

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ANTROPOLOGÍA

Título

**EL PROCESO DE VALORACIÓN DE LA IDENTIDAD
CULTURAL PARA EL TURISMO RURAL
Estudio de caso en la Comunidad Campesina de Patabamba.
Cusco**

**Tesis para optar el grado académico en Magister en
Antropología**

AUTOR: VANESSA VERÁSTEGUI OLLÉ

Código: 20059542

ASESORA DE TESIS

NORMA FULLER

**MIEMBROS DEL JURADO
ALEJANDRO DIEZ HURTADO
NORMA FULLER OSORES
GISELA CANEPA KOCH**

Lima -Perú

2013



Esta tesis se la dedico a Carmen Ollé por su apoyo y amor incondicional de madre y a mi pequeño hijo Stefano Febles Verástegui, las dos personas más importantes de mi vida.

ÍNDICE

Agradecimientos

Introducción

CAPÍTULO 1

INTRODUCCION: EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN ANTROPOLÓGICA

- 1.1 Planteamiento del problema y justificación
- 1.2 Preguntas de orientación
- 1.3 Objetivos
- 1.4 La metodología del trabajo

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO Y EL ESTADO DE LA CUESTIÓN SOBRE TURISMO, DESARROLLO Y CULTURA

- 2.1 Políticas públicas sobre el turismo y el patrimonio cultural en el Perú
- 2.2 Debate entre el desarrollo y el turismo
 - 2.2.1 La Nueva Ruralidad y el Desarrollo Territorial con Identidad Cultural
- 2.3 El turismo comunitario en el Perú como política de Estado
- 2.4 El turismo rural y la Cooperación Internacional
- 2.5 El turismo y la cultura

CAPÍTULO 3

LA ZONA DE ESTUDIO: COMUNIDAD CAMPESINA DE PATABAMBA

- 3.1 Caracterización general y estatus jurídico
- 3.2 Aspectos sociales y económicos
- 3.3 Extensión territorial de la Comunidad Campesina de Patabamba
- 3.4 El proceso de los cambios culturales en la comunidad

CAPÍTULO 4

EL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE PATBAMBA

- 4.1 La fundación de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples como decisión en Asamblea Comunal
- 4.2 Estrategias para el posicionamiento de Patabamba como producto turístico en la actualidad.
- 4.3 Relaciones entre la Comunidad y actores externos vinculados al turismo.
- 4.4 Proyecciones y alianzas en la comunidad con actores locales y no locales en el futuro.

CAPÍTULO 5

IMPACTOS DE TURISMO DESDE LA MIRADA DE LOS COMUNEROS

- 5.1 Percepciones de los comuneros de Patabamba
 - 5.1.1 Conflictos de intereses por el control del turismo
 - 5.1.2 El discurso de aceptación al turismo
 - 5.1.2 Bajo impacto del turismo en el desarrollo
 - 5.1.3 Expectativas de desarrollo con el turismo

CAPÍTULO 6

LA REDEFINICIÓN Y REINTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL PARA EL CONSUMO TURÍSTICO

6.1 La reinención del tejido (awa) en la comunidad

6.2 La puesta en escena de la cotidianidad

6.2.1 La escenificación consciente de la población anfitriona

6.3 El producto de Tejedores de los Andes como turismo vivencial

6.4 El Proceso de redefinición de la identidad cultural

CAPITULO 7

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

LISTA DE FOTOS

1. Mochileros (turistas de *trekking*) en la calle principal de la comunidad.
2. Albergue de propiedad del presidente del Comité de Turismo de la Junta Directiva de la comunidad Faustino Champi.
3. Habitación para dos personas. Vivienda del presidente de la comunidad. Propiedad de Henry Champi.
4. Mujeres artesanas tejiendo en un día cotidiano de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiple de Patabamba.
5. Artesanas de la asociación exponiendo su artesanía luego de la presentación del turismo vivencial.
6. Local de tejedoras del Grupo Centro de Textiles Tradicionales.

7. Artesanas de Centro de Textiles Tradicionales del Cusco vistiendo trajes tradicionales en un día lunes, fecha de reunión de todas las socias.
8. Rufina Mandortupa, vistiendo el traje tradicional para reunirse en el local de Centro de Textiles Tradicionales.
9. Rufina Mandortupa tejiendo para Centro de Textiles en un día cotidiano usando ropa de mestiza.
10. Tejedoras del grupo LLAPAN PALLAY YACHAQ.
11. Reuniones de coordinación entre la Asociación en Trabajadores en Servicios Múltiples y Sonia Díaz Quispe, coordinadora del Proyecto de Turismo de CODESPA, dirigiéndose a las mujeres y los varones integrantes.
12. Socio arreglando las instalaciones de los servicios higiénicos para los turistas. Vivienda de Mamerto Mandortupa.
13. Rosalío Mandortupa revistiendo el techo del segundo dormitorio de su vivienda para turista.
14. Calle Principal de la Comunidad. Salón Comunal.
15. Vivienda de familia Mandortupa y Domiga Lloque.
16. Vivienda de Thomas Khilli en el proceso de acondicionamiento de su vivienda para el turista.
17. Cocina mejorada. Vivienda de Rosalío Mandortupa, presidente de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples.
18. Comuneros jornaleros de Patabamba deshojando maíz. Hacienda Paullo Grande.
19. Artesanas con trajes tradicionales de Patabamba.
20. Artesanas de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiple de la comunidad de Patabamba en el procedimiento del hilado con la "Puska"
21. Exposición de artesanía de las tejedoras de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de la comunidad de Patabamba
22. Vivienda de Mamerto Mandortupa. Habitación acondicionada con camas de base de dobe "caoito".
23. Vivienda de Antero Champi. Habitación acondicionada con camas de madera.

LISTA DE TABLAS E ILUSTRACIONES

1. Sectores en la comunidad de Patabamba
2. Área territorial de Patabamba
3. Tabla sobre los factores que motivaron a los cambios culturales
4. Esquema sobre los cambios en la cultura de Patabamba
5. Tradiciones populares de Patabamba
6. El calendario festivo-religioso de la comunidad
7. Tipos de actores vinculados con el turismo en la comunidad
8. Organigrama interno de la Asociación en Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba
9. Tipos de Turismo Rural y flujo económico
10. Organización de las artesanas de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba
11. Organigrama del Comité de Turismo de Patabamba
12. Red de relaciones entre los actores locales y agentes externos
13. Relaciones entre los operadores turísticos y la comunidad para el servicio de hospedaje
14. Tabla sobre los impactos de los comuneros
15. El Proceso de reinvención del tejido
16. Esquema de la primera etapa en el proceso de reinvención del tejido
17. Significados de los diseños tradicionales de tejido Patabamba
18. Esquema de la segunda etapa de la reinterpretación del tejido hacia la artesanía textil como patrimonio cultural

Agradecimientos

Esta tesis no hubiera sido posible sin la participación en primer lugar a Norma Fuller Osores, quien me asesoró y me oriento en los objetivos de mi investigación desde los preparativos de mi trabajo de campo, en diciembre de 2011. Por sus observaciones y asesoría en la sistematización de la información y redacción final a lo largo del año 2012, he sentido que todo este proceso, arduo y sin pausa, se convirtió en una labor agradable e interesante.

Debo agradecer también los comentarios sobre mi trabajo de Patabamba a la antropóloga Beatriz Pérez Galán, pues con su experiencia en turismo en la cultura andina quien me ha aclarado el panorama completo de la identidad turística.

A mis amigos cusqueños, que me acogieron desde el principio; Luis Nieto Degregori, por quien pude contactar a Diana Valer que había trabajado en el proyecto del Corredor Puno-Cusco. El incondicional apoyo de Enrique Rosas Paravicino durante mi estadía, por sus consejos para vivir en esta ciudad del Cusco. A su hija, Diana Rosas, también antropóloga de la Universidad San Antonio de Abad, con quien congenié todo el tiempo desde mi llegada en el 2011 y, se volvió una colega muy querida. Ella me presentó a los antropólogos cusqueños, Samuel Pati Massi y a su hermana María Pati. Samuel Pati me dio las pautas necesarias para que una persona como yo, limeña y quizás considerada “extraña o extranjera”, pudiera ganarse la confianza de los patabambinos.

En especial a María Pati Massi, estudiante de antropología en la Universidad San Antonio Abad del Cusco, quien fue mi asistente de campo, acompañante, interprete y traductora del español al quechua y del quechua al español. Y por supuesto, a la familiar Mandortupa Champi (Rosalío, la Sra Leonarda Rufina) quienes no recibieron con mucha confianza y fueron acogedores con nosotras, pese a las barreras del idioma, en el caso de mi persona.

A mi madre Carmen Ollé por apoyarme en realizar mi sueño de convertirme en antropóloga y a mi padre Enrique Verástegui, quien siempre me animaba a embarcarme para el Cusco y emprendiera mi investigación. A ellos, mis padres porque valoran el trabajo académico e intelectual en mi trayectoria personal.

Las personas mencionadas me impulsaron a consolidar mi vocación por la antropología. Por la aproximación cultural a una comunidad campesina quechua, mi pasión por esta disciplina se acrecentó.

CAPITULO 1

INTRODUCCIÓN: DISEÑO Y PROPOSITO DE LA INVESTIGACION

El objeto de estudio de la presente investigación es el proceso de valorización del patrimonio cultural para convertirlo en atractivo turístico, que se desarrolló en la comunidad de Patabamba a partir del proyecto rural Corredor Puno-Cusco entre los años 2001 y 2009.¹

El proyecto de desarrollo rural Corredor Puno-Cusco se propuso contribuir a la reducción de las condiciones de pobreza de las familias rurales, a fomentar el diálogo, así como a la realimentación de políticas públicas mediante el desarrollo de las capacidades en la gestión de negocios, el incremento de sus ingresos y el fortalecimiento de los mercados. Uno de los enfoques de partida del Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural es la mejora de ingresos de las familias rurales pobres a través del uso del patrimonio cultural como recurso. Dentro de esta óptica se pusieron en valor recursos de la comunidad de Patabamba, como los sitios arqueológicos de Ccapaccancha y Huchuyqosqo, la laguna de Qoricocha, el mirador del Valle Sagrado de los Incas, la biodiversidad y plantas nativas y medicinales.

En el año 2002, fruto de una decisión de junta directiva comunal, se conformó la “Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba”, y en el 2005 esta ganó un cofinanciamiento de dicho proyecto, que fue invertido en la contratación de asistencia técnica para la mejora de las viviendas destinadas al servicio de hospedaje. Actualmente, dicha asociación se encuentra conformada por quince familias, quienes ofrecen servicios de hospedaje, alimentación, arriaje y rutas de senderismo al circuito de Tipón-Uchuyqosqo-Chincheros; incluye también espacios de demostración de confección de la artesanía textil y la experiencia de compartir con las familias.

En el desarrollo del trabajo se muestran las diversas percepciones de los patabambinos sobre el impacto del turismo, que permitirá la reflexión sobre el modelo del turismo sostenible con respecto a la redistribución de los beneficios económicos.

¹Promovido por el FIDA – Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola en convenio con FONCODES – Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social y el Ministerio de Agricultura.

Por otro lado, se indica que la comunidad ha pasado por transformaciones en la cultura debido a la presencia de iglesias protestantes, provocando un impacto cultural en las tradiciones populares vinculadas con el sistema de cargos del calendario católico.

El turismo ha hecho posible la recuperación de la tradición familiar del tejido y del uso de los trajes tradicionales como referentes del patrimonio cultural. Otro efecto del turismo rural es que las recreaciones de estas tradiciones desaparecidas están permitiendo el rescate de la memoria popular y la valoración de la historia.

En resumen, el presente estudio parte de tres niveles de investigación; el primero es el análisis sobre la forma de gestión del turismo comunitario que se comercializa como una forma de sostenibilidad bajo la etiqueta del turismo vivencial con énfasis en el respeto de las culturas locales y la conservación de la biodiversidad.

El segundo nivel versa sobre el desarrollo rural como alivio de la pobreza a través de la recolección de las percepciones de la población comunera, que nos permite medir el impacto del turismo en el mejoramiento de su calidad de vida. En el tercer nivel se discute sobre el concepto de la autenticidad en el manejo de la etnicidad y la valoración del patrimonio cultural cuando se comercializa parte de las miradas externas, llámense turistas o visitantes.

A continuación, se presenta brevemente los capítulos contenidos en esta investigación:

El capítulo 1 trata sobre el diseño, propósito de la investigación y las etapas de metodología de trabajo de campo.

El segundo capítulo consiste en un recuento de las teorías académicas vinculadas a investigaciones académicas en el campo de la antropología del turismo y el desarrollo rural. Desde el lado de la antropología se presentan nuevos enfoques que polemizan con las miradas del turismo tradicional nocivo para las culturas locales. Desde el desarrollo, se muestra la Nueva Ruralidad vinculada al Desarrollo Territorial con Identidad Cultural, que relaciona las economías rurales con los recursos culturales en el territorio. El territorio es visto desde una construcción social en donde se practican relaciones económicas, sociales y culturales. Además, se presentan nuevos enfoques del concepto de autenticidad en el turismo, en el cual, el empoderamiento y autoridad destacan sobre las visiones esencialistas de la cultura, como la aculturación o el estancamiento en el tiempo de los anfitriones locales.

El tercer capítulo trata sobre la zona específica de Patabamba, inscrita en el Registro Oficial de la Sección de Asuntos Indígenas del Ministerio, primero en 1929² como una comunidad de indígenas de Fomento y, posteriormente, en 1933³, como una comunidad campesina inscrita en el Libro de Comunidades Campesinas y Nativas del Registro de Personerías jurídicas.

² 18 de octubre de 1929.

³ 20 de diciembre de 1993.

Además, contiene brevemente aspectos sobre la sectorización, la distribución de las parcelas familiares y la extensión comunal tras litigios territoriales. Se indica la situación actual de la comunidad, así como los cambios culturales a partir de la penetración de diversas iglesias protestantes en la comunidad.

El cuarto capítulo incluye los inicios del turismo rural a partir de los contactos de un grupo de arrieros con agencias de viajes, quienes fundaron la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba como una forma de gestión comunitaria en el marco del proyecto Corredor Puno-Cusco. Se enseñan sus actividades y logros a favor de la comunidad hasta el debilitamiento y la desarticulación de la asociación al término del proyecto, debido a conflictos de intereses de los principales líderes que tenían el control de la actividad. Así mismo, se presentan otros actores locales que de alguna manera se relacionan con el turismo como las diferentes organizaciones de artesanas, entre ellas, Centro Textiles Tradicionales de Cusco, que fue una de las primeras organizaciones de tejedoras de Patabamba que inicia el proceso de rescate y reinención de la artesanía textil.

El quinto capítulo se ocupa de las percepciones de los mismos integrantes, fundadores y actuales participantes luego de diez años como organización. Mediante las percepciones de los comuneros se ha podido conocer acerca del impacto que revela el debilitamiento del capital social bajo la forma de gestión del turismo comunitario; un discurso de aceptación del turismo como ayuda a las economías familiares, mejoramiento en sus viviendas en infraestructura pública. No obstante, se descubre un bajo impacto del turismo en la comunidad y las debilidades en la actividad, como la baja afluencia de turistas que hace que no todos los integrantes puedan beneficiarse económicamente ni tener iguales condiciones para adaptar sus viviendas.

Sin embargo, existe un discurso más esperanzador de los actuales integrantes de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba a partir de nuevas actividades como el turismo solidario, pues según los comuneros, es la primera vez que se puede ver un flujo de visitantes. Sus expectativas están más direccionadas a la autonomía empresarial para no depender de las agencias de viajes. Según los patabambinos, para posicionar a Patabamba como un producto turístico y por consiguiente aumentar el número de visitantes, se debe partir desde la promoción de sus rutas (Sendero de los Miradores; Camino del Chaski; Tejedores de los Andes). Además, demandan capacitaciones básicas en el campo de las tecnologías de comunicación y de atención al cliente.

El sexto capítulo presenta la historia de la reinención del tejido y diseños tradicionales en Patabamba, que las mujeres y hombres habían dejado de usar a cambio de la vestimenta de mestizo/a. Las tareas en el campo de parte de las mujeres provocaron la pérdida del tejido como tradición familiar. Se muestra que el turismo está permitiendo la redefinición de la identidad a partir del rescate de los tejidos y de la puesta en escena de algunas tradiciones culturales consideradas por los patabambinos como atractivos turísticos. Esto nos permite discutir la autenticidad en torno a las representaciones de su cotidianidad y tradiciones para el turismo.

1.1 Planteamiento del problema

El caso del turismo vivencial en la comunidad de Patabamba mediante la “Asociación de Trabajadores Múltiples” con 22 familias socias integrantes surgió a iniciativa de un grupo de comuneros que trabajaban como arrieros con las agencias de viaje Chaski Aventura y Vida Tours. Las primeras casas acondicionadas pertenecían a este grupo de arrieros y se ofrecieron a los turistas de aventura que promocionaban las agencias de viaje para las actividades de *trekking*.

En el marco del proyecto Corredor Puno-Cusco, bajo el enfoque de desarrollo territorial con identidad cultural como lucha contra la pobreza,⁴ se aprobó en el año 2002 por asamblea comunal la conformación de la “Asociación de Trabajadores Múltiples”; sus integrantes fueron seleccionados por sorteo del total de los 64 comuneros asistentes. Entre los años 2005 y 2006, la asociación ganó un pequeño proyecto auspiciado por el proyecto Corredor Puno-Cusco para promover la identidad cultural y el turismo vivencial en los territorios rurales. El financiamiento otorgado permitió el acondicionamiento de algunas de las casas, así como capacitaciones en pasantías y cursos de gastronomía; guiado e interpretación ambiental.

Sin embargo, al finalizar el proyecto auspiciado, la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples sufrió una crisis organizacional por los conflictos de intereses y el individualismo de los líderes; el modelo de gestión comunitaria experimentó entonces la división de los socios en una red de múltiples actores relacionados con operadores de turismo; entre ellos, organizaciones de artesanía; rutas de senderismo; servicios en alojamiento y alimentación en las viviendas de los socios, de arrieros, y un albergue.

Esta crisis organizacional llegó a su punto más álgido y provocó la casi disolución de la Asociación de Trabajadores de Servicios Múltiples al no recibir turistas en el año para su ruta de Tejedores de los Andes (turismo vivencial). Solo las rutas de senderismo continuaron con el flujo de visitantes que se alojan en las casas de los arrieros.

En consecuencia, la afluencia de visitantes en la comunidad no ha logrado dinamizar la economía local, por lo que los socios comuneros deben alternar su tiempo dedicado al turismo con otras actividades complementarias; la artesanía, la agricultura, la crianza de animales u otros oficios no rurales.

Ante la falta de atención del Estado y de los gobiernos locales para conseguir insertarse dentro del circuito turístico del Ministerio de Comercio y Turismo (MINCETUR), la asociación se encuentra en la búsqueda de alianzas estratégicas como negociaciones con la ONG internacional CODESPA para un proyecto de promoción y capacitación en turismo rural, además de la agencia de viajes Cusco Místico. Paralelamente mantiene relaciones laborales con las

⁴De parte de la Cooperación Internacional y organismos multilaterales, FIDA, IICA en convenios con Ong y organismos nacionales como el FONCODES y el Ministerio de Agricultura, se han llevado a cabo en el Perú los proyectos de desarrollo rural vinculados al turismo.

agencias de viaje ChaskiAventura; Antipode; Journing Experience Travel.

En el año 2012 con una nueva junta directiva de la Asociación de Trabajadores en Servicios de Patabamba, superando el desánimo y la incredulidad de sus socios ante sus magros logros, están ingresando a una nueva etapa de reestructuración organizacional con la finalidad de convertir a Patabamba en un producto turístico y competitivo en el mercado. Para ello, se ha proyectado la innovación de sus tres rutas denominadas “Tejedores de los Andes”, “Camino del Chaski” y “Sendero de los Miradores”, las cuales sirven para obtener provecho de sus recursos territoriales tales como monumentos históricos, arqueológicos, la biodiversidad natural, y de sus tradiciones culturales. Estas últimas estaban casi desaparecidas porque fueron dejadas de practicar por la comunidad debido a la influencia del discurso protestante a partir de los años noventa. Sin embargo, la población ha rescatado el arte textil y los integrantes de la asociación están recuperando otros usos y costumbres para recrearlos en función del consumo turístico. Ello añade al debate si la cultura puede llegar a convertirse en un recurso económico que alivie las necesidades de las familias rurales más pobres.

1.1.1. La justificación del estudio

Mediante el presente estudio se espera contribuir al debate sobre el Turismo Rural Comunitario como vía de desarrollo endógeno rural para aliviar la pobreza y prevenir los efectos negativos que ocasiona el turismo masivo en las comunidades anfitrionas.

Bajo el discurso del desarrollo y sostenibilidad se propone el turismo rural comunitario como un modelo de gestión que contribuye a la reducción de la pobreza; a la dinamización de la economía local en los territorios rurales desde la participación activa de las poblaciones receptoras. En el caso de Patabamba, el estudio nos permite analizar los efectos de un proyecto dirigido a mejorar los niveles de vida de la población y evaluar sus posibilidades

Por otro lado, se espera apoyar el debate sobre la relación entre identidad cultural, la comercialización y los efectos de la adaptación de las tradiciones nativas a las exigencias de la lógica del mercado para el turismo.

Se ha supuesto que la comercialización de las tradiciones nativas implica necesariamente la banalización y la folklorización del patrimonio cultural cuando se representa convirtiendo a las poblaciones locales en sujetos pasivos u objetos de museo estancados en el pasado. Desde una óptica menos esencialista de la etnicidad, se propone que la identidad se adapta a los cambios históricos, sociales y a los contextos situacionales de manera estratégica. En este sentido, los pobladores revaloran sus recursos territoriales, naturales y culturales usufructuando su identidad como medio de subsistencia económica. La idea es despertar también la reflexión sobre el papel de la cultura como recurso económico para mejorar la calidad de vida en los territorios rurales.

1.2 Preguntas de investigación

Con respecto a las preguntas de investigación que orientaron la investigación fueron las siguientes:

Pregunta general

¿En qué medida la comunidad de Patabamba al convertirse en un atractivo turístico redefine su identidad y el patrimonio cultural comunitario?

Preguntas específicas

1. ¿Cómo la población de Patabamba imagina el turismo y cuáles son las expectativas en el futuro?
2. ¿Cómo son las relaciones e interacciones entre los actores locales dentro de la comunidad con los agentes externos en la comunidad dentro del proceso de valoración de identidad y patrimonio cultural para el turismo?
3. ¿Cuáles son las estrategias de la comunidad para apropiarse del patrimonio cultural y convertirlo en atractivo turístico, además de tener la autogestión de sus recursos culturales-naturales y del turismo vivencial de Patabamba?
4. ¿Cómo la comunidad de Patabamba reconstruye la identidad; recrea, interpreta y legitima la autenticidad de sus expresiones culturales, las tradiciones y/o el estilo cotidiano de la vida rural de las poblaciones indígenas para ser representado en el universo del turismo?

1.3 Objetivos

- **Objetivo general**

Indagar el proceso de valorización del patrimonio cultural por el cual la comunidad de Patabamba se convierte en atractivo turístico.

- **Objetivos específicos**

1. Recoger las percepciones de la comunidad acerca de cómo la población imagina el turismo para identificar sus expectativas.
2. Analizar las relaciones e interacciones entre los líderes comunitarios, los agentes del Estado y los operadores de turismo para identificar actores que lideran el proceso de valoración de patrimonio cultural comunitario.
3. Analizar las estrategias de la comunidad para apropiarse del patrimonio cultural con la finalidad de convertirlo en atractivo turístico y tener la autogestión del turismo vivencial de Patabamba.
4. Analizar cómo la comunidad de Patabamba interpreta y legitima la autenticidad de las tradiciones culturales en la reconstrucción de su identidad para adaptarlas al consumo turístico.

1.4 La metodología de investigación

1.4.1 Metodología cualitativa:

Para el tipo de investigación cualitativa de índole exploratoria sobre el turismo en la comunidad de Patabamba, se procedió al planteamiento y diseño de las fichas de recolección de información durante los meses de marzo a abril. En las fichas del levantamiento de información se incluyeron los siguientes ejes temáticos:

- Contextualización general de la comunidad
- Antecedentes del turismo en la comunidad
- Expectativas sobre el turismo como vía de desarrollo en el futuro
- Reinterpretación de los recursos naturales, culturales e históricos
- Autogestión y organización
- Relaciones entre la comunidad, actores locales y actores no locales
- Estrategias de la población para posicionar a Patabamba en el mercado
- Redefinición y reinterpretación de las tradiciones culturales
- Adaptación de las tradiciones para el consumo turístico

El resultado de las fichas de recolección fue cuatro guías de entrevistas semiestructuradas aplicadas tanto a los informantes claves como a socios vinculados a la actividad turística:

TIPOS DE GUÍAS DE ENTREVISTAS UTILIZADAS EN CAMPO	
Guía de entrevista N°1:	Socios y organizaciones de las asociaciones sobre turismo en Patabamba
Guía de entrevista N°2	Informantes claves y comuneros
Guía de entrevista N°3	Viviendas rurales, servicios de hospedaje y alimentación
Guía de entrevista N°4	Artesanas tejedoras

1.4.2 El trabajo de campo

- **El contacto y la elección de la comunidad para la zona de estudio**

Elegí la comunidad de Patabamba para el estudio de los efectos del proyecto de desarrollo del turismo vivencial en el marco del proyecto Corredor Puno-Cusco (2001-2010) que surgió como un plan de negocio de un grupo de familias rurales con el financiamiento de los CLAR. Se procedió a las coordinaciones y al acuerdo en la fecha para el levantamiento de información con el presidente de la organización de turismo “Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples”.

