

EL TURISMO DE BASE COMUNITARIA: REQUISITOS PARA SU DESARROLLO

Alfredo Francesch

Profesor Ayudante

Departamento de Antropología Social y Cultural

Universidad Nacional de Educación a Distancia

Madrid (España)

Email: afrancesh@fsos.uned.es

Resumen:

El turismo de base comunitaria es un fenómeno reciente, que sin embargo, experimenta un notable incremento en su práctica y su expansión geográfica. El propósito de este texto es analizar, por medio de una revisión de las publicaciones centradas en esta materia, los requisitos que deben darse para que el TBC cuente, de entrada, con razonables probabilidades de éxito. El cuadro general resultante no se basa en consideraciones de carácter general, sino que es consecuencia de una exploración por la literatura experta, producida a su vez en experiencias concretas y en trabajos de campo.

EL TURISMO DE BASE COMUNITARIA: REQUISITOS PARA SU DESARROLLO

EL TURISMO DE BASE COMUNITARIA: REQUISITOS PARA SU DESARROLLO

Introducción

El turismo de base comunitaria es un fenómeno reciente, auspiciado por organismos como el WWF o la Organización Mundial de Turismo, que sin embargo, experimenta un notable incremento en su práctica y su expansión geográfica. Por citar un país, en los últimos más o menos veinticinco años, esta modalidad de turismo ha sido desarrollada dentro de Ecuador por unas sesenta comunidades indígenas y campesinas; las estimaciones hablan de unas 15.000 personas beneficiadas, directa e indirectamente.

En apariencia, el turismo de base comunitaria presenta todas las ventajas y todas las virtudes para hacer de él una forma modélica de actividad. Sostenible, con implicación de las comunidades receptoras, con una atención individual al cliente, ofrece un aspecto difícilmente superable en su superación de modalidades más clásicas: la tradicional “burbuja” del turista se diluye y, consecuentemente, puede acceder, en convivencia cercana, a la “autenticidad” de la vida cotidiana de sus anfitriones.

Pese a esto, la literatura especializada, el trabajo de campo y las experiencias prácticas, ponen de relieve que el éxito en estas empresas no está asegurado, por el mero hecho de materializarlas. El propósito de este texto es analizar, por medio de una revisión de las publicaciones centradas en esta materia, los requisitos que deben darse para que el TBC cuente, de entrada, con razonables probabilidades de éxito.

No es fácil, sea como fuere, englobar bajo una misma etiqueta formas de turismo muy dispares. Su financiación procede, en muchos casos, de programas de cooperación internacionales o de proyectos de organizaciones no gubernamentales, pero también pueden encontrarse modalidades cooperativas, proyectos nacionales de desarrollo, etc. Por ello, su

gestión abarca también muy diversas posibilidades. La población local puede participar directamente, o quedar relativamente al margen, cumpliendo básicamente funciones laborales pero sin responsabilidades en la gestión, propiamente dicha. En el otro extremo se encontraría el conocido caso de los kuna, en Panamá, con un estricto control incluso del número de visitantes permitido¹. Se dan, pues, desde la participación de la comunidad como simple mano de obra para empresas inversoras privadas, hasta comunidades con completo control sobre las operaciones turísticas, pasando por proyectos realizados con el apoyo de ONG's o de agencias de cooperación.

No ofrece menos variedad el tipo de turismo al que se dirige. Practicantes del llamado “ecoturismo”, del turismo rural, o del turismo vivencial, pueden parecer los más evidentes por sí mismos, pero también existen formas de turismo de aventura, y es factible encontrar caros y lujosos *lodges* en Kenia, por ejemplo, que se ofrecen en el mercado como proyectos de comunidades locales, sobre las que revierten los beneficios de la empresa.

