos de turistas<sup>74</sup> (MacCannell, 1999: 102). En estos espacios se llevan a cabo los *performances* de los actores que usualmente empiezan con una auto-presentación de cada uno. Se inicia una suerte de un juego de preguntas y respuestas en el cual regularmente los dueños de la casa tienen un papel más activo para romper el hielo, mostrar interés y encontrar estrategias para conocer los intereses y motivaciones del visitante para definir la situación. Goffman explica:

---

<sup>73</sup> Makimoto y Manners argumentan que hemos entrado a una nueva época de nomadismo. Debido a la digitalización, el ser humano puede fácilmente transportar en una maleta pequeña todos los equipos necesarios para vivir. Así, aquellos que se pueden permitir este lujo, se hacen geográficamente independientes (Makimoto y Manners, 1997: 2).

<sup>74</sup> Stage five: a back region that may be cleaned up or altered a bit because tourists are permitted an occasional glimpse in: Erving Goffman's kitchen, factory, ship, and orchestra rehearsal cases [...] (MacCannell, 1999: 102)

Cuando un individuo llega a la presencia de otros, estos tratan por lo común de adquirir información acerca de él o de poner en juego la que ya poseen. Les interesará su estatus socioeconómico general, su concepto de sí mismo, la actitud que tiene hacia ellos, su competencia, su integridad, etc. Aunque parte de esta información parece ser buscada casi como un fin en sí, hay por lo general razones muy prácticas para adquirirla. La información acerca del individuo ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo que ellos pueden esperar de él. Así informados, los otros sabrán cómo actuar a fin de obtener de él una respuesta determinada (Goffman, 2001: 13).

Cuando el anfitrión no pregunta y niega su parte activa, el turista se incomoda porque no puede acceder a las informaciones que definen la situación. Tampoco sabrá qué le espera y cómo actuar en la situación dada. En este caso, el turista tiene que empezar a adquirir informaciones sobre el anfitrión para mantener la conversación. En caso contrario, el proyecto de interacción fracasa y el visitante se retira a su cuarto.

La razón de la inactividad de los participantes a menudo yace en la barrera lingüística, en el desinterés, ignorancia o cansancio; esta inactividad va en contra de las expectativas del turista, quien la espera como parte del servicio y la cual provoca decepción: cuando unas turistas alemanas salieron de sus habitaciones después de un breve descanso, para comunicarse con la dueña de la casa, se encontraron en una situación incómoda, porque aquella no mostró ninguna reacción ante la llegada de ellas a la cocina. Sin embargo, en lugar de iniciar ellas la conversación, buscaron al dueño de casa, que se mostró más abierto y comunicativo (Kerstin Scheu, 2014, entrevista). Otros turistas de estancia breve aseguran que no esperaban un rol activo del anfitrión como parte del servicio, pero lamentaron que no hablaran español y, a la vez, pusieron en duda de que a los yunguillenses les gustara realmente ser anfitriones (Bertha Wosse, 2013, entrevista). Este es un indicador de que las conversaciones anteriores carecieron de información y no fueron entretenidas.

En otros casos, las reuniones performáticas en las salas se celebraron exitosamente cuando los participantes pudieron conversar en inglés o en español y encontraron temas que concordaban con los intereses comunes, como por ejemplo el fútbol, el asunto del desarrollo, cuestiones de la naturaleza o la agricultura. Muchos de los anfitriones construyeron casas con chimeneas y ofrecen con anticipación prender un

fuego nocturno. Se reactiva aquí la imagen romántica<sup>75</sup> de charlas delante del fuego de una chimenea que crea cercanía y amistad, lo que aprecia el turista de estancia breve. En el caso de los voluntarios, también se celebran estas reuniones especiales, pero con el televisor encendido, que se convierte en el mediador de la interacción.

Como es de esperar en el bosque nublado, no había mucho entretenimiento en el pueblo. Cada noche, después de la cena toda la familia y yo nos juntamos delante de la chimenea para calentarnos y mirar fijamente al televisor viejo – uno de estos modelos de los años setenta que las tiendas de segunda mano normalmente descartan por ser demasiado viejo. La pantalla borrosa tenía un aspecto como si alguien hubiera quitado todos los colores y uno tenía que imaginarse más de lo que realmente estaba, pero el televisor era la posesión más valorada de la familia. Una vez, el dueño de la casa me preguntó si conocía alguien que también tuviera un televisor en la casa y me miró tan orgulloso que le dije que no... Hubiera preferido que la tierra me tragara que admitir que yo misma tenía dos<sup>76</sup> (Dawson, 2013).

Las casas privadas y recién construidas en Yunguilla tienen un aspecto europeo que recuerda a la arquitectura española, lo que llama la atención de los visitantes que sospechan haber encontrado algo inauténtico. Unos visitantes esperaban chozas de madera (Bertha Wosse, 2013, entrevista) y otros se asombraron por el espacio generoso en las viviendas (Kerstin Scheu, 2014, entrevista). Edison Oña y su esposa Kathy diseñaron su casa nueva en un estilo colonial semejante a las viviendas del centro histórico de Quito, con un patio compartido. Desde el inicio se planificó la casa con una habitación para los turistas que no se encuentra apartada sino que forma parte del conjunto. Los turistas de estancia breve pueden usar independientemente la cocina, el refrigerador y todos los demás espacios compartidos, aunque apenas aprovechan esta oferta. Como en las otras casas, la interacción está estructurada temporalmente por un itinerario y por el espacio. Por una cierta convención de planificación, el turista de estancia breve y el anfitrión saben aproximadamente cuándo y dónde se van a encontrar en la casa.

---

<sup>75</sup> La imagen romántica generada en el siglo XIX predomina todavía como elemento identificador de muchos espacios turísticos (González y Anton, 2007: 108).

<sup>76</sup> As you would expect in the cloud forest, there wasn't much in the village for entertainment! So after dinner each night, the family and I all crowded around by the fire to warm up and stare at their ancient TV, which was one of those 70's types that you would expect to see discarded from a charity shop for being too old and out dated. The fuzzy screen looked as though someone had drained away all the colour and left an impression of what should be there instead, but it was the family's most prized possession. Diogenes once asked me whether I or anyone I knew had a TV at home too; he looked so proud that I told him I didn't... I would rather the floor had swallowed me whole than admitted I owned 2 (Connie Dawson, 2013).

Aunque también el voluntario y el hospedador se ponen de acuerdo respecto, por ejemplo, a la hora a la que van a comer, existe cierta flexibilidad temporal. Por un lado, los yunguillenses están más abiertos respecto al tiempo<sup>77</sup> cuando se trata de voluntarios. Por otro lado, este último rápidamente se acostumbra a la situación y deja atrás la convención exagerada de planificaciones.

Regresé a las 8:30pm a la casa, lo cual es muy tarde en Yunguilla y me sentí culpable porque mis padres aún estaban despiertos y esperando por mí. [...] Recién ellos me habían regañado porque no comunicaba bien qué hacía y dónde lo hacía, por lo cual creo que no mejoró su aprecio por mí. El problema es que, a menudo, no conozco mis planes, ya que dependo mucho de los planes de mi coordinador, quien cambia sus planes todo el tiempo sin avisarnos. En las últimas tres semanas, efectivamente salí a hurtadillas sin avisarles y tuve que despertarlos en medio de la noche golpeando las puertas o ventanas para que me abrieran la casa. [...] Por suerte, mañana es el último día de mi estancia, así que puedo dejar atrás mis malos comportamientos en este intercambio en Yunguilla<sup>78</sup> (Johnson, 2013).

La interacción entre turista y anfitrión no solamente tiene lugar en las casas privadas, sino en otros espacios diseñados especialmente para encuentros de tal índole.

### **La finca Tahuallullo**

Aparte de las casas privadas existen otros espacios en Yunguilla, en los cuales se encuentran *performances*. Uno de ellos es la finca Tahuallullo, un espacio comunitario especialmente diseñado para la interacción con los turistas. Se encuentra aproximadamente a un kilómetro del centro de Yunguilla y se separa de la calle principal por un portal grande de madera – un umbral de lo cotidiano a lo performático. Tahuallullo es un conjunto de casas de administración, un restaurante con dormitorios y baños, una construcción en la cual se produce queso, una fábrica de mermelada, un taller donde se recicla papel y se hace artesanía, un huerto orgánico, un vivero, un sitio

---

<sup>77</sup> En otras palabras: “They give a fuck about the time down here” (Mikkel Ellersgaard Sørensen, 2014, entrevista).

<sup>78</sup> I got to my house at 8:30, very late in Yunguilla and felt terrible that my parents were still waiting up for me. [...] Considering they had just given me a little lecture about how I need to tell them more about what I’m doing and where I’m going, I doubt this little experience improved their opinion of me. The problem is that I often don’t know what my plans are since I’m dependent of Santiago’s plans (and he changes his plans often and isn’t particularly inclined to tell us about the changes).[...] In the past three weeks, I have accidentally effectively snuck out of the house without telling them, then woken them up in the middle of the night by banging on the window to let me back in the house [...] Luckily, tomorrow is my last day so I can just leave behind my home-stay failures in Yunguilla (Johnson, 2013)

para acampar, un columpio grande y pasto para las vacas de la comunidad. Todas estas facilidades están conectadas por un sendero. Los turistas que llegan a Yunguilla se quedan primero en el complejo de Tahuallullo, donde todos son guiados de la misma manera.

Delante del restaurante, en un espacio con bancos, el guía les cuenta la historia de Yunguilla, en la cual se enfatiza en el proyecto de desarrollo y sus antecedentes. Después los grupos se trasladan unos metros hacia un mapa hecho de madera que muestra la ubicación de cada casa de las familias del pueblo, para después visitar la fábrica de quesos, la fábrica de mermeladas, el taller de artesanías, el columpio, el huerto orgánico y finalmente el vivero. El guía local explica las características de cada uno de los lugares y provee de información al turista.

Cuando inicialmente los grupos turísticos se encuentran delante del mapa del pueblo, todavía no han visto el pueblo en realidad. Así, se enfrentan primero a un signo que pre-estructura una experiencia y controla la mirada turística. La complejidad de un lugar con varias dimensiones está reducida a un sistema de sitios determinados y cosificados (Pott, 2011: 266). Se concretiza y precisa la mirada turística con esta sistematización y se dirige la atención a ciertos puntos visibles y sensorialmente perceptibles. A la vez, la mirada se desvía de otros puntos que supuestamente no tienen relevancia. Así, una estructura compleja se convierte en algo más factible y funcional. Se puede dar nombres y el lugar es más estructurado o perceptible con los sentidos y el cuerpo. Pott denomina a este fenómeno como una ‘externalización’ que asegura la comunicación turística (2011: 266).

La naturaleza salvaje adquiere un sentido con los nombres botánicos, que de simples trincheras, como los culuncos yumbos, pasan a tener un significado histórico, y casas sencillas se convierten en ‘fábricas’, etiquetadas con las señales correspondientes. Todos estos puntos están conectados con senderos marcados para evitar el desvío de las personas por otros caminos. Cercas de alambre previenen que el ganado se escape de los pastorales, pero, a la vez, para que el visitante se mueva en trayectos coordinados. Por eso, se relaciona la expresión “Off the beaten track” – “salir de los caminos trillados”, con los mochileros, así se articula su deseo de experimentar un turismo supuestamente no guiado, sin fronteras y controlado, para poder ver la parte tras bambalinas.

Todo el complejo Tahuallullo es un escenario turístico que fue “producido, regulado, representado y mantenido” (Edensor, 2001: 63). Se compró el terreno para fines turísticos, se estructuró la finca con senderos, señalética y las facilidades turísticas. Los voluntarios y los responsables en la corporación mantienen el terreno y las casas para hacerlas presentables para el turismo. No obstante, el proyecto en Yunguilla no solamente trabaja para el turismo, sino también para vender los productos elaborados. Por eso, se trata aquí de un modelo híbrido.

### **El papel de los guías locales**

Los guías que acompañan a los turistas se convierten en una suerte de directores o *stage-managers*. Ellos dirigen a los grupos, enfatizan en ciertos puntos y desvían la atención de otros, sugieren los lugares donde se puede hacer fotos y proveen comentarios prefabricados. Todos los guías en Yunguilla tienen discursos que se parecen mucho entre sí. Galindo Parra y Deisy Collaguazo, que son dos guías locales, hablan independientemente en los recorridos guiados por ellos de una manera casi idéntica sobre del desarrollo del turismo y de las capacitaciones que eran necesarias. Ambos tienen la misma anécdota sobre el desconocimiento de la población de ciertos términos técnicos de la hotelería. Deisy relata:

No sabíamos varios términos. Ellos nos decían: “Necesitamos un desayuno americano, box lunch.” ¡Ay!, revisan los emails. Nadie sabía estos términos, entonces fue un proceso muy largo (Deisy Collaguazo, 2014, Recorrido con un grupo de americanos).