Luego de evaluar las posibilidades de estudio entre las comunidades de Cacchicata y Patabamba, ambas integrantes de la RED PACHACAREC, y de entrevistarme con el señor Clever Marca por intermediación de la señora Rosario Valer, la opción final se inclinó por la segunda comunidad.

Cabe señalar que la señora Rosario Valer, quien fue consultora del proyecto Corredor Puno-Cusco me facilitó los contactos con Clever Marca, porque él mismo había prestado servicios de consultor tanto a las comunidades de Raqchi como de Patabamba, además de pertenecer a la RED PACHAPACAREC con su asociación “Jóvenes por el desarrollo de Cacchicata”.

Asimismo, es preciso señalar que, si bien Clever Marca expresó su interés en

mi estudio sobre turismo rural, la opción por la comunidad de Patabamba se debió a que en la “Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de la Comunidad de Patabamba”, además del *trekking* se ofrece el turismo vivencial y el turismo solidario frente al turismo de aventura en que se especializa la comunidad de Cacchicata.

También se procedió a realizar el contacto con la asistente de campo, señorita María Pati Massi, estudiante de antropología del segundo año en la Universidad San Antonio Abad del Cusco, quien se comprometió a ser mi acompañante y traductora del español-quechua y quechua-español dentro del período pactado; es decir, entre el 28 de abril y 13 de mayo del año en curso.

▪ **El Levantamiento de información**

El Trabajo de campo consistió en la participación en de la comunidad de Patabamba durante el período pactado: entre 28 de abril y 13 de mayo de 2012.

El sábado 28 de abril ingresé a la comunidad junto con mi asistente de campo, Maria Pati, para instalarnos en una de las habitaciones adaptadas para dos personas de la vivienda del presidente de la “Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples”.

La Puesta en Escena, uno de los productos turísticos que ofrece dicha asociación como parte de la Ruta Trabajadores de los Andes, estaba programada para las 09:00a.m. del domingo 29 de abril. A la escenificación asistimos las estudiantes de antropología en calidad de investigadoras, cuatro integrantes representando a CODESPA (Cooperación Internacional) y dos operadores de turismo como invitados.

objetivo de la representación era dar a conocer el producto de turismo vivencial como parte de las proyecciones de la asociación sobre fortalecimiento organizacional con la ONG CODESPA. Y generar nuevas alianzas con las agencias de viaje de CUSCO MISTICO, una estrategia de posicionamiento de Patabamba en el mercado turístico.

A continuación, se presenta un resumen de las actividades realizadas durante las dos semanas de trabajo de campo que abarcó la estadía: convivencia con la familia del presidente de la asociación mencionada, Leonarda Champi y Rufina Mandortupa, y el levantamiento de información en la comunidad.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES EN TRABAJO DE CAMPO

DÍA	INTERVENCIÓN/ACTIVIDADES
Sábado 28 de abril	Instalación en la comunidad de las investigadoras
Domingo 29 de abril	Presentación del estudio a la comunidad Observación participante: Puesta en escena del Turismo Vivencial
Lunes 30 de mayo a sábado 12 de mayo	Aplicación de entrevistas semiestructuradas Conversaciones informales Convivencia en la comunidad
2 de mayo	Observación participante: Misa de la Cruz Velacuy en el templo colonial de la comunidad
Viernes 11 de mayo	Visita a haciendas Paullo Grande Paullo Ayllu Paullo Chico
Domingo 13 de mayo	Observación participante: Reunión Asociación con coordinadora de CODESPA

Con respecto al recojo de información, se recolectaron un total de 27 entrevistas, de las cuales 13 se aplicaron a informantes claves y 14 a integrantes socios de la “Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de la Comunidad de Patabamba”, tal como se muestra a continuación:

Tipo de entrevistado	N°
Integrantes de la “Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de la Comunidad de Patabamba”	14
Informantes claves	13
Total de entrevistas	27



CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN SOBRE LA RELACIÓN ENTRE TURISMO, DESARROLLO Y CULTURA

2.1 POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE EL TURISMO Y EL PATRIMONIO CULTURAL EN EL PERÚ

En los inicios de la década del noventa, la política del Estado en turismo estaba dirigida a la promoción del país mediante la creación de PROMPERU por Decreto Supremo N° 010-93-PCM del 19 de febrero de 1993.

En la década del año 2000, la política de PROMPERU-Comisión de Promoción del Perú del MINCETUR se enfocó en la promoción de la imagen del país como producto turístico en la que se magnifica la gloriosidad del pasado milenario de la cultura incásica (Guillermo Cortes, 2007).

Además de impulsar el turismo arqueológico convencional, se difunde el patrimonio inmaterial (costumbres, festividades) y natural del Perú desde una perspectiva de la cultura como objeto de consumo (recursos y producto turísticos).

En el año 2001, PROMPERU lanzó el “Proyecto Marca Turística Perú”, que consistió en el posicionamiento del país en el mercado turístico internacional mediante análisis de la oferta turística con el eslogan “Perú, país de los Incas” (Guillermo Cortes, 2007: 302-311).

Por lo tanto, el turismo en la región del Cusco ha estado referido al esplendor incásico en donde la mayor atención de parte del Estado se ha concentrado en el acervo arqueológico e histórico, minimizando las expresiones del patrimonio cultural inmaterial de las poblaciones actuales (Santiago Alfaro, 2005:14). Una política desde el Estado en esta línea ha sido el Plan Copesco⁵ (1969) en convenio con la UNESCO en la década del sesenta, cuyo órgano ejecutor de ese entonces fue el Ministerio de Industria y Turismo que diseñó el Plan de Desarrollo Regional de turismo en el sur, entre Cusco, Puno y Desaguadero, para ejecutar proyectos de infraestructura vial y turística como hoteles y albergues.

⁵ Mediante Decreto Supremo N° 001-69-IC/DC con fecha 25 de abril de 1969.

En 2007 se creó el Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario (TRC)⁶ para incluir dentro de las políticas públicas no solo al turismo cultural sino también a las culturas vivas, fomentando la gastronomía, la artesanía, la ecología y las expresiones artísticas regionales (Norma Fuller, 2009:118). Bajo la denominación de Turismo Rural Comunitario, el turismo rural recibe la atención como políticas públicas de combate a la pobreza impulsado en el año 2006 con la elaboración del documento “Los Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario” de parte del MINCETUR (2006).

2.2 DEBATE ENTRE EL DESARROLLO Y EL TURISMO

2.2.1 La Nueva Ruralidad y el Desarrollo Territorial con Identidad Cultural

Frente al concepto tradicional de ruralidad de los años cincuenta y sesenta que consideraba el progreso como modernización, industrialización y urbanización, se propone actualmente para América Latina la teoría de la *Nueva Ruralidad* que busca integrar al medio rural como uno de los motores de desarrollo. Esta teoría cuestiona las dicotomías entre campo/ciudad que subvalorizaban al medio rural por considerarlo atrasado, favoreciendo las migraciones del campo a la ciudad. Así, la dirección del progreso era de lo rural a la urbe, de la agricultura a la industria.

La perspectiva de la *Nueva Ruralidad* da cuenta de los cambios producidos en el medio rural como consecuencia de la globalización: agroindustria, desruralización, descampesinación, penetración del mercado, escolarización, por lo que se enfatiza la interrelación urbano-rural; y en las actividades no agrícolas productivas para la superación de la pobreza como el turismo rural; eco-negocios; la artesanía. Con ello se desdibuja la identificación del desarrollo rural con agricultura o actividades agrícolas.

A mediados de los años setenta se cuestiona el fracaso de intervenciones de desarrollo para superar las carencias del agro; por lo que se empieza a considerar a los pobres de las zonas rurales para participar en los programas de desarrollo si se quiere tener buenos resultados (Arturo Escobar, 1999). En los años ochenta surge la teoría del Desarrollo Endógeno y del desarrollo participativo ante el agotamiento del modelo de desarrollo desde afuera de los años sesenta y setenta, el cual minimizaba el papel de la población y el modelo del crecimiento económico basado en el capital local.⁷

⁶http://www.turismoruralperu.facipub.com/index.php?fp_plantilla_seleccionada_temporal=85

⁷La teoría de “Desarrollo Endógeno” desde los años ochenta se ha convertido en una teoría de interpretación actual para el análisis de los procesos de desarrollo en las regiones (Stohr, 1981; Scott, 1988; Schmitz, 1995; Altenburg y Meyer-Stamer (1999), Boisier (2003), Pietrobelli y Rabelotti; 2006), Scott y Garofoli (2007), Wang (2007) o Rasiah, 2007).

El Desarrollo Endógeno establece la relación entre el crecimiento de la economía local con la capacidad de una comunidad local para utilizar los recursos de un territorio que permite la satisfacción de sus necesidades.⁸ Se apoya en que cada comunidad se ha ido forjando históricamente de una identidad y una cultura propia, y propone que deben ser los actores locales quienes participen en los procesos de transformación de la economía y sociedad mediante la utilización de recursos locales, iniciativas propias, decisiones de inversión, diseñados y gestionados por los propios ciudadanos.⁹

Desde esta óptica, los procesos de desarrollo tienen que ver con “gestión desde abajo” y con la capacidad creativa, emprendedora, empresarial, organizativa de la población para la acumulación del capital, ahorro e inversión sobre la base del potencial de sus territorios y culturas. En suma, busca la competitividad y el crecimiento de las economías locales frente a otras economías territoriales (David Soto Uribe, 2006:5-8).

En los años noventa aparece el concepto de desarrollo humano reemplazando las ideas del desarrollo como crecimiento económico, las rentas *per cápita* del país, para centrarse en el valor del ser humano (Max Neef; Hopenhayn; Sen; 1990). Es decir, se dirige a la erradicación de la pobreza a través de iniciativas de desarrollo de las capacidades de la población.

La *Nueva Ruralidad* rescata el principio de autonomía del enfoque de desarrollo endógeno; del desarrollo participativo y desarrollo humano destaca la capacidad de los actores locales (Amartya Sen, 2001) y el papel de la comunidad como satisfacción de sus necesidades propias mediante la gestión de los recursos.

En cuanto a la cultura, la concepción del medio rural como pobreza determinó la subvaloración de las culturas locales por considerarlas un impedimento al progreso del ámbito rural; por lo que el desarrollo fue asociado a la aculturación y homogeneización cultural. A ello contribuyó la globalización, que reforzó la visión de la homogeneización cultural como consecuencia del desvanecimiento de las costumbres y tradiciones locales. Ante ello, la *Nueva Ruralidad* recupera las identidades de los pueblos sobre la base del modelo territorial (Chambers, 1989; Mackenzie, 1992), abandonando la asimilación de modernidad con homogeneización. Este modelo restituye el valor de la diversidad al tomar en cuenta el valor agregado de los recursos locales para la superación de la pobreza, cuyos principios son el crecimiento económico endógeno, autonomía territorial y descentralización. Significa que cada territorio es autónomo en la aplicación del modelo territorial y en la toma de decisiones para evitar la concentración de poderes.

⁸Antonio Vázquez Barquero. “Desarrollo Endógeno. Teorías y Políticas de desarrollo territorial. 2007. Pp.185-192.

⁹Ibidem. Pp.184.

Tomando en cuenta estos principios de la perspectiva de la *Nueva Ruralidad*, surgen en América Latina las propuestas del IICA-Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola con su enfoque de “desarrollo territorial rural” (DTR), a partir del año 2000, y de RISMIP con el enfoque de *Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural* (DTR-IC).

Tanto el Desarrollo Territorial Rural (DTR) como el DTR- IC reafirman el concepto de territorialidad como una construcción social que trasciende la noción del espacio físico-geográfico, reafirmando el papel de la participación local como parte de la identidad mediante el usufructo de sus recursos y del conocimiento de su hábitat.

La noción de desarrollo territorial propone que cada comunidad se ha ido formando históricamente, por lo que se encuentra asociado a un sentido de identidad y pertenencia. De ahí la importancia de todo el capital social, físico y cultural existente de los territorios rurales.

El aporte de la propuesta de RIMISP mediante el concepto de Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural (DTR-IC) se basa en el conocimiento local en relación con el territorio. Es decir, es el énfasis en el papel de la cultura en los territorios rurales. Desde la perspectiva de “*economía de la cultura*” se considera las estrategias que transforman el conocimiento y la cultura local en un recurso económico para superar la pobreza. Se trata de una propuesta de desarrollo rural mediante la valorización de la identidad y del patrimonio cultural (conocimientos, manifestaciones, patrimonio material e inmaterial), superando así la noción de desarrollo como homogeneización cultural. Al mismo tiempo que se revaloran las identidades locales. Parte del supuesto que zonas en territorios rurales pobres con patrimonio cultural como potencial pueden constituirse en una estrategia de desarrollo mediante la revalorización de la identidad. Esto implica la transformación del conocimiento y la cultura local en recursos económicos para reducir la pobreza y la desigualdad.

La propuesta de “*Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural* (DTR-IC)” se aleja de una postura esencialista de la cultura, superando el concepto “territorio” como estático y el del patrimonio cultural como herencia de tradiciones que se transmiten de generación en generación. Más bien, las identidades se recrean constantemente a partir de las interacciones entre lo global y lo local; y del equilibrio entre el pasado y el presente (Claudia Ranabaldo; Alexander Schejtma, 2009). Desde lo económico se centran en la categoría de desarrollo endógeno mediante la valorización de los recursos locales (naturales, sociales o humanos) controlando la producción y sus beneficios desde la propia localidad. Lo que no excluye la participación de agentes extraterritoriales bajo la lógica que el desarrollo local supone la interacción de fuerzas locales y extralocales que se enfrentan y coordinan entre sí (Claudia Ranabaldo y María Fonte).¹⁰

¹⁰ “Desarrollo Rural, territorios e identidades culturales. Perspectivas desde América Latina y la Unión Europea”. En: Revista, Opera, mayo, año/vol. 7 Número 007. Universidad Externado de Colombia. Bogotá-Colombia. Opera N° 7.

Por tanto, la *Nueva Ruralidad y el Desarrollo Territorial Rural (DTR)* sostienen que las iniciativas particulares de desarrollo en cada territorio son definidas por los propios actores; siendo el crecimiento económico y la acumulación de capital en los lugares o territorios impulsados por la creatividad, las estrategias y las políticas de las personas.

2.2.2 El Turismo Comunitario en el Perú como política de Estado

Tanto el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR (2008-2015) y Los Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario del MINCETUR (2006) como los Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario (2007) buscan alcanzar el desarrollo sostenible.

El Plan Estratégico Nacional de Turismo–PENTUR (2008-2015) indica que se promueve el desarrollo de una oferta turística como estrategia para la lucha contra la pobreza a fin de garantizar la participación de la población local y la generación de empleos para la mejora de las economías locales.

Siguiendo con los principios de sostenibilidad y participación local del PENTUR y del programa del Turismo Rural Comunitario del MINCETUR, el Estado viene incorporando desde la década del noventa la perspectiva de Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural (DTR-IC. Al respecto, en el documento “Los Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario” (2007) se señala la reincorporación de las comunidades rurales, campesinas y nativas gracias al manejo responsable del territorio, al uso sostenible de los recursos naturales, culturales y humanos para la generación de beneficios económicos, mejora de ingresos y condiciones de vida. Todo ello, en concordancia con el enfoque del desarrollo de capacidad en la comunidad para el manejo y gestión del desarrollo local y del turismo como actividad económico-social importante en el escenario de la nueva ruralidad.¹¹

En los “Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario” (2006), el MINCETUR define “Turismo Rural Comunitario” como toda actividad turística, recreativa y complementaria que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación de las comunidades campesinas y/o nativas.

En el año 2007, el MINCETUR modificó el concepto en “El Turismo Rural Comunitario en el Perú” como “*toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible basada en la participación de las poblaciones locales organizadas por el beneficio de la comunidad (...)*”.(2007)¹²

¹¹ Opcit.Pp.4. 2007.

¹²En: “Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario”. MINCETUR.

Asimismo, su denominación de Cultura Rural engloba no solo las manifestaciones propiamente culturales (costumbres y fiestas, tradición oral, patrimonio construido, etc.), sino también los modos de vida y los valores, las pautas de ocupación, producción y uso del territorio, las formas de relación con otras comunidades, etc.

No obstante, las instituciones estatales trabajan desde una perspectiva de arriba hacia abajo, pese a declararse que se mantiene una relación estrecha con la comunidad.¹³ El componente cultural inmaterial que ha promovido el turismo rural del MINCETUR, si bien cobra un papel importante en la recuperación de las tradiciones, folklore, costumbres, gastronomía, se concibe como productos turísticos dando como resultado un turismo esencialista de la cultura indígena (Beatriz Pérez Galván, 2008:11).

2.3 El Turismo Rural y la Cooperación Internacional

La propuesta de Turismo Comunitario surge a partir del “Encuentro Técnico Internacional sobre *Gestión del Turismo Sostenible y Competitivo: Alianzas entre Estado, Empresa y Comunidad*”, cuyo fruto fue la conformación de la REDTURS- RED DE TURISMO COMUNITARIO EN AMÉRICA LATINA y la firma de la “*Declaración de Otavalo sobre Turismo Sostenible, Competitivo, Comunitario y con Identidad*” entre los países de Ecuador, Perú y Bolivia; promovido por la OIT- Organización Internacional del Trabajo, con la finalidad de “Institucionalizar y apoyar el ejercicio del turismo comunitario en el marco de los derechos colectivos de los pueblos indígenas consagrados en el Convenio núm. 169 de la OIT...” (Artículo de la Declaración de Otavalo).

En el año 2003, la OIT convocó a los países de Guatemala, Bolivia, Brasil, Costa Rica, Ecuador, Guatemala y Perú, quienes firmaron la “Declaración de San José sobre Turismo Comunitario” en donde instan a los gobiernos al diseño de políticas públicas para que la industria del turismo no se convierta en un factor negativo para el medio ambiente, el patrimonio cultural, valores y símbolos de los pueblos indígenas, y proponen un modelo de gestión autogestionario:

*... Propiciamos la autogestión del turismo de modo que nuestras comunidades asuman el protagonismo que le corresponde en su planificación; operación, supervisión y desarrollo.*¹⁴

La REDTURS de la OIT define “turismo comunitario” como “la organización empresarial sustentada en la autogestión de los recursos patrimoniales de la comunidad desde prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios que se generan por el bienestar de sus miembros”. (Carlos Maldonado, 2008: 14). La expresión “*autogestión*” es concebida como una forma diferente de organización comunal en términos de control en el manejo de los recursos patrimoniales y el reparto de la distribución de los ingresos.

¹³Ibidem.

¹⁴ Artículo 3 de la Declaración de San José sobre Turismo Comunitario.

El enfoque comunitario de la OIT parte del estudio de las iniciativas que surgen en las comunidades a partir de grupos de emprendedores. El análisis trasciende el concepto clásico de comunidad como institución para enfocarse en los grupos de microempresarios rurales con objetivos diferentes a los de la empresa privada y pública. Se trata de insertar a las cooperativas o asociaciones fundadas en los valores de solidaridad, cooperación laboral y autogestión en circuitos económicos globalizados y de fomentar su eficiencia (Carlos Maldonado, 2005:11-12). Es decir, se orientan hacia la consecución del bienestar común y al reparto equitativo de los beneficios, regidos por una serie de normas, principios institucionalizados, prácticas sociales e interpersonales, dentro y fuera de la comunidad.

Ambas posturas sobre el concepto de Turismo Rural Comunitario, tanto de la OIT como del MINCETUR,¹⁵ coinciden en los temas de emprendimientos, autogestión, inserción al mercado de iniciativas empresariales rurales; la diferencia estriba en el manejo de la actividad. La OIT propone el turismo comunitario como desarrollo endógeno, es decir, el manejo de los servicios turísticos “desde adentro”; mientras que para el MINCETUR se basa en la participación de las comunidades campesinas en la actividad turística dentro del espacio rural desde una perspectiva de “arriba hacia abajo”.¹⁶

Desde un enfoque de las relaciones sociales para el análisis de grupos y comunidades se ha propuesto el concepto de capital social. Dentro del paradigma del desarrollo, este concepto de capital social (Bourdieu, 1985; Putnam, 1993; Durston, 2000) es concebido como una estrategia de empoderamiento campesino que resalta la organización social, la confianza, la solidaridad y reciprocidad.

En palabras de Putnam, el capital social” son los aspectos de organizaciones sociales tales como redes, las normas y la confianza que facilitan la acción y la cooperación para beneficio mutuo”.¹⁷

¹⁵ Entre el 18 y 20 de noviembre de 2009 se realizó el III Encuentro del Turismo Rural Comunitario en la ciudad de Huaraz, organizado por el programa de TRC del MINCETUR. Entre los días 26 y 28 de noviembre de 2008, se llevó a cabo el II encuentro en la ciudad del Cusco.

En:

http://www.turismoruralperu.facipub.com/facipub/upload/publicaciones/1/55/programa_final_trc.pdf

¹⁶Objetivo específico N° 2.1.2 del Turismo Rural Comunitario en el Perú: “Generar a nivel local capacidades para la gestión del desarrollo turístico y del desarrollo empresarial del turismo rural comunitario”.

Objetivo específico N° 2.1.3: Promover la participación de la comunidad local, promoviendo el protagonismo de la mujer y los jóvenes en la actividad.

En: *Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú*. San Isidro, septiembre 2008.

¹⁷Citado por Jhon Durston (2000: 9).

Putnam asocia el capital social con el concepto de empoderamiento señalando que se trata de una estrategia de superación de la pobreza y de integración de sectores excluidos mediante el empoderamiento (*empowerment*). El empoderamiento es la esencia de la autogestión y la antítesis del paternalismo (Durstun, 2000:34).

Asimismo, el concepto de empoderamiento es definido como “un proceso en que las personas marginadas, social, político, cultural y económicamente de la estructura de oportunidades sistémica van adquiriendo colectivamente control sobre sus vidas, sobre los procesos; y dinámicas determinantes de la exclusión en la que se encuentran (...)”. (Contreras, 2000: 64-65).

2.4 La sostenibilidad frente al turismo como industria

Frente al turismo de industria se ha propuesto el turismo alternativo con múltiples etiquetas (turismo vivencial, étnico, indígena, comunitario, rural, ecológico, ambiental, agroturismo), el cual busca mitigar los efectos negativos del turismo tradicional denominado turismo de sol y de playas en las poblaciones receptoras.

El turismo alternativo se enlaza con la noción de desarrollo sostenible en los años ochenta, la preocupación por la degradación ambiental, y con el movimiento ambientalista.¹⁸ Desde la Cooperación Internacional y el movimiento ambientalista se propone el concepto de *turismo sostenible*.

La Carta de Turismo Sostenible en el marco de la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible señala como principios el uso sostenible de los recursos, el respeto por las culturas locales, y el bajo impacto de los visitantes en el entorno local.

Al respecto, la Organización Mundial de Turismo ha definido turismo sostenible como “aquel que busca optimizar los beneficios ambientales y económicos potenciales de los viajes y del turismo minimizando al mismo tiempo los posibles daños ambientales y culturales”.¹⁹

A partir de los estudios del turismo existe un debate en torno a las experiencias de turismo sostenible con poblaciones originarias. Y es que su retórica resulta irreconciliable con lo que significa turismo como una industria.

El turismo sostenible propugna un modelo de gestión de los recursos naturales y culturales; prevalece sobre el turismo como industria o producto comercial, ya que los beneficios económicos deben alcanzar también a las poblaciones receptoras de forma equitativa y evitar el agotamiento de los recursos. Ello pensando en las generaciones futuras.

¹⁸En el año 1987 tomó fuerza el concepto de desarrollo sostenible a partir del Informe Brundtland (1987).

¹⁹En: Primer Seminario Internacional de Ecoturismo. ¿Citado por Humberto Rojas Pinilla en su artículo “El Turismo Rural alternativa de desarrollo?: Reflexiones sobre su papel en el desarrollo rural”

Es un punto de debate entre los países con poblaciones indígenas, pues han surgido conflictos entre el desarrollo y la lógica de mercado, ya que la óptica del turismo comunitario trata de un modelo de organización comunal y de relaciones recíprocas entre los integrantes para una equidad en la redistribución de los beneficios económicos (Carlos Maldonado, 2008).

No obstante, los paradigmas de sostenibilidad y turismo como industria han recibido críticas por la desigual distribución de los beneficios económicos, tal como ha sido afirmado por Gastón y Cañada en *Viajar a todo tren. Turismo y Sostenibilidad* (2005). Ellos refieren que la Cooperación Internacional no ha logrado resolver los beneficios en la comunidad que ha sido objeto de intervención de los proyectos de turismo como desarrollo.