Los contextos, por consiguiente, se muestran dentro de un amplio espectro de casos: desde comunidades campesinas peruanas hasta *lodges* de lujo en Kenia, de poblaciones indígenas en la pluviselva brasileña a incursiones en el Sahara, montadas y conducidas por tuaregs. Bajo esta diversificación de actividades, de modelos de financiación y gestión, de poblaciones implicadas y de condiciones geográficas, climáticas y ecológicas, la labor de encontrar elementos comunes no es sencilla. Con todo, una revisión de las experiencias conocidas y de los trabajos hechos desde diversas disciplinas, de la economía a la antropología, permite encontrar rasgos comunes. Este texto pretende, más que señalar los elementos que garanticen el éxito o la viabilidad de este tipo de proyectos, señalar aquellos que son condición indispensable; aquellos cuya carencia, cuya ausencia, por así decirlo, más bien *garantice el fracaso*.

¹ Ver, por ejemplo, Pereiro Pérez (2007).

1. Los agentes principales.

El turismo suele contemplarse como una actividad económica resolutive y eficaz. Nada más habitual, por poner un ejemplo, que el encontrar en la reconversión al turismo rural una alternativa a los problemas derivados de la inviabilidad de actividades agrícolas o pesqueras. Esta visión está fuertemente inserta en el imaginario social: el turismo como *Deus ex machina*². Pero la realidad de los hechos pone sobre la mesa con claridad que, en el caso que nos ocupa, las cosas no funcionan necesariamente así.

El turismo de base comunitaria opera, en principio, fuera de los flujos masivos que controlan las grandes empresas turísticas o de transporte. Para darse a conocer dependen en gran medida del boca a boca, y también de las posibilidades que ofrecen las actuales tecnologías de la comunicación, en especial Internet. Pero en esta *sociedad red*, ocupar un espacio en Internet no garantiza posiciones privilegiadas, ni una capacidad especial de reclamo. Muy al contrario, la red es un campo social enormemente competitivo donde no es tarea fácil sobresalir, u ocupar posiciones relevantes, aun menos de forma continuada. Consecuentemente, la posibilidad de no llegar a atraer un número suficiente de turistas, o de que su número disminuya bruscamente, incluso que desaparezca, siempre está presente. Adicionalmente, no debe olvidarse que el turismo es un fenómeno extremadamente sensible a ciertos acontecimientos. Es sencillo recordar cómo, por mencionar un caso señalado, los sucesos del 11-S provocaron una gran retracción del turismo internacional.

Por todo ello, la experiencia muestra que las comunidades inmersas en proyectos de TBC deben mantener *diversificación de las actividades económicas*, evitando colocar todos sus huevos en una misma cesta, hacer una apuesta por el turismo en la que se ponga en juego

² Por ejemplo, Campos (2007), Morales Morgado (2006), Aguilar, Merino y Migens (2003), por citar algunos autores entre muchos posibles.

la totalidad de sus recursos. El TBC debe comprenderse no como un fin en sí mismo, sino como parte de una estrategia más amplia de desarrollo local. En definitiva, las comunidades implicadas deben salvaguardar la diversidad de actividades económicas, añadiendo a esa diversidad la actividad turística³.

Ahora bien, es frecuente que estos recursos estén originados, como se dijo con anterioridad, en agencias de desarrollo, en ocasiones ajenas al lugar. En consecuencia, por sorprendente que pueda parecer, muchos de los agentes implicados en un proyecto de TBC suelen trabajar de manera carente de coordinación. Cuando se requiere una transformación infraestructural, que puede ir de carreteras de acceso a canalizaciones de agua, los agentes participantes son de muy distinta naturaleza y la descoordinación es un riesgo muy real.

Los miembros de la comunidad local, por su parte, pueden percibir las cosas sin adoptar una visión de conjunto. Si los proyectos aportan, por ejemplo, una mejora de los saneamientos en su vivienda, el hecho de que a la postre esos proyectos prosperen o no, adquiere una distinta valoración, en la medida en que ya han producido mejoras concretas y palpables. Si, por continuar con el mismo ejemplo, el proyecto no ha considerado más que este tipo de elementos estructurales, pero ha omitido la necesidad de que haya elementos activos que atraigan flujos turísticos, dejándolos al albur del mercado o los caprichos de la fortuna, es obvio que el fracaso está prácticamente asegurado. Pero los miembros beneficiados de la comunidad no juzgarán el caso de forma demasiado negativa, al haber obtenido ciertas ventajas.