En otro recorrido, Galindo Parra explicó el mismo asunto así:

Llegó un email y dice que vienen veinte turistas. “Entonces necesitamos el almuerzo, la cena, un desayuno americano y un box lunch y al otro día dos guías.” Chuta, uno pobre se quedaba así y pues...¿qué es un desayuno americano? – y ha sido el famoso pan, leche, queso que muchas veces hemos comido, pero nadie sabía que es el desayuno americano. Y, ahora, el famoso “box lunch” [...] ha sido el famoso ‘cucayo’ que nosotros lo llamamos acá (Galindo Parra, 2014, recorrido con un grupo de estudiantes de un colegio quiteño).

Los turistas toman como auténticos y verdaderos estos discursos y los reproducen cuando regresan a su entorno habitual o en Internet. En las páginas web privadas o en

blogs de visitantes de Yunguilla se encuentran comentarios casi idénticos a los discursos provistos por los guías locales. En una entrevista con Galindo, comenta:

Por primera vez había gente de otros países, [...] que venían y se sentían atraídos por la comunidad, cuando nosotros solo pensábamos que el turista solo buscaba lugares famosos como Galápagos, Machu Picchu y hoteles de cinco estrellas [...]. Esto nos hacía sentir muy bien (Galindo Parra, 2014, entrevista)

Una trabajadora social americana escribe en su blog sobre la historia de Yunguilla y menciona igual que “inicialmente [los habitantes] tenían dudas de que viniera gente, porque usualmente los turistas solamente se iban a lugares conocidos como Macchu Pichu y Galápagos”<sup>79</sup> (La blanca, 2013). El guía entonces tiene el poder de controlar la percepción turística e influye en la imagen del lugar. Además, en el caso del proyecto de ecoturismo se le atribuye al guía la gran responsabilidad de propagar las buenas prácticas, de actuar responsablemente con el medio ambiente.

El papel del guía puede ser problemático porque influye en el comportamiento del turista. El turista corriente tiene un guía corriente (que provee menos detalles sobre sitios específicos hecho a la medida del turista de masas), mientras el ecoturista tiene un guía que describe con más detalles y está pendiente del medio ambiente con un interés propio. Adicionalmente, el ecoturista memoriza más de la información provista que el turista de masas, porque el ecoturista ha viajado con un interés específico en el tema del impacto y la interacción medioambiental. Por eso y consecuentemente, el ecoturista se comporta de manera diferente al turista de masas, porque en general tienen acceso a informaciones más detalladas, las cuales les permiten actuar más conscientemente con el medio ambiente<sup>80</sup> (Wearing y Neil, 2009: 206/7).

Como reacción a su visita en Yunguilla, muchos turistas iniciaron sus propios proyectos ecológicos en casa: plantaron huertos, hicieron su composta y aplicaron en cierta medida lo que aprendieron en Yunguilla (Katelyn Barry, 2013).

---

<sup>79</sup> Traducción propia: They initially were doubtful that people would come, since usually tourists only go to well-known places like Macchu Picchu and the Galapagos (La Blanca, 2013).

<sup>80</sup> Traducción propia: [T]he guide's role in influencing a tourist's behavior can be problematic. The mainstream tourist receives a 'mainstream' guide (by that it is meant that the guide elaborates in less detail about specific sites and caters to the sightseeing needs of the mainstream tourist) while the ecotourist receives a more descriptive and environmentally aware guide to cater for their inherent interest. In addition, the ecotourist retains more of the guide's information about the environment than the mainstream tourist does, as the ecotourist has traveled with a specific interest in the topic of environmental impact and interaction. Therefore, it seems inevitable that the ecotourist must behave differently to the mainstream tourist, as in general, they have access to better and more detailed information. This information allows them to act more environmentally consciously (Wearing y Neil, 2009: 206/7)

## La señalética como parte de un *frontstage*

En todo el territorio de Yunguilla existen muchas rotulaciones hechas de madera que etiquetan fábricas, senderos, la estructura del pueblo, bromelias, plantas, tiendas o diversos *culuncos* y elevan su valor para el turismo. La textura de estas señales sugiere una cercanía a la naturaleza y un concepto ecológico y orgánico. En el centro del pueblo, donde predominan casas blancas, grises y una cancha con colores desaturados se encuentran unos basureros con una coloración muy llamativa destinados a la separación de los desechos que no concuerdan con el paisaje. En esta parte transitoria del pueblo, sus habitantes apenas usan estos contenedores. Sin embargo, es el punto de encuentro de los turistas, cuya mirada y atención está guiada hacia estos símbolos de la conciencia ecológica y un activismo pro-naturaleza. Se trata de una puesta en escena poco sutil.

Es un *frontstage* y un mensaje al auditorio, que frecuentemente no tiene suficiente con esta presentación. En un análisis de las fotos que hicieron los turistas durante su estancia se encontraron varias que muestran la basura botada en los pastos detrás de las casas y fuera de los senderos oficiales (Anexo 5). El turista busca otra realidad en partes veladas de la mirada turística y diametralmente opuesta a la presentación guiada y oficial. Se crea así un juego performativo y creativo entre anfitrión y visitante. Aunque el primero propone miradas guiadas con señalética, explicaciones y senderos, el turista puede aceptar o rechazar estas ofertas.

Los turistas siempre pueden ver y experimentar otras cosas. Los organizadores del turismo intentan controlar e invisibilizar estas inseguridades de la experiencia turística. Para la organización del turismo es de una importancia eminente, contener la inestabilidad potencial de la mirada turística y minimizar o, por lo menos, canalizar las posibilidades de observaciones alternativas y la perspicacia por la contingencia de la experiencia turística (Pott, 2011: 268).<sup>81</sup>

Los *culuncos*, las fábricas, la casa comunitaria, las viviendas preparadas, los contenedores coloridos y llamativos en medio del pueblo o el huerto comunitario se convierten en signos y “portadores de sentidos”. Ideas y culturas se asocian con un lugar

---

<sup>81</sup> Touristen könnten auch immer anderes sehen und erleben. Diese Unsicherheit allen touristischen Erlebens suchen die Organisationen des Tourismus zu kontrollieren und möglichst unsichtbar zu machen. Für die Organisation des Tourismus ist es von eminenter Bedeutung, die potentielle Instabilität des touristischen Blicks zu zähmen sowie die Möglichkeit alternativer Beobachtungen und die Einsicht in die Kontingenz touristischen Erlebens zu minimieren oder zumindest zu kanalisieren (Pott, 2011: 268).

específico que las representa (Pott, 2011: 267). Así, por ejemplo, un cementerio podría representar la memoria o los bancos de un parque el descanso. En Yunguilla, las fábricas de queso o de mermeladas - una de las estaciones obligatorias en los recorridos guiados- transmiten una idea de productividad y el funcionamiento del concepto de desarrollo. Los basureros representan la conciencia ecológica y el arrepentimiento por una época de explotación abusiva de la naturaleza, un discurso político relativamente nuevo<sup>82</sup> y neoliberal.<sup>83</sup> Los *culuncos*, por otro lado, funcionan como lugares del pasado, pero físicamente perceptibles en el presente. Por eso, sirven como “garantes de la verdad” que aparecen como “objetos auténticos y casi-naturales” (Pott, 2011: 269).

Territorios y cosas materiales funcionan como garantes de la verdad. Para el observador, ellos aparecen como objetos auténticos y casi-naturales. Representan el sustrato real del lugar turístico y así, simple ontología<sup>84</sup> (Pott, 2011: 267).

La mirada turística se estabiliza con estos recorridos. Sin embargo, el turista decide finalmente si considera creíble el *performance*. En el caso de los basureros, hemos visto que pueden ocurrir disonancias entre el mensaje del anfitrión y la recepción del visitante, lo que no necesariamente significa que se trata de una experiencia inauténtica. La deconstrucción de una autenticidad escenificada por viajeros críticos es un juego popular del turismo, en el cual los visitantes se convierten en observadores de primer orden y construyen experiencias verdaderas y auténticas (incluso si se trata de una observación de una autenticidad escenificada) (Pott, 2011: 272).

Conforme a Goffman (2001), MacCannell diferencia entre seis escenarios con distintos niveles de autenticidad. Muchos turistas quieren superar la mera superficie y penetrar espacios sociales que los llevan a la parte posterior del supuesto escenario, tales como instalaciones hechas solamente con propósitos turísticos o sitios institucionalizados. A menudo, para los turistas organizados bastan estas representaciones (Wearing y Neil, 2009: 205). En el caso de Yunguilla sería erróneo

---

<sup>82</sup> “Los años 80 estuvieron internacionalmente marcados por la creciente sensibilización y debate sobre la conservación de los recursos naturales y el manejo ambiental, así como el cuestionamiento de prácticas nocivas con los mismos” (Solís, 2007: 32).

<sup>83</sup> Carvalho y Burgess encuentran los primeros discursos sobre el cambio climático en los periódicos británicos en el año 1985, una época de un creciente neoliberalismo (2005: 1463).

<sup>84</sup> Traducción propia: Territorien und materielle Dinge fungieren als Wahrheitsgarant, sie erscheinen Beobachtern als authentische, quasi-natürliche Objekte. Sie stehen für das reale Substrat des touristischen Ortes, für schlichte Ontologie (Pott, 2011: 267).

pensar que los turistas de estancia breve no prestan atención a asuntos de autenticidad. Como hemos visto, han decidido visitar Ecuador por su naturaleza, y sus habitantes vinculados con ella. Esto implica la expectativa de poder observar relaciones puras y no artificiales. Querían ver algo diferente y habrían cuestionado una mera y simple fachada, representaciones de danzas solamente hechas para turistas u otros ejemplos de un primer nivel en un sentido maccanneliano.

Ningún turista de estancia breve se pudo imaginar que podía haber un ‘engaño’ en una experiencia de la vida cotidiana del ecoturismo comunitario que propaga la convivencia. A cada rato, cuando yo dirigía la discusión hacia el tema de la autenticidad, los turistas se pusieron nerviosos en cierto grado, como si les hubiera revelado una farsa o trampa. Por un breve tiempo repasaron en silencio su experiencia personal en Yunguilla y analizaron internamente cada una de las interacciones con su guía o sus anfitriones. En su mayoría cuestionaron solamente la ‘noche cultural’ y el estilo de las construcciones de las viviendas.

### **La noche cultural**

La noche cultural generalmente funge como bienvenida o despedida de los turistas de estancia breve. Dos guitarristas tocan sus instrumentos para los visitantes en la casa comunitaria y la mayoría de los miembros de la Corperación Microempresarial de Yunguilla son insistentemente invitados a asistir, aunque algunos de ellos se adormilen por el cansancio después de un día de trabajo duro. El turista está consciente de que este tipo de presentación está meramente hecha para él y lo declara por eso ‘inauténtico’. Sin embargo, no parece ofendido o disgustado frente a un ambiente íntimo y amigable. Aprecia el grado de profesionalismo y lo valora si está bien hecho, aunque sabe que esta escenificación no se realizaría sin su presencia, lo que es un indicador de autenticidad para él.

En otros casos, los turistas se ofenden cuando la presentación les parece un engaño y habrían preferido que los nativos hubieran sido honestos con ellos, como en el caso de los yaguas en la Amazonía, descritos por Chaparro (2008); escenificación en que los indígenas cambian su vestimenta cotidiana por ropa supuestamente tradicional,

presentan danzas y practican el tiro de cerbatana para después vender sus artesanías y posar para fotos con los turistas. Esta presentación de lo exótico tiene lugar solamente en un pueblo hecho para el encuentro con los turistas.

En cierto grado, los yunguillenses no tienen la necesidad de protagonizar lo exótico pues subrayan que son mestizos. Galindo Parra, uno de los guías de la comunidad, explica este énfasis bajo el discurso de no manipular los ‘hechos reales’. En la comunidad nadie habla quichua, así que no se pueden declarar indígenas. Sin embargo, él considera Yunguilla como una comunidad mestiza diferente, porque la mayoría de las otras comunidades han desarrollado un estilo occidental y urbano, pero “montan el *show* de la noche con bailes y danzas” cuando viene el turista para después volver a su vestimenta moderna cotidiana. En su opinión, el turismo no debería tratarse de eso (Galindo Parra, 2014, entrevista).