Por su parte, Jordi Gascón en su estudio de tesis doctoral "*Gringos como en Sueños. Diferenciación y conflicto campesinos en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo*", encuentra estratificación social al dar cuenta de que el turismo vivencial se convirtió en una actividad en la isla de Amantani (Puno) que promovió la movilidad social de un sector de la población con recursos para la inversión en la actividad. Por tanto, esta desigualdad ha generado conflictos con quienes no son partícipes del turismo.

En suma, la desigualdad y las relaciones de poder son temas cuestionados dentro del campo del turismo. Al respecto Collin Hall, 1994, en su estudio "*Tourism and Politics*" (1994) y Maureen Reed (1997) en "*Power relations and communitybased tourism planning*" (1995) ponen énfasis en el surgimiento de las élites locales, quienes se encuentran en mejor posición porque se benefician del turismo.²⁰

De igual manera, Hasan Dogan (1989) en "*Forms of adjustment Sociocultural impact of tourism*" señala las desigualdades en la localidad por el turismo.

²⁰Noel B. Salazar. "*Antropología del Turismo en países en desarrollo: Análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo*". 2006. Pp.108-109.

2.5 El Turismo y la Cultura

La relación entre turismo y cultura puede insertarse dentro de un marco más general referido a la naturaleza de la cultura, que se expresa en dos posiciones: primordialista y situacional (Barth). La visión sustancialista o primordialista de la cultura ha tendido a enfatizar el carácter autóctono y originario de los pueblos. Por tanto, se tiene una visión esencialista de la cultura en términos de autenticidad o realidad de los rasgos culturales conservados en el tiempo.

Frente a la visión sustancialista o primordialista de la cultura existe la perspectiva de la cultura como una negociación o instrumentalización de la etnicidad (carácter situacional). Desde esta concepción se concibe que la cultura se encuentra en constante innovación, por lo que la autenticidad de las expresiones culturales no está necesariamente enmarcada en el tiempo, sino depende de la legitimación de los grupos sociales para autorizar la autenticidad de sus representaciones y de lo que se quiera preservar. Más bien, la continuidad en el tiempo está asociada al imaginario de los grupos creando e innovando tradiciones, tal como lo señala la teoría de “invención de la tradición” (Hobsbawm, Young, 1983).

El debate sobre la relación entre cultura y turismo se asocia a las dos posiciones arriba descritas. La postura tradicional concibe al turismo como aculturación y destrucción de los valores culturales de las sociedades anfitrionas. La segunda postura intercultural considera las posibilidades de la revitalización de la identidad y de recuperación de antiguos valores a partir de la puesta en valor para el turismo. (Charles Kleymeyer, 1993).²¹

Un punto en el debate en torno a la relación entre cultura y turismo es la categoría de autenticidad de las representaciones. Una postura negativa sostiene que el turismo atenta contra la realidad y autenticidad de las manifestaciones culturales al representar escenificaciones falsas, proclives a la folklorización por la comercialización de la cultura. Así, el turismo es visto como portador de imágenes adulteradas y escenificaciones fabricadas de las realidades culturales. Boorstin (1964) ha denominado a esto como “pseudo eventos” y Mc Cannell (1973) habla de “autenticidad escenificada”. Este último refiere que las escenas construidas están sujetas a la mirada del turista y que el turista es un peregrino contemporáneo que busca la autenticidad.

²¹ “La expresión cultural y el desarrollo de base. Quito AbyaYala. Fundación Interamericana. 1993.

Dentro de esta perspectiva, se encuentra J. Greenwood (1992: 271),²² quien señala que el turismo se ha limitado a empaquetar las realidades culturales de un pueblo para ponerlas en venta, causando la pérdida de significación mediante la mercantilización de la cultura.

A este debate se aúna la crítica sobre la exageración de la escenificación de la cultura tradicional, que trata de mostrar todos sus componentes étnicos en un lapso corto según la duración de las visitas programadas o del alojamiento en el turismo vivencial. También por la adaptación de los productos (puesta en escena; artesanía; hospedajes) según las exigencias del mercado, que se guía por los gustos de los turistas en colores, ambientes, motivos; partes concretas de escenificación. (Héctor Freddy Morales Morgado; 2006; pp. 255)

Con el fin de superar la dicotomía entre auténtico/falso y realidad/espectáculo, Edward Brunner (2005) plantea un enfoque desesencialista de la categoría de "autenticidad". Más allá de representaciones reales o falsas propone al turismo como una puesta en escena, en donde tanto el turista como el anfitrión cumplen determinados papeles. (Norma Fuller, 2009: 60-65). De acuerdo a esta perspectiva, se resalta el papel activo de los turistas como espectadores porque son conscientes de que la autenticidad es una construcción prefabricada para el consumo turístico ("*questioning gaze* según Brunner"). La propuesta de Edward Brunner (2005) otorga una mirada distinta a la autenticidad en el turismo. Más que en los rasgos esenciales de la cultura, asentados en el tiempo, se encuentra vinculada con la autoridad de los anfitriones para apropiarse de la historia, legitimar las versiones de sus representaciones culturales y para establecer las fronteras entre la continuidad entre el pasado y el presente (Norma Fuller, 2009:30-31).

También, desde esta perspectiva se concede una mirada distinta al papel de la comunidad dentro del debate entre turistas y poblaciones anfitrionas, porque estas han sido siempre estudiadas como objetos de consumo y, por tanto, como sujetos pasivos de observación y no como actores de estas transformaciones.

Las investigaciones de turismo desde la "mirada del turista" se han concentrado en el turismo como un fenómeno impositivo, soslayando las percepciones de los nativos y omitiendo el papel de la comunidad como agente activo (Jhon Urry, 2004). En esta línea la teoría de "anfitriones e invitados" (Valene Smith, 1977), ha sido criticada por enfocar la mirada en los "turistas" y considerar a los pobladores locales como pasivos receptores a fuerzas externas, vulnerables a la aculturación como consecuencia de la imposición del turismo desde afuera.

²² Citado por Ángel Acuña Delgado. Op.cit.

La población anfitriona ha recibido críticas por elaborar falsas tradiciones en función de las expectativas de los turistas, puesto que la población anfitriona actúa al gusto y complacencia de aquellos; inventa tradiciones y representa imágenes para atraer y satisfacer a los visitantes. Para superar esta limitación, se brinda una mirada dirigida a los pobladores locales que permita interpretar el turismo como una vía de empoderamiento. La gente local se autorrepresenta modificando e inventando tradiciones o artesanías tradicionales para los turistas y determinando lo que quieren preservar.

Desde este punto de vista, se concibe a la gente local sabedora de lo que es real, auténtico o legítimo. De ese modo, la cultura es un objeto de escenificación consciente.²³ En esta línea, se inscriben los estudios de Beatriz Galván cuando refiere que el turismo en Cusco puede ser interpretado como una acción política de los indígenas (2006: 29-50). Ella señala que se ha tendido a interpretar a los indígenas que participan en las festividades raymis como víctimas de la industria turística (2006:42). En su estudio de los raymis en Pisac, el municipio contrata a las autoridades tradicionales (los varayoqkuna) de sus comunidades como autores para sustentar la autenticidad de la festividad.

En este caso, Beatriz Galván afirma que, si bien la festividad raymis es una elaboración creada por intelectuales del Cusco, la identidad étnica de la población indígena que participa en el rol de las autoridades de las comunidades no es el resultado de la herencia de los antepasados de los Incas, sino de una estrategia política de negociación entre los indígenas y el municipio que gestiona la actividad (2006: 43).

El debate sobre la autenticidad en el turismo ha estado asociado con la preservación de la cultura tradicional sin lugar a transformaciones en el transcurso del tiempo. Esta visión ha sido superada al interpretar la autenticidad como un concepto construido socialmente, en el que la población local pueda manipular y decidir los criterios que legitimen sobre lo que es la cultura tradicional y el estilo de vida rural. Tal como señala Agustín Santana (2002, P.10), la participación comunitaria en el turismo rural, de acuerdo a las normas internas de reciprocidad y redistribución, se evitará la reproducción de los estereotipos construidos desde una mirada externa sobre la escenificación exagerada del tradicionalismo. De esta manera, la población local puede decidir cómo quieren ser observados, manejando así la mirada del turista con el fin de evitar imágenes banales acerca de su cultura.

²³Noel B. Salazar. Op. cit. 107.

CAPÍTULO 3

LA ZONA DE ESTUDIO: COMUNIDAD CAMPESINA DE PATABAMBA

3.1 Caracterización general y estatus jurídico

La comunidad de Patabamba se encuentra geográficamente localizada a una altitud de 3300 a 3,800 m.s.n.m. Desde la ciudad de Cusco, la distancia es de 38 km; el tiempo aproximado es de dos a tres horas de camino hasta Patabamba.


La Comunidad de Patabamba limita con las siguientes comunidades:

- Por el norte: Comunidades Campesina de Sihua.
- Por el este: Comunidades campesinas de Paullo Ayllu y de Paullo Grande y con el área reivindicada para Patabamba.
- Por el sur: Comunidades campesinas de Ccaccacollo, Kallarayan y Chitapampa.
- Por el oeste: Comunidad Campesina Qquenco y Laguna de Qoriccocha.

El 18 de octubre de 1929, el Estado reconoció legalmente la inscripción oficial como una comunidad de indígenas por la Sección de Asuntos Indígenas del Ministerio de Fomento, de acuerdo a la Resolución Suprema S/N con 18 de octubre de 1929. Así mismo, fue inscrita en el Registro Nacional de Comunidades. Tomo I, folio 103; asiento 7.²⁴ A continuación, se presenta el documento oficial sobre el reconocimiento de la comunidad.

²⁴ Según documento del Ministerio de Agricultura Región Agraria-Cusco.

General de Fomento N.º 212
 ZONA REGISTRAL N.º 0013000
COPIA INFORMATIVA
 10 MAYO 2012
 NO VALIDO PARA EFECTOS ADMINISTRATIVOS, JUDICIALES Y NOTARIALES



SECCION DE AJUNTOS
 N.º 212.-

Resolución Suprema

6516.1993 Lima, 18 de octubre de 1929.-

Visto el presente expediente, relativo al reconocimiento e inscripción oficial de la comunidad de indígenas de "PAPA-BAMBA", de la jurisdicción del distrito de Coya, de la provincia de Calca del departamento del Cuzco, organizado en armonía con lo dispuesto en la resolución suprema de 28 de agosto de 1929.

Habiéndose observado en la tramitación del presente expediente las prescripciones contenidas en la mencionada resolución y su complementaria de 11 de setiembre del mismo año;

Con lo informado por el Jefe de la Sección de Ajuntos;

SE RESUELVE:

Reconócese a la comunidad de indígenas de "PAPA-BAMBA", e inscribáse en el Registro Oficial de la Sección de Ajuntos Indígenas del Ministerio de Fomento; quedando entendido que la presente resolución no afecta derechos de tercero sobre determinadas extensiones de terrenos de propiedad particular, que pudieran encontrarse en la jurisdicción de la comunidad.-

Regístrese y comuníquese.-

Rúbrica del señor Presidente de la República.-
 MEYUOLA.-"

Resolución Suprema 1929 S/N
 Fuente: SUNARP-Cusco (Página1)

SUNARP
 ZONA REGISTRAL N° 3 - SEDE CUSCO
COPIA INFORMATIVA
 10 MAYO 2012
 NO VALIDO PARA TRAMITE
 ADMINISTRATIVO
 JUDICIAL Y OTROS

CERTIFICADO:
 Que el presente documento es copia fiel del original que figura en el Registro Nacional de Comunidades Campesinas del Perú y que la Comunidad Campesina de PATABAMBA
 Se encuentra inscrita en el Tomo I Folio 377
 Asiento 7 Que Corre a Cargo de la Dirección de Registro de la DGPD del INDEC. **18 SET. 1999**

BOY FEL QUE LA PRESENTE COPIA FOTOSTATICA CORRESPONDE AL DOCUMENTO QUE HE TENIDO A LA VISTA

30 SET. 1993. -PERU

Instituto Nacional de Desarrollo de Comunidades Campesinas

LUIS A. PRADO VELASQUEZ
 DIRECTOR DE REGISTRO

JEFFO H. GAONA CISNEROS
 NOTARIO PUBLICO
 INSC. N° 8
 CUSCO - PERU

Inscrito el Reconocimiento Oficial de la Comunidad Campesina de "PATABAMBA"(Calca), en el Asiento N°1; Folio 377, Tomo I, en el Libro de Comunidades Campesinas y Nativas del Registro de Personas Jurídicas.-Sin derechos.-Cusco, 20 de Diciembre de 1993.-



[Handwritten signature]
 REGISTRADORA (S)

Fuente: SUNARP-Cusco (2da página)

Legalmente, se encuentra ubicada entre los distritos de Coya y Taray según la Ley N° 11609 en 1951 y la Ley N° 15027 en 1964. Según la Ley N° 11609 con fecha 11 de septiembre de 1951, provincia Calca,²⁵ se señala que el distrito de Coya estará formado por los anexos siguientes: Macay, Quillhuay, Sihua, Patabamba, Paullo, Bellavista, Huinapata, Yanamayo; Ayarcancha y Huincura, y tendrá como límites los mismos que tienen actualmente los pueblos que lo forman (...)."

Sin haberse anulado la primera Ley N° 15027, se aprobó el 6 de mayo de 1964 la Ley N° 11609 cuyo artículo 2 refiere lo siguiente: "El distrito que se crea por esta ley tendrá como anexos las parcialidades de Huata, Huacaulle, Ccocacollo, Kkallarayán, Matinga, Rayaniyoc, Chitampampa, Patabamba y Paullo Grande".

Pese a las peticiones y conversaciones en la Junta Comunal, llevadas a cabo el 25 de septiembre de 2003, y de la Asamblea General del 6 de noviembre de 2004,²⁶ no se ha podido solucionar la doble jurisdicción política de la comunidad.

Según algunas versiones recogidas de la población, esta situación obedece a fines políticos, porque el distrito de Taray fue creado en 1964 y para su creación se acudió a la población de Patabamba como electores. Desde esta fecha, la población se encuentra dividida entre los distritos de Coya y de Taray en lo que concierne al registro de inscripción de nacimientos y en el trámite de los documentos nacionales de identidad. La elección entre uno u otro distrito para los trámites de documentación y el voto electoral depende de las decisiones personales motivadas por las relaciones de parentesco y la accesibilidad a los servicios que brindan dichos municipios. En la época de las elecciones ciudadanas la comunidad se divide, un 50% de electores vota en el municipio de Taray y el otro 50%, en el municipio de Coya. Sin embargo, los comuneros de Patabamba perciben que esta dualidad jurídica repercute en el desarrollo rural de la comunidad de Patabamba, porque permite la evasión de responsabilidades desde los gobiernos locales de Coya y de Taray.

²⁵ Calca fue fundada con el título de Villa por Pedro Zamora, natural de la provincia de Zamora en España, cuya fecha no se ha podido precisar. (Alcides F. Estrada, 1992:121). El 21 de junio de 1985, el libertador Bolívar emitió el decreto de creación de la provincia de Calca: "Reconózcase en el departamento del Cusco las siguientes provincias: Cusco, Abancay; Aimaraes; Calca y Lares (...)". (Víctor Chacón Chacón, 2005: 30)

²⁶ En: Memoria Descriptiva del Relevamiento y Distribución General de Parcelas de Bajo Riego Canales y Manantiales. Documento elaborado por la Comisión de Regantes de la Comunidad de Patabamba ante el Ministerio de Agricultura. 2004. Pp8.

3.2 Aspectos sociales y económicos

La comunidad de Patabamba cuenta con un registro de 145 familias de acuerdo al último empadronamiento realizado en el año 2011 con la cifra de 876 personas entre jóvenes, adultos, niños como el total de la población.²⁷ Las entrevistas realizadas en el trabajo de campo nos permitieron conocer que en la comunidad se habla el español y el quechua, siendo este el idioma materno con el que se comunican en su cotidianidad la mayoría de los comuneros, especialmente, mujeres y niños. El contacto más frecuente con la ciudad ha logrado que los varones entiendan y hablen español con más fluidez que las mujeres debido a sus labores como albañiles, taxistas, ayudantes de cocina, limpieza, etc. Esta relación entre campo y ciudad surge a partir de la construcción de la carretera Ccorao-Chitapampa- Kallarayán-Patabamba que comenzó en 1975 durante el gobierno de Velasco Alvarado. La inauguración de la carretera con una longitud de 25 km tuvo lugar en el mes de junio de 1981 por Cooperación Popular durante la gestión del presidente Fernando Belaunde Terry. Por consiguiente, la construcción de la carretera se realizó en dos etapas; la primera parte comprendió el tramo desde Corao hasta la comunidad de Kallarayan, con la intervención de la población mediante faenas colectivas. El segundo tramo se continuó desde Kallarayán hasta la comunidad de Patabamba. El camino de la carretera continúa hacia el norte, en la comunidad de Quenqo, y culmina en la comunidad de Sihua.

El servicio de energía eléctrica y el alumbrado público fueron iniciados por la Dirección de Obras de la Municipalidad Provincial del Cusco en el año 1992, período de gobierno de Alberto Fujimori y fue ejecutado por ELECTRO SUR S.A. No obstante, en la actualidad, las calles del poblado no cuentan con alumbrado eléctrico -sino solo en las viviendas- desde la inundación del río Vilcanota a la central de la hidroeléctrica.

Al respecto, la población refiere que la comunidad no dispone de alumbrado eléctrico en las calles porque ELECTRO SUR no atiende la solicitud de la Junta Comunal de la reinstalación del sistema desde hace algunos años.

En cuanto al servicio básico de agua y desagüe en la comunidad, se cuenta con la instalación de agua potable desde 1996 como parte de un convenio con la ONG PLAN INTERNACIONAL (120 usuarios con instalaciones domiciliarias). En tanto, el servicio de desagüe se implementó con el apoyo de FONCODES.²⁸

²⁷Datos proporcionados por el presidente de la comunidad Henry Champi.

²⁸En: “*Memoria Descriptiva del Relevamiento y Distribución General de Parcelas Bajo Riego Canales y Manantiales.*” Documento elaborado para el Reconocimiento de la Comisión de Regantes de la Comunidad de Patabamba ante el Ministerio de Agricultura/ Decreto Supremo N° 057-2000-AG. 2004.

Con respecto a las tierras de la comunidad, estas se encuentran totalmente parceladas. Existen 960 parcelas familiares con una extensión de 1175 hectáreas; el 70% de las tierras es cultivable y el 30%, pastizales o laderas. La población de Patabamba se dedica a la agricultura como actividad de autoconsumo en un 90%; sus cultivos tradicionales son el maíz, papas, habas, cebada, oca, frijol, trigo, alfalfa y hortalizas. Se siembran en los tres pisos ecológicos de la comunidad; el primero se destina al maíz; el segundo, a una diversidad de papas; y el tercero a otros productos como la oca, frijol, alfalfa, etc.

En la actualidad la producción agrícola no resulta rentable, debido a que se trata de una actividad estacionaria que depende del tiempo de cosecha y de otros factores climáticos, como las heladas que afectan los cultivos. Sin embargo, hay un sector de la población que, además del consumo familiar, comercia sus productos, especialmente papa, en el Mercado de Rosaspata, aprovechando de la biodiversidad de los tipos de papa en Patabamba. Según nos cuentan los comuneros, entre las décadas del ochenta y noventa, Patabamba era el primer productor de papa frente a los otros departamentos de la región de Cusco.

Otra de las actividades económicas en la comunidad es la crianza de ganado vacuno, ovino, porcino, caprino, camélidos (llamas y alpacas); aves de corral y animales de carga (burro, el caballo, la llama y la alpaca).

El turismo y la artesanía son también labores a las que se dedica la población, además de la agricultura y ganadería, por la baja rentabilidad de la producción agrícola en la comunidad. Si bien el turismo también constituye una actividad económica estacionaria, este les ha permitido a los comuneros obtener otros ingresos económicos por los servicios prestados como arrieros por los varones; hospedaje y gastronomía a cargo de las familias, y los productos de turismo de aventura (*trekking*) y de turismo vivencial con la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples.

En cuanto a la artesanía, es una actividad con mayor dedicación de parte de las mujeres, quienes alternan sus labores cotidianas de cocina, agricultura y ganadería con sus tejidos dentro de distintas asociaciones: LLAPAN PALLAY PACHAC, Centro de Textiles Tradicionales de Cusco, Inca Ayllu. Muchas de ellas integran más de una organización tratando de aprovechar al máximo las oportunidades para generar mayores ingresos económicos. Aunque muchas de estas asociaciones enfrentan dificultades, por ejemplo, la falta de redes para insertarse dentro del mercado que permita la comercialización de sus productos textiles. Por ello, las artesanas venden directamente a los turistas visitantes que llegan a la comunidad. En el caso de la asociación Centro Textiles, esta obtiene indirectamente beneficios económicos a través de la venta de sus tejidos en la ciudad de Cusco.

En lo relativo al campo educacional, se aprecia que el nivel educativo es bajo; hay que tomar en cuenta que la escuela secundaria completa se inauguró recientemente entre los años 2006-2008. La primera graduación de los alumnos tendrá lugar en el presente año (2012). Es decir, hasta el año 2006 la comunidad de Patabamba solo disponía de escuela primaria completa. Con el apoyo de la ONG PLAN INTERNACIONAL²⁹ y una contrapartida de la comunidad se implementaron de forma paulatina las aulas de secundaria en la Escuela IE 50190. En 1983, la Escuela IE 50190 solo estaba implementada hasta segundo año de primaria. Por tal motivo muchos comuneros de Patabamba se quedaron sin finalizar sus estudios escolares, en situación de iletrados y trabajaron desde muy jóvenes para el sustento familiar. Las familias con recursos enviaron a sus hijos a estudiar fuera de la comunidad, a los distritos de Coya y Corao.

Pese a un grupo de familias que se dedica al turismo, ya sea dentro de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples o como arrieros independientes, se percibe poca motivación en los jóvenes de Patabamba para dedicarse al turismo. Muchos de ellos culminan la escuela secundaria y trabajan como taxistas entre Patabamba-Cusco y Cusco-Patabamba, o en otros oficios como ayudantes de cocina o de construcción en la ciudad. Es por ello que el acceso a la comunidad de Patabamba desde Cusco es bastante fluido, incluso los sábados y domingos, por lo que muchas familias prefieren invertir su dinero en la adquisición de vehículos. En consecuencia, son pocos los jóvenes que estudian una carrera técnica o profesional, pues dependen de los recursos económicos de sus familias.

3.3 La extensión territorial de la Comunidad Campesina de Patabamba

Ellos han dividido, los hacendados en tres, no la comunidad. En tres [Patacancha Ayllu Libre y Pomaorco], junto con el estado, solo reconoció una parte como comunidad. Nosotros denominamos Ayllu libre. Ellos eran libres de la hacienda. (Luis Ojeda, comunero)

Acá, prácticamente esta comunidad ha sido explotada por cuatro, uno es la hacienda, Ayñan, parte de arriba: Pomaorco. Otro, Ayllu Libre por el distrito [de Calca]; Patacancha por Yawar y Sumar [dueños de las haciendas de Paullo Chico y Paullo Grande]. (Luis Ojeda, comunero)

²⁹ Referencia del presidente de la comunidad Henry Champi.

Figura N°1

SECTORES EN LA COMUNIDAD DE PATABAMBA³⁰

N°	Sectores	Territorio y/o tierras	Propietario
1.	Ayllu Libre	Comunidad Libre	Libre
2.	Poma Orcco	Hacienda Ayñan	Maximiliano Saldívar
3.	Patacancha	Hacienda de Paullo Chico	Anselmo Yábar Matto
		Hacienda de Paullo Grande	Abrahant Sumar Jamis

Fuente: Entrevistas a informantes claves³¹

Legalmente, el área territorial de Patabamba comprendía la superficie total de 795 hectáreas, entre terrenos de cultivo y pastos naturales. Luego de litigios territoriales obtuvieron 380 hectáreas de la expropiación a las haciendas de Ayñán, Paullo Chico y Paullo Grande, como reivindicación. En consecuencia, la extensión territorial de la comunidad de Patabamba es de 1,175 hectáreas, de acuerdo al informe N° 07-87-BTC-SPDTT,³² en el que se aprueba el expediente administrativo del “Plano de Conjunto de la Comunidad Campesina de Patabamba” (13 de enero de 1987) y la delimitación y Levantamiento del “Plano de Conjunto de Territorio Comunal” con sus respectivas colindancias (15 de enero de 1987).

Figura N° 2

³⁰ Elaboración propia.

³¹ Los informantes entrevistados para la reconstrucción histórico-política de la comunidad de Patabamba fueron Luis Ojeda, Tito Ojeda, Julio Huamán, Alberto Yábar. En el caso del comunero Luis Ojeda, por ser hijo y sobrino nieto de los exyanaconas Constantino Huamán y Félix Ojeda, de las haciendas de Ayñán y Paullo Grande, respectivamente. El informante Tito Ojeda, el presidente del Comité de Regantes, Julio Huamán, catequista de la comunidad; Venicio Champi, comunero y Alberto Yábar, pariente familiar del propietario Anselmo Yábar Matto de la hacienda Paullo Chico

³² Fuente: Documento consultado del Ministerio de Agricultura de la Dirección Agraria de Cusco.