Es frecuente que en un proyecto de TBC se concentren asociaciones locales, instituciones estatales, ONG's locales e internacionales, cada una aportando financiación y proyectos, sin coordinación operativa. Esta falta de coherencia aumenta la lentitud en la consecución de resultados y lleva, con relativa frecuencia, al escepticismo y a la decepción en

³ Ver, por ejemplo, Doria y Rosendo (2003).

las comunidades. Se realizan a un tiempo talleres de capacitación profesional, de sensibilización ecológica, diseño de una página web, infraestructuras, iniciativas artesanales, etc., sin una idea central que dote de coherencia al proyecto. Así pues, aunque pueda parecer algo casi perogrullesco, *los agentes deben estar coordinados*⁴.

Parece, por tanto, que es casi imprescindible contar con algún determinado agente que coordine las iniciativas posibles, en colaboración, naturalmente, con las propias comunidades (si no son ellas las gestoras): es absurdo plantear TBC sin la aquiescencia de las comunidades en cuestión. En la práctica, cuando las comunidades no se ven como beneficiarias con claridad, ni se perciben como protagonistas, sino como sujetos pasivos, se desinteresan por los proyectos, contando con que, al final, siempre quedará algo positivo de las inversiones: conducciones de agua, un baño en casa, una carretera...

Adicionalmente a todo esto, la oferta turística en esta modalidad presenta, generalmente, un rostro sostenible⁵. Es cierto que la palabra “sostenible” ha perdido buena parte de su contenido original, para pasar a convertirse en una especie de mantra, que sale a relucir para cualquier situación, invocado incluso en las actividades menos sostenibles que imaginar se pueda. Pero, para este tipo de iniciativas, *la etiqueta de la sostenibilidad es una condición imprescindible*. Y, como la mujer del César, lo importante no es que el proyecto sea o no sea sostenible: lo importante es que lo parezca.

Esta circunstancia puede provocar disonancias entre las comunidades anfitrionas y los visitantes. Para estos últimos, el entorno es algo que observar, que respetar, que cuidar. Algo que casi podríamos clasificar como “sagrado”. Para las primeras, el entorno suele percibirse como un recurso, algo a explotar, de lo cual obtener beneficios. Estas visiones antagónicas pueden entrar en conflicto abierto, por lo cual el mero etiquetado de sostenibilidad es insuficiente. Conforme he propuesto, un proyecto de TBC debe presentar una apariencia de

⁴ Ver, por ejemplo, Valcuende del Río y de la Cruz Quispe (2009).

⁵ Ver, por ejemplo, Sansolo (2003).

impoluta sostenibilidad, lo que exige de los agentes locales actitudes y conductas muy determinadas⁶.

2. Los turistas.

Ya se ha señalado la necesidad de que este tipo de iniciativas esté coordinado, cohesionado. El fin no es sólo evitar retrasos o la completa inviabilidad del proyecto, sino también dotarlo de un perfil coherente y concreto, orientado hacia determinados consumidores y determinadas modalidades de turismo, de modo preciso. Evidentemente, la oferta no puede ser la misma para visitantes que buscan turismo de aventura, con actividades dinámicas en un entorno más o menos “salvaje”, que para otros atraídos por elementos culturales y que quieren comprar artesanía. En definitiva, *debe contarse con un perfil del turista* al que se quiere atraer.