No obstante, también en Yunguilla se organiza una versión de la noche cultural que se ha convertido en una constante en el repertorio del turismo comunitario ecuatoriano. Existen muchos ejemplos en todo el país: la descripción de las danzas en las noches culturales en Shaglli, Azuay (Del Campo Tejedor, 2009: 65); las veladas de música, danzas y leyendas en la comunidad de Pucará, en la provincia de Imbabura (Intag-Tours, 2014); las ‘manifestaciones culturales’ en Puyo en la Amazonía con limpiezas hechas por un chamán (Ishkay Yaku Jungle Lodge, 2014); el entretenimiento de los turistas con tambores y danzas afrochoteñas (Tour Ibarra, 2014). Todos estos proyectos están vinculados con el turismo comunitario. Aunque cada presentación tiene sus propias características, todas tienen que someterse al ojo crítico del visitante que busca lo auténtico.

A menudo, la noción de la autenticidad está vinculada con la tradicionalidad en un “sentido museístico de la palabra” (Del Campo Tejedor, 2009: 65; Wang, 1999: 350). Con la creación de una dicotomía entre modernismo y tradición, entre lo urbano y el campo, se crea una perspectiva nostálgica como base de tendencias que intentan congelar ciertas tradiciones y culturas para protegerlas de una modernidad amenazante.

Hay quien opina que lo que prima en muchos movimientos de rescate de lo tradicional es la fijación estática, algo así como meter en un bote con cloroformo algo que quiere enseñarse a las futuras generaciones, aunque ello más que vivido solo pueda ya ser admirado

(especialmente por los foráneos). La etiqueta de "autenticidad" que crearon los dirigentes de los museos del siglo XIX, sigue pesando hoy en día (Del Campo Tejedor, 2009: 68).

El programa de bienvenida en Yunguilla parece diferente a las demás noches culturales, que intentan ser supuestas y patéticas presentaciones de lo tradicional, “en que un grupo de nativos disfrazados con una vestimenta ‘tradicional’ intenta inútilmente insuflar vida a algo que saben muerto” (Del Campo Tejedor, 2009: 65).

La noche cultural yunguillense no consiste en una representación exótica por un curandero amazónico, y los habitantes tampoco preparan supuestas danzas tradicionales como en otros programas de turismo comunitario. Aquí, se prescinde de una escenificación de la historia o de tradiciones que los habitantes y los historiadores redujeron a un discurso oficial a la época de los yumbos, el contrabando de licor, la tala indiscriminada del bosque y el proyecto del desarrollo con el crecimiento del turismo. La época pre-incáica constituye, en este caso, el patrimonio y conecta el paisaje o personas del pasado con el presente turístico. Son tales estrategias y discursos innovadores que transforman la historia en un evento para el viajero (Connell y Rugendyke, 2010: 87). Sin embargo, la comunidad no llega a poner en escena arbitrariamente anécdotas o leyendas inventadas de la región. No existe un juego performativo que mezcla la realidad con la ficción o el presente con el pasado. Dos guitarristas tocan canciones ecuatorianas, se sirven quimbolitos<sup>85</sup> y los turistas pueden hacer preguntas a los miembros de la comunidad. Se enfatiza en el ecuatorianismo y, en cierta manera, en la normalidad del pueblo que se arrepiente de haber estado antes en disonancia con la naturaleza. Galindo Parra explica:

El turismo comunitario no es pintar un show para los turistas, sino se trata de mostrar el sistema de la vida natural como es. Cuando los turistas ven eso, se dan cuenta de que no es necesario que seas indígena, que seas cholo, que seas amazónico para demostrar que también tienes cultura, porque acá hay una historia – hay una historia desde hace mucho tiempo. Siempre vas a tener cultura (Galindo Parra, 2014, entrevista).

Mientras otras comunidades quieren enfatizar en su tradicionalidad exótica, no se puede juzgar la autenticidad de la noche cultural yunguillense con el parámetro de la

---

<sup>85</sup> Una especialidad propia del Ecuador elaborada con harina de maíz, mantequilla, huevo, queso, uvas o pasas cocida al vapor envueltos en hojas de achira.

tradicionalidad como en el ejemplo de Shaglli señalado por Del Campo Tejedor (2009: 65), ya que los comuneros conscientemente prescinden de la escenificación del pasado.

Sin embargo, sí se trata de una puesta escena para un auditorio crítico y ajeno a la comunidad y una escenificación meramente hecha para los turistas. Los guitarristas no tocarían sus melodías para los nativos en una casa nocturna alejada de sus hogares y nadie haría los pasteles tradicionales ecuatorianos si la agencia de turismo no anuncia su presencia. La reacción del turista Lemus Kneise, acerca de que se trataba de una experiencia inauténtica, se basa en el hecho de que era una atención especial. Además, y, erróneamente él suponía que los yunguillenses están obligados de asistir a este tipo de programas por lo menos dos o tres veces en la semana. Por eso, habría preferido un encuentro menos organizado y más espontáneo (Lemus Kneise, 2014, entrevista).

El turista no solamente mira críticamente la actuación (en este caso de los guitarristas), sino también la actuación del público nativo. Si ellos hubiesen mostrado más interés, el turista tal vez se habría sentido menos ‘engañado’. He aquí un pensamiento semejante a las observaciones del voluntario Mikkel, respecto a que justamente en el grado de atención hacia él se distingue a turistas normales de voluntarios. Por otro lado, se encuentran comentarios en blogs del Internet que no cuestionan para nada la noche cultural, sino que la describen como “un encuentro con comida, música y bailes - una manera maravillosa de terminar la estancia aquí y Yunguilla nos permitió comprender el significado de vivir tranquilamente y, a la vez, consciente del medio ambiente<sup>86</sup> (Dev, 2014).

Comentarios sobre otras fiestas nativas en el pueblo de Yunguilla parecen más entusiastas. En su blog, Maggie, una estudiante estadounidense de antropología, describe la fiesta de una de las pocas bodas en el pueblo que duró hasta la mañana siguiente (Maggie, 2011); Elsie, una canadiense, relata una fiesta del pueblo como una gran borrachera con ofertas indiscretas sin ambigüedades de los jóvenes (Elsie, 2009) y Brendan, un voluntario en la escuela de Yunguilla, cuenta en su blog sobre el carnaval y un gran baile de caridad que etiqueta como ‘típico’.

---

<sup>86</sup> [W]e went to a small gathering with my fellow students and our host families. There, they gave us string bracelets with “Yunguilla” sewn into them, followed by food, music, and dancing. It was such a wonderful way to end our time here and Yunguilla allowed us to understand the true meaning of living peacefully while being environmentally conscious (Dev, 2014).

Un fin de semana en Yunguilla organizaron un ‘Gran baile’ en la sala comunitaria para recaudar dinero para una operación de una mujer enferma. Es fantástico cómo la comunidad se reúne para ayudar. Ese día fue el más vivo que tuvimos porque hubo un juego de fútbol con un cerdo como premio, puestos que vendían comida y visitantes de otros pueblos. Cuando llegamos al baile en la noche pensamos que íbamos a ser los últimos, pero la sala estaba casi vacía. Estuve parado en un rincón durante media hora tomando mi cerveza y ‘puntas’, que es su horrible licor de remolacha con azúcar. Finalmente llegó toda la gente de los otros pueblos y empezó la fiesta. Era una típica fiesta y era fantástico, pero yo tenía que actuar con responsabilidad porque mis estudiantes estaban presentes. Bailamos en círculos con los niños, las abuelas y todos. Inocentemente pensé que era popular escuchar música andina tradicional, pero el *disc-jockey* puso reggaetón y canciones de las discotecas americanas. Bailamos hasta después de la medianoche<sup>87</sup> (Brendan, 2011).

Las fiestas del pueblo descritas por el voluntario Brendan se organizan para todos, salvo para el turista de masas, que normalmente no asiste en estas ocasiones. Sin embargo, este último apreciaría mucho un ‘accidente’ de tal índole, porque son eventos y experiencias que el turista solo puede encontrar raras veces, justo porque no son hechas para él. Por eso, adquieren un valor especial y son repetidas como la noche cultural. MacCannell explica que dado el valor especial de estas experiencias no es sorprendente que se encuentran arreglos socialmente estructurados que las (re)produce<sup>88</sup> (MacCannell, 1999: 98).

Mientras los voluntarios requieren un mínimo de atención para experimentar la autenticidad, se encuentra otro parámetro para los turistas de estancia breve: lo rústico, autóctono y natural. Una pareja respondió a mi pregunta sobre sus motivos de llegar al Ecuador así:

Llegamos para ver algo diferente. Algo que no hay en Alemania. [...] Auténtico era el mercado en Guamoto. Era increíble como pesaban los

---

<sup>87</sup> One weekend in Yunguilla they held a ‘Gran Baile’, a big dance in the village hall to raise money for a sick woman’s healthcare. Its great how the community gets together to help each other out. The day was the liveliest we had there, with a big football final with a pig for the prize, stalls selling food and visitors from the nearby town. When we turned up for the dance in the evening I thought we’d be the last to arrive. The hall was near empty, I stood awkwardly in a corner for half an hour drinking beer and ‘puntas’, their disgusting sugar beet moonshine. Then all the people from the town arrived and the party started. It was such a typical village do and I found it great fun, but had to act very responsibly because all my school kids were around! It was great to dance in a circle with the kids and the grandmas and everyone all together. I naively expected traditional Andean music to be popular, but the village DJ pumped out reggaeton and American club tunes. We danced until the late, late time of just past midnight (Brendan, 2011).

<sup>88</sup> Traducción propia: Given the felt value of these experiences, it is not surprising to find social structural arrangements that produce them (MacCannell, 1999: 98).

chanchos, ataban las piernas de las gallinas o llevaban sacos llenos de cuyes. – Sí, eso era realmente terrible<sup>89</sup> (Lemus y Sybille Kneise, 2014, entrevista).

Algunos turistas de otros grupos con la misma ruta subrayaron esta experiencia con sentimientos ambivalentes entre fascinación y repulsión y muestran así que el terror, el maltrato o la crueldad pueden ser indicadores de autenticidad. Aquello que se esconde detrás de muros altos de los mataderos en Europa, se hace visible en el campo ecuatoriano. El dolor y la sangre se convierten en insignias genuinas de lo real y no adulterado. Clodette, una voluntaria, explicó que sintió la necesidad de matar a una gallina una vez en su vida para ponerse en el lugar de un productor y cerrar en cierta manera el círculo consumidor-productor y sentir lo que viven los habitantes en Yunguilla.

Ellos ven de dónde proviene la leche. Los niños ven la sangre por todos lados cuando matan a los animales. He escuchado de niños ingleses que ni siquiera saben qué es una papa o un tomate. [...] Por lo menos, los niños aquí sí lo saben. [...] Tal vez, si nosotros, europeos, matáramos nuestra alimentación, no estaríamos tan alienados. Yo maté una gallina, porque pienso que si como pollo, puedo también matarlo. No fue agradable, pero lo hice<sup>90</sup> (Clodette Geraldine Esbörnson, 2014, entrevista).

Por supuesto, no se mata a animales cada vez que viene un turista de estancia breve para subrayar la autenticidad del lugar. Sin embargo, existe esta etiqueta de lo natural, que ayuda a comprender a Yunguilla como un lugar no adulterado. La cercanía y proximidad entre la producción y el consumo de los alimentos llama la atención de los turistas.

Ellos hacen su propio queso y mermelada en Yunguilla. Está muy rico. Es fantástico saber que la mayoría de la comida que comemos

---

<sup>89</sup> Traducción propia: Wir sind hier, um etwas anderes zu sehen. Etwas was es in Deutschland nicht gibt. [...] Authentisch – das war der Viehmarkt in Guamote. Wie die die Schweine gewogen, die Hühner an den Beinen zusammengebunden oder Meerschweinchen säckeweise herangekarrt haben. Wahnsinn. – Ja, das war wirklich schrecklich (Lemus y Sybille Kneise, 2014, entrevista).

<sup>90</sup> Traducción propia: But they see, where the milk comes from, children see blood all over the place because of killing the animals and all that stuff, so at least, I have heard of children in England that don't even know what a potato or a tomato is. [...] At least here they know. [...] Maybe, if we would be killing our food, we wouldn't be so separated. I have killed a chicken, because I think, if I can eat meat, I can kill a chicken. It was not nice, but I did it (Clodette Esbörnson, 2014, entrevista).

aquí es hecha directamente aquí. No hay nada mejor que un vaso de leche recién ordeñada y caliente en la mañana<sup>91</sup> (Brendan, 2011).