AREA TERRITORIAL DE PATABAMBA

EXTENSIÓN TERRITORIAL	
Comunidad de Patabamba	795 ha
Área reivindicada por la comunidad	380 ha
Área total	1175 ha

Fuente: Memoria Descriptiva del Relevamiento y Distribución General de Parcelas de Bajo Riego Canales y Manantes. Ministerio de Agricultura

De acuerdo al informe de la Comisión de Regantes elaborado por el Ministerio de agricultura (2005), la comunidad se encuentra distribuida actualmente en 960 parcelas familiares dentro del área de terreno comunal de las 1175 hectáreas. No obstante, la comunidad posee solo un título comunitario obtenido en el primer gobierno de Alan García³³ a través de su política Rimanacuy.

Entre los años 1986 y 1988, la presidencia del Consejo de Administración de la Comunidad gestionó el procedimiento administrativo para la obtención de la delimitación territorial de los linderos,³⁴ el plano topográfico y levantamiento topográfico ante la Subdirección de Comunidades Campesinas y Nativas y la Oficina de Catastro Rural de la Región Agraria XX- Cusco³⁵ en el marco del artículo 3 del Decreto Ley 17716.³⁶

³³Entrevistas y conversaciones informales con los señores Mamerto Mandortupa y Romualdo Lloque, quien asumió el cargo del presidente de la comunidad de Patabamba durante el primer gobierno de Alan García. Tanto el señor Mamerto como el señor Romualdo Lloque sostienen que este último fue quien viajó a Lima para recibir el título comunal.

³⁴De acuerdo a la información personal de los entrevistados Mamerto Mandortupa, Romualdo Lloque y el presidente Henry Champi, la delimitación territorial de los hitos se gestionó durante la administración de los presidentes Alejandro Champi Paucar, en 1986, y de Romualdo Lloque Huamán, en 1988. Así se encuentra señalado en el Acta de Colindancia de la Comunidad Campesina de Patabamba, elaborado por la Unidad Agraria Departamental XX- Cusco. Ministerio de Agricultura. Copia informativa obtenida de los archivos de la Dirección Agraria de Cusco.

³⁵Informe N° 07-87-BTC-SPDTT “Levantamiento de Plano de Conjunto de la Comunidad Campesina de Patabamba” con fecha 13 de enero de 1987. Copia informativa obtenida en los archivos del Ministerio de Agricultura de Cusco.

³⁶“Expediente administrativo sobre Delimitación y Levantamiento de Plano de Conjunto de Territorio comunal iniciado por la comunidad campesina de Patabamba” con fecha 15 de enero de 1987. Copia informativa obtenida en los archivos del Ministerio de Agricultura, de Cusco.

3.4 El proceso de las transformaciones culturales en la comunidad

“Dicen que mamacha da plata [Santa Patrona Virgen Purificada]. Pero si analizas bien, no da plata, sino la pobreza; empobrece a la gente”. (Tito Ojeda. Presidente del Comité de Regantes)

“Por ahí la comunidad un poquito ha avanzado y también [Iglesia Evangélica] era una comunidad de alcoholicos. Alcoholicos eran”. (Mamerto Mandortupa, agricultor y albañil)

La aparición de diversas iglesias protestantes en la comunidad ha tenido un impacto significativo en las tradiciones culturales entre los años ochenta y noventa. Es el caso de la desaparición del sistema de cargos con sus respectivas festividades del calendario católico. Aunque aquella fue paulatina, conforme iba creciendo el número de feligreses evangélicos, hasta su desvanecimiento total de la práctica popular. Según la información recabada, el primer robo (1981) de la corona de la imagen de la Santa Patrona Virgen Purificada (hubo tres robos contra la Capilla Colonial desde el año 1851) marcó un hito dentro del proceso de cambios del patrimonio cultural. En el primer robo, se despojó a la Virgen de su corona de oro además del hurto de otros objetos valiosos como pinturas coloniales de la Escuela Cusqueña que se encontraban en el interior. Desde entonces la fiesta patronal Virgen Purificada del 2 de febrero fue poco a poco eliminada del calendario religioso de Patabamba. A raíz del último robo en el año 2003 se perdió definitivamente como práctica popular.

En la comunidad existen diversas iglesias como la adventista, Asamblea de Dios, Evangélica Peruana, Comunidad Cristiana, entre las principales. Un 60% o 70%, aproximadamente, de los habitantes de Patabamba son seguidores de la Iglesia Evangélica Peruana, mientras que un 30% o 40% se mantienen en la Iglesia Católica. En el año noventa se edificó la infraestructura actual de la Iglesia Evangélica Peruana como muestra de su presencia significativa en la comunidad. En el año 2000, según nos relataron, los seguidores llegaban a un 90%, porque se creía que era el fin del mundo. Esto a manera de anécdota recolectada en la comunidad para ilustrar el nivel de impacto del discurso protestante entre los patabambinos. Sin embargo, pasado el año 2000, el número de feligreses de la Iglesia Católica ha descendido imponiéndose la Iglesia Evangélica.

Los patabambinos, tanto católicos como evangélicos, identifican las prácticas populares de las festividades del calendario católico como un derroche económico de quien tenía el cargo. A ellas se deben además el atraso rural en la comunidad y los malos hábitos como beber alcohol en exceso.

De acuerdo a las informaciones recabadas, la modificación de las tradiciones culturales se enlaza con los siguientes eventos en la comunidad:

Figura N° 3

FACTORES QUE MOTIVARON LOS CAMBIOS CULTURALES	AÑO
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aparición de diversas Iglesias Protestantes 	1980-1990
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El discurso protestante en el imaginario popular 	1990- 2000
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edificación de la Iglesia Evangélica Peruana en los años noventa ante el aumento de los feligreses. 	1990
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desaparición paulatina de las festividades y danzas del calendario católico religioso 	1990 – 2004
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los robos a la imagen patronal de la comunidad. 	1981-2004
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La desaparición definitiva de la fiesta patronal Virgen Purificada con el robo a la capilla colonial. 	2003-2004

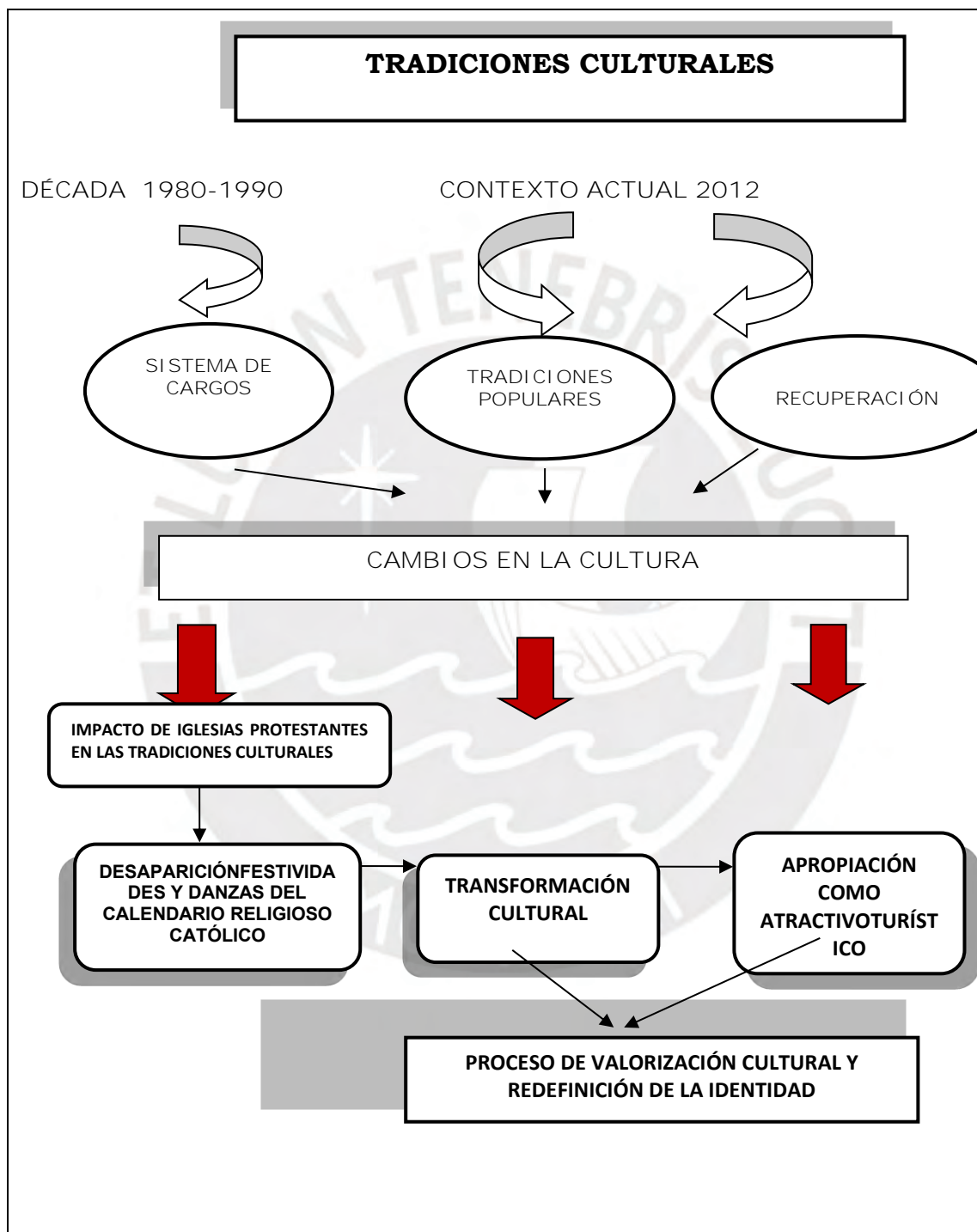
Entre los años 2003 y 2004 tuvo lugar la última fiesta patronal de la comunidad a nivel de prácticas populares; sin embargo, con la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, las manifestaciones culturales del calendario católico religioso fueron reapropiadas con otro significado cultural para convertirlas en atractivo turístico con distintas connotaciones. Estas festividades duraban tradicionalmente entre tres a seis días; ahora han sido adaptadas a las actividades programadas de la ruta de TEJEDORES DE LOS ANDES. De acuerdo con los integrantes entrevistados, algunas tradiciones han sido retomadas como práctica popular por ser atractivo turístico.

Una explicación de los cambios en este proceso de transformaciones del patrimonio cultural en la comunidad debe tomar en cuenta los siguientes hechos:

- Desaparición de fiestas y tradiciones culturales del Calendario Religioso Católico como prácticas costumbristas a nivel comunal.
- Tradiciones culturales que mantienen vínculos con el pasado pero que han atravesado por procesos de innovación ante los cambios socioculturales.
- La apropiación del patrimonio cultural para la puesta en escena de atractivos turísticos.

Figura N° 4

ESQUEMA SOBRE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO CULTURAL DE PATABAMBA³⁷



³⁷ Elaboración propia

A continuación, se describe brevemente cada uno de los cambios del proceso del patrimonio cultural de Patabamba:

▪ **Fiestas y tradiciones populares del calendario religioso católico:**

En la década del ochenta todavía no habían ingresado a la comunidad otras iglesias distintas a la Iglesia Católica. Por tanto, la fiesta Patronal Virgen Purificada y las festividades del Sistema de Cargos eran las tradiciones populares de Patabamba, junto con sus danzas tradicionales (Colla, Saqra, Chuncho, Kanchi, Chuncho; Negrillos, Sacsampillo, Negrillos, Kachampa), hasta antes de la década del noventa en que aparecen las primeras iglesias protestantes en Patabamba.

Figura N° 5

TRADICIONES POPULARES DE PATABAMBA³⁸

TRADICIONES DE PATABAMBA	MES DE CELEBRACIÓN
ALCALDE TARPAY	1 de enero
EL LINDERAJE	Mes de febrero o marzo
CARNAVALES	Mes de febrero
FIESTA DE COMPADRES Y COMADRES	Marzo
WASIKILI	2 de mayo
PACHAMAMA	Mes de agosto
EL MACHUCHAQUE	1 de enero
EL TRIGO HACHAY	Traslado del trigo cantando "hachay"
EL SARAJACHAY	Traslado del maíz en la época de cosecha cantando "hachay"
PAPA TINKAY	En el tiempo del primer fruto de la papa

³⁸Elaboración propia.

Las festividades religiosas del calendario católico que han desaparecido en la comunidad por la influencia de las iglesias protestantes son la Fiesta Patronal de la Virgen Purificada; Cruz Velacuy; "Taytacha" Santísima Cruz; Fiesta de San Marcos; Fiesta de San Juan "Oveja Qonqoy"; el Niño Velacuy.

Figura N° 6

CALENDARIO FESTIVO RELIGIOSO DE PATABAMBA³⁹

FESTIVIDAD	FECHA	TRADICIÓN
Fiesta Patronal Virgen Purificada	2 de febrero	Celebración honor a la Santa Patrona Virgen Purificada
Cruz Velacuy	2 de mayo	Velada a la Cruz la noche anterior, el 2 de mayo
"Taytacha" Santísima Cruz	3 de mayo	Fiesta en honor a la Santísima Cruz
Fiesta de San Marcos	25 de abril	Velada en honor al ganado
Fiesta de San Juan "Oveja Qonqoy"	24 de junio	Velada en honor a las ovejas
Virgen Asunción.	15 de agosto	Fiesta Patronal en honor a la patrona de la provincia de Calca
Virgen del Rosario	17 de octubre	Fiesta Patronal en honor a la patrona del distrito de Taray
Niño Velacuy	24-25 de diciembre	Se velaba al niño toda la noche del 24 de diciembre.

³⁹Elaboración propia.

▪ **Transformaciones culturales que mantienen continuidad con el pasado**

En este punto estamos considerando las manifestaciones de la comunidad que han atravesado procesos de innovación ante los cambios socioculturales y que están siendo recuperadas para la práctica popular y son fuente de la identidad cultural de los patabambinos. Entre las costumbres más citadas se hallan la Fiesta de compadres y comadres; el Linderaje o mojonamiento y la fiesta de carnavales.

Partiendo de una concepción sobre el patrimonio cultural que trasciende la histórica y tradicional de tutela y conservación, consideramos a aquel como un conjunto de bienes tangibles e intangibles con sentidos diversos que establecen lazos de identidad y de memoria colectiva (Sinning, 2004).⁴⁰ Según los testimonios recogidos, se advierte que la tradición de los carnavales ha sido transformada con doble significado. La primera estriba en que la tradición ha sido retomada para convertirse en una costumbre popular en Patabamba con un significado distinto al religioso. La segunda es su conversión en un atractivo turístico según la fecha de coincidencia de los visitantes con el calendario católico. Esta última en función de los intereses de la población que trabaja con las agencias de viajes.

En lo relativo a la primera transformación, los patabambinos han retomado sus danzas con los trajes tradicionales para festejar en el mismo lugar de *Huayllanqaray*. La segunda transformación está relacionada con la duración de la práctica popular de la *Yunsada*, la cual se caracteriza por tumbar un árbol en una plaza. Hace diez años, la festividad solía celebrarse durante todo un día, hoy ha sido reducida a una tarde. De acuerdo con el testimonio que se presenta a continuación se deduce que el cambio de duración de la fiesta debe estar enlazado con las escenificaciones del turismo en la modalidad de turismo vivencial.

Los carnavales ya se habían perdido, ya no había ni la vestimenta, ahora la gente baila otra vez, también ahora bailan con quienes se bailaba antes, ahora van hasta a ese lugar donde se iba antes, iban a Huayllancaray, ahí se encontraban con otras comunidades y hacían un tinkuy; hace diez años así era esa costumbre. Ya se había perdido, iban todavía a ese lugar, pero ya no se ponían con sus trajes típicos; ahora ya también van otra vez con sus ropas típicas, a Huayllanqaray venían los de Paullo, killway, Macay y Siwa con todos ellos se hacía el tinkuyera ahí donde bailaban. (Rosa Mandortupa Champi)

⁴⁰Citado por David Soto Uribe: 2006.

De acuerdo con los testimonios recolectados, la celebración de los carnavales coincidió con la llegada del grupo de turistas y la comunidad revivió la tradicional *yunsada* dos veces. La primera como parte de la tradición popular se celebró todas las tardes y la segunda consistió en una escenificación para el grupo de los visitantes canadienses durante una tarde.

En ambos casos la significación no tiene un contenido religioso. La primera celebración es una demostración de valoración cultural, en tanto la segunda una escenificación por su atractivo turístico. Esta concepción renovada del patrimonio cultural tiene tres sentidos: histórico, estético y uno simbólico que depende de los tiempos y los requerimientos socioculturales. Valor estético por su calidad artística dirigido al turismo cultural como proyecto económico; y valor simbólico por los objetos que representan sentidos distintos a los de sus inicios, transmitiendo ideales e imaginarios culturales con un fuerte poder de identificación y cohesión social (Sinning, 2004:10).⁴¹ En la fiesta de los carnavales en Patabamba se comparte este sentido estético cuando es representado para el turismo, pero un sentido simbólico cuando es retomado por la población como práctica popular.

▪ **Apropiación del patrimonio cultural como atractivos turísticos**

La estrategia de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples es representar las tradiciones culturales del calendario católico religioso como atractivos turísticos. Hasta la fecha, los patabambinos han tenido la oportunidad de revivir las tradiciones de la *yunsada* en carnavales, el machuchaque de la festividad del alcalde Tarpay, la fiesta de San Juan “*Oveja Qonqoy*”; *Cruz Velacuy*; *el ritual de la pachamama*.

Como se ha mencionado líneas arriba sobre la visita de la fiesta de los carnavales en el mes de febrero, el presidente de la asociación nos relató que aprovecharon el contexto para programar dentro de las actividades diseñadas dentro del turismo solidario las danzas de los carnavales como un atractivo turístico para el grupo de los canadienses, quienes recibieron cuatro clases de las danzas del carnaval de parte de las mujeres de la asociación durante su estadía en la comunidad. La estadía culminó con una danza entre locales y visitantes de lo que se conoce como danzas típicas.

En el caso de *Cruz Velacuy*, originalmente esta tradición consistía en velar un día antes de la fiesta Taytacha Santísima Cruz del Sistema de Cargos, que se celebra el 3 de mayo. La celebración primigenia comprendía danza y música en el patio de la Capilla Colonial. Actualmente ha desaparecido esta tradición junto con la práctica *wasikili*, aunque la asociación considera como un atractivo turístico las danzas en el patio durante la noche.

⁴¹Citado por David Soto Uribe: 2006.

En cambio, la práctica del wasiliki⁴² que era una costumbre de los jóvenes (Cruz Velacuy) no ha sido tomada en cuenta para el consumo turístico.

Otra tradición bastante mencionada dentro de los testimonios es la del *Machuchaque* que se celebraba durante la fiesta del alcalde Tarpay. Esta tradición del *Machuchaque*, consistente en derribar a un muñeco se ha perdido como costumbre popular, pero ha sido revivida porque a los turistas les atrae. El muñeco es derribado en medio de una competencia entre dos personas. El espectáculo viene acompañado a manera de animación de un personaje denominado “sargento” con un par de *huaylacas*.

Otro atractivo turístico es el ritual de la *pachamama*, que ha desaparecido de la práctica popular siendo la fecha calendárica el 6 de agosto. El mismo integrante de la asociación, Eugenio Poma, nos relató que contrataron a un experto de la comunidad para representarlo ante los turistas. Para ello se compra en Cusco un conjunto de símbolos en miniatura.

En esta oportunidad, la visita de los turistas también coincidió con la fecha del 24 de junio, día en que se representó con dos turistas la Fiesta de San Juan “Oveja Qonqoy”:

Bueno, en una fecha se nos ocurrió para el 24 de junio, para dos turistas, una pareja. Uno se vistió de mujer y otro de soldado. Haciendo su chiste. Zambo y negra. El hombre jala a un burrito, pero bien adornadito el burrito, cargamos cebada, cantando, con el caporal; con todos los turistas en fila. (Eugenio Poma)

⁴²El *Wasikil* era la tradición que se practicaba en *Cruz Velacuy*: el 2 de mayo, un día anterior a la fiesta de la Santísima Cruz, se velaba la cruz toda la noche en las casas donde el dueño invitaba mate y panecillos a los visitantes que se presentaban en sus hogares con leña para utilizarla como fogata.

CAPITULO 4

EL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE PATABAMBA

4.1 La fundación de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples como decisión en Asamblea Comunal

El inicio del turismo en la comunidad surgió a partir de un pequeño grupo de agricultores de la comunidad⁴³ que prestaban servicios como arrieros para la agencia de viajes VIDA TOURS y TIERRA DE LOS ANDES en el turismo de *trekking*.⁴⁴

Este grupo estaba conformado por Faustino Champi, Mamerto Mandortupa, Eugenio Puma, Guzmán Huamán Champi y Ovaldino. Según nos cuentan algunos de los fundadores, su vinculación con el turismo surgió porque estos cinco campesinos habían trabajado en la construcción del HOSTAL ARQUEÓLOGO de propiedad del francés Joel, quien también administraba la agencia de viajes VIDA TOURS. Un día recibieron la oferta de Joel de acondicionar sus casas para recibir turistas en vista de que su agencia no contaba con más espacio. La agencia VIDA TOURS capacitó a los cinco comuneros para prestar los servicios de arrieros. VIDA TOURS comenzó como muestra con dos casas, la casa de Eugenio Puma y del Sr. Ovaldino, para el alojamiento de turistas que practican el *trekking* y se encontraban de paso por la comunidad de Patabamba dentro de las rutas turísticas de la agencia.

Paralelamente, el proyecto Corredor Puno-Cusco (2001-2010)⁴⁵ trabajaba en la comunidad con la asociación de Aniceta Marcachea para la promoción de la artesanía textil. Uno de los emprendedores, el señor Faustino Champi Paucar, se informó de que el proyecto Corredor Puno-Cusco (2001-2010)⁴⁶ se encontraba operando en la comunidad de Patabamba con la asociación de artesanía "Aniceto Marcachea".

⁴³Los señores Faustino Champi Paucar; Guzmán Huamán Champi; Melquiades Champi Arque; Mamerto Mandortupa son miembros fundadores de la asociación.

⁴⁴Rutas Tambomachay -Huchuycosco; Chincheros-Huchuycosco.

⁴⁵El Proyecto Corredor Puno- Cusco fue ejecutado por FONCODES como parte del Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MIMDES). Además, recibió financiamiento del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) y de una contrapartida nacional del Gobierno Peruano para los distritos de Cusco y Puno.

⁴⁶El proyecto Corredor Puno-Cusco abarcó alrededor de 70,000 km². Las provincias comprendidas de Puno fueron Lampa, Melgar, San Román, Azángaro y Puno. Dentro del área de Cusco, incluyó alas provincias de Canchis, Anta, Acomayo, Calca, Canas, Quispicanchis, Urubamba y la Convención además de las ciudades de Sicuani, Cusco, Calca y Quillabamba.

Este proyecto partió de un diagnóstico de las provincias que conformaban el espacio geográfico del plan. Se observó la existencia de una red urbana-rural y crecimiento urbano dentro del corredor,⁴⁷ que posibilitó el intercambio, la exportación y transacciones comerciales de productos bolivianos en los mercados de Desaguadero, Juliaca y Cusco. No obstante, el ingreso regional no estaba beneficiando de manera equitativa a las comunidades rurales. Por ello, el enfoque del proyecto estuvo dirigido a la asistencia técnica de las asociaciones de pequeños productores, microempresarios y comunidades campesinas dentro de zonas rurales, dedicados a la agricultura para el autoconsumo, la artesanía, la industria de transformación de productos y el turismo.⁴⁸

En este marco, con el apoyo del alcalde del municipio de Coya, se fundó la “Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de la comunidad de Patabamba” el 8 de noviembre de 2002⁴⁹ como una asociación sin fines de lucro después de haber sido aprobada por Asamblea General de la comunidad. Se conformó asimismo la Junta Directiva, integrada por el grupo de personas que estaban trabajando como porteadores y arrieros. El resto de los miembros de la asociación resultaron sorteados, el número máximo de integrantes era de 20 miembros. Asistieron 64 comuneros a la reunión de la Asamblea General.



⁴⁷Esta red urbana- rural entre Cusco- Puno era integrada por Juliaca, Juli, Sicuani, Anta, Urubamba y Quillabamba. Se encontraba articulada por dos vías: la carretera troncal entre Juliaca y Cusco, asfaltada, orientada al servicio turístico, uniendo las ciudades que se encuentran entre los departamentos de Puno y Cusco.

⁴⁸Con respecto a los objetivos, el objetivo general del proyecto fue el incremento de los ingresos rurales del área para contribuir a la reducción de la extrema pobreza, fortaleciendo las capacidades de los productores y pequeños y microempresarios, el acceso a los sistemas de mercados de bienes y servicios mediante la asistencia técnica y el desarrollo de los servicios financieros. Los objetivos específicos: (1) Generar y fortalecer mercados de servicios, en especial de asistencia técnica en función de la demanda. (2) Mejorar la capacidad de gestión de los usuarios del proyecto. (3) Mejorar y ampliar el acceso a información y promoción de oportunidades de mercado para los usuarios del proyecto. (4)

⁴⁹Acta de fundación, 8 de noviembre de 2005. En Estatuto de la Asociación de Trabajadores de Servicios Múltiples de la comunidad de Patabamba. Testimonio de la escritura de la constitución de la asociación. Cusco 4 de diciembre de 2002.