Ahora bien, por la propia naturaleza del TBC, esta apuesta ha de tratar de ser flexible, si entra dentro de las posibilidades de la comunidad. No sólo porque entre los turistas se dan modas, actividades que caen en desuso mientras otras adquieren prestigio, sino también porque el perfil deseado puede ser uno y la materialización del flujo turístico llevar al enclave otro distinto. Al depender en buena medida de la difusión por la red, del boca a boca, la demanda bien puede orientarse en un sentido no previsto. Cuadratura del círculo, el proyecto ha de contar, por tanto, con un perfil preciso pero ser capaz de adaptarse a circunstancias imprevistas. Un poco como el jugador de ajedrez que tiene *in mente* una estrategia definida, pero debe ir realizando sobre la marcha ajustes y modificaciones, dado que enfrente hay otro jugador con iniciativas propias (destinadas, además, a desbaratar las de su rival).

⁶ Ver, por ejemplo, Bursztyn et alii (2008).

Complementariamente a esto, debe señalarse que en la actitud del turista atraído por el TBC existe un algo de impostura. Aunque la convivencia con la comunidad y el compartir su vida cotidiana parecen configurarse como las piedras angulares de esta modalidad de turismo, el origen claramente occidental del consumidor lo sitúa en una posición muy distinta. En un buen número de casos, el visitante no va a estar en absoluto dispuesto a compartir las verdaderas condiciones de vida de sus anfitriones. Puedo citar, sin ir más lejos, el caso de un proyecto peruano en que el que los turistas no pasan más de veinticuatro horas, al carecer de duchas.

Sanitarios en condiciones, suministros de agua embotellada, alimentos que no violenten en exceso sus gustos, costumbres o fiestas que no aparenten entrar en conflicto flagrante con los derechos humanos, se convierten en requisitos necesarios, pues el turista normal (generalmente joven, con estudios y una posición relativamente acomodada), no renunciará a todo ello tranquilamente. En definitiva, *el turista debe disponer de comodidades que no bajen de un cierto límite*, aunque esto pueda ir en detrimento de la “autenticidad” de la experiencia.

Esto, por supuesto, afecta a los alojamientos, que pueden ir de las propias casas de los vecinos a *lodges* de lujo o albergues sencillos, pero también a los alimentos que se les ofrecen, las actividades y hasta a la propia relación con los vecinos. Esta pauta debe considerarse generalizable a turistas nacionales o internacionales. Si llegan del exterior, se crean nuevas exigencias con arreglo al idioma, comidas, etc. Aunque, insisto, las circunstancias varían enormemente según el perfil de ese turista. Un mochilero aceptará condiciones de alojamiento más básicas que otros turistas, como es evidente, pero incluso puede mostrar desagrado por niveles altos de comodidad, lo que fuerza a evitar recetas estandarizadas y realizar una oferta muy concreta, coherente y bien diseñada, con arreglo al perfil previsto.

Algunas de las circunstancias que hemos detallado nos conducen directamente a la posibilidad, siempre real, de que ciertas conductas, ciertas actitudes, el entramado simbólico, las *Weltanschauungen* de turistas y anfitriones, entren en conflicto, sean antagónicas o, en el caso menos grave, sencillamente no armonicen. En el caso que nos ocupa, esto es mucho más probable que en otras modalidades turísticas, más en “burbuja”, ya que la convivencia es más prolongada, más cercana, más íntima, y el contacto directo aumenta la posibilidad de roces. Las diferencias culturales entre un indígena amazónico y un funcionario berlinés, digamos, tienen suficiente tamaño como para imaginar que el conflicto no es una eventualidad remota, aunque ambas partes pongan el mejor de sus empeños en evitarlo.

Por consiguiente, *la capacitación es una exigencia inevitable*. Como hemos visto en lo relativo a comodidades, alimentos, idioma; como hemos visto en lo relativo a las diferentes concepciones del entorno, los miembros de las comunidades más inmersos en el contacto con los visitantes han de contar, necesariamente, con capacidad para tender puentes entre las diferencias culturales y mostrar el rostro que los turistas buscan porque les agrada, de nuevo con independencia de que la “autenticidad” pueda sufrir menoscabo. Una comunidad masái, por poner un caso, debe considerar que entre sus visitantes pueden encontrarse turistas vegetarianos, pauta alimentaria que para un masái tradicional roza lo inverosímil. La “autenticidad” pierde puntos ante la ensalada, sin duda, pero soslayar estas posibilidades puede generar conflictos. Sin embargo, me atrevo a afirmar que este mismo turista vegetariano percibirá de manera muy positiva la atención extraordinaria que un masái presta a su rebaño de vacas, una vez que se omite pudorosamente que alguna sea sacrificada en tal o cual ocasión y pase a formar parte del menú.