Como una atracción más, los turistas están invitados a ordeñar las vacas cada mañana a las 5:30 am, aunque muchos de ellos prefieren quedarse en la cama en lugar de madrugar. Por eso, en ciertas ocasiones se pospone la actividad para las 11:30 am, después de otro recorrido. Se trata de una escenificación de algo que diariamente se hace sin turistas en el mismo lugar sin que esté preparado especialmente. No se limpia el pasto con antelación ni se toman otras precauciones para el turista. Simplemente cambia el horario para acomodarlo al turista. ¿Sigue siendo auténtica la experiencia de ordeñar vacas a pesar del cambio del horario?

Se podría pensar en una analogía con los eventos culturales, religiosos y místicos que se presentan para el turista todo el año, pese que están ligados a un momento específico. Una danza de la lluvia se hacía por ejemplo en tiempos de sequedad o el Inti Raymi se celebraba en el solsticio de invierno en los Andes. A menudo, que estos bailes se convirtieran por el turismo en “mero espectáculo sin ningún sentido sagrado, [...] demuestra el hecho de que pueden representarse con cierta flexibilidad en distintas fechas y, en ocasiones, a demanda del turista” (Del Campo Tejedor, 2009: 53). En Yunguilla se ordeñan las vacas tan temprano por razones del horario diario, la productividad y la mera necesidad de aliviar a los animales. No obstante, es pensable hipotéticamente que esta agenda pueda cambiar con el transcurso del tiempo debido a la demanda turística si una nueva generación de yunguillenses no se dedicara más a la agricultura. Así, lo que hoy en día es un simple trabajo se convertirá en un espectáculo para el turista con un horario más conveniente.

El acto de ordeñar es una experiencia real para los turistas, que no solo observan sino que están en una relación directa con la naturaleza. Según Wang, la naturaleza como experiencia turística se puede clasificar como un “objeto visitado” (*toured object*) que no tiene relevancia para la autenticidad en un sentido maccannelliano. No obstante, justo el medio ambiente permite experimentar algo real que Wang denomina “autenticidad existencial” (Wang, 1999: 351). Él distingue entre una autenticidad

---

<sup>91</sup> They make their own cheese and jam in Yunguilla and it's absolutely delicious. It's also great to know that most of the food we're eating is made right there, nothing beats a freshly milked glass of hot milk in the morning (Brendan, 2011).

objetiva, constructiva y existencial. La primera está vinculada con un sentido museístico. Las vacas y el acto de ordeñarlas son reales, así que los “objetos visitados” son auténticos. No obstante, el horario fue cambiado y se organizó una escenificación construida. En este caso, la autenticidad es cuestión de negociaciones y depende del contexto y de ideologías (Wang, 1999: 351). El autor se centra aquí en los sentimientos de los turistas y no basa la autenticidad en la relación con los objetos. ¿Cómo se siente el turista? ¿Pasa el tiempo auténticamente bien?<sup>92</sup> (Wang, 1999: 352). Los visitantes con los cuales hablé están conscientes del cambio del horario del ordeñamiento, pero no pusieron en duda la autenticidad del momento. Tuvieron una experiencia en la cual se convirtieron en observadores o participantes de primer orden. Su experiencia fue verdadera y auténtica (Pott, 2011: 272), lo que el turista aprecia mucho y lo satisface en su visita de Yunguilla.

### **El impacto del turismo para la comunidad anfitriona**

La hipótesis de que ciertas actividades en Yunguilla a lo largo del tiempo se pueden convertir en espectáculos, se basa en los efectos que frecuentemente acompañan al turismo. Esto influye en la comunidad anfitriona, transforma los sistemas económicos, el espacio y el ambiente y de la vida social en las comunidades receptoras, “ninguna otra industria contemporánea ha tenido un impacto tan amplio en tantas facetas de la vida social como el turismo” (Fuller, 2009: 77).

Anteriormente, comenté que la arquitectura en el pueblo no es lo que espera el turista. Sin embargo, hace 18 años, al inicio del proyecto de desarrollo, los agricultores no tenían las mismas facilidades de ofrecer sus casas para el turismo, como hoy en día. Se encuentra un cambio gradual de un lugar marcado por la agricultura a un espacio que hoy en día tiene, por lo menos parcialmente, una infraestructura turística. La gente no tenía viviendas adecuadas para alojar a los voluntarios de las ONG; empezaron a poner tabiques de separación en sus cuartos, que delimitaron los espacios correspondientes. Paradójicamente, para poder ofrecer la convivencia se necesitaba una división de los cuartos. Faltaban cosas esenciales para proveer un servicio turístico, como camas,

---

<sup>92</sup> “Authentically good time” (Wang, 1999: 352)

cubiertos, ollas o vajilla (Magdalena Collaguazo, 2013, entrevista). Con microcréditos, facilitados por la Corporación Microempresarial de Yunguilla, la gente pudo ampliar sus viviendas, reconstruir o realizar restauraciones de sus casas para mejorar la calidad de vida.

Sería erróneo pensar que la razón única de todos los cambios yace en el turismo. Debido a los nuevos ingresos por las actividades iniciadas, pero también por el trabajo en la capital u otras ciudades, las familias empezaron un proceso de mejora de sus viviendas para modernizarlas. Sin embargo, existe una supuesta exigencia del turista de estancia breve y un correspondiente régimen de distribución de qué casa cumple con los requisitos. Los responsables de la Corporación Microempresarial Yunguilla, especialmente el presidente, el coordinador general y los coordinadores de turismo discuten en reuniones respecto a qué vivienda podría satisfacer al turista. Los criterios que influyen en las decisiones son la limpieza, la luminosidad de los cuartos, la existencia de instalaciones sanitarias separadas para los visitantes y la disponibilidad de cubiertos, platos, mesas y sillas. Las casas no deben presentar humedad, plagas u otras inconvenientes que podrían molestar al turista de estancia breve. Por ende, cada habitante y miembro de la corporación tiene el interés, a lo largo del tiempo, de acceder al círculo de los posibles anfitriones de turistas de estancia breve.

Otro efecto del turismo que se encuentra en la comunidad es el modo de pensar y actuar de aquella generación que empezó a participar en el proyecto del turismo hace 18 años y que hoy en día tiene el papel de líder en el asunto del turismo. Estas personas parecen más francas, directas y abiertas, mantienen el contacto visual y pueden incluso mostrarse en contra de ciertas actitudes, opiniones o afirmaciones de su interlocutor. La generación mayor interactúa de manera diferente. Frecuentemente, se quedan en silencio, evitan conversaciones o se muestran más sumisos. A menudo, miran hacia abajo o responden de manera evasiva.

Este fenómeno se describió también en un estudio de caso en Otavalo que explica la diferencia en el comportamiento por la abolición del sistema del huasipungo. La nueva generación generalmente vive más saludable, es más alta, está mejor educada, es más adinerada y sofisticada, tiene más autoestima y es menos sumisa que la

generación de sus padres<sup>93</sup> (Meisch, 1995: 448). El caso de Otavalo no es plenamente aplicable para la comunidad mestiza en Yunguilla; esta tiene una historia diferente y una población indígena que en Ecuador tiene otro estatus jerárquico que los blanco-mestizos debido a las “prácticas raciales coloniales”<sup>94</sup> (Torre Espinoza, 1996: 106). Sin embargo, existen otros ejemplos del turismo comunitario<sup>95</sup> y, en general, se considera este fenómeno como un impacto socio-cultural positivo recurrente: “Una vez que la cultura se ha puesto en valor, el sentido de identidad se refuerza, y la población local puede mejorar su autoestima en ese proceso [...]” (Blázquez Sánchez, 2012: 53).

En Yunguilla, se observa que los responsables del turismo, y especialmente los guías que están en contacto permanente con los turistas tienen más facilidad en la interacción con individuos foráneos. Al parecer, no les tienen tanto miedo, hablan con una voz fuerte y marcada y gesticulan con determinación. Según Galindo Parra, uno de los guías de la comunidad, la autoestima de la comunidad aumentó a través del turismo.

Quando hablo del mejoramiento de la calidad de la vida no solamente me refiero a la parte económica, sino a algo no contable, no tangible. [...] Una de las cosas que nos enseñaron los turistas fue la autoestima, porque nunca en la vida alguien ha tenido interés por la gente de la comunidad en el pasado (Galindo Parra, 2014, entrevista).

Los involucrados en el turismo se visten de una manera semejante a los visitantes. Llevan botas especiales para caminatas, que suelen ser impermeables, llevan suéteres de vellón, típicamente comprado en tiendas para aventureros o exploradores y cambiaron los sombreros típicos del campesino andino por gorras con el logo de Yunguilla o marcas como Jack Wolfskin, The North Face o Mammut<sup>96</sup>. Se trata aquí de efectos de la apertura a tendencias externas y aspectos meramente superficiales y estéticos (González y Anton, 2007: 176). No se observan cambios extensos como “la tolerancia en cuanto a formas de vida, creencias religiosas, opciones políticas u orientación sexual” (González y Anton, 2007: 176). Sin embargo, se nota un papel aparentemente más activo de la mujer en la vida social, que puede ser causado por la entrada del fenómeno turístico.

---

<sup>93</sup> The result is a generation that is, on the whole, healthier, taller, better educated, wealthier, more traveled, more sophisticated, more self-confident, and considerably less obsequious than their elders (Meisch, 1995: 448).

<sup>94</sup> Falconí y Ponce describen otro caso que muestra una autoestima elevada en la comunidad quichua del Alto Napo (Falconí y Ponce, 2011: 201).

<sup>95</sup> Se señala este proceso en el caso las mujeres en el Valle de Colca, Perú (Jaime, Casa y Soler, 2011: 11).

<sup>96</sup> Las tres marcas son los líderes en el sector de equipo para aventureros y exploradores.

Con la llegada de la ONG Maquipucuna, las mujeres de la comunidad se organizaron en el grupo Mamapallo y lograron desde entonces un posicionamiento igualitario respecto a las funciones claves de la corporación microempresarial. Deisy Collaguazo cumple como coordinadora de turismo una función de alta responsabilidad dentro del sistema organizativo de la comunidad, igual a Alicia Alomoto, Isabel Collaguazo o Magdalena Proaño.

Edison Oña observa otro cambio en la comunidad después de dieciocho años de hospedar a turistas. Su propia generación, que empezó con este proyecto, mostró mucho respeto a los foráneos, mientras los jóvenes de hoy no tienen la misma consideración. En lugar de saludar a un extraño que visita la comunidad, la mayoría de ellos ignora a la persona nueva. Este ejemplo señala el grado en el que se han habituado a los extranjeros y otros visitantes en general. Lo que Edison describe con una connotación negativa, se lee diferente en un blog de una profesora estadounidense que publica la siguiente anécdota:

Mientras estábamos caminando, dos chicas de la comunidad empezaron a seguirnos. Fue tan bueno tomar fotos de ellas. La mayoría de los niños en Ecuador son un poco tímidos, pero estas chicas no lo eran para nada. Uno de los profesores les dio su cámara para jugar y les encantó de hacer fotos<sup>97</sup> (Westfall, 2013).

Según Edison, la nueva generación sale de la comunidad para estudiar gastronomía y hotelería, pero apenas quiere dedicarse a la agricultura como sus padres, aunque esta sea la base del ecoturismo comunitario, en el cual el turista quiere experimentar la vida de la gente en armonía con su entorno, trabajando en el campo y autoabasteciéndose. El fin de la agricultura en la región, significará que también el turismo encontrará su fin (Edison Oña, 2014, Entrevista).

Un fenómeno semejante describe González Damián en Ixtapan de la Sal, México, que encuentra “conceptos diametralmente opuestos acerca de la identidad como anfitriones” (González, 2004: 163). Por un lado, una primera generación que inició el proyecto del turismo parte de la idea de una hospitalidad natural y familiar,

---

<sup>97</sup> Traducción propia: While we were on our walk, two little girls from the community started following us. They were such hams in front of the camera. Most of the children in Ecuador are a little shy, but these girls were not shy at all. One of the teachers gave the girls her camera to play with. The girls had a blast taking pictures (Westfall, 2013).

mientras los nietos e hijos, que se encuentran actualmente a cargo de los hoteles, consideran el asunto como una herencia de los padres. Recibieron estudios profesionales fuera de Ixtapan y “ven su participación en el turismo en términos de relación comercial, como cualquier otra” (González, 2004: 163).