“EN LA COMUNIDAD DE PATABAMBA, COMPRENSIÓN DEL DISTRITO DE COYA, DE LA PROVINCIA DE CALCA Y DEL DEPARTAMENTO DEL CUSCO; SIENDO LAS OCHO DE LA MAÑANA DEL DÍA VIERNES OCHO DE NOVIEMBRE DEL AÑO DOS MIL DOS, POR ENTUSIASMO DE UN GRUPO DE JÓVENES DE ESTA COMUNIDAD SE LLAMÓ A UNA ASAMBLEA GENERAL PARA FORMAR UNA ASOCIACIÓN DE TRABAJO CON LA SIGUIENTE AGENDA:

- (1) CONFORMAR UNA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES;*
- (2) NOMBRAR LA JUNTA DIRECTIVA EN ASAMBLEA GENERAL*

HORA DE CITACIÓN, PRIMERA, 8:00 A.M. SEGUNDA 8:30 A.M. Y TERCERA A LAS 9:00 A.M CON EL NÚMERO DE ASISTENTES SIENDO LAS OCHO Y VEINTE MINUTOS DE LA MAÑANA SE DIO INICIO A LA ASAMBLEA CON LA ASISTENCIA DE SESENTA Y CUATRO (64) COMUNEROS, CUARENTA Y TRES (43) HOMBRES Y VEINTE Y UNO (21) MUJERES, PRIMERO, EL PROFESOR MARIO CASTILLO PALOMINO, EN CALIDAD DE ASESOR INFORMÓ TODO LO REFERENTE A LA ORGANIZACIÓN DE ESTA ASOCIACIÓN Y SUS VENTAJAS, LUEGO EL SEÑOR FAUSTINO CHAMPI PAUCAR, AMPLIÓ ESTA INFORMACIÓN Y EL OBJETIVO DE LA FORMACIÓN DE ESTA ASOCIACIÓN: LUEGO DE UN DEBATE POR MAYORÍA SE APRUEBA EL NOMBRE PLANTEADO COMO “ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES EN SERVICIOS MÚLTIPLES DE LA COMUNIDAD DE PATABAMBA POSTERIORMENTE SE ELIGIÓ LA JUNTA DIRECTIVA, PARA LO QUE PROPUSO JUAN DOMINGO PAUCAR, MANIFESTANDO QUE LA JUNTA DIRECTIVA ESTÁ CONFORMADO POR PERSONAS DE LOS DOS GRUPOS QUE YA ESTÁN TRABAJANDO COMO PORTEADORES Y ARRIEROS (...)”⁵⁰

A juzgar por las actividades mencionadas en el artículo 2 del estatuto de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de la Comunidad de Patabamba”, la comunidad no tenía experiencia en turismo, salvo los casos particulares de un grupo de personas que trabajaban como porteadores y arrieros. Por tanto, la asociación se constituye para realizar las labores tradicionales de las comunidades campesinas.⁵¹

Posteriormente, entre los años 2005 y 2006, la asociación ganó un pequeño fondo presupuestable del proyecto del Corredor destinado a la asistencia técnica⁵² de actividades de turismo vivencial.

⁵⁰ Acta de fundación. 8 de noviembre de 2002. En: Testimonio de la escritura de constitución sin fines de lucro con fecha 4 de diciembre de 2002.

⁵¹ Arrieros (1); Porteadores (2); Conservacionistas del Medio Ambiente (3); Artesanía (4); Crianza de Ganado vacuno y ovino (5); Crianza de animales menores (6); Apicultores (7); Pisciculturas (8); Explotación de Yeso (9); Trabajo en piedra (10); horticultura (11).

⁵² La asistencia técnica cofinanciada del proyecto se orientó a los pequeños productores y microempresarios rurales para actividades de turismo vivencial, rescate de iconografía textil, rescate de

La asociación recibió el cofinanciamiento de los COMITÉS LOCALES DE ASIGNACIÓN DE RECURSOS CLAR a cambio de un 20% de contrapartida, debido a que el procedimiento administrativo del proyecto consistía en la transferencia de recursos en efectivo a la cuenta de la Organización Campesina en un Banco o Caja Rural/Municipal del sector financiero formal, para que aquella contratara libremente en el mercado los servicios de asistencia técnica. En el caso de la Asociación de Trabajos en Servicios Múltiples, el fondo presupuestable se invirtió en el mejoramiento de las viviendas de algunos socios, y en la asistencia técnica de los consultores Mario Anaya y Clever Marka.

Ambos, eran promotores de la Red Pacha Pacarec de Turismo Vivencial como parte de las acciones del proyecto Corredor Puno-Cusco, conformada por las comunidades de la Asociación de Turismo Vivencia Racchi, Raíces Inkas, Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba, Empresa de Turismo Vivencial Uros Kantati y la Asociación de Porteadores del Valle Ausangate. En el 2006, el proyecto Corredor Puno-Cusco, promovió la formación de la primera red de turismo rural Red Pacha Pacarec, que se mantuvo hasta el 2010 con el apoyo económico del Estado. De esta forma, Patabamba se convirtió en una ruta turística para las agencias de viaje u operadores. El francés Johel Abrans descubrió, por ejemplo, nuevas rutas de senderismo en la comunidad (Beatriz Pérez Galán:2012). Ello, pese a que Patabamba no se encontraba dentro del circuito comercial turístico para los intereses del Estado.

4.1.1 Actividades de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples

a) El proyecto Corredor Puno-Cusco

Dentro del marco del Proyecto Corredor Puno-Cusco se realizaron capacitaciones y concursos en la comunidad. En el año 2005 la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples ganó un fondo presupuestable (CLAE) para implementar un proyecto de Turismo Vivencial.

1. Un Video producido por el proyecto de desarrollo Corredor Puno-Cusco y FIDA. Se trató de un cortometraje denominado "Patabamba Pallay-Entretejiendo Pasado y Futuro".⁵³
2. Una Pasantía a Racchi.
3. Capacitaciones en Sicuani sobre gestión empresarial.
4. Capacitaciones en gastronomía.
5. Capacitaciones en interpretación ambiental.

vestimenta tradicional, rescate cultural patrimonial; producción y comercialización de artesanía textil y alfarera, entre otras.

⁵³Recibió un premio en el Festival Nacional y Primera Muestra Internacional de Cortometrajes FENACO, 2004. Citado al pie de página por Beatriz Pérez Galván. En: "El Patrimonio Inmaterial en proyecto de desarrollo territorial en Comunidades Indígenas de los Andes Peruanos" (2008, p. 24).

6. Concursos y premios en gastronomía e interpretación ambiental.
7. Conformación de la RED PACHACAREC sobre turismo vivencial entre las comunidades de Patabamba, Cacchicata, Racchi, Khantati.

b) Obras comunitarias

1. **EL SALON COMUNAL:** El local es el resultado de la gestión entre la agencia de viajes VIDA TOURS y la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples. La agencia apoyó con los materiales (vidrio y el entablado) y la asociación, con una contrapartida, que consistió en mano de obra y servicios.
2. **La Biblioteca Comunal:** La implementación fue parte de la gestión Johel Evrans de la agencia de viajes VIDA TOURS.
3. **Servicio de Internet:** En el marco del proyecto Corredor Puno-Cusco, la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples ganó un concurso cuyo fondo se implementó para obtener las computadoras. La asociación brindó el segundo piso del Salón Comunitario para el servicio de Internet, en donde funciona en la actualidad a partir de las 6:00 p.m.
4. **Comedor y cocina de la escuela:** La Asociación consiguió un fondo presupuestal de la fundación RUNA, que forma parte de la Agencia de viajes francesa ALPAWASI. Gracias al proyecto financiado, se implementó el comedor y la cocina de la escuela.
5. **Implementación de la biblioteca escolar:** Con el financiamiento aportado por la asociación RUNA y la agencia de viajes ALPAWASI, se compraron más de 250 libros para la biblioteca de la escuela secundaria.
6. **Proyecto de construcción de un muro de la escuela de la comunidad:**
Con el aporte solidario de 1500 soles donados por un grupo de 30 canadienses que se alojó en la comunidad en el mes de febrero (2012), por intermediación de la agencia de viajes CHASKI AVENTURA, se realizó la construcción de un muro en la Escuela de la comunidad I.E. 50190.
7. **Alquiler de la loza deportiva:** El presidente de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, Rosalío Mandortupa, refirió que cuando se recibe a un grupo de turistas, este hace unaporte de 10 dólares a la comunidad para realizar el juego de fútbol tradicional programado dentro de la Ruta “Tejedores de los Andes”.

4.1.2 La desarticulación de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples

Tanto la Red Pacha Paqarec y la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba tuvieron una participación activa mientras duró el proyecto Corredor Puno-Cusco. Cuando terminó este, en el año 2008, tanto la red como la asociación sufrieron una desestabilización organizacional y ocurrieron los siguientes sucesos:

- La Red Pacha Paqarec se transforma en la Agencia de Viajes CHASKI AVENTURA
- La Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples se debilita cuando el presidente de la Junta Directiva deja el mando para independizarse con su propia empresa familiar.

Actualmente la Red Pacha Paqarec se encuentra desactivada, aunque el nombre continúe legalmente junto con su página web *on line*. Cuando estaba finalizando el proyecto del Corredor, la asociación decidió registrar a la red como empresa a nombre de Clever Marca y Mario Anaya porque la Red Pacha Paqarec estaba constituida como una asociación sin fines de lucro. La red se volvió agencia de viajes y sus principales accionistas, los articuladores y consultores del proyecto Corredor arriba mencionados, Clever Marca y Mario Anaya.

Por su parte, los socios expresaron que la Asociación se debilitó cuando el presidente de la Junta Directiva, Faustino Champi, abandonó su cargo directivo para trabajar independientemente, conformando una empresa familiar con su hermano Henry Champi, el actual presidente de la comunidad. Al presente, Faustino Champi ha adaptado su vivienda como albergue turístico para viajeros y/o turistas de *trekking* gracias al apoyo de TIERRA DE LOS ANDES, la agencia de viajes con la que trabaja.

4.2 Estrategias de la población para el posicionamiento de patabamba como producto turístico en la actualidad

El día de hoy, la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba está pasando por un proceso de fortalecimiento organizacional después de que en el 2011 fuera un año crítico, pues corrieron el riesgo de desaparecer como grupo. La crisis organizacional surgió cuando el segundo presidente de la Junta Directiva, Eugenio Puma Pariguana, permitió su desestabilización al priorizar sus funciones políticas (regidor en el distrito de Coya) en vez de dedicarse a la activación de la asociación.

A partir del año 2012, los socios activos restantes de la asociación decidieron reorganizar la Junta Directiva nombrando a Rosalío Mandortupa como nuevo presidente.

En la comunidad se pueden distinguir dos tipos de actores locales de acuerdo con el poder en términos de capital social y capital económico para manejar los bienes y servicios turísticos de Patabamba. Justamente, el primer tipo de actor (es decir, los actores que tienen el monopolio del turismo) son los que se benefician de la actividad mientras en el segundo tipo de actor está constituido por los diferentes grupos de artesanas, quienes con su trabajo de reinversión de tejido se encuentran aportando a la revaloración de los recursos culturales para el turismo.

Por otro lado, recientemente, la Junta Directiva de la comunidad ha conformado un Comité de Turismo a nivel comunal con fines de promoción y recepción para el asesoramiento profesional para lograr aumentar el flujo de visitantes. El siguiente cuadro propone dos tipos de actores de acuerdo al grado de poder, por sus vinculaciones con las agencias de viajes, operadores turísticos y el mercado.

Primer tipo de actores: Actores con capital social y económico

Segundo tipo de actores: Artesanas emprendedoras sin vinculaciones con el mercado

Figura N° 7

PRIMER TIPO: Actores con el monopolio del turismo	
La Asociación de Trabajadores de Servicios Múltiples de Patabamba	Dentro de la misma organización, existen integrantes en desiguales condiciones, tanto en capital económico y social para obtener beneficios equitativamente mediante el turismo.

Centro de Textiles Tradicionales de Cusco (CTC)	La Articuladora concentra el monopolio del tejido en 9 comunidades de Cusco, entre las que se incluyen Patabamba. Sus tejedoras trabajan en condiciones serviles de explotación porque no cuentan con capital social para vincularse a los mercados de manera independiente.
Albergue-empresa familiar Champi	Integrada por los hermanos Faustino y Henry Champi, el presidente de la comunidad. Uno de los hermanos cuenta con un albergue para 15 personas
Arrieros con viviendas adaptadas para el hospedaje	Dentro de la misma asociación, se advirtió la presencia de la familia Mamerto Mandortupa y Dominga Lloque, quienes son miembros activos de la asociación, además de contar con redes de contactos propios con agencias de viajes para brindar servicios de alojamiento y arriaje a los turistas de <i>trekking</i> . La familia Melquiades y la de Antero Champi trabajan a su vez con la agencia Tierra de los Andes
Comité de turismo	Dentro de la Junta Directiva de la comunidad, conformada por el presidente Faustino Champi; Mamerto Mandortupa con el cargo de secretario; Antero Champi, el de tesorero. Todos tienen el capital social para trabajar con la agencia de viajes Tierra de los Andes.
SEGUNDO TIPO: Actores emprendedores culturales	
<p style="text-align: center;">Grupos de artesanas</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inca Ayllu ▪ LLAPAN PALLAY YACHAQ ▪ Artesanas integrantes de la Asociación de Trabajos en Servicios Múltiples de Patabamba. 	Conformado por diferentes grupos de artesanas, algunas participan en más de una organización, quienes forman parte de la comunidad. Esta, mediante la apropiación cultural, está convitiendo la artesanía textil en capital comunitario para el turismo sostenible.

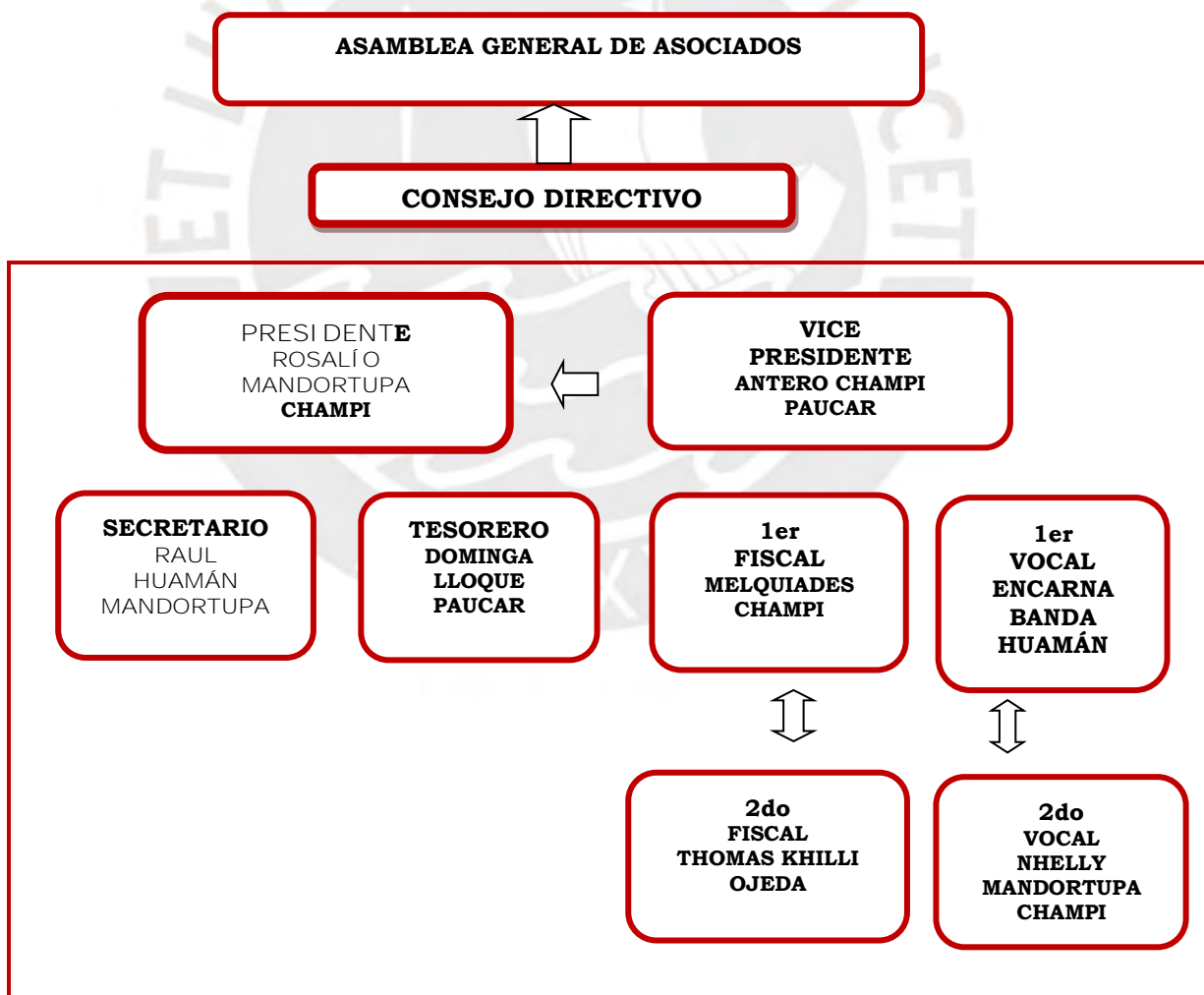
4.2.1 Participación del primer tipo de actores relacionados al turismo

A. La Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples en la comunidad de Patabamba

Se trata del primer actor en importancia en el presente estudio por los recursos culturales y tradiciones asociados con el turismo rural. El presidente de la asociación es Rosalío Mandortupa, quien ha asumido el cargo y adquirido los estatutos de la asociación, por lo que recién se encuentra gestionando legalmente la actualización de la directiva. Conforman un total de quince familias empadronadas, un total de aproximadamente 30 personas, entre esposos, esposas e hijos.

Figura N° 8

ORGANIGRAMA INTERNO DE LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES EN SERVICIOS MÚLTIPLES EN LA COMUNIDAD DE PATABAMBA⁵⁴



⁵⁴Elaboración propia.

1) El registro en el libro de padrón de socios

En el registro de libros se encuentran registradas 15 familias en representación de los 30 socios, entre hombres y mujeres. Por familia se empadrona una persona.

EMPADRONAMIENTO POR FAMILIAS

SOCIOS	Número de Socios
Número de familias empadronadas	15 familias
Total, de socios participantes	30 socios

Los integrantes registrados en el libro de padrón de socios en la asociación son los siguientes:

REGISTRO EN EL PADRÓN DE SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES EN SERVICIOS MÚLTIPLES DE LA COMUNIDAD DE PATABAMBA⁵⁵

N°	Nombre de socios registrados
1	ROSALÍO MANDORTUPA CHAMPI
2	ANTERO CHAMPI PAUCAR
3	ENCARNA BANDO HUAMÁN
4	NELLY MANDORTUPA CHAMPI
5	DOMINGA LLOQUE PAUCAR
6	ROSARIO MANDORTUPA PAZO
7	ESTANISLADAMANDORTUPA
8	THOMAS KQUILLI OJEDA
10	EUGENIO PUMA PARIGUANA
11	ROSALÍA OJEDA CHAMPI
12	MARUJA MANDORTUPAKHILLI Y ESPOSO JULIO
13	MAMERTO MANDORTUPA CHAMPI
14	LEONARDA CHAMPI
15	RAUL HUAMÁN MANDORTUPA

⁵⁵Fuente: Rosalío Mandortupa. Presidente de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples.

2) El manejo de los fondos económicos de la asociación

Los beneficios económicos dentro de la asociación son distribuidos por turnos rotativos de acuerdo al padrón de la lista. Mediante la modalidad de turismo vivencial, la agencia de viajes distribuye entre uno o dos turistas para cada una de las viviendas de los socios. Estos ya no pueden recibir huéspedes en el siguiente grupo de turistas que gestione la asociación con la agencia de viajes. Los ingresos económicos de la asociación son repartidos directamente a las familias: un 10% o 20% se destina para los fondos de la asociación.

Se distribuye de acuerdo al padrón, la lista. Digamos son diez pasajeros. Dentro de la asociación estamos varón y mujer, esposo y esposa estamos como quince o dieciséis personas. Somos totalmente 10 u 8. Así no más somos, en total. Entonces, por ejemplo, para mí, no alcanza, yo no puedo estar resentido. Yo soy último en la lista. El primero es el que va tener sus dos turistas o uno o dos; dependiendo del grupo si quieren dormir dos o uno en el cuarto. La vez pasada el turismo participativo, el turismo solidario a uno le tocaba a cada familia. En cambio, otros grupos vienen. Mayormente vienen dos. Si es dos no alcanza para mí, lamentablemente tengo que dar para posterior, yo no puedo estar resentido...las personas que han recibido, en la próxima ya no pueden recibir ellos. (Mamerto Mandortupa)

3) Servicios de hospedaje en las viviendas de los socios de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba

Uno de los requisitos para formar parte de la asociación es tener su vivienda adaptada para alojar turistas. Por tal motivo la comunidad dispone de 15 viviendas listas de 140 familias, ya que no toda la población cuenta con recursos económicos. Por ello, el turismo se convierte en el privilegio de una élite de comuneros que posee habitaciones disponibles para alojamiento dentro de sus viviendas. El tipo de servicios de hospedaje ofrecido es el resultado entre la asociación y las agencias de viajes CHASKI AVENTURA, JOURNAL EXPERIENCE TRAVEL, ANTIPODE. En total suman 15 viviendas con dormitorios de dos a cinco camas.

4) Las Rutas turísticas

RUTAS OFRECIDAS POR LA ASOCIACIÓN TRABAJADORES EN SERVICIOS MÚLTIPLES

RUTAS	DESTINO	DÍAS	AGENCIA
CAMINO DEL CHASKI	SAN BLAS- HUCHUYCOSCO	3 días y 2 noches	CHASKI AVENTURA.
SENDERO DE LOS MIRADORES	TIPON-LAGUNA SECA- HUCHUYCOSCO- CHINCHEROS	4 días y 3 noches	CHASKI AVENTURA y ANTIPODE
TEJEDORES DE LOS ANDES	PATABAMBA- LAGUNA CORICOCHA	1 día y 1 noche	CHASKI AVENTURA Y ANTIPODE

- **CAMINO DEL CHASKI: SAN BLAS-HUCHUYCOSCO”**

En este paquete se ofrece *trekking* y turismo vivencial. En total son 3 días y 2 noches. El primer día, *trekking* desde San Blas, de las seis de la mañana a las cuatro de la tarde. Llegan hasta el sitio arqueológico de HUCHUYCOSCO (*trekking*). El segundo día se ofrece a los turistas turismo vivencial.

- **SENDEROS DE LOS MIRADORES: TIPON-LAGUNA SECA HUCHUYCOSCO-CHINCHEROS**

Consiste en un paquete de *trekking* de 4 días y 3 noches. En el primer día, los arrieros de Patabamba van caminando para recoger al grupo de turistas con caballos de emergencia hasta Tipon. Desde Tipon, el grupo viene caminando hasta LAGUNA SECA en donde duermen la primera noche. En el segundo día, se continúa la caminata hasta HUCHUYCOSCO, lugar donde hacen campamento. El último día se dirigen a Chincheros.

- **TEJEDORES DE LOS ANDES: PATABAMBA-LAGUNA CORICOCHA**

Consiste en un paquete especializado de la modalidad de turismo vivencial durante 1 día y 1 noche. En el primer día se ofrece artesanía y agroturismo. El segundo día los turistas hacen una cabalgata hasta la laguna de CORICOCHA. Luego se retorna a Patabamba para almorzar. La jornada culmina con “deporte tradicional”: fútbol entre socios y turistas con ropas típicas, tanto mujeres como varones, en la loza deportiva de la comunidad. La ruta Tejedores de los Andes culmina con la cancelación de la tarifa, entre 60 y 68 dólares por persona.