Mochileros, ecoturistas, turistas de vivencia, etc., exigen, como requisito clave, la “autenticidad”. Hemos visto que la “autenticidad” es matizable. Pero, con certeza, alojamientos y actividades controladas y realizadas por personas ajenas a la comunidad, que

sólo aportara camareros o barqueros, digamos, decepcionarían a este tipo de turistas⁷. Estos turistas, además, con frecuencia se caracterizan por una cierta conciencia conservacionista y cierta sensibilidad social. Guías, conductores o recepcionistas menos atentos que los propios turistas a las prácticas ecológicamente sostenibles o al trato respetuoso a los vecinos no proporcionarían las condiciones deseables para este tipo de visitantes. Otro tipo de turistas, turistas culturales, por ejemplo, quedarían defraudados, con trabajadores de la hostelería claramente faltos de profesionalidad o guías carentes de conocimientos. La capacitación se muestra, pues, como otro punto de estricta necesidad⁸.

3. La comunidad.

No parece este el lugar adecuado para un análisis del concepto de “comunidad”, aludiendo a Tönnies o Durkheim y, desde ellos, rastreando sus variaciones en el tiempo. Eludiré, por tanto, esa tarea, algo superflua en un texto orientado al conocimiento aplicado, conocimiento que se ha generado, como he dicho, en una pluralidad de estudios y trabajos de campo.

Regresaré en este punto a una afirmación anterior. En el imaginario social, escribí, se da frecuentemente una visión del turismo como *Deus ex machina*. La inversión en turismo es infalible (¿no es acaso una de las actividades más productivas del mundo, sino la mayor?); la consecuencia de subirse al carro del turismo será una lluvia de beneficios de toda índole que, como el maná bíblico, lloverán sobre la comunidad emprendedora poniendo fin a los problemas; el turismo produce riqueza, enriquecimiento personal por la ampliación de horizontes y hasta resquebraja dictaduras, como la franquista, minada por la estimulante presencia de suecas en bikini por las playas españolas.

⁷ Ver, por ejemplo, Aguirre (2007) o Reid, Mair y George (2004).

⁸ Ver, por ejemplo, Gomes, Romaniello y Correia Silva (2006).

La realidad, sin embargo, no es siempre un calco de esta visión mítica del turismo. Lo cierto es que el turismo es una fuente posible de conflictos, entre anfitriones e invitados, desde luego, pero también de conflictos internos entre los anfitriones. En la materia que aquí se trata, esta posibilidad no es desdeñable. No todos los miembros de la comunidad pueden querer sumarse a una iniciativa de TBC, por lo cual pueden quedar exentos de los posibles beneficios, generando conflictos. Pero, según en qué casos, podrían beneficiarse de, por ejemplo, la venta de productos hortícolas a un hotel, o el disfrute de una carretera, lo que también podría generar conflictos, pues podrían ser vistos por los demás como gorriones. No todos los miembros de una misma comunidad invierten el mismo esfuerzo, tiempo, trabajo, en la creación de un proyecto de esta índole, y en esas diferencias pueden originarse conflictos posibles.

En una comunidad que atravesase por serios problemas económicos, se darán, casi indefectiblemente, tensiones sociales. La idea de que la reconversión al turismo eliminará o suavizará esas tensiones, consecuencia de la lluvia de variados beneficios que el turismo comporta, es completamente equivocada. Lamentablemente, esta idea inspira muchas iniciativas de este tipo. Muy por el contrario, *un proyecto de TBC exige comunidades con relaciones sociales de gran densidad e intensidad*, así como buena capacidad de autoorganización y acción colectiva⁹.