En el caso de Yunguilla también encontramos una segunda generación de anfitriones que guían el proyecto ahora. Muchos de los nuevos líderes han estudiado en la capital y participan en congresos o cursos sobre el turismo comunitario. Así, a lo largo del tiempo se profesionalizó el turismo: algo que empezó como un proceso espontáneo sin mucha planificación, se convirtió en un servicio profesionalizado, aunque en cierta medida, Yunguilla aún se encuentra en un estadio de heterogeneidad en el cual identidades transitorias son performadas al lado de acciones cotidianas de residentes, transeúntes o trabajadores<sup>98</sup> (Edensor, 2001: 64). La inicial resistencia por timidez a dejar extraños en las casas cambió y los yunguillenses buscan permanentemente nuevas posibilidades de encontrar visitantes. Muchas casas tienen una habitación para alojar turistas y están suficientemente equipadas. La corporación consiguió nuevos fondos para estandarizar las facilidades de las viviendas. Pronto habrá toallas y sábanas con logos de Yunguilla para garantizar una decoración igual en las habitaciones de la aldea. De tal manera se evita a futuro una desigualdad de condiciones para los turistas de un mismo grupo que efectivamente paga lo mismo. La meta de este nuevo programa es reducir las diferencias en el confort.

Los turistas buscan alteridad al mismo tiempo que familiaridad en el lugar de destino. La propensión a crear un ambiente cotidiano, con profusión de referencias comunes y elementos simbólicos reconocibles por los turistas explicaría la existencia de una cierta estandarización en las estaciones turísticas. Por lo tanto la repetición o estandarización de la oferta turística no implica banalidad sino racionalización del sistema productivo y atenuación de la alteridad respecto a sus visitantes” (Anton y González, 2007: 82)

El desarrollo y la estandarización señalada en la oferta turística en Yunguilla no necesariamente significa una disminución de la hospitalidad. Sin embargo, se observa aquí un cambio en el concepto del servicio. La primera generación de anfitriones obligatoriamente compensó la escasez material con iniciativas ingenuas y espontáneas.

---

<sup>98</sup> In some ways, heterogeneous tourist spaces provide stages where transitional identities may be performed alongside the everyday enactions of residents, passers-by and workers (Edensor, 2001: 64).

Deisy cuenta que “la vajilla se pedía a toda la comunidad, entonces era como una forma de arco iris” (Deisy Collaguazo, 2014, entrevista). Los encuentros con foráneos eran una experiencia nueva y las interacciones eran frescas, determinadas por una timidez natural y mutuo respeto. Naturalmente, lo novedoso se convierte en costumbre. La nerviosidad de antes se ha reducido (Magdalena Collaguazo, 2013; Edison Oña, 2014, entrevistas) y la generación de anfitriones ha cambiado. Los encuentros se celebran en un nivel más profesionalizado, racionalizado y estandarizado. Los anfitriones ahora conocen los temas que han tratado los huéspedes anteriores, hablan en inglés sobre el fútbol de ligas europeas o sirven pasteles de chocolate, no necesariamente típicos de la región.

En su caso, González Damián observa que las personas de la primera generación del proyecto de turismo se consideran como “verdaderos anfitriones que gustan de recibir visitantes foráneos en sus propias casas” mientras, “por otra parte, los hijos y nietos [...] se identifican a sí mismos más bien como empresarios, como administradores de negocios, inmersos en una relación comercial que no fue elegida por ellos” (González, 2004: 164). Esto se aplica con restricción en el caso de Yunguilla. La atracción principal del turismo comunitario aquí sigue siendo la convivencia y no el concepto de hotelería. La interacción, comunicación y el intercambio de ideas, temas o experiencias siempre ha sido esencial y apreciado por los visitantes. No obstante, el ambiente se ha estructurado en una manera más profesional, por lo cual, solamente ciertas familias con viviendas de un nivel que corresponde a los estándares de limpieza, claridad y confort pueden recibir turistas de estancia breve, mientras anfitriones cuyas casas recibieron quejas de cualquier carácter por la agencia se mantienen en suspensión hasta que se cambie el inconveniente. De tal manera, la corporación se ha sometido a una estructura de poder en la cual influyen turistas, agencias, ONG y los anfitriones mismos.

La creciente apertura hacia nuevas culturas también lleva al deseo de algunos de los habitantes a visitar o emigrar a los países de los cuales provienen los turistas. A Galindo Parra, por ejemplo, le atrae la idea de salir por un año a Alemania para aprender el idioma y estudiar. Ya desde el inicio del proyecto de turismo, se dieron cinco casos de emigración de hombres yunguillenses después de empezar una relación de pareja con

voluntarias. En otros centros turísticos, como Mindo o en Santa Marianita, abandonaron algunos hombres sus familias para salir junto con voluntarias y destruyeron así las estructuras tradicionales y políticas, lo que sacudió los fundamentos de las comunidades (Rebeca Justicia, 2014, entrevista). En el caso de Yunguilla también emigraron hombres a Holanda, los EE.UU. y Canadá y siguen en estos países a pesar de que ninguna de las relaciones perduró.

En la comunidad se duda de la seriedad de estas relaciones amorosas. En un caso, la pareja se casó después de solo tres semanas de conocerse para obtener la visa necesaria para salir lo más pronto posible. Este fenómeno no es nuevo en Ecuador y fue tratado en el caso de Otavalo por autores como Meisch (1995), Torre Espinoza (1996) o Colloredo-Mansfeld (1998), que observan una autoestima elevada de una nueva generación ‘post-huasipungo’, lo que consideran los autores la razón de las muchas relaciones entre ecuatorianos y ‘gringas’.

Una razón por la plétora reciente de relaciones entre gringas y otavaleños tiene que ver con la abolición del huasipungo y el incremento de la salud, de una mejor educación, nutrición y atención médica u odontológica. La pareja ideal de una mujer europea o americana es generalmente más alto, adinerado y mejor educado que ella. Los huasipungos eran normalmente de baja estatura, [...], analfabetos, con pocos dientes y solo hablaban quichua. Algunos eran tan sumisos que se arrodillaban y besaban la mano de una persona blanco-mestiza y algunos aún lo hacen, lo que resulta altamente desconcertante para aquellos en busca de relaciones igualitarias<sup>99</sup> (Meisch, 1995: 448).

También Colloredo-Mansfeld encuentra una creciente fascinación de las mujeres europeas o estadounidenses por los otavaleños debido a su estatura alta, el cabello largo y su salud rebosante, en resumen: “sus nuevos cuerpos” (1998: 195). No existen informaciones sobre la estatura de los yunguillenses antes de las reformas agrarias, pero, como hemos visto, se observa una elevada autoestima de una nueva generación que creció en permanente contacto con el turista (Galindo Parra, 2014, entrevista).

---

<sup>99</sup> Traducción propia: “One reason for the recent plethora of gringa-Otavaleño affairs has to do with the abolition of *wasipungo* [sic] and the increase in indigenous wealth, which has resulted in better education, nutrition, and medical and dental care. The ideal mate or boyfriend for a Euro-American woman is generally taller, wealthier, and better educated than she is. The indígenas born as *wasipungeros* [sic] were usually short, [...], illiterate, missing teeth, and Quichua monolinguals. Some were humble to the extent of kneeling and kissing the hand of a mestizo- white person; indeed some still do so, which is highly disconcerting to those who want relationships on an equal level” (Meisch, 1995: 448).

Sin embargo, la autoestima no puede ser la única explicación para la atracción. Muchas voluntarias están guiadas por un imaginario del latino que se basa en una suerte de romanticismo y en una utopía de encontrar el noble salvaje en un ambiente prístino (Meisch, 1995: 451/2). El latinoamericano en este caso representa lo diferente y exótico:

Todos los europeos y norteamericanos que han viajado a América del Sur trajeron con ellos la idea de que existe alguna - no siempre bien definida - línea divisoria "racial" entre sus propias culturas, historias, religiones y cuerpos, y los pueblos andinos que se proponen hallar (Poole, 2000: 33).

Queda por descubrir, por qué las mujeres yunguillenses hasta ahora no han tenido un rol activo en esta parte de la interacción. Ninguna mujer ha salido al extranjero con un voluntario, aunque también su autoestima creció y ellas igual personifican la diferencia al europeo. Sin embargo, tienen un perfil más bajo en comparación con los hombres del pueblo, se mantienen en un segundo plano y ocupan espacios como la cocina, la fábrica de quesos o la ganadería, lo que (polémicamente dicho) no “refuerza el estereotipo común de indígenas siniestros salvajes libidinosos”<sup>100</sup> (Friedberg y Hall, 2007: 128). Se nota en esta discusión de la mayoría de los autores un fuerte y peligroso discurso (neo)colonial que quiere generalizar un tema de muchos matices y deja inadvertido que “raza es una categoría resbaladiza y a menudo vacía [...] fija y a la vez cambiante” (Poole, 2000: 26). En Yunguilla, estas relaciones reflejan un deseo de experimentar más profundo la otredad y sumergirse en algo intangible con el riesgo de la decepción dolorosa.

Sin embargo, no todas las relaciones que se han encontrado en Yunguilla fracasaron. Edison Oña y Kathy, una voluntaria inglesa siguen juntos en el pueblo. Ambos reciben turistas de estancia breve, tienen una hija de dos años y viven el sueño de los otros voluntarios de formar finalmente parte integral de una vida en el campo ecuatoriano.

---

<sup>100</sup> “[...] to reinforce commonly held stereotypes of indigenous peoples as sinister or oversexed savages (Friedberg y Hall, 2007: 128).

## **Conclusión**

Hemos visto en este capítulo que los anfitriones crearon diferentes espacios para sus *performances*. Los lugares como las viviendas o la finca Tahuallullo se distribuyen en partes privadas y zonas híbridas según un itinerario prefijado. Además, se analizó el rol importante de los guías locales para la dramatización de los lugares y de la historia. Algunos visitantes se muestran escépticos respecto a la autenticidad de estas presentaciones como, por ejemplo, la noche cultural o la arquitectura que se encuentra en el pueblo; por tanto, es importante mostrar salidas de una discusión rígida que solamente distingue entre una autenticidad objetiva y constructiva para poder centrarse en la percepción del turista. Una comunidad cambia en el transcurso del tiempo. Especialmente el turismo tiene mucho impacto en las sociedades receptoras y deja sus rastros. Medir la autenticidad con parámetros museísticos obliga a las comunidades a quedarse en el tiempo, les quita autonomía y protagonismo en sus propias presentaciones performáticas.

## CAPÍTULO V CONCLUSIONES

‘All the world’s a stage’ – ‘El mundo es un gran teatro’ escribió William Shakespeare en su obra cómica *As you like it*<sup>101</sup>. El turismo también lo es, donde se enfrentan y encuentran grupos de diferentes clases y culturas. Unos buscan lo novedoso, exclusivo y diferente de su cotidianidad y viajan miles de kilómetros para experimentar una vida inalterada y cercana a la naturaleza. Los otros hospedan a los viajeros y tienen que satisfacer no solamente las necesidades básicas del visitante, sino también corresponder al imaginario del turista. Pero esto no es homogéneo y la industria turística como fenómeno de masas se renueva y diversifica permanentemente para reaccionar ante nuevas motivaciones y deseos de los clientes.

Con el ecoturismo comunitario en Ecuador a partir de los años ochenta del siglo pasado, y especialmente en Yunguilla desde 1997, se ha encontrado un modelo que promete cercanía con la naturaleza y con los habitantes de un pueblo en medio del bosque nublado. Sus visitantes supuestamente se distinguen de los turistas que buscan el mero entretenimiento en hoteles de cinco estrellas u otras ‘burbujas ambientales’ (Cohen, 1972: 166). Tienen conciencia ecológica, se interesan por el proyecto de desarrollo y quieren experimentar la convivencia con los campesinos sin dejar gran impacto en la sociedad.

Algunos de ellos son turistas de estancia breve que llegan en grupo por unos días, reciben una mejor atención, guías y entretenimiento a cambio de un precio elevado. La mayoría de ellos entran en contacto con ecuatorianos por primera vez cuando llegan al pueblo y están altamente acostumbrados a su grupo monolingüe. Por eso, se muestran nerviosos y expresan temores debido a la barrera lingüística y la separación temporal de su grupo. Se los puede clasificar como “turistas de masas organizados” (Cohen, 1972: 167) que dependen de la organización por una agencia turística que provee la familiaridad y lo habitual con un itinerario prefijado.