5) Tarifas establecidas por la asociación

TARIFAS DE SERVICIOS Y PRODUCTOS

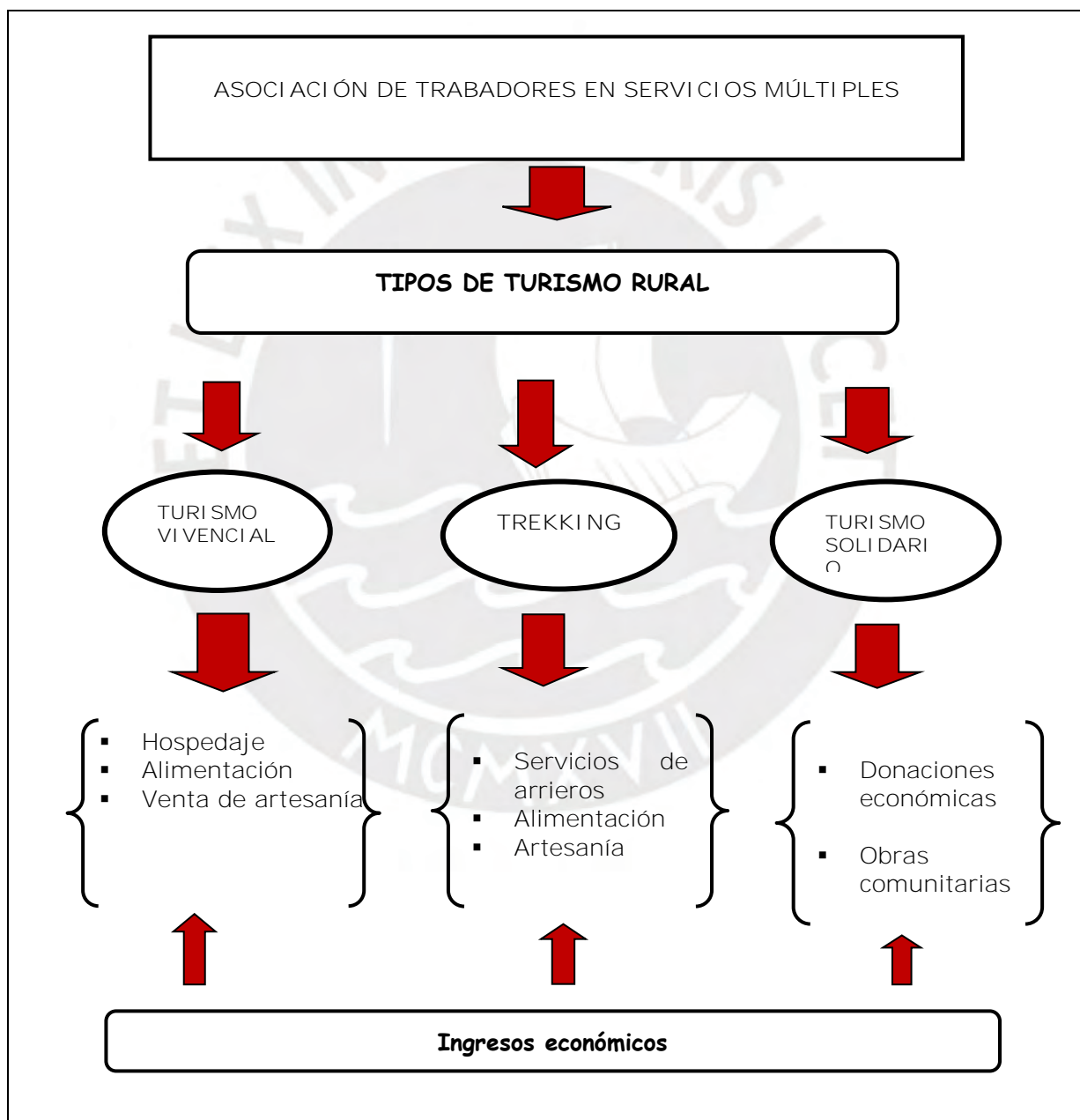
CONCEPTO	TARIFA
Habitación por cama	Entre 10 y 12 dólares
Alimentación (desayuno, almuerzo, cena)	Entre 18 y 20 dólares Almuerzo- 6 dólares Desayuno- 4 dólares Cena- 6 dólares
Turismo vivencial	48 dólares
Pachamanca	10 dólares
Servicios de arriero	30 soles
Prestación de servicios de caballo	30 soles
Jefe de arrieros	35 soles

6) Tipos de Turismo Rural: productos y servicios

Se plantea el esquema siguiente del flujo económico generado por los productos que se ofertan en Patabamba mediante la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples.

Figura N° 9

TIPOS DE TURISMO RURAL Y FLUJO ECONÓMICO⁵⁶



⁵⁶ Elaboración propia.

Mochileros (turistas de trekking) en la calle principal de la comunidad



Foto: María Pati

B. Centro de Textiles Tradicionales de Cusco (CTTC)

Centro de Textiles Tradicionales de Cusco (CTTC) es un agente externo, su articuladora es Nilda Cañallaupa, comerciante de Chincheros, quien luego de conocer los productos artesanales de Patabamba (muñecas tejidas)⁵⁷, trabaja con las artesanas de la comunidad.

En 1992, Nilda Cañallaupa organizó a las mujeres de la comunidad, las que en un inicio conformaron un grupo de 80 mujeres entre jóvenes, adultas y ancianas, y fueron capacitadas en el aprendizaje del tejido mismo, la elaboración de los diseños ornamentales, la combinación de las tonalidades de los colores con plantas naturales.

⁵⁷ Los informantes entrevistados también identifican al comunero Venicio Champi como el iniciador de la artesanía textil en la comunidad a raíz de la exposición de unas muñecas tejidas con trajes típicos de Patabamba que despertaron el interés de la comerciante Nilda Cañallaupa en una feria artesanal en Chincheros.

Diversos aspectos de la artesanía textil para ser mejorada la calidad y ser más atractivos en el mercado. Hasta esa fecha no existía la artesanía textil como actividad económica, especialmente para las mujeres, debido a que por falta de tiempo se dedicaban a sus labores agrícolas para el sustento familiar. Con la finalidad de mejorar la calidad de vida familiar, la promotora y comerciante de Chincheros en mención ingresó a la comunidad. Sobre ello, recuerda Sabina Ojeda, una de las integrantes que ha permanecido desde los inicios hasta la actualidad:

(...) Más bien ella [Nilda Cañallaupa] nos dijo tejan, yo les voy a comprar y tal vez con eso siquiera van a educar a vuestros hijos porque ustedes no tienen posibilidades para que eduquen a sus hijos y lo que trabajan [en la agricultura] no cuesta mucho así nos dijo. Por eso a la fuerza tejemos como ella nos compra con precio lo que vale, con eso nomás la mayoría educamos a nuestros hijos (...).

La artesanía textil se ha convertido así en una actividad económica para las mujeres quienes cuentan con un local en la comunidad porque representa al grupo de artesanía más antiguo que ha aportado al rescate de los trajes tradicionales. La historia de la recuperación de los tejidos consistió en un diagnóstico de los diseños más antiguos de las abuelas, algunos se encontraban en el olvido. En esta tarea participaron las señoras mayores contribuyendo a la reinterpretación de los diseños. Inicialmente estas mujeres fueron contratadas para capacitar a las artesanas novatas que habían ingresado al grupo sin la práctica del tejido.

Solo muy pocas sabían tejer por herencia familiar, pero hacían solo diseños menudos. La recuperación de los tejidos no solo supuso la reinterpretación de los diseños y capacitaciones, también la perfección en la calidad, tonalidades, textura y los acabados de las mantas.

Local de Tejedoras del Grupo Centro de Textiles Tradicionales



Foto: Vanessa Verástegui



Artesanas de Centro Textiles vistiendo traje tradicional un día lunes de reunión de las socias



Foto: Vanessa Verástegui



Rufina vistiendo traje tradicional el día lunes,
Integrante de CTC



Rufina con ropa de mestiza

C) Actores que presentan servicios de hospedaje y comida

1) Albergue empresa- familiar

Corresponde al hospedaje controlado por el presidente del Comité de Turismo (Faustino Champi) y su hermano Henry Champi, presidente de la comunidad, con las agencias VIDA TOUR; TIERRA DE LOS ANDES, TIERRA ANDINA. Ellas le han brindado la orientación y el apoyo para el acondicionamiento de las habitaciones de su albergue turístico. Ambos están al frente de la mejor vivienda de la comunidad en términos de acabado, número de habitaciones, disponibles para 15 personas, y un comedor.

Albergue de propiedad del Faustino Champi. Presidente del Comité de Turismo.



Foto: Vanessa Verástegui Ollé

2) Arrieros con sus viviendas adaptadas por el servicio de hospedaje

Corresponde al hospedaje que ofrecen los socios arrieros que, al mismo tiempo que forman parte de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba, prestan servicios de hospedaje y alimentación a turistas de *trekking* contactados a través de las agencias de viaje, por cuenta propia o por intermediación de los operadores de turismo. Este es el caso de los socios Antero Champi Paucar, Eugenio Puma Pariguana, Melquiades Champi Arque, Mamerto Mandortupa. Sobre ello, algunos integrantes de la asociación nos han expresado su malestar, porque promueven la desorganización y el individualismo al tratar de sacar provecho por todos los medios del flujo de visitantes y/o turistas que llegan a la comunidad de Patabamba mediante el *trekking* o el turismo participativo.

Vivienda de familia Mamerto Mandortupa y Domingo Lloque



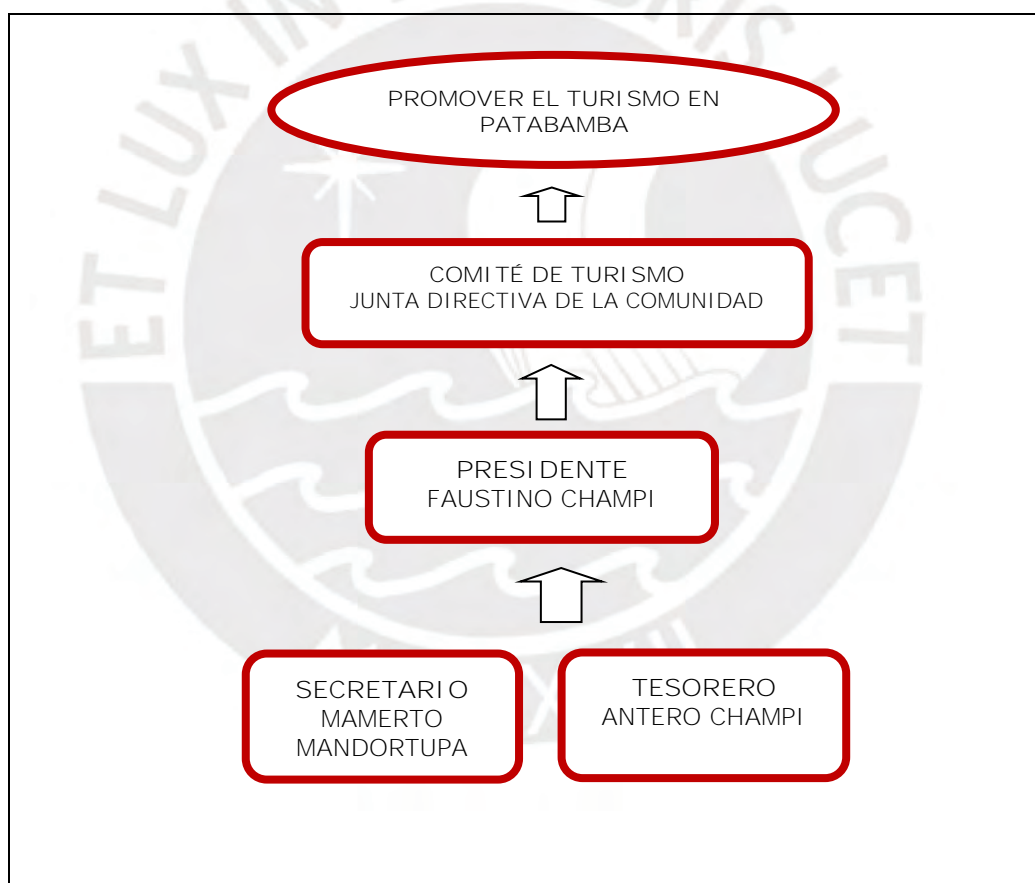
Foto: Vanessa Verástegui

D) El Comité de Turismo de la Junta Directiva de la Comunidad

Recientemente, en el presente año (2012), se aprobó, por asamblea general la conformación de un comité de turismo para la organización de los diversos grupos que operan en torno a esta actividad. De acuerdo a la información brindada por un miembro de la Junta Directiva de la comunidad, el nuevo Comité de Turismo, se encontraría estructurado tal como se presenta en el siguiente organigrama:

Figura N° 11

ESQUEMA: ORGANIGRAMA DEL COMITÉ DE TURISMO DE PATABAMBA⁵⁸



⁵⁸Elaboración propia.

4.2.2 Participación del segundo tipo de actores: Grupos de artesanas emprendedoras de la comunidad

A) Artesanas de la Asociación de Trabajos en Servicios Múltiples de Patabamba

Dentro de la Asociación de Trabajos en Servicios Múltiples de Patabamba se encuentran 10 artesanas que alternan sus labores de tejido, agricultura y pastoreo con la prestación de servicios turísticos como la puesta en escena de tradiciones, hospedaje y alimentación. Al mismo tiempo, algunas de ellas participan en el grupo de LLAPAN PALLAY PACHAC.

La organización de las artesanas dentro de la asociación está conformada por dos grupos que trabajan rotativamente cuando reciben un número significativo de turistas. En el primer grupo se encuentra Estanislada Mandortupa, primera responsable; Dominga Lloque Paucar es la responsable del segundo grupo. La falta de comercialización e inserción en el mercado constituye una debilidad para este conjunto de tejedoras, quienes solamente venden sus productos a través de la ruta de TEJEDORES DE LOS ANDES o del turismo vivencial participativo:

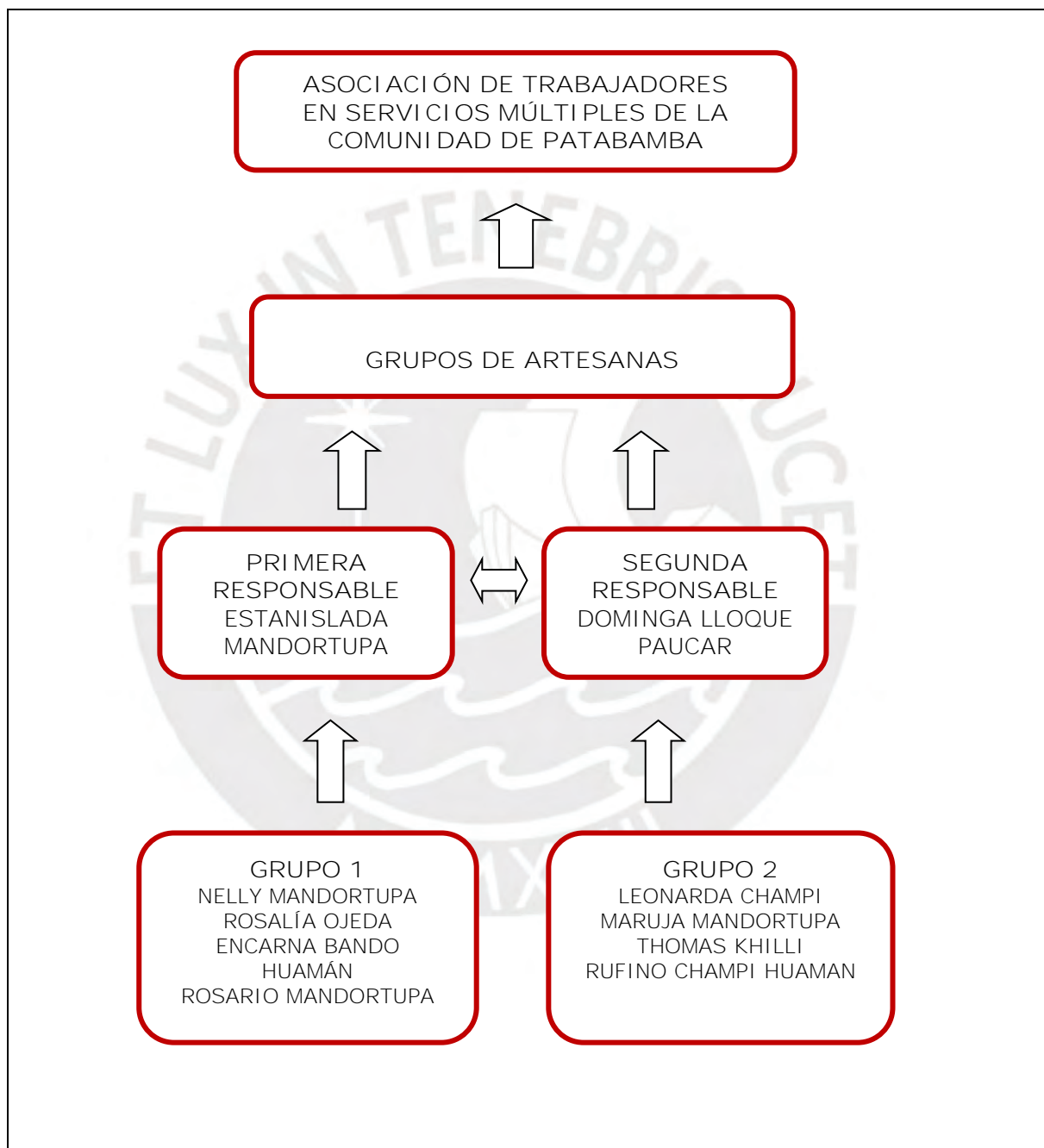
Mujeres artesanas tejiendo en un día cotidiano de sus labores en la vivienda de una de las integrantes de la asociación, Rosalía Ojeda



Foto: Vanessa Verástegui

Figura N° 10

ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN DE LAS ARTESANAS EN LA ASOCIACION⁵⁹



⁵⁹Elaboración propia.

B) Grupo de artesanas LLAPAN PALLAY YACHAQ

Llapan Pallay Yachaq es otro grupo de artesanas conformado por 13 socias cuya presidenta es Rosalía Ojeda Champi, también integrante del primer grupo de las tejedoras de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba.

El grupo Llapan Pallay Yachaq surgió en el año 2007 promovido por la ONG CARITAS, que reunió a 30 tejedoras de la comunidad para capacitarlas en su trabajo de artesanía textil. Producto de su trabajo, las integrantes del grupo cuentan con máquinas a telar y máquinas de coser, donadas por la ONG Caritas y también adquiridas con el financiamiento de un proyecto ganado por el mismo grupo.

Sin embargo, desde que Caritas se retiró de la comunidad en el año 2010 no reciben apoyo de ninguna otra institución. Actualmente, se ha reducido el número de sus integrantes a 13 artesanas. Estas se reúnen todos los jueves en las instalaciones del Salon Comunal. Pese a no recibir apoyo institucional, el grupo mantiene las relaciones de reciprocidad bajo un modelo de organización comunal, según nos afirman tanto Estanislada Mandortupa como Gliseria:

(...) Caritas ha venido el 2010 desde ahí estamos así, como te estamos diciendo, cada una trabaja con lo que sabe y a veces si una compañera no puede entre nosotras nos ayudamos, a veces también trabajamos en ayni para urdir nuestros tejidos, a veces una solo no puede pues, así trabajamos nosotras compañera en nuestra asociación. (Gliseria, artesana)

A diferencia del Centro de Textiles Tradicionales, ellas gestionan autónomamente su organización bajo la dirección de su presidenta Rosalía Ojeda Champi, tanto para la colocación de sus productos como en la redistribución de los ingresos. Los productos se entregan mensualmente a un local donado por CARITAS en la misma ciudad de Cusco cerca del Museo Inca. Ellas perciben mayores ingresos que dentro de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples. A diferencia del Centro de Textiles Tradicionales, donde sus tejedoras solo ganan el costo de la producción, en CARITAS la presidenta reparte toda la ganancia a la dueña de la producción textil. Sin embargo, los ingresos en el grupo de Llapan Pallay Yachaq no son constantes porque la venta de los tejidos depende de la demanda y la calidad de los mismos.

(...) además es el único lugar donde vendemos nuestros productos. En Servicios Múltiples no vendemos casi nada a veces nomás (...). (Estanislada Mandortupa)

La práctica del tejido ha convertido a la artesanía textil en fuente de ingresos en la comunidad de Patabamba, especialmente para las mujeres, quienes dedican parte de su tiempo a esta actividad.

No obstante, la concentración de la artesanía textil en una persona ha llevado al empoderamiento de las artesanas más expertas que participan de manera independiente en otras organizaciones del mismo rubro. Dada la experticia y la actual imagen de Patabamba como una comunidad de tejedores, ello promete convertir a la artesanía textil en un producto con valor comercial. No obstante, las debilidades residen en la falta de recursos estratégicos de las artesanas locales para descentralizar los beneficios y posicionar sus productos en circuitos de comercialización, tanto en la esfera nacional como en el ámbito internacional.

Asimismo, la artesanía textil está revalorando la identidad cultural en la población local, ya que el Centro de Textiles Tradicionales de Cusco promueve desde la niñez la continuidad de esta práctica de tradición familiar mediante capacitaciones a las más jóvenes de la comunidad. La artesanía textil de Patabamba se puede convertir en una marca cultural de valor patrimonial si logra ingresar al mercado global.

Artesanas del grupo LLAPAN PALLAY YACHAQ. Tejiendo con la técnica tradicional “telar a cintura”



Foto: Vanessa Verástegui

4.3 Relaciones entre la comunidad y los actores no locales vinculados al turismo rural

4.3.1 Actores locales de la comunidad y actores no locales

Las redes de capital social se muestran en la red de actores en donde se representan a los actores locales de la comunidad y los agentes externos vinculados con el turismo rural (figura N° 12).

Como actores locales se indica a la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba; un albergue de la empresa familiar; las organizaciones de artesanas LLAPAN PALLAY YACHAQ; INCA AYLLU; las tejedoras del CTC y el Comité de Turismo.

Como agentes externos, la ONG FUNDACIÓN CODESPA; Centro de Textiles Tradicionales de Cusco-CTC; y los operadores turísticos y agencias de viajes; entre ellos; CHASKI AVENTURA, TIERRA ANDINA. TIERRA DE LOS ANDES; ANTIPODE. VIDA TOURS, JOURNAL EXPERIENCE TRAVEL; CUSCO MITICO; ALPAWASI.

A primera vista, se percibe que existen organizaciones de artesanas emprendedoras locales; no obstante, solo las producciones tejidas para el Centro de Textiles Tradicionales de Cusco son las que se encuentran insertas a los circuitos comerciales de mercado. Ello debido a que las normas internas obligan a la exclusividad de sus trabajadoras, no pudiendo establecer relaciones independientes con otras entidades comerciales. No es el caso de los grupos de artesanas emprendedoras arriba mencionadas; quienes participan en más de una organización a fin de obtener ingresos de diferentes lados. Un ejemplo de ello, son las tejedoras de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba, pues algunas de sus integrantes forman parte también en distintas organizaciones artesanales.

Otro agente externo es la Cooperación Internacional mediante la ONG FUNDACION CODESPA, que se encuentra actualmente gestionando un proyecto de turismo sostenible con la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba. Mientras que la asociación de CARITAS ya terminó su proyecto de desarrollo con las artesanas de LLAPAN PALLAY YACHAQ. Otras asociaciones (Asociación Runa, Alpawasi) apoyan como turismo solidario a la asociación a través de pequeños proyectos que gestiona su actual presidente.

Por otro lado, se muestra que dentro de este esquema son tres los actores locales que concentran el poder y monopolizan la actividad turística con las agencias de viajes: el albergue de la familia Champi; los arrieros y la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba. Todos ellos se hallan más interrelacionados, porque sus integrantes también son arrieros; algunos prestan servicios de hospedaje y alimentación, ya sea por cuenta propia o con la empresa familiar Champi.

La ausencia del Estado es evidente (figura N° 12), ya que ninguno de los dos municipios a los que pertenece legalmente Patabamba, Coya y Taray cuentan con planes de desarrollo rural. El único Plan de Desarrollo Comunal de Patabamba del que dispone la comunidad es el que fue elaborado por la ONG Plan Internacional en el 2007, vencido, en la actualidad, porque su planificación estratégica alcanzaba hasta el año 2011.

Así mismo, se representa en el mapa de actores, el recién formado Comité de Turismo de la Junta Directiva de la comunidad, cuyos miembros integrantes son los mismos líderes establecidos y vinculados con el turismo, empezando por el presidente quien cuenta con su propia empresa familia, a la que la comunidad la denomina albergue.

En términos generales, se exhibe un capital social desorganizado que trabaja de manera independiente en la actividad con intereses propios, siendo la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba, el albergue de la empresa familiar y los arrieros, los actores con mayores ingresos económicos. Este capital social se muestra con mayor detalle en el esquema de "Relaciones entre la comunidad y las diversas agencias de viaje u operadores turísticos" (figura N° 13).

Frente a la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba que recién se encuentra generando sus propias alianzas en este proceso de fortalecimiento organizacional son los arrieros y el albergue familiar que cuentan con más poder en términos de capital social y económico porque poseen relaciones laborales y alianzas con las agencias de viaje.