Es decir, el turismo de base comunitaria no alivia ni reorganiza una sociedad muy desestructurada, cuajada de tensiones y problemas, al unirla en un proyecto común que proporciona, en principio, expectativas de mejora económica y tal vez mejoras reales. Más bien, en líneas generales, hace salir a la luz, de manera más clara, los conflictos latentes, además de exasperar los existentes con anterioridad¹⁰. Por tanto, contradiciendo una extendida creencia, un proyecto así precisa de comunidades con vínculos sólidos, cohesionadas y

⁹ Ver, por ejemplo, Jones (2005).

¹⁰ Ver, por ejemplo, Reed (1997).

firmes, ya que son las más adecuadas para afrontar, solucionar o evitar el conjunto de conflictos posibles que, con buena probabilidad, surgirán del proyecto. El turismo, en este aspecto, no es una solución a los problemas, pues estos problemas son los que inclinan la balanza hacia el fracaso. Lejos, por tanto, de dar cura a la desestructuración social, el TBC exige una estructuración previa, resistente, y unas relaciones fluidas, abundantes, densas.

En cualquier caso, una última condición parece surgir del paisaje que he tratado de esbozar. Si el proyecto debe ser coherente y estar coordinado, si la comunidad debe ser capaz de superar conflictos, si se han de realizar elecciones entre alternativas distintas, si todas estas acciones han de hacerse con eficacia y sin demasiadas demoras, para evitar el escepticismo o la desilusión, parece también requerir de *liderazgos claros*. En un asunto como el que nos ocupa, la cuestión del liderazgo puede ser delicada. No todas las tradiciones culturales aceptan fácilmente lo que solemos llamar “liderazgo”: la capacidad de poder político (en el sentido más weberiano de “poder”) concentrada en una o varias personas.

Pero el que esos liderazgos sean individuales, colegiados, o de cualquier otra forma, no parece relevante. Aquí se trata más bien de que existan agentes, de cualquier índole, capaces de actuar, con influencia suficiente para que los demás actúen, con el prestigio suficiente para que sus decisiones sean aceptadas de buen grado, respetados en grado suficiente para dirimir conflictos, es decir, con “autoridad” (una vez más, en el sentido weberiano de la *auctoritas*)¹¹. Es más, estas distintas funciones, o capacidades, no tienen por qué concentrarse en los mismos agentes. Unos pueden tomar decisiones de naturaleza práctica (¿quién diseña nuestra página web?, ¿en qué banco abrimos una cuenta para la cooperativa de mujeres artesanas?), otros pueden solucionar conflictos, etc. Pero, en cualquier caso, debe existir un conjunto (de un solo elemento o no, eso no es importante) de agentes con liderazgo,

¹¹ Ver, por ejemplo, Ruiz, Hernández, Coca, Cantero y del Campo (2008).

con *auctoritas*, diferenciado y diferenciable, identificable con claridad. Aunque esto pueda frustrar ciertas fantasías sobre el funcionamiento de comunidades *prístinas*.

4. Conclusión.

No se pretende, en este texto, crear una receta válida para toda situación, toda circunstancia, una fórmula mágica que avale el éxito de cualquier iniciativa de turismo de base comunitaria. A la inversa, he intentado encontrar una etiología de los males que pueden acompañar a este tipo de proyectos, para esbozar las vacunas posibles. Este cuadro diagnóstico resulta estar enfrentado a algunas ideas preconcebidas, diríase que lógicas por sí mismas en la naturaleza del TBC. Si es así, se debe a que el esbozo diagnóstico que he intentado trazar no se basa en consideraciones de carácter general, o reflexiones a priori (casi me atrevería a decir que *analíticas a priori*, en términos kantianos). Muy por el contrario, es consecuencia de una exploración por la literatura experta, producida a su vez en experiencias concretas y en trabajos de campo. Es decir, en la más pura pragmática.