Su estancia se caracteriza por un encadenamiento de eventos programados. Un guía local les cuenta la historia oficial del pueblo que obedece a una dramaturgia en tres

---

<sup>101</sup> Acto II, escena VII en *Como gustéis*.

actos: un estado de equilibrio en tiempos pre-incaicos; las graves consecuencias con la llegada del ser humano que explotó los recursos naturales, se dedicó al contrabando de alcohol y vivió en desigualdad e injusticia, y un último acto: el abrazo final con la naturaleza mediado por las ONG como salvadoras. El turista, a través de su contribución, ayuda a rescatar y re-establecer el equilibrio inicial – un papel en que se acomoda bien el viajero del Primer Mundo.

Hay que tener en cuenta que la historia siempre es una construcción social, influenciada por estructuras hegemónicas y cuestiones de poder. Para simplificar la historia, los guías no profundizan en las controversias internas en el pueblo cuando llegaron las organizaciones Maquipucuna y Probona; no hablan de la glorificación del dueño de la hacienda Pelagallo por su nieto o el desacuerdo entre las ONG. Tampoco se menciona que ya en tiempos pre-incaicos los yumbos extraían madera y se dedicaban a la producción de aguardiente, ya que hacerlo rompería la estructura de la dramaturgia. A lo largo de los 18 años del proyecto de turismo, el relato se forjó así, como los turistas lo perciben hoy en día con buena acogida. Esta historia fascina al visitante, que desempeña un papel activo en la construcción de un *mundo mejor* a través del ecoturismo comunitario. Discusiones que criticaran el proyecto de desarrollo como un ‘arma de doble filo’ con consecuencias para la organización y estructura social del pueblo serían contraproducentes.

Para complacer al turista de estancia breve se ha desarrollado un sistema de atracciones y *performances* que se le ofrecen según un itinerario prefijado. Esto ayuda a estructurar la visita. Después de escuchar la historia, el turista de estancia breve hace una vuelta guiada por caminos que conectan las diferentes fábricas que representan la productividad y autonomía de la comunidad. Aquí pueden hacer fotos o echar brevemente una mano para mostrar su solidaridad con el proyecto de desarrollo. Todas estas acciones tienen un carácter meramente simbólico y no aumentan la productividad de las fábricas en estos momentos.

Por eso, se puede hablar de *performances* que se repiten con cada visita de los turistas. MacCannell (1999) muestra que la vida social se separa en *frontstages* y *backstages*. Esto implica que en un sentido común se conecta el espacio tras bambalinas con lo verdadero, real y auténtico, mientras se atribuye lo falso, meramente actuado e

inauténtico a las acciones en el escenario. Se aplica aquí el quinto nivel del modelo maccannelliano (MacCannell, 1999: 102). Se trata de una región posterior que se abre esporádicamente para los visitantes, como por ejemplo la apertura de los ensayos generales de una orquesta para un público limitado. La fábrica realmente produce quesos que se venden en tiendas de la capital y es un lugar con un acceso normalmente limitado.

Aunque se observa un ambiente escenificado en la finca Tahuallullo, marcado por señalética que subraya lo ecológico, columpios para la aventura, un huerto orgánico y fábricas que representan productividad y el éxito de un proyecto sustentable de desarrollo, ninguno de los visitantes de estancia breve cuestiona la autenticidad en estos casos. No tiene relevancia porque son objetos que no se vinculan con la tradicionalidad en un sentido museístico, como es el caso de danzas folclóricas, la vestimenta, la cocina o rituales de un pueblo indígena que enfatiza en su cultura intacta, virgen y prístina.

El turismo comunitario de Yunguilla, por su parte, quiere contar la historia del proyecto de desarrollo - una suerte de autoreferencialidad posmoderna cuando el atractivo del turismo comunitario es su propia génesis. En la finca Tahuallullo falla el modelo de MacCannell y se aplica la noción de una autenticidad existencial (Wang, 1999: 351) que hace caso omiso de los objetos visitados (*authenticity of toured-objects*); es decir, la señalética, la fábrica, los caminos, casas o columpios. Nadie se pregunta si la fábrica es original, fiel a la tradición y auténtica. Sin embargo, los visitantes consideran el momento y su experiencia como auténticos sin vincularlo con la tradición. Por otro lado, existen otras escenificaciones como la ‘noche cultural’, que tienen acogida, pero cuya autenticidad se cuestiona de vez en cuando. El criterio para la autenticidad en este caso es la percepción del turista, si el evento fue programado solamente para complacerle o si la población también lo disfruta.

El turista de estancia breve no tiene la ilusión de formar parte de la vida campesina. Está consciente de que se trata de un servicio, y que no puede profundizar su experiencia en Yunguilla. A menudo sufre de problemas a causa del idioma y la separación de su grupo, debido al alojamiento por pares en diferentes casas. Goza de las caminatas en conjunto y guiadas y de una experiencia breve de un entorno distinto con una naturaleza atractiva, lo que se refleja en las fotografías que toma durante su estadía.

Estas muestran en su mayoría la belleza del bosque nublado, animales, fábricas y arquitectura de las viviendas, pero apenas los habitantes del pueblo o la propia familia anfitriona.

Las razones son diversas: en los primeros encuentros entre el anfitrión y el turista se observa cierta tensión y timidez que inhibe el uso de la cámara como un objeto que se interpone, desconcierta y aleja a los interlocutores. Hacer retratos requiere una cercanía que no se puede alcanzar en solo dos días de estancia. Entonces, las pocas fotos que mostraron los yunguillenses fueron hechas con lentes tele que permiten agrandar los retratados a pesar de una distancia considerable, pero que acuden a la estética de las instantáneas de los paparazzi. Otra razón puede ser que el atractivo de Yunguilla es realmente la naturaleza y el proyecto de desarrollo con las fábricas y huertos, pero no tanto la convivencia con la población local que no es la motivación principal del viaje al Ecuador. Sin embargo, al turista le interesa echar un vistazo a un modo de vida distinto. Por eso, se dedica a la documentación fotográfica de la pobreza de ciertas casas mientras no presta mucha atención a aquellas viviendas renovadas, modernas y espaciosas cuyo estándar más a menudo marca el compás para las nuevas construcciones en el pueblo.

Yunguilla es presentado como un proyecto de desarrollo, lo cual genera una cierta idea de pobreza. Es una anticipación de la experiencia turística que condiciona la posterior experiencia directa en el destino (Anton y González, 2007: 154). Por eso, a menudo los turistas se asombran al encontrar una arquitectura espaciosa e infraestructura profesionalizada en su destino que no cumple con el imaginario y con las expectativas que se construyeron a través de las guías, informaciones de las agencias, folletos o páginas del internet. En vez de ver un lugar en desarrollo, los turistas aprenden de las estructuras organizativas ya perfeccionadas que son garante del éxito del proyecto y que permiten un derecho de cogestión de toda la sociedad anfitriona. En Yunguilla encontramos que el grado de parentesco entre los socios es la base del buen funcionamiento de la corporación, pero también un posible potencial conflictivo debido a la existencia de clases elitistas y pasivas en los procesos organizativos.

El turismo comunitario no solamente cuenta con turistas de estancia breve, sino también con los voluntarios que se quedan meses en el pueblo para poder acercarse más

a la forma de vida campesina. Ofrecen su fuerza laboral para luchar por una buena causa y pagan menos por su estadía. A la vez se distancian de la forma del turismo practicado por los grupos, cuya experiencia consideran inauténtica y lejana de la forma de vida real del pueblo. Rechazan el servicio que se les dispensa a los otros turistas para poder distinguirse de ellos. De hecho, no se consideran a sí mismos como turistas, sino como parte de la comunidad yunguillense por un tiempo limitado. No obstante, existen dudas de si realmente es posible sumergirse tanto en la sociedad y la cultura ajena. Existen barreras lingüísticas y sociales que dificultan la integración total.

Su cercanía se expresa también en las fotografías hechas durante su estancia. Después de su llegada suelen documentar la naturaleza y los animales y tienen una percepción semejante a la de los turistas de estancia breve. Con el transcurso de tiempo, se atreven a retratar a los habitantes de Yunguilla y sus familias anfitrionas sin usar objetivos de cámaras que aluden a la mirada voyeurista. La expresión en estas fotos de los retratados revela mucha más cercanía y confianza que aquellos gestos en las fotografías hechas por turistas de estancia breve.

Con la entrada del proyecto de desarrollo se iniciaron transformaciones profundas en la sociedad. También el turismo en Yunguilla produjo cambios económicos y sociales y condujo a más apertura, a una autoestima elevada y a una estandarización de los servicios. Así, existe un cierto riesgo de que la comunidad anfitriona se aleje aún más de la expectativa y del imaginario del visitante, con la consecuencia de que este perciba el ambiente inauténtico y estilizado. Se trata de un proyecto que propaga la convivencia auténtica con una comunidad campesina.

Queda por descubrir cómo se desarrollará el turismo comunitario dentro del mercado. En los últimos años se han establecido proyectos turísticos que introducen el concepto de *Todo incluido* en las playas ecuatorianas con capital extranjero<sup>102</sup> para satisfacer especialmente a la población nacional. Es una muestra de la diversidad del mercado turístico y abrirá un campo interesante de investigación para comparar directamente cuestiones de la autenticidad, la motivación turística e impactos en las

---

<sup>102</sup> “Royal Decameron”, una cadena con origen colombiano ofrece paquetes de *Todo incluido* en Mompiche y Punta Centinela, pero se dedica también a la promoción del ecoturismo y turismo cultural con excursiones a diferentes comunidades como los Tsáchilas.

comunidades con distintos conceptos. El *voluntourism* es otro fenómeno en Ecuador que aún no ha encontrado suficiente atención en la literatura, aunque deja muchas huellas en las comunidades del país. El proyecto del turismo comunitario habría seguido otro rumbo sin la presencia de los voluntarios, pues mucho dependía de su trabajo y sus pagos adicionales, por tanto, este tema merece más análisis futuro.

Mientras los voluntarios vienen desde Europa o América del Norte para vivir una vida más cercana a condiciones básicas, hoy en día la nueva generación de los yunguillenses apenas quiere dedicarse a la agricultura y se especializa en las universidades de la capital en las carreras de hotelería, gastronomía y turismo, lo que deja entrever que el concepto del turismo comunitario cambiará pronto y tendrá que reinventarse. Este modelo de turismo es un juego en la cuerda floja, porque convierte cada hogar en un hotel, comercializa la hospitalidad y conduce a una furtiva capitalización de la comunidad. Han (2014) nos recuerda que “el capitalismo se perfecciona en el momento cuando el comunismo se vende como mercancía”<sup>103</sup>. Cuando el turista se concientice respecto al hecho de que forma parte de un mero juego en el que domina la lógica dura del capitalismo, se apartará pronto también del turismo comunitario en busca del ‘paraíso sin fines de lucro’. La Corporación Microempresarial de Yunguilla está pendiente del carácter fugaz del turismo y ha mostrado a lo largo del tiempo muchas iniciativas de renovación para seguir atrayendo al turista. Es parte del juego de interacción performática, donde expectativas, imaginarios, autenticidad y las condiciones reales en este pueblo chocan, confluyen y se impulsan mutuamente.

---

<sup>103</sup> “Der Kapitalismus vollendet sich in dem Moment, in dem er den Kommunismus als Ware verkauft” (Han, 2014).

## BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, Alberto (2006). *Breve historia económica del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Almeida, Eduardo (2006). “Los Culuncos”. *Revista Ecuador Terra Incognita*, Vol. 40. Disponible en [http://www.terraecuador.net/nucanchig/40\\_culuncos.htm](http://www.terraecuador.net/nucanchig/40_culuncos.htm) (visitada en julio, 28 de 2014).
- Alvear, Rosny y Elsa Del Salto (2002). “Yunguilla en la red, una comunidad que avanza”. Tesis de licenciatura, Universidad de Especialidades Turísticas (UCT), Quito.
- Anton Clavé, Salvador y Francesc González Reverté (2007). *A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico*. Barcelona: UOC.
- Azócar de Buglass, Leida (1995). “Ecoturismo, ¿una alternativa de desarrollo sostenible?”. En *Ecoturismo en el Ecuador – Trayectorias y desafíos*, Leida Azócar de Buglass (Comp.): 9-53. Quito: PROBONA.
- Barrera, C., Lugo, S., & López, P. (2007). *Análisis participativo de cadenas de valor turísticas en proyectos de turismo comunitario*. Quito, Ecuador.
- Barretto, Margarita (2007). *Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*. Tenerife: ACA y PASOS, RTPC.
- Barry, Katelyn (2013). Ecuatorian Exploration. Disponible en <http://ecuadorexploration.blogspot.com/2013/02/yunguilla.html> (visitada en julio, 28 de 2014).
- Baudrillard, Jean y Sheila Faria Glaser (1995). *Simulacra and Simulation (The Body, In Theory: Histories of Cultural Materialism)*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Benavides Gutiérrez, David Genaro (2010). “Cambios en la cobertura vegetal del bosque montaño de los andes occidentales: influencia de la fundación Maquipucuna y de la comunidad de Yunguilla en procesos de conservación”. Tesis de Maestría, FLACSO Ecuador.
- Blázquez Sánchez, Jesús (2012). “Impactos, riesgos y limitaciones de los modelos turísticos convencionales: nivel macro-socioeconómico, nivel micro-socioeconómico, medioambiental y sociocultural”. En *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*, Manuel Rivera Mateos y Luis Rodríguez García (Comp.): 43-64. Córdoba: Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba.
- Boorstin, Daniel (1996). *The image: A guide to pseudo-events in America*. Nueva York: Vintage.
- Brendan (2011). Travel-Blog. Disponible en [http://bhpdtr.blogspot.com/2011\\_03\\_01\\_archive.html](http://bhpdtr.blogspot.com/2011_03_01_archive.html), visitado en Julio, 16 de 2014.