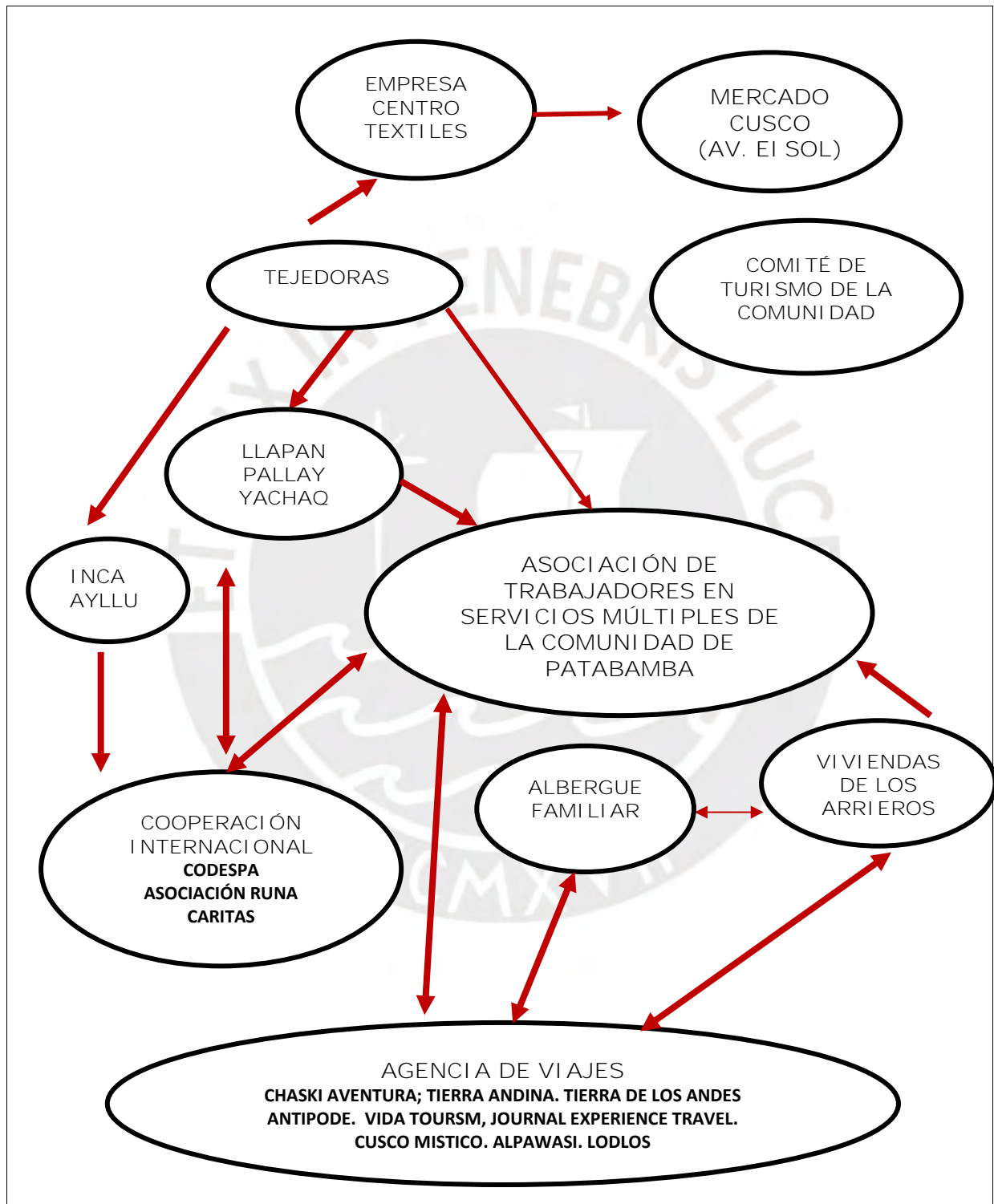
**Habitación para 2 personas. Vivienda del Presidente de la comunidad.
Propiedad de Henry Champi**



Foto: Vanessa Verástegui

Figura N° 12

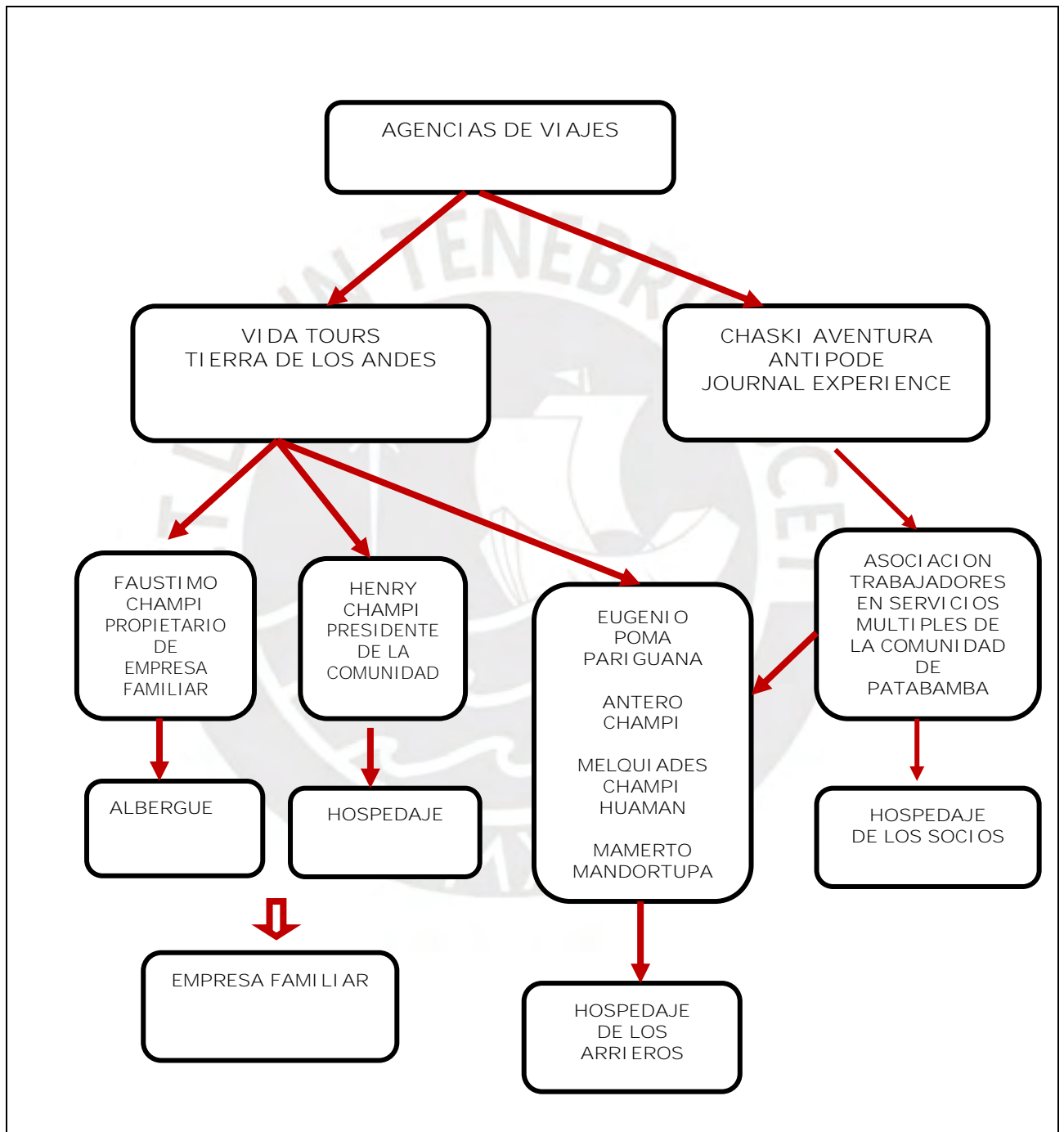
RED DE RELACIONES ENTRE LOS ACTORES LOCALES Y AGENTES EXTERNOS⁶⁰



⁶⁰Elaboración propia.

Figura N° 13

ESQUEMA DE RELACIONES ENTRE OPERADORES TURISTICOS Y LA COMUNIDAD PARA EL SERVICIO DE HOSPEDAJE⁶¹



⁶¹Elaboración propia.

4.4 Proyecciones y alianzas en la comunidad con actores locales y no locales en el futuro

4.4.1 La comunidad y la Cooperación Internacional

Entre las proyecciones con la ONG CODESPA⁶² existe un convenio con la asociación para impulsar el posicionamiento del turismo en el mercado. Las actividades previstas para los próximos dos años son:

- Página web de la asociación.
- Elaboración de catálogo del producto de Patabamba.
- Fortalecimiento organizacional de la asociación.
- Capacitaciones en cocina novoandina.
- Estrategias de marketing del producto.
- Estrategias de inserción en los mercados de los productos textiles de las artesanas de la asociación.
- Innovación y diversificación del producto de turismo vivencia mediante las actividades de gastronomía, etnobotánica, ciclismo, cabalgatas, ecoturismo, turismo de pesca en la laguna de Qoricocha.

Foto 11

Reuniones de coordinación entre Asociación en Trabajos en Servicios Múltiples y Sonia Díaz Quispe, coordinadora del proyecto de CODESPA en turismo sostenible



Foto: Vanessa Verástegui

⁶² <https://www.codespa.org/>

4.4.2 Operadores de turismo y agencias de viajes

a) TURISMO SOLIDARIO CON CHASKI AVENTURA

En el mes de febrero de 2012, la asociación recibió a un grupo de 30 canadienses durante dos semanas como parte de la gestión del presidente Rosalío Mandortupa y la agencia de viajes CHASKI AVENTURA. Como la asociación está integrada por 15 familias, solo se tenía disposición de 15 viviendas. Para ello, la asociación se alió con la comunidad para colocar al grupo restante en las mejores viviendas disponibles. La asociación recibió la cantidad de 8,000 dólares por las dos semanas de estadía. Esta suma incluye los costos de hospedaje, alimentación y las actividades programadas en cinco grupos: artesanía, etnobotánica, gastronomía, danza y *trekking* a la laguna de QORICOCHA. Los turistas participaron en talleres sobre el proceso de elaboración de tejidos, jarabes con plantas nativas, alimentos tradicionales y el aprendizaje de la danza Carnaval.

La asociación recibió 1500 soles como aporte voluntario de los turistas, además de la suma mencionada líneas arriba. El aporte voluntario se destinó a la construcción de un muro en la escuela de la comunidad y de andenes.

En cuanto a los servicios prestados, la asociación cobró la tarifa de 10 dólares diarios por hospedaje y de 10 dólares por pachamanca, que se ofrece en el último día de estadía como despedida del grupo visitante.

Durante nuestra estadía en la comunidad los integrantes de la asociación nos relataron que estaban gestionando el recibimiento de dos grupos de turistas por intermediación de la agencia de viajes CHASKI AVENTURA. Por tal razón encontramos a varios miembros de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples acondicionando las habitaciones⁶³ y los servicios básicos. El total de los ingresos esperados asciende a 1800 dólares entre los dos grupos (La tarifa es de 15 soles por noche). Y como aporte solidario de los turistas recibirán 50 dólares por cada uno. Los turistas tienen programado realizar trabajo voluntario en el mejoramiento de las cocinas además de *trekking*, danza, agroturismo, etnobotánica, deporte, gastronomía y pachamanca. Según el presidente se alberga la expectativa de terminar las cocinas de todos los 15 socios; sus ingresos se invertirán en cemento. También nos señaló que se trata de una novedad para la asociación, ya que la agencia de viajes CHASKI AVENTURA solo beneficiaba a uno o dos socios, lo que ocasionaba malestar en el resto. Según nuevos acuerdos con Chasqui Aventura, se beneficiará a más integrantes:

⁶³El presidente de la asociación, Rosalío Mandortupa, nos relató que esperaban a dos grupos de turistas. El primer grupo de 17 turistas está programado para el 13 de julio y el segundo, de 13 turistas, para el 22 de julio de 2012.

CHASKI, esa agencia quería apoyar a dos socios nomás o un socio con ese grupo. Más antes hemos trabajado con esa agencia. Solamente para una sola persona apoyaba; para un socio apoyaba, para una familia apoyaba. Ahí ha habido miramientos. Siempre había miramientos. Por eso hemos cambiado de estrategia. Ahora los quince socios van a ser beneficiados con ese presupuesto, con ese producto los quince van a mejorar sus cocinas. Más antes conmigo hemos hecho para dos familias, para Luis Ojeda; su hermana, pero el resto (...). (Rosalio Mandortupa, presidente de la asociación)

Una conversación con el socio Antero Champi permite advertir la desproporción de los montos en las negociaciones entre la agencia de viajes como intermediaria y la asociación de turismo. Las agencias cobran a los turistas cantidades superiores a las que percibe la asociación de turismo vivencial que preside Rosalío Mandortupa en Patabamba:

Entrevistadora: ¿Pero la agencia cuánto les cobra?

Antero Champi: Eso no sé. Mi pasajero me ha dicho 7000 dólares por persona. Pero por persona eso ha aportado esos jóvenes. A nosotros nos ha dado 25000 soles.

Socio arreglando las instalaciones de los servicios higiénicos para los turistas huéspedes. Vivienda de Mamerto Mandortupa



Foto: Vanessa Verástegui

Rosalío Mandortupa, el presidente de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples revistiendo el techo de la segunda habitación para turistas en su vivienda



Foto: María Pati

b) Agencia de viajes “CUSCO MÍSTICO”

La asociación tiene proyectado generar más alianzas con otras agencias de viaje. Para ello invitaron a la agencia CUSCO MÍSTICO a la presentación del turismo vivencial, que tuvo lugar el domingo 29 de abril de 2012. La agencia CUSCO MÍSTICO⁶⁴ se encuentra interesada en trabajar la ruta TEJEDORES DE LOS ANDES con la asociación.

Sin embargo, existen algunas dificultades dado que los servicios ofrecidos no cumplen con las exigencias del turismo internacional. Conversando con la presidenta de CUSCO MÍSTICO, nos refirió que el año pasado había sido invitada por la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples para ofrecer sus rutas turísticas pero que, a su parecer, las viviendas no tenían las condiciones como para recibir turistas. Ahora bien, durante el recorrido observaron el estado de las viviendas y señaló que habían avanzado bastante en el producto.

⁶⁴www.qosqomistico.com

4.4.3 Proyectos del Comité de Turismo en la comunidad

- **Limpieza y promoción turística**

La principal preocupación de la Junta Directiva de la comunidad es la limpieza y el orden de las calles ante la presencia de turistas en la comunidad. Según el actual presidente de la comunidad Henry Champi, se ha decidido, por Asamblea general, realizar la limpieza general de las calles todos los fines de semana. A cada poblador le corresponde limpiar el área del sector de su vivienda.

Por esa razón se ha nombrado. Porque estábamos fracasando bastante, porque nos estábamos ganando otras comunidades que no tienen de Patabamba otras comunidades, y nos estaban ganando y esa era mi preocupación. Yo he planteado, no podemos quedarnos así compañeros. (Luis Ojeda, integrante de la Junta Directiva de la comunidad)

Entrevistadora ¿Y ese comité de turismo cuándo se formó?

Mamerto: “Hace poco. Viendo eso, más turistas están pasando por acá. Ven las calles, sucio, caca de chanco. Viendo eso se formó el comité.”

El objetivo es promover el turismo, para lo cual se tiene proyectado contratar a un especialista mediante el municipio para elaborar un mapa y un estudio de sus atractivos turísticos.

(...) De qué me sirve, yo voy hacer una casita bonita, mientras que mi comunidad no está organizada, las calles están sucias, llenos de animales, llenas de excrementos. No hay un proyecto hacia el turismo. Yo siempre invoco en la asamblea. Por eso se ha nombrado un comité de turismo”. (Luis Ojeda)

Parte de las acciones inmediatas aprobadas por el comité es la organización entre los pobladores para la limpieza de las calles a favor de una imagen que atraiga al turista.

Comunalmente estamos un poco, en cuanto al turismo, la limpieza, en todo, bajo. Para eso cuando he sido presidente a la comunidad he prohibido totalmente los chanchos y los perros para que no anden en la calle, mejoren la imagen. Por ejemplo, si quieren criar chanchos tienen que criar en un corral, gallinas, en un gallinero (...)”. (Mamerto Mandortupa)

(...) Y ahora estamos erradicando chanchos, perros porque feo. Es mala imagen para el turismo. Nosotros mismos tenemos que cambiar”. (Luis Ojeda)

▪ **Asfaltado de la calle principal**

De igual manera, Julio Huamán nos cuenta sobre las proyecciones que se tiene en la comunidad para mejorar el turismo. Luego de la limpieza y el ordenamiento de los animales de crianza, el presidente la comunidad ha gestionado con el alcalde del Municipio de Taray un presupuesto financiero para asfaltar la calle principal en donde se halla el Salón Comunal y el Internet.

(...) Antes criábamos chanchos en la calle y perros también había bastante ahora ya no hay casi porque nos hemos dado cuenta de que eso ensucia y da mal aspecto, también han colocado tachos para la basura y vamos a hacer asfaltar nuestra calle principal, así como en la ciudad para que ya no haga polvo ni barro, eso es un acuerdo comunal nosotros queremos mejorar en todo para mostrar al turista. Los chanchitos no los vamos a eliminar si no que cada persona construya su corral si quiere criar chanchos igual también para los otros animales y que este fuera de la comunidad par que los animales ya no ensucien las calles eso se está pensando hacer ahora en la comunidad.

La expectativa de ingresar al mercado turístico está generando nuevas prácticas relacionadas con la limpieza, el ornato, el cuidado de animales, etc. y generando nuevas necesidades que requieren de servicios de expertos.

Proyecto de asfaltar la calle principal: Salón Comunal



Foto: Vanessa Verástegui

CAPÍTULO 5

IMPACTOS DEL TURISMO DESDE LA MIRADA DE LOS COMUNEROS

El impacto en Patabamba en los ingresos de los pobladores es pequeño, tanto en el producto de turismo vivencial como en la RUTA DE TEJEDORES, CAMINO DEL CHASKI Y SENDERO DE LOS MIRADORES, el turismo de aventura o *trekking*. En la práctica, el proyecto de desarrollo Corredor Puno-Cusco no ha significado una mayor afluencia de turistas. El flujo actual corresponde a los arreglos de comuneros individuales con agencias de viajes particulares que envían turistas de trekking a los que prestan servicios de alimentación, hospedaje y arrieraje.

Luego de la finalización del proyecto Corredor Puno-Cusco (2010) la comunidad de Patabamba recibió solo a un grupo de turistas en la modalidad de turismo vivencial. Más aún, quien se benefició fue el expresidente de la Asociación Faustino Champi, que recibió a la mayor parte de los turistas en su albergue, según refiere uno de los socios fundadores, Mamerto Mandortupa:

No en turismo vivencial nadie ha recibido sino como arrieros sí, reciben. Faustino no es vivencial sino arriero. Su casa es albergue. Uno llega, come y se van. Porque turismo vivencial son participativos, venimos, compartimos y eso. Solamente él es como albergue, pero con eso es suficiente pues, porque si en un día vienen 15 o 17 pasajeros llegan solo para él.

Entrevistadora: ¿El año pasado después del proyecto cuántos turistas han recibido por turismo vivencial?

Mamerto: Hemos recibido, tres o cuatro veces. ¿Turismo vivencial?, no, una sola vez.

Entrevistadora: “¿Cuándo?”

Mamerto: El ante año una sola vez.

Los miembros fundadores que continúan como integrantes de la asociación declaran que recién en el año en curso (2012) se está logrando recibir grupos de turistas, como el caso de los 30 canadienses:

Nosotros como asociación tenemos que surgir, tenemos hasta lograr, porque ya estamos en camino. Ahora siquiera tenemos unos cuantos grupos. No vamos a quedarnos así, no podemos quedarnos así. Tenemos que seguir adelante, no podemos quedar. Ya somos maduros, porque tiempo ya la asociación, en el 2002 y hasta ahora no hay muchos logros. Este año más o menos. El ante año también hemos recibido a turistas. Hace poco hemos recibido un grupo de canadienses. Han estado once días acá en Patabamba en nuestras casas, como voluntarios. Ahora en junio también tenemos. Con eso más nos estamos motivando y también nos está ayudando. Ellos también están poniendo un grano para mejorar siquiera algo. Es turismo participativo. (Mamerto Mandortupa)

Los pocos cambios que se perciben en la comunidad son la recuperación de los trajes tradicionales; el orden y la limpieza. Por ejemplo, para la socia de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, Maruja Mandortupa, la presencia de turistas los ha ayudado a recuperar sus trajes tradicionales y en ordenar y limpiar su entorno. Para ella la llegada de los turistas los impulsa a trabajar en bien de su comunidad.

Sin embargo, tanto la presencia de turistas generados por el turismo solidario como del turismo de aventura (trekking) o el turismo vivencial es ocasional; predomina una experiencia viajera y no la ganancia económica. Por tanto, bajo la lógica del viaje (Liliana Salmone, 2000) frente a la lógica de mercado, cabe la siguiente interrogante: ¿la experiencia en la comunidad de Patabamba puede denominarse turismo? Algunos autores han calificado al turismo como una industria por ser un producto comercial que elabora materias primas de la naturaleza y de los recursos culturales, cuyos servicios de alimentación, recreación y hospedaje se colocan en el mercado (Margarita Barreto, 2000:4). En ese sentido, esta experiencia podría ser calificada como visitas de foráneos y no como fuente de ingresos.

En el presente capítulo reunimos las percepciones de los pobladores de Patabamba.

5.1 Percepciones de los comuneros de Patabamba

El estudio de caso en Patabamba nos ofrece la oportunidad de confrontar los discursos de sostenibilidad y el de turismo desde la lógica de mercado. La crisis organizacional que se precipitó cuando terminó el proyecto Corredor Puno-Cusco (2009) puso en evidencia la dependencia del desarrollo turístico en Patabamba. A pesar de las buenas intenciones del proyecto, en la actualidad ha prevalecido el modelo de gestión “desde arriba” sobre el modelo de “desarrollo endógeno” y “autogestión” que propugna el “turismo comunitario”.

Por otro lado, según la perspectiva de los anfitriones, el turismo en la comunidad no ha permitido alcanzar grandes logros en términos de ingresos económicos debido a que el flujo de visitantes generados por las modalidades “vivencial” y/o de aventura (trekking) es muy pequeño. Actualmente, algunos socios han emprendido negociaciones con la agencia Chaski Aventura para recibir un número considerable de turistas en la modalidad de turismo solidario.

No obstante, subsisten los recelos entre los habitantes de Patabamba y entre algunos socios de la Asociación de Trabajadores de Servicios Múltiples que no consideran que el turismo como actividad económica haya producido notables cambios en el desarrollo de la comunidad ni en la economía familiar. Esto se debe a que los beneficios se concentran en unas cuantas personas que controlan la asociación y usufructúan esta actividad para su provecho personal.

En la práctica, si bien los ingresos de la asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples se distribuyen en partes iguales entre los miembros, no todos tienen las condiciones económicas para adaptar sus viviendas a las exigencias en calidad de los servicios turísticos ni tampoco están capacitados en atención al turista. Por tanto, solo los integrantes capacitados con los medios para el mejoramiento de sus viviendas reciben los beneficios de la actividad.

Como resultado de las percepciones de los anfitriones de Patabamba se descubrieron cuatro discursos presentados en la siguiente tabla:

- Conflictos de intereses por el control del turismo
- Bajo Impacto por el turismo en el desarrollo rural
- El Discurso de aceptación del turismo en la comunidad
- Expectativas de desarrollo mediante el turismo

Figura 14

PERCEPCIONES DESDE LOS COMUNEROS⁶⁵

EFECTOS DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD	
Conflictos de intereses por el control del turismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estratificación social en la comunidad ▪ Debilitamiento de las solidaridades recíprocas en la comunidad
El discurso de aceptación del turismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingresos económicos como sustentode las economías familiares ▪ El mejoramiento de las viviendas familiares ▪ Instalación de infraestructura pública ▪ El saneamiento en las calles públicas
Bajo impacto del turismo en el desarrollo rural	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baja afluencia de turistas ▪ Falta de acondicionamiento de las viviendas para el alojamiento de turistas ▪ La pluriactividad por la desigualdad en los beneficios económicos del turismo

⁶⁵Elaboración propia.

Expectativas de desarrollo mediante el turismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inserción de la artesanía textil en los circuitos comerciales ▪ Promoción de los atractivos turísticos para incrementar el flujo de visitantes ▪ Visión empresarial en la autonomía para el manejo de los servicios turísticos ▪ Establecimiento de tarifas justas ▪ Conocimiento en tecnologías de comunicación ▪ Capacitación en atención al cliente
--	---

5.1.1 Conflictos de intereses por el control del turismo en la comunidad

▪ El control de Centro de Textiles Tradicionales de Cusco

Luego de un tiempo surgieron conflictos internos provocando la renuncia de algunos integrantes, como Venicio Champi, Encarna Bando, Dominga Lloque, Estanislada, Maruja Mandortupa, entre otros. El motivo desencadenante fue el registro de personería jurídica de la organización por decisión de Encarna Bando y Venicio Champi con el nombre de "Aniceto Marcachea". Se realizó la inscripción en registros públicos para recibir el apoyo financiero del proyecto Corredor Puno-Cusco. A través de este hecho ganaron un auspicio económico con el que se llevó a cabo el evento PALLARAYMI, en donde se ejecutó un concurso de mantas en el ámbito comunal.

Las tensiones aumentaron cuando Venicio Champi patentó los 86 diseños a nombre de la comunidad que habían sido recolectados por el grupo de tejedoras al inicio de la recuperación del tejido. Empezó también un proceso de selección de las mejores tejedoras tras haber sido capacitadas en el tejido bajo el estímulo monetario (entre 3.00 y 5.00 nuevos soles por aprender a tejer). Por esta selección se redujo el número de sus integrantes a la mitad de las mujeres. Estas se capacitaban mediante pasantías, pero tiempo después dieron cuenta de los pocos beneficios económicos obtenidos y de que la empresaria líder de la organización monopolizaba la artesanía. Ellas optaron entonces por renunciar al Centro de Textiles Tradicionales para conformar otras organizaciones del mismo rubro. Hay que destacar que gracias a las capacitaciones se convirtieron en un grupo de expertas artesanas independientes.

