



**Perú - Bolivia
02 de octubre de 2019**

¿Es el turismo una alternativa para el desarrollo rural?

Wilson Poma Calle
Egresado de Sociología

El 27 de septiembre de 1979 fue establecido como Día Mundial del Turismo, por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo en conmemoración a la aprobación de su estatuto orgánico. En este documento iniciaremos con la pregunta: ¿Es el turismo una alternativa para el desarrollo rural? Intentaremos responderla a partir de algunos apuntes sobre experiencias en Bolivia y Perú.

El turismo es considerado como una industria que no daña el medio ambiente, al interior de él se generaron variantes como: el turismo recreativo, turismo de aventura, turismo vivencial, eco turismo y turismo comunitario, entre otros. Y con muchos matices, es tomado en cuenta en la legislación de la mayoría de países en la región.

Existe una variedad de atractivos turísticos que se ofertan a los visitantes que residen en los demás continentes. Este conjunto de atractivos lo podemos agrupar de la siguiente manera: atractivo cultural, atractivo natural, atractivo arqueológico o histórico, cabe mencionar que mucho tiene que ver donde se desarrolla el turismo para determinar su potencial como atractivo y poder ser ofrecido en el mercado.



Hay que considerar también que el turismo, en su variedad de ofertas, dinamiza los mercados locales, donde la población local toma el rol como de demandante, en su mayoría personas que residen en las urbes, y ofertante, comunidades rurales e instituciones privadas o públicas que brindan estos servicios.

En este caso, Las comunidades rurales poseen una serie de espacios naturales, antropológicos y actividades propias de su cultura, entre otros atractivos, que motivan el desplazamiento de una persona o grupo, que por curiosidad o por la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual, asisten en su búsqueda. Las comunidades rurales, en su afán de dinamizar su economía, tiende a invertir en estos recursos acompañandolos con otros servicios como el hospedaje, alimentación, transporte y otros. Estas actividades son hechos que promueven una visión utilitaria del paisaje, población y demás recursos de los territorios rurales.

En Bolivia existen una serie de emprendimientos donde las comunidades rurales incursionan en el turismo como las comunidades en la Isla del Sol en el lago Titicaca (La Paz), donde el turismo ha proliferado desde hace décadas. Donde emprendimientos privados toman el protagonismo, reduciendo la participación de los comunarios a trabajadores, con la función de exotizar la expresión de la comunidad andina, idealizando su cotidianidad y creando una tensión en la relación entre las familias comunarias (observadas) y los visitantes.

También se tiene el caso de un denominado ‘Museo del Altiplano’, instalación privada al interior del hostal Inca Utama en Huatajata (sector Lago Titicaca), donde se encuentran una serie de representaciones de la vida cotidiana “típica” de una familia andina, además, las personas que la representan visten ropa típica



y realizan actividades tradicionales, creando una presentación idílica sobre el diario vivir en comunidad.

A partir de estos casos podemos afirmar que, existe una pérdida de valores culturales y sus comportamientos, un sometimiento al mercado, se idealiza y cosifica la vida en comunidad, se promueve una marcada distinción entre la comunidad andina y los visitantes.

En Perú en la localidad de Raqchi Sicuani (Cusco), la población declara que su principal ingreso económico es la agricultura pero en realidad es la venta de productos “culturales” y la gran mayoría de estos productos son de procedencia externa, además, esta actividad económica reconfigura el comportamiento de los integrantes de una familia en la localidad (Córdova, *Incidencias del turismo receptivo en los cambios de identidad cultural de los pobladores de la localidad de Raqchi Sicuani-Cusco, 2017*)

Muchas familias se encuentran en contextos donde su comunidad posee varios atractivos turísticos. La comunidad de Raqchi Sicuani tiene bastantes atractivos arqueológicos del tiempo de los Incas, atractivo que motiva una variedad de visitas, por tal motivo, los comunarios se dedican a vender una serie de productos y servicios. La mayoría de esta población es intermediaria de productos “culturales” y muchos de estos vienen con innovaciones descontextualizadas de la cultura incaica; además, los vendedores son intermediarios de servicios como la consulta con sacerdotes y curanderos con saberes ancestrales.

En esta experiencia existe un gran sometimiento al mercado, cambiando la cotidianidad de la población local, una cosificación de los símbolos de la cultura



local y usándolas de una forma inadecuada, por ejemplo; sombreros de paja con símbolos andinos.

No podemos negar que existen casos donde la comunidad es la principal protagonista, como el emprendimiento ecoturístico en Chalalán (Norte La Paz, Bolivia) y la isla de Taquile (Puno, Perú). Estos emprendimientos son un hito del turismo, en sus países, porque cuentan con una participación activa de la comunidad local. Aunque no se libran de conflictos y dificultades, Chalalán sigue vigente pero con muchos problemas internos en la comunidad, de carácter económico e intromisión de inversiones externas (Mamani, *Trabajo Dirigido en el Gobierno Autónomo de Rurrenabaque*, 2019). En el caso de Taquile, que logra y mantiene un control comunitario del turismo al interior de la isla; no obstante, en los últimos años, se perdió el control del transporte, y además, han incorporado “mejoras” en sus domicilios, como el uso de materiales de construcción no-tradicionales y falta de transmisión de los saberes culturales (idioma, comidas tradicionales y otros); señales de un paulatino acercamiento a lo “moderno” (Zorn y Farthing. *Desafíos de un turismo controlado por la comunidad: el caso de la Isla Taliique, Perú.* 2006), y un distanciamiento de lo tradicional, una contradicción pues precisamente, lo tradicional es el principal capital del turismo en la comunidad rural.

Reflexión

El turismo promueve un comportamiento que tiende a la ‘modernización’; es decir, ciertos esquemas culturales, de consumo, vivienda y apreciación. Un emprendedor local debe necesariamente adecuarse a las condiciones y brindar un buen servicio. En esta tarea, el emprendedor debe adquirir; por ejemplo, productos de buena calidad, instalaciones adecuadas de hospedaje con servicios básicos, acceso a agua caliente, dormitorios, condiciones salubres en el



preparado de alimentos, acceso a medios de comunicación (cobertura telefónica, internet, caminos a un poblado, entre otros), incluso se debe cualificar el servicio que presta el personal a cargo, pidiendo que éste se instruya en actividades puntuales, como la recepción, cocina, guiaje de trekking, entre otros. Es decir ‘mejorar’ su oferta de productos y servicios para captar mayores y mejores ingresos.

Los casos expuestos y valorando las múltiples dificultades que se dan en la comunidad rural, podemos afirmar que la incursión de la comunidad al mercado del turismo, representa más pérdidas que beneficios, pues su cultura está siendo instrumentalizada, exotizada e invadida por la influencia de otras culturas. El esfuerzo por realizar mejoras conlleva una serie de cambios en el cotidiano vivir de la población rural, además de promover un comportamiento direccionado a mercantilizar lo cultural. Sin embargo, existen casos donde las comunidades son beneficiadas directamente y logran la autogestión, abriendo sus puertas a diferentes alternativas de desarrollo. Y estos casos pueden replicarse, siempre y cuando, tengan los estudios y apoyo necesario para que la población pueda empoderarse del emprendimiento.