- Bruner, Edward M. (1995). "The Ethnographer/Tourist in Indonesia". En *International Tourism: Identity and Change*. M.-F. Lanfant, J. B. Allcock y E. M. Bruner, (Comp.): 224-241. London: Sage.
- Bruner, Edward (2005). *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*. Chicago: University Press.
- Burbano Tzonkowa, Adriana (2009). "El ecoturismo: una estrategia para el desarrollo sostenible de las poblaciones locales". Tesis de Maestría, FLACSO, Ecuador.
- Büsches, Christian (2007). *Familia Honor y Poder, La nobleza de la ciudad de Quito en la época colonial tardía (1765-1822)*. Quito: Fonsal.
- Carvalho, Anabela y Jacquelin Burgess (2005). "Cultural Circuits of Climate Change in U.K. Broadsheet Newspapers, 1985–2003". *Risk Analysis* 25 (6): 1457-1469.
- Chaparro Ortiz de Zevallos, Anahí (2008). "Los yagua en el contexto del turismo étnico. La construcción de la cultura para el consumo en el caso de Nuevo Perú". *Antropológica* XXVI (26): 113-142.
- Cohen, Erik (1972). "Toward a sociology of international tourism". *Social Research* 39: 164-182.
- Cohen, Erik (1995). "Contemporary tourism – Trends and challenges. Sustainable authenticity or contrived post-modernity?". En *Change in tourism: People, Places, Processes*, Richard Butler y Douglas Pearce (Comp.): 12-29. London: Routledge.
- Colloredo-Mansfeld, Rudi (1998). "'Dirty Indians', radical indígenas, and the political economy of social difference in modern Ecuador". *Bulletin of Latin American Research* 17 (2): 185-205.
- Connell, John y Barbara Rugendyke (2010). "Creating an Authentic Tourist Site? The Australian Standing Stones, Glen Innes". *Australian Geographer* 41 (1): 87-100.
- Cooperación Yunguilla (2012). "Código ético". Disponible en [http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=154](http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=154) (visitada en julio, 28 de 2014).
- Cooperación Yunguilla (2012). "Quienes somos". Disponible en [http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=77&Itemid=135](http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=77&Itemid=135) (visitada en julio, 28 de 2014).
- Cooperación Yunguilla (2012). "Tour Ambiental". Disponible en [http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15&Itemid=141](http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=141) (visitada en julio, 28 de 2014).
- Cooperación Yunguilla (2012). "Tour Aves". Disponible en [http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15&Itemid=145](http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=145) (visitada en julio, 28 de 2014).

- Cooperación Yunguilla (2012). “Tour Convivencia”. Disponible en [http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15&Itemid=143](http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=143) (visitada en julio, 28 de 2014).
- Cooperación Yunguilla (2012). “Tour Cultural”. Disponible en [http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15&Itemid=142](http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=142) (visitada en julio, 28 de 2014).
- Cooperación Yunguilla (2012). “Tour Yumbo”. Disponible en [http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15&Itemid=146](http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=146) (visitada en julio, 28 de 2014).
- Cooperación Yunguilla (2013). “Yunguilla-Voluntarios”. Disponible en [http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1&Itemid=123](http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=123) (visitada en julio, 28 de 2014).
- Cooperación Yunguilla (2013). “Yunguilla-Voluntarios2”. Disponible en [http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=41&Itemid=124](http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=41&Itemid=124) (visitada en julio, 28 de 2014).
- Crick, Malcolm (1989). “Representations of international tourism in the social sciences: Sun, Sex, Sights, Savings and Servility”. *Annual Reviews of Anthropology* 18: 307-344.
- Davidov, Veronica (2013). *Ecotourism and Cultural Production: An Anthropology of Indigenous Spaces in Ecuador*. New York: Palgrave-Macmillan.
- Dawson, Connie (2013). Ecuador and more. Disponible en <http://conniestravel.wordpress.com/2013/02/24/yunguilla/> (visitada en julio, 28 de 2014).
- Del Campo Tejedor, Alberto (2007). “Autoridad y liderazgo en Huertas (Shaglli). Prácticas y tácticas de articulación entre sujeto, comunidad y mundo”. En *Turismo Comunitario en Ecuador – Desarrollo y sostenibilidad social*, Esteban Ruiz Ballesteros y Doris Solís Carrión (Comp.): 219-276. Quito: Abya-Yala.
- Del Campo Tejedor, Alberto (2009). “La autenticidad en el turismo comunitario – tradición, exotismo, pureza, verdad” en *Cultura, Comunidad y Turismo – Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*, Esteban Ruiz Ballesteros y María Augusta Vintimilla (coord.): 41-116. Quito: Abya-Yala.
- Dev (2014). Dev in Quito. Cloud forest adventures: Yunguilla community. Disponible en: <http://devinquito.wordpress.com/> (visitada en julio, 28 de 2014).
- Edensor, Tim (2001). Performing tourism, staging tourism – (Re)producing tourist space and practice. *Tourist Studies* 1 (1): 59-81.
- El Universo (2010). “Conflictos de tierra pasarán del INDA a Secretaría a fin de mes” Disponible en <http://www.eluniverso.com/2010/11/01/1/1355/conflictos-tierra-pasaran-inda-secretaria-fin-mes.html> (visitada en septiembre, 9 de 2014)

- Elsie (2009). Yunguilla. Disponible en <http://atthemiddle.blogspot.com/2009/06/yunguilla.html> (visitada en julio, 28 de 2014).
- Escobar, Arturo (1996). *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Barcelona: Norma.
- Estrella Durán, Mateo (2007). “La incidencia jurídica en el turismo comunitario en Ecuador” en *Turismo Comunitario en Ecuador – Desarrollo y sostenibilidad social*, Esteban Ruiz Ballesteros y Doris Solís Carrión (Comp.): 51-75. Quito: Abya-Yala.
- Falconí, Fander y Juan Ponce (2011). “Ecoturismo: emprendimientos populares como alternativa a un desarrollo excluyente”. En *Espacios en disputa: el turismo en Ecuador*. Mercedes Prieto (Comp.): 167-205. Quito: Flacso.
- Farfán Pacheco, Karina y Ana Lucía Serrano (2007). “Turismo comunitario en Ecuador, una visión empresarial” en *Turismo Comunitario en Ecuador – Desarrollo y sostenibilidad social*, Esteban Ruiz Ballesteros y Doris Solís Carrión (Comp.): 77-90. Quito: Abya-Yala.
- Feld, Steven (ed.) (2003). *Ciné-Ethnography*. University of Minnesota Press: Minneapolis, London.
- Friedberg, Lilian y Sara Hall (2007). “Drums along the Amazon - The rhythm of the Iron System in Werner Herzog's Fitzcarraldo”. En *The cosmopolitan screen – German cinema and the Global Imaginary, 1945 to the present*, Stephan Schindler y Lutz Koepnick (Comp.): 117-140. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Fukuyama, Francis (2003). “Capital social y desarrollo: la agenda venidera”. En *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*, Raúl Atria (Comp.): 33-48. Santiago de Chile: Cepal y Michigan State University.
- Fuller, Norma (2009). *Turismo y Cultura: Entre el entusiasmo y el recelo*. Lima: Fondo Editorial Universidad Católica del Perú.
- Fundación Jatun Sacha (2013). “Plan de Manejo Ambiental - Reserva Yunguilla”. Disponible en <http://reservasprivadasecuador.com/reservas/sites/default/files/archivos/Plan%20de%20Manejo%20Yunguilla.pdf> (visitada en julio, 28 de 2014).
- Goffman, Erving (2001). *La representación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- González Damián, Alfonso (2004). “El anfitrión como actor social en el turismo. Reflexiones desde el caso de Ixtapan de la sal, México”. *Revista Ciencias Sociales* 105 (3): 155-168.

- Gorman, Matthew (1996). “El ecoturismo. Una alternativa para el desarrollo sustentable del oriente ecuatoriana”. Disponible en: <http://www.planeta.com/ecotravel/south/ecuador/gorman/gorman4.html> (visitada en julio, 28 de 2014).
- Han, Byung-Chul (2014). “Warum heute keine Revolution möglich ist”. *Süddeutsche Zeitung*, septiembre 2, política. Disponible en <http://www.sueddeutsche.de/politik/neoliberales-herrschaftssystem-warum-heute-keinerevolution-moeglich-ist-1.2110256> (visitada en septiembre, 9 de 2014).
- Hay-Edie, Terence and Elspeth Halverson (2006). *Acciones Comunitarias para la Conservación de la Biodiversidad: Creación de vínculos entre la Conservación de la Biodiversidad y el Desarrollo de Mejores Medios de Sustento*. Santiago de Chile: PNUD.
- Hernández-Ramírez, Macarena y Esteban Ruiz-Ballesteros (2011). “Etnogénesis como práctica. Aqueología y turismo en el pueblo Manta (Ecuador)”. *Revista de Antropología Iberoamericana* 6 (2): 159-192.
- Herrera, Ivonne (2013). “Desarrollo de un plan de turismo sostenible como herramienta económica-social en la comunidad Yunguilla, ubicada en el D.M. Quito, Parroquia rural Calacalí”. Tesis de licenciatura, Universidad Israel, Quito, Ecuador.
- Hoy (2006). “Denuncias de corrupción contra el Instituto de Desarrollo Agrario” Disponible en <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/denuncias-de-corrupcion-contra-el-instituto-de-desarrollo-agrario-229760.html> (visitada en septiembre, 9 de 2014).
- Intag-Tours (2014). Disponible en <http://www.intagtours.com/es/visita-intag/turismo-comunitario> (visitada en julio, 28 de 2014).
- Ishkay Yaku Jungle Lodge (2014). Disponible en <http://puyo.olx.com.ec/centro-de-turismo-comunitario-ishkay-yaku-iid-411144750> (visitada en julio, 28 de 2014).
- Izko, Xavier (2004). “La consulta previa petrolera - Bloques 20 y 29 de la Amazonía ecuatoriana: entre el desafío y la nostalgia” en *Petróleo y desarrollo sostenible en Ecuador - Las apuestas*, Guillaume Fontaine (Comp.): 187-230. Quito: FLACSO, Sede Ecuador.
- Johnson, Frankie (2013). Las cascadas verdes. Disponible en <http://ncsustudyabroad.wordpress.com/2013/12/08/las-cascadas-verdes/> (visitada en julio, 28 de 2014).
- Koleth, Maria (2014). “Hope in the dark: geographies of volunteer and dark tourism in Cambodia”. *Cultural Geographies* 21(4): 681–694.
- La Blanca (2013). Disponible en <http://lablanca24.wordpress.com/category/in-ecuador/> (visitada en julio, 28 de 2014).