Los elementos resultantes son de diversa índole. La diversificación de las actividades económicas, la coordinación de los agentes, la etiqueta de sostenibilidad, el contar con un perfil del turista, el mínimo de comodidades, la fortaleza interna de las comunidades, los liderazgos claros, pueden parecer evidentes, propuestos por el mero sentido común. Sin embargo, los caracteriza el haber estado *ausentes* en diversos proyectos y esa ausencia ha sido factor determinante del fracaso. En definitiva, el presunto mínimo de sentido común, la autoevidencia de estos elementos, ha distado mucho de serlo, en la práctica. Estas condiciones se han omitido, pese a su apariencia de ser meridianas, incontrovertibles, y los proyectos no se han desarrollado positivamente.

Una antropología del turismo está capacitada para análisis de muy distinta clase, desde el más sutil y complejo orden cultural y simbólico, hasta el de las prácticas cotidianas. Un análisis con propósitos aplicados pone sobre el tapete que la disciplina antropológica tiene un papel que desempeñar en el desarrollo de un turismo operativo, posible, práctico, alejado de nociones puramente especulativas y preconcebidas.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Aguilar Criado, Encarnación; Merino Baena, Dolores; y Migens Fernández, Mercedes (2003): “Cultura, políticas de desarrollo y turismo rural en el ámbito de la globalización”, *Horizontes Antropológicos*, 20.

Aguirre, Juan A. (2007):

“Deseables y posibles: participación comunitaria, patrimonio histórico-cultural, calidad ambiental y desarrollo turístico sostenible. San Jerónimo de Moravia, Costa Rica”, *Pasos*, 5,

Bursztyn, Ivan; et alli (2008):

“De quem se protégé o paraíso? Um estudo de caso sobre o desenvolvimento do turismo e conflitos na comunidade da Praia do Sono-Paraty (RJ)”, IV Encontro Nacional da Anppas, Brasília.

Campos, Marcus Vinicius (2007):

“O turismo como instrumento benéfico às populações indígenas”, *Pasos*, 5, 2.

Doria, Carolina R. C.; y Rosendo, Sérgio F. D. (2003):

“Community-based ecoturismo in the Pedras Negras and Currálinho Extractive Reserves, Guaporé River Valley”, *Lyonia*, 4, 1.

Gomes, Bruno Martins Augusto; Romaniello, Marcelo Márcio; y Correia Silva, Marcelo Alexandre (2006):

“Os efeitos do turismo en comunidades receptoras: um estudo com moradores de Carrancas, MG, Brasil”, *Pasos*, 4, 3.

Jones, Samantha (2005):

“Community-based Ecotourism. The Significance of Social Capital”, *Annals of Tourism Research*, 32, 2.

Morales Morgado, Héctor Freddy (2006):

“Turismo comunitario: una nueva alternativa de desarrollo indígena”, *AIBR*, 1, 2.

Pereiro Pérez, Xerardo (2007):

Los impactos del turismo en Kuna Yala (Panamá): turismo y cultura entre los Kuna de Panamá, Ed. Universitaria Ramón Areces, 2007.

Reed, Maureen G. (1997):

“Power Relations and Community-Based Tourism Planning”, *Annals of Tourism Research*, 24, 3.

Reid, Donald G.; Mair, Heather; y George, Wanda (2004):

“Community Tourism Planning. A Self-Assessment Instrument”, *Annals of Tourism Research*, 31, 3.

Ruiz, Esteban; Hernández, Macarena; Coca, Agustín; Cantero, Pedro; y del Campo, Alberto (2008):

“Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad”, *Pasos*, 6, 3.

Sansolo, Davis Gruber (2003):

“Turismo e sustentabilidade na Amazônia: um novo conteúdo territorial e a experiencia no Município de Silves, Amazonas, *Pasos*, 1, 1.

Valcuende del Río, José María; y de la Cruz Quispe, Liz (2009):

“Turismo, poblaciones locales y organizaciones no gubernamentales: un análisis de caso en Madre de Dios (Perú)”, *Pasos*, 7,2.