- Larsen, Erik (2008). Some final reflections on Yunguilla. Disponible en <http://ericlarsenblog.blogspot.com/2008/01/some-final-reflections-on-yunguilla.html> (visitada en julio, 15 de 2014).
- Larson, Jonas (2008). "De-exotizing tourist travel: Everyday life and sociality on the move". *Leisure-Studies* 27 (1): 21-34.
- Lasso, Lucía (2011). "Mitos y oportunidades del ecoturismo: el caso de Oyacachi". En *Espacios en disputa: el turismo en Ecuador*. Mercedes Prieto (Comp.): 207-229. Quito: FLACSO.
- Lipkau Henríquez, Elisa (2009). "La mirada erótica. Cuerpo y performance en la Antropología Visual". *Antípoda, Revista de Antropología y Arqueología* 9: 231-262.
- Lippi, Ronald D. & Alejandra M. Gudiño (2010). "Palmitopamba: yumbos e incas en el bosque tropical al noroeste de Quito (Ecuador)". *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines*. Vol 39 (3): 623-640.
- López Sandoval, María Fernanda (2004). *Agricultural and Settlement Frontiers in the Tropical Andes: The Páramo Belt of Northern Ecuador, 1960-1990*. Regensburg: Regensburger Geographische Schriften.
- MacCannell, Dean (1999). *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken books.
- MacCannell, Dean (2011). *The ethics of sightseeing*. Berkeley: University of California Press.
- MacCannell, Dean (2012). "Commentary: On the Ethical Stake in Tourism Research". *Tourism Geographies* 14 (1): 183-194.
- Maggie (2011). Maggie's Adventures in Ecuador. Disponible en [http://maggiesadventuresinecuador.blogspot.com/2011\\_08\\_01\\_archive.html](http://maggiesadventuresinecuador.blogspot.com/2011_08_01_archive.html) (visitada en julio, 28 de 2014).
- Makimoto, Tsugio y David Manners (1997). *Digital Nomad*. Chichester: John Wiley.
- Meisch, Lynn A. 1995 "Gringas and Otavaleños: changing tourism relations". *Annals of Tourism Research* 22: 441-462.
- Mesías, Gabriel y Andrea Oliva (2004). "Revisión y Fortalecimiento del Proyecto Ecoturismo Comunitario Yunguilla, Encaminado a una óptima aplicación del Plan de Marketing Subsistente". Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, Ecuador.
- Mieczkowski, Zbigniew (1995). *Environmental Issues of Tourism and Recreation*. University Press of America: Lanham.
- Mintur (2012). *La experiencia turística en el Ecuador. Cifras esenciales de turismo interior y receptor*. Quito: MINTUR.

- Morin, Edgar (2003). "Cronicle of a film". En *Ciné-Ethnography*, Steven Feld (Comp.): 229-265. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Nichols, Bill (1997). *La representación de la realidad - Cuestiones y conceptos sobre el documental*. Paidós: Barcelona, Buenos Aires, México.
- Ontaneda, Rodrigo (1995). "Acciones previas al desarrollo ecoturístico en una reserva privada. Fundación Maquipucuna". En *Ecoturismo en el Ecuador – Trayectorias y desafíos*. Leida Azócar de Buglass (Comp.): 253-259. Quito: PROBONA.
- Ooi, Natalie y Jennifer H. Laing (2010). "Backpacker tourism: sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivations". *Journal of Sustainable Tourism* 18 (2): 191-206.
- O'Rourke, Dennis (1999). On the making of "Cannibal Tours". Disponible en <http://de.scribd.com/doc/126519548/On-the-Making-of-Cannibal-Tours>, visitado en julio, 22 de 2014.
- Ortiz Crespo, Alfonso (2006). *Tulipe y la cultura yumbo - Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño – Tomo I*. Quito: Fonsal.
- Parroquia Calacalí (2012). "Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Calacalí 2025". Disponible en [http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal\\_k/ppot/dm q/ppdot\\_calacali.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dm q/ppdot_calacali.pdf) (visitada en julio, 28 de 2014).
- Jaime Pastor, Vicente, Cristina Casas y Amparo Soler (2011). "Desarrollo rural a través del turismo comunitario. Análisis del Valle y Cañón de Colca". *Gestión turística* 15: 1-20.
- Pérez, Beatriz (2006). "Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del Cusco". *Antropológica* 24: 29-49.
- Platón. (1993). *La República, Libros VII y X*. Madrid: Espasa-Calpe, S.A.
- Plog, Stanley (1974). "Why destinations areas rise and fall in popularity". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Nov: 13-16.
- Pólit Mora, Enith Cristina (2010). "Plan de marketing turístico para la franja norte de la Reserva Maquipucuna, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia Pichincha, "El ecoturismo como una alternativa económica sustentable". Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Ecuador.
- Poole, Deborah (2000). *Visión, Raza y Modernidad. Una economía visual del mundo andino de imágenes*. Lima: Sur Casa de Estudios del Socialismo.
- Pott, Andreas (2011). "Die Raumordnung des Tourismus". *Soziale Systeme* 17 (2): 255-276.
- Prieto, Mercedes (2011). "Los estudios sobre turismo en Ecuador". En *Espacios en disputa: el turismo en Ecuador*, Mercedes Prieto (Comp.): 9-27. Quito: FLACSO.

- Prins, Harald (2004). "Visual Anthropology" en *A companion to the Anthropology of American Indians*, Thomas Biolsi (Comp.): 505-525. Oxford: Blackwell Publishing.
- Ragin, Charles (2007). *La construcción de la investigación social*. Bogotá: Universidad de los Andes.
- Rivadeneira, Gradys (2004). El bosque nublado Yunguilla: ecoturismo comunitario. *361° (Trecientos sesenta y un grados): Podemos Decirlo*: 54-59.
- Robayo Guerra, Geovanna (2003). "Impactos producidos por el ecoturismo en las comunidades Santa Marianita y Yunguilla". Tesis de Maestría, UCI, Ecuador.
- Rosero, Fernando (1988). "Correlación de fuerzas y producción de la Ley de Reforma Agraria". En *El problema agrario en el Ecuador*, Manuel Chiriboga (Comp.): 483-510. Quito: Ildis.
- Rouch, Jean (2003). "Ciné-Anthropology. Jean Rouch with Enrico Fulchignoni - Les maîtres fous, The Lion Hunters, and Jaguar". En *Ciné-Ethnography*, Steven Feld (Comp.): 147-187. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Ruiz Ballesteros, Esteban (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya-Yala.
- Runer, Edith (2011). Feedback. Disponible en <http://www.viventura.de/feedback/9380>, (visitada en julio, 28 de 2014).
- Russel, Catherine (1999). *Experimental Ethnography*. Durham: Duke University Press.
- Ruth (2012). "Blog: The Dark Side of Authentic Travel". <http://facetiousfarang.com/ruminations/the-dark-side-of-authentic-travel/>, visitado el 22 de julio del año 2014.
- Salomon, Frank (1997). *Los Yumbos, Niguas y Tsachila o "Colorados" durante la colonia española: Etnohistoria del Noroccidente de Pichincha, Ecuador*. Quito: Abya-Yala.
- Sancho, Amparo (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: OMT.
- Santafé Troncoso, Verónica Tatiana (2012). "El encuentro Turista-Anfitrión, desde una perspectiva intercultural, y su incidencia en el desarrollo del turismo comunitario: Estudio de Caso Comuna Tsáchila de Chigüilpe". Tesis de Maestría, FLACSO, Ecuador.
- Sarmiento, Fausto (1995). "Naming and knowing the ecuatorian landscape: A case study of the Maquipucuna Reserve". *The George Wright Forum* 12 (1): 15-22.
- Sen, Amartya (2000). *Desarrollo y libertad*. Barcelona: Planeta.
- Solís Carrión, Doris (2007). "De la resistencia a la sostenibilidad – El proceso histórico del Turismo Comunitario en Ecuador y sus retos actuales" en *Turismo*

*Comunitario en Ecuador – Desarrollo y sostenibilidad social*, Esteban Ruiz Ballesteros y Doris Solís Carrión (Comp.): 29-50. Quito: Abya-Yala.

Sontag, Susan (2005). *On Photography*. New York: Rosetta Books.

Torre, Patricia de la (1980). “El terrateniente y el proceso de modernización de la hacienda. Estudio de caso en el valle de los chillos. 1905-1929”. En *Ecuador: Cambios en el agro serrano*, Osvaldo Barsky (Comp.): 53-98. Quito: FLACSO-CEPLAES.

Torre Espinoza, Carlos de la (1996). *El racismo en Ecuador: Experiencias de los indios de clase media*. Quito: CAAP.

Torre Padilla, Óscar de la (1994). *El turismo: fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.

Tour Ibarra (2014). Disponible en <http://www.touribarra.gob.ec/index.php/oferta-turistica/turismo-comunitario/12-oferta-turistica/turismo-comunitario/100-parroquia-de-ambuqui> (visitada en julio, 28 de 2014).

Trujillo, Jorge (1988). “Monopolio y concentración de la propiedad”. En *El problema agrario en el Ecuador*, Manuel Chiriboga (Comp.): 198-231. Quito: Ildis.

Van Gennep, Arnold (2008). *Los ritos de paso*. Madrid: Alianza.

Varea, Soledad y Mercedes Prieto (2011). “La fiesta de los presidentes en Manabí: ¿destino turístico o reencuentro de las familias migrantes?” en *Espacios en disputa: el turismo en Ecuador*, Mercedes Prieto (Comp.): 133-165. Quito: FLACSO, Sede Ecuador.

Viventura (2014). Disponible en <http://www.viventura.de/reisen/ecuador/eega/tourablauf/tag/10#> (visitada en julio, 28 de 2014).

VolunteerTourismViews (2013). Disponible en <http://volunteertourismviews.wordpress.com/2013/02/25/what-is-voluntourism> (visitada en julio, 28 de 2014).

Wang, Ning (1999). “Rethinking Authenticity in Tourism Experience”. *Annals of Tourism Research* 26: 349-370.

Wearing, Stephen y John Neil (2009). *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities?* Amsterdam: Butterworth-Heinemann.

West, Paige (2008). “Tourism as Science and Science as Tourism: Environment, Society, Self, and Other in Papua New Guinea”. *Current Anthropology* 49 (4): 597-626.

Westfall (2013). Travelling ELL Teacher. Disponible en <http://travelingellteacher.blogspot.com/2013/02/yungilla-in-cloud-forest.html> (visitada en julio, 28 de 2014).

Wymer, Walter, Donald Self y Carolyn Sara Findley (2010). "Sensation Seekers as a Target Market for Volunteer Tourism". *Services Marketing Quarterly* 31: 348–362.

Zavitz, Kate y David Butz (2011). "Not That Alternative: Short-term Volunteer Tourism at an Organic Farming Project in Costa Rica". *International E-Journal for Critical Geographies* 10 (3): 412-441.

## ENTREVISTAS

Mariana Amaguaña, 1ro de febrero de 2014, Calacalí  
Alejandro Ayala, 1ro de febrero de 2014, Calacalí  
Bernardo Castro, 16 de mayo de 2014, Quito  
Deisy Collaguazo, 30 de abril de 2014, Tahuallullo  
Deisy Collaguazo, 4 de junio 2014, Tahuallullo  
Germán Collaguazo, 11 de diciembre de 2013, Tahuallullo  
Germán Collaguazo, 28 de abril de 2014, Yunguilla  
Guillermo Collaguazo, 28 de abril de 2014, Yunguilla  
Magdalena Collaguazo, 26 de diciembre de 2013, Yunguilla  
Rodny Estuardo Garrido Cevallos, 30 de abril de 2014, Quito  
Mikkel Ellersgaard Sørensen, 5 de mayo 2014, Tahuallullo  
Clodette Geraldine Esbörnson, 5 de mayo 2014, Tahuallullo  
Misael Glas, 26 de diciembre 2013, Yunguilla  
Luís Alfredo Guamaní, 30 de abril de 2014, Calacalí  
Rebeca Justicia, 29 de abril de 2014, Quito  
Rebeca Justicia, 23 de mayo 2014, Quito  
Lemus y Sybille Kneise, 18 de junio de 2014, Yunguilla  
Regina Mai, 5 de junio 2014, Yunguilla  
Edison Oña, 4 de junio 2014, Yunguilla  
Galindo Parra, 1ro de febrero de 2014, Tahuallullo  
Ferdinand Reise, 5 de junio de 2014, Tahuallullo  
Matilde Sánchez, 28 de abril de 2014, Yunguilla  
Kerstin Scheu, 5 de junio de 2014, Yunguilla  
Solange Stampel, 5 de junio de 2014, Yunguilla  
Joseline Westwind, 5 de junio de 2014, Yunguilla  
Bertha Wosse, 26 de diciembre 2013, Yunguilla

## ANEXOS



Anexo 1: Imágenes de las fachadas de las casas en Yunguilla hechas por dos turistas diferentes



Anexo 2: El espectáculo de los columpios



Anexo 3: El espectáculo 'Noche cultural'



Anexo 4: La mirada voyeurista con lente tele



Anexo 5: La mirada a la humildad



Anexo 6: Fotos familiares después de la estadía



Anexo 7: La naturaleza como motivo principal de los turistas



Anexo 8: Una foto de un voluntario con más familiaridad