Luego de la selección de las mejores tejedoras, se continuó con un grupo restante de las cuarenta tejedoras bajo la dirección de Nilda Cañallaupa con el nombre de Centro de Textiles Tradicionales de Cusco, porque ella centraliza las producciones para venderlas en la ciudad de Cusco.

A continuación, se presenta el caso de una de las artesanas de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, Leonarda Champi, quien fue separada del grupo del Centro de Textiles Tradicionales de Cusco porque solo aprendió a reproducir cinco de los diseños conocidos.

(...) yo quería participar en Centro Textiles eso de la señora Nilda Callañaupa, pero como no sabía diseños (pallay) y tampoco sabía tejer bien, por eso no he podido participar después también la señora me había sacado porque no sabía tejer bien si es cierto que ella nos pagaba al principio para que vayamos a tejer, yo estuve ahí casi como un año así (...)

El Centro de Textiles Tradicionales de Cusco está conformado por 30 artesanas, organizadas en tres grupos de mujeres. El primero integran mujeres adultas; el segundo, mujeres jóvenes y el tercero, niñas que están comenzando a tejer y son capacitadas en la misma organización. El requisito para ser parte del Centro de Textiles Tradicionales de Cusco es saber tejer y producir semanalmente un tejido completo.

Las producciones son colocadas para su venta en un local de artesanía en la avenida El Sol. Además, exponen sus productos todos los meses en una feria durante una semana en la ciudad de Cusco, en donde asisten rotativamente entre ocho a diez de las tejedoras para encargarse de la venta.

Las actuales artesanas deben cumplir algunas normas impuestas dentro de la asociación del Centro de Textiles Tradicionales, como reproducir los diseños más comerciales, y entregar un producto terminado mensualmente. Dominga Lloque también es artesana de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, ella nos manifestó acerca de la exigencia en el trabajo para producir, pero en el que se perciben pocos ingresos:

Cuando vino la señora Nilda yo he participado en su grupo, pero después me he salido, estuve en el grupo casi cinco años. Esa señora no entendía si estabas mal, también ella solo quería que trabajes y trabajes nomás, hasta hoy día es así solo les hace tejer y tejer a las que van ahí, por eso me he salido (...).

Además de exigir la calidad de los tejidos tal como nos lo confirma Rosa Mandortupa Champi, una de las tejedoras que se mantiene en el presente y conformó inicialmente el grupo:

(...) tenemos que respetar son las medidas el ancho y el largo, los acabados y si está grueso o delgadito, la calidad eso si nos controlan cada vez que entregamos y según a lo que te estoy diciendo son los precios también.

▪ **Desiguales beneficios económicos para las artesanas de Centro de Textiles Tradicionales de Cusco por sus tejidos**

Debido a que esta organización constituye un medio por el que las mujeres pueden percibir ingresos adicionales a sus otras actividades cotidianas, como la agricultura y el turismo, el Centro de Textiles Tradicionales es uno de los actores más visibles dentro de la economía de la comunidad, y constituye el referente del rescate de la identidad cultural. Esto se advierte cuando los patabambinos reconocen que esta institución ha promovido la recuperación de la vestimenta tradicional gracias a que la artesanía textil se ha convertido en su marca cultural.

En términos prácticos también se nota que esta institución tiene una política de promoción de la identidad cultural, porque las mujeres que laboran para Nilda Cañallaupa deben respetar como norma el uso de la vestimenta tradicional durante los días de trabajo; es decir, los lunes, cuando las tejedoras se reúnen rutinariamente para avanzar sus tejidos. No obstante, en términos de impacto económico, según testimonios de algunas mujeres entrevistadas -integrantes de la organización en el pasado- son pocos los ingresos, porque Nilda Cañallaupa les paga a las artesanas el precio de costo por el producto mientras ella lo vende ados o tres veces más.

Si bien el precio es impuesto por las tejedoras, estas no llegan a recibir todo el dinero recolectado en la ciudad de Cusco o fruto de los envíos fuera del país. De ese modo, la mayor beneficiada es Nilda, la gestora del grupo, porque cuenta con mayores recursos para la colocación de los tejidos en el mercado turístico a precios en moneda americana. Además, también las artesanas entrevistadas han referido que trabajar en esta asociación limita el crecimiento personal, ya que no pueden participar en otras asociaciones o grupos artesanales.

Otro caso de conflicto dentro de la organización fue el de la tejedora Maruja Mandortupa, también integrante del grupo 2, quien renunció al darse cuenta de que el Centro de Textiles Tradicionales no valoraba sus tejidos en dólares y que la retribución económica era insignificante frente al precio en el que se comercializaban en la ciudad del Cusco.

Yo trabajado antes con Centro Textiles, ahí también es un engaño, la señora Nilda te hacía tejer y te compraba muy barato en soles ella lo lleva a Cusco a su tienda y lo vendía en dólares (...). Yo salí del grupo de Nilda por mi cuenta porque me amargué, ella me había comprado mi lliclla en ochenta soles y vi en su tienda que milliclla ella lo estaba vendiendo en dólares cuatrocientos dólares así, por eso me salido, esa vez no solo yo he visto eso, otros también ha visto, ella vendía también en Museo Inca, por esos motivos me he retirado. (Maruja Mandortupa)

- **La estratificación social dentro de la comunidad por la actividad turística**

Uno de los efectos del turismo son los cambios en la estratificación social como resultado de la creciente individuación y la concentración de los beneficios de esta actividad en algunos comuneros o comerciantes foráneos. Sobre ello, Luis Ojeda y sus hijos nos comentan que “Acá la gente actúa por su interés. Porque aparte de eso, no se beneficia toda la comunidad, porque hay gente que no está vinculado al turismo, para nada”.

Del mismo modo, Rosario considera que el presidente de la Asociación de Trabajadores de Servicios Múltiples aprovechó de su cargo para levantar su propio albergue gracias a las relaciones que estableció con las agencias de viaje durante su gestión:

(...) incluso aquí mi vecino de aquí abajo era el presidente Faustino Champi; él fue, pero él se ha aprovechado de nuestra organización ahora el nomás recibe turistas, se ha separado del grupo y nos ha dejado en la nada y así hemos quedado después de eso (...). Ahora la casa de Faustino se llama albergue es un albergue el siempre recibe turistas porque ha aprovechado a las agencias que habíamos ganado, él se lo ha llevado a las agencias, eso han hecho arreglar su casa también.

La versión sobre la creación de albergue del anterior presidente de la asociación es confirmada por Maruja Mandortupa Killi, para ella también Faustino Champi actuó guiado por intereses individuales al aprovechar el trato con las agencias. Así, este hacreado en su casa un albergue y recibe siempre a turistas.

A continuación, se transcribe la percepción de un comunero de Patabamba a partir del consenso de la limpieza como parte de la gestión del Comité de Turismo de la comunidad, cuya responsabilidad está a cargo del primer presidente de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples.

Incluso un comunero a mí me dijo: “ustedes están luchando tanto por su comunidad para que haya limpieza, también que desaparezcan chanchos, ¿pero a quién vamos a beneficiar, a caso no vamos a beneficiar a Faustino Champi? El trabaja con el turismo”. Digamos, un comunero que cría su chanchito, de ese chanchito se gana, vende su chanchito y ya tiene su platita, pero cuando va a eliminar chanchos. ¿Acaso va dar trabajo Faustino Champi? (Luis Ojeda)

- **El debilitamiento de las solidaridades recíprocas en la comunidad**

Además de los magros resultados económicos, se advierte que tanto la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples como la comunidad cuentan con un pobre capital social que se refleja en la falta de solidaridad y confianza mutua. Estos factores son indispensables para los emprendimientos comunitarios (Durstun, 1999; Putnam 1993).

De acuerdo a la información recabada, no se perciben logros visibles, porque el turismo beneficia solamente a los que tienen el control de la actividad mediante un cargo en la directiva, tal como afirma Mamerto Mandortupa:

(...) A veces hay directivos que solo para ellos se promocionaron. Por ejemplo, en cuanto Faustino [el primer presidente de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples], para él mismo. Entonces, no quisiera eso. A nadie le gustaría eso. No quisiera que pase. Eso puede haber una debilidad, de repente, por interés personal, de algunos directivos.

De igual modo, el individualismo de los líderes en la gestión del turismo y la debilidad en las solidaridades recíprocas de la comunidad se sostienen en los testimonios de los socios de la asociación:

(...) No, acá hay una cosa. En Racchi, todos se benefician, por el sitio arqueológico. Para ellos, el beneficio es casi igual pero aquí no. Aquí formamos la asociación, pero el que se aprovecha es el que está en la cabeza, en la directiva. Eso ha pasado con Faustino, con Venecio. Entonces, la gente se ha dado cuenta de eso. No, aquí nos están aprovechando, ponen cuota. No hay logros, sí hay logros, pero para ellos, personales. No acá estamos perdiendo el tiempo. A eso es lo que hemos llegado. Por ejemplo, Faustino Champi está trabajando con tres agencias mientras nuestra organización. Dos ha conseguido mediante nuestra organización, claro uno se ha conseguido más antes. Entonces la gente se ha dado cuenta de eso: No acá estamos perdiendo el tiempo". (Luis Ojeda)

Luis Ojeda: (...) Y la gente tonta, ahora último, como Faustino ha entrado como presidente del comité de turismo, se dan cuenta como nos ha engañado, seguirá engañándonos otra vez: ¡Para que han nombrado a ese! La gente ha nombrado por asamblea.

En vista de que la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples nació como decisión de asamblea comunitaria, el caso de turismo rural en Patabamba nos permite reflexionar sobre el discurso del paradigma de *turismo comunitario*. Este se propugna dentro del ámbito del desarrollo como un medio de lucha contra la pobreza en las comunidades indígenas de Latinoamérica y en la que prevalecen las nociones de solidaridad e igualdad en la distribución, en beneficio común de la comunidad (MINCETUR, 2007; Carlos Maldonado, 2008).

Un efecto contrario ha causado los desiguales dividendos económicos y despertado la desconfianza entre los socios en este modelo de turismo comunitario. Ha provocado la debilidad organizacional de la comunidad, porque las personas que no obtienen réditos del turismo no quieren sembrar más esperanzas de desarrollo con dicha actividad. Es por ello, que algunos comuneros muestran el desgano cuando expresan que no desean seguir la decisión de la junta directiva de la comunidad sobre la importancia de la limpieza de las calles como parte de sus planes de promoción. Los comuneros, a modo de rebeldía, han señalado que sean los que trabajen en turismo los que limpien las calles.

A pesar de que la experiencia previa ha sembrado la desconfianza entre los patabambinos, algunos de sus habitantes están dispuestos a recomenzar luego de la reorganización de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples bajo una nueva dirección. La socia Rosario Mandortupa Pazo nos cuenta que:

Éramos hartos en la asociación; Buenaventura Paucar, Ubaldo Lloque ellos también estaban, pero ahora se han salido. Solo mujeres nomás ya hemos sustentado y hasta ahora seguimos, ahora Rosalío es nuestro presidente como él ha estudiado sabe, por eso le hemos puesto de presidente, él dice que sí hay y está caminando en buscar, así será pues, si dice que hay. Antes de Rosalío nuestro presidente era Eugenio Puma, con él la asociación estaba mal era como si no hubiéramos tenido junta porque no trabajaba (...).

(...) Como también Eugenio nos había dejado casi como un año, es ahí donde nos hemos quedado solo mujeres, estábamos yo, Rosalía, nos aliamos con otros y decíamos que éramos hartos Estanislada, Neli, Encarna así con ellas aliándonos hemos sustentado al grupo, también Dominga y Rosalío estaban cuando Faustino era el jefe (...). Rosalío está estudiando y sabe de turismo, por eso también está en el grupo, él es quien ahora está sustentando al grupo.

Pero los sentimientos de desconfianza y recelo permanecen según el socio Mamerto Mandortupa:

(...) Por ejemplo, Rosalío está como guía, está estudiando. Tal vez, pienso, yo nomás pienso, puede ser o no también. Pero si él valora la asociación, no creo que vaya pasar eso. Pero si no valora la asociación, entonces él va hacer para él, para su interés personal. Si ocurre eso, bueno lo dejaremos así porque algunos que somos miembros, somos integrantes, hemos sufrido mucho por hacerlo levantar. Voy a regresar al tema; cuando estábamos con Faustino así era. Ahí habido desgano

5.1.2 El discurso de aceptación del turismo

▪ Ingresos como sustento económico de las familias

Antes de la aparición del turismo en la comunidad los comuneros vivían de la venta de los productos cosechados de las parcelas familiares, del ganado y el deshoje del maíz en la hacienda Paullo. Al respecto, Dominga Lloque y Rosario Mandortupa Pazo nos hablan sobre sus actividades en la chacra o en la ciudad cuando no existía la artesanía en la comunidad:

(...) antes era triste el pueblo, cuando no venían turistas no conocíamos ni plata, como no vendíamos ni artesanía porque no sabíamos, según mi mamá ella dice que tejía solo para ella, otras pasteaban sus ovejas y se iban al cerro todo el día y otros en la chacra. Cuando vinieron apoyo de instituciones empezamos a trabajar con artesanía, Centro Textil también se formó así (...) con la señora Nilda Cañallaupa. (Dominga Lloque)

Era triste nosotros ahí cargando nuestras wawas, íbamos a las haciendas a deshojar maíz y nuestros esposos iban a Cusco a buscar trabajo. (Rosario Mandortupa Pazo)

Eugenio Poma, Estanislada y Julio Huamán consideran el turismo como apoyo económico a las economías familiares.

Yo pienso que el turista es bueno, no encuentro nada malo en ellos, cuando vienen yo los recibo con flores, pues hay plata porque te compran tu producto. (Estanislada, artesana comunera) [Traducción: María Pati]

Eugenio Poma, socio fundador de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, reitera la idea del turismo como ayuda a la economía familiar:

Entrevistadora: ¿Cuál es la percepción de la comunidad sobre el turismo?

Eugenio Poma: Con el turismo vivencial hay algún sustento económico en la familia. Queremos más promocionar. El objetivo era siempre una

asociación, es hacer las casas, alimentación (...).

De igual modo, Julio Huamán (catequista) nos respondió que el turismo se presenta como una oportunidad económica en la comunidad frente a las condiciones de vida del pasado, en que solo se dedicaban a la agricultura y crianza de animales:

(...) Yo pienso en recuperar, hacer de nuevo como era antes, ahora ya tejemos hasta los varones ahora hilan, en la antigüedad los abuelos también eran así, nosotros ahora nos organizamos para mostrar al turista cómo son nuestras costumbres y cómo era antes, cómo vivíamos y lo que hacemos cada día, eso les mostramos a los turistas que vienen, porque cuando vienen ya nos dejan platita siquiera y ya tenemos para algo.

Además de los ingresos económicos generados por el flujo de visitantes en la comunidad, existen las tiendas de abarrotes de algunos de los comuneros. Se ha constatado que la comunidad cuenta con aproximadamente cuatro bodegas, una de ellas es de propiedad del socio Eugenio Poma, ubicada en la calle principal:

(...) También los que tienen tienda también los turistas compran, gaseosa, agua. Como han estado dos semanas (...). (Rosario Mandortupa)

▪ **Mejoramiento de las viviendas familiares**

El mejoramiento de las casas surge con la aparición de la carretera, ya que los comuneros tienen acceso a las tejas como material para la construcción de sus casas:

Todas las casas eran de ichu, cuando llegó la carreta recién ha empezado a cambiar el pueblo, antes para ir a Cusco también íbamos a pie cargando en nuestras llamas caballos y burros, era lejos, el camino para ir a Cusco era por Corao, Yuncypata y así llegábamos a San Blas, ahora hay pues luz, carretera, carros, también bastante antes no había nada de eso solo teníamos que caminar a pie, las casas también ahora son de teja; de algunos incluso está estucado, han mejorado mucho. (Josefa Huamán)

(...) las casas eran de paja y bajitas, unos cuantos nomás según a lo que teníamos hacíamos casa de teja, todo era de ichu, de tres personas nomás eran casas de teja. Ahora ya trabajando en todo hemos mejorado en el pueblo... (Rosario Mandortupa Pazo, artesana comunera) [Traducción: María Pati]

(...) Las casas del pueblo antes eran de paja nomás, vivíamos junto con los cuyess, todas las casas eran así (...). (Dominga Lloque)

Yo digo que gracias al turismo hemos mejorado nuestra casa siquiera, está bien que vengan. (Dominga Lloque, artesana comunera)

[Traducción: María Pati

▪ **Instalación de infraestructura pública en la comunidad**

La instalación de espacios públicos como la Loza Deportiva, el Salón Comunal y la posta médica son las primeras obras comunitarias que se asocian a los esfuerzos para promover el turismo. La instalación del Salón Comunal es considerada como un aporte, porque en dichas instalaciones funciona actualmente el Internet.

También se aprecia como espacio de reunión para la Junta Directiva de la Comunidad y las organizaciones de base. En los inicios, el Salón Comunal recibió el apoyo de la ONG CEDEP AYLLU. Las asambleas comunitarias se llevaban a cabo en el segundo piso de una casa pequeña.

Posteriormente, con el apoyo de otras organizaciones se ampliaron las instalaciones del salón. Este dato fue confirmado por Mamerto Mandortupa, quien afirma que las obras del Salón Comunal e Internet fueron gestionadas por la asociación con una contrapartida de la comunidad:

El turismo le ha dado a la comunidad mismo muchos beneficios. Mediante esa asociación se ha logrado algunas cosas para la comunidad, algunos logros. Por ejemplo, el local que tenemos, el salón comunal, el primer piso. Gracias a la asociación, dentro de la asociación los turistas no han financiado, nos ha dado el vidrio, el entablado, el machimbrado. La contrapartida hemos puesto, la comunidad ha dado, hemos puesto palos, servicios. Luego hemos puesto mano de obra, mano de obra no calificada, mano calificada también. Nosotros, la contrapartida de la comunidad.

Gracias a la asociación tenemos este local, está con vidrio el Salón Comunal. Luego el Internet, se ha instalado en la comunidad gracias a eso la asociación hemos ganado en concurso; hemos participado.

Sí, a través del proyecto se ha instalado el Internet. Ha sido comunalmente eso. La asociación hemos ganado, hemos participado. Luego, por ejemplo; pintado, al centro educativo. Mucho hemos logrado, tienen en parte el turismo y también la asociación.

El mejoramiento de la escuela es visto como un cambio en la comunidad vinculado con el turismo:

(...) ahora el pueblo también está mejorando porque el cambio se ve en la escuela. Por ejemplo, había un señor de una agencia que nos ha ayudado a arreglar nuestra escuela y también hemos aumentado más salones y él ha dado apoyo y ha puesto las puertas y ventanas. Ha hecho acabar esos salones. Por nosotros nomás, la comunidad no

*hubiéramos hecho nada. (Dominga Lloque, artesana comunera)
[Traducción: María Pati]*

Rosalío Mandortupa considera que la organización apoya a la comunidad también a través de los ingresos económicos a través de las actividades de sus proyectos de desarrollo:

(...) Después con esos treinta turistas hemos jugado en la Loza deportiva un rato, dos horitas; hemos jugado, después de eso hemos alquilado el alquiler de la cancha 10 dólares para la comunidad. Entonces con eso estamos apoyando a la comunidad con varios proyectos. ¿De qué van hablar?, si estamos apoyando.

▪ **Saneamiento en las calles públicas**

El saneamiento de las calles relacionado con la salubridad es considerado como una ventaja positiva del turismo. Sin embargo, la generación de buenas prácticas necesita de mayor concientización para concentrar los esfuerzos en la erradicación de los animales en las calles, especialmente, los canes y marranos, con la finalidad de convertir a Patabamba en una comunidad saludable y más atractiva para los visitantes.

Cuando han venido turistas por lo menos hemos aprendido a limpiar nuestras calles y ahora están más ordenadas (...). (Estanislada)⁶⁶

Digo para el futuro, a veces que esta comunidad sea más ordenada, limpia. Cuando nos ordenamos, cuando sea más fuerte también, que sea una comunidad saludable. Ahí nosotros podemos promocionar más turismo (...), estamos un poco débiles en la organización.⁶⁷

▪ **El desarrollo de capacidades en turismo**

Cuando se les preguntó a los socios por los efectos negativos y positivos del turismo, la respuesta fue de aceptación a la actividad, especialmente por parte de los comuneros arrieros. Ellos han ganado cierta experiencia, por las agencias de viaje con las que trabajan independientemente desde antes del proyecto Corredor Puno- Cusco. Por ejemplo, Eugenio Poma fue capacitado tanto con la agencia VIDA TOURS como con el proyecto Corredor Puno- Cusco:

(...), hemos hecho también capacitaciones. Nos hemos capacitado toda la asociación con corredor Puno y Cusco nos ha capacitado (...).

(...) Y parte de eso a nosotros nos ha capacitado VIDATOOURS como trabajamos con caballos, nosotros con turistas siempre andamos.

⁶⁶Traducción: María Pati.

⁶⁷Traducción: María Pati.

(Eugenio Poma)

Uno de los que trabajan particularmente con agencias de viaje, además de ser integrante de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, es el comunero Antero Champi, quien también fue capacitado en cocina con el proyecto de desarrollo Corredor Puno-Cusco. Debido a las competencias adquiridas, ha resultado el mayor beneficiado del proyecto. Él y su familia dedican más tiempo al turismo.

Tengo aparte contacto muy particular, otra agencia, no por intermedio para la asociación. Como yo trabajo con otras agencias, tengo conocidos. Igual aquí mi vecino va recibir turistas porque tienen otro contacto.

5.1.3 Bajo impacto del turismo en el desarrollo rural

- **Baja afluencia de turistas**

En el marco de la finalización del proyecto Corredor Puno-Cusco (2010), la comunidad de Patabamba recibió solo a un grupo de turistas en la modalidad de turismo vivencial frente a los turistas de trekking. Este es el caso del albergue del expresidente de la asociación Faustino Champi, quien ha recibido mayor número de turistas según refiere uno de los socios fundadores, Mamerto Mandortupa:

No en turismo vivencial nadie ha recibido sino como arrieros sí, reciben. Faustino no es vivencial sino arriero. Su casa es albergue. Uno llega, come y se van. Porque turismo vivencial son participativos, venimos, compartimos y eso. Solamente él es como albergue, pero con eso es suficiente pues, porque si en un día vienen 15 o 17 pasajeros llegan solo para él.

Entrevistadora: “¿El año pasado después del proyecto cuántos turistas han recibido por turismo vivencial?”

Mamerto: “Hemos recibido, tres o cuatro veces. ¿Turismo vivencial?, no, una sola vez”.

Entrevistadora: “¿Cuándo?”

Mamerto: “El ante año una sola vez”.

De acuerdo a este testimonio, el impacto en Patabamba es pequeño, tanto en el producto de turismo vivencial con la RUTA DE TEJEDORES como con las rutas de CAMINO DEL CHASKI Y SENDERO DE LOS MIRADORES, con el turismo de aventura o *trekking*. Cuando terminó el proyecto Corredor Puno-Cusco, los comuneros arrieros gestionaron con agencias de viajes particulares la recepción de turistas de *trekking* y generaron ingresos económicos por la prestación en los servicios de alimentación, hospedaje y arriaje, ya que visitan los sitios arqueológicos del sitio.

A decir de Mamerto Mandortupa, se muestra la presencia de turistas recientemente a partir de la visita de los canadienses en el mes de febrerode2012:

Entrevistadora: “¿Y cuántas casas se beneficiaron?”

Mamerto Mandortupa: “Este año han venido en el 2012 para treinta casas. El año pasado no ha habido. Sí había para los arrieros, como un albergue, llegaban, dormían y se iban, pero no turismo vivencial, no se quedaban”.

Por otro lado, debido al bajo impacto percibido hasta la fecha, los miembros fundadores que continúan como integrantes sostienen que recién en el año en el año 2012 se está logrando observar la presencia de turistas en la comunidad con el grupo de los 30 canadienses:

Nosotros como asociación tenemos que surgir, tenemos hasta lograr, porque ya estamos en camino. Ahora siquiera tenemos unos cuantos grupos. No vamos a quedarnos así, no podemos quedarnos así. Tenemos que seguir adelante, no podemos quedar. Ya somos maduros, porque tiempo ya la asociación, en el 2002 y hasta ahora no hay muchos logros. Este año más o menos. El ante año también hemos recibido a turistas. Hace poco hemos recibido un grupo de canadienses. Han estado once días acá en Patabamba en nuestras casas, como voluntarios. Ahora en junio también tenemos. Con eso más nos estamos motivando y también nos está ayudando. Ellos también están poniendo un grano para mejorar siquiera algo. Es turismo participativo. (Mamerto Mandortupa)

De igual manera, el catequista Julio Huamán nos señaló lo siguiente:

(...) ahora con el turismo están trabajando recién según lo que he visto este año nomás han llegado hartos, antes casi no venían (...).

- **Falta de acondicionamiento de las viviendas rurales**

Si bien la asociación tiene diez años de fundación, hasta en la actualidad, los miembros integrantes sostienen que el motivo por el que en la comunidad se presenta débil afluencia de turistas es que no todas las casas de los socios se encuentran acondicionadas para recibir el turista. En consecuencia, se advierte la necesidad de acondicionar más las viviendas:

Entrevistadora: “¿Cuándo terminó el Proyecto Corredor se debilitó la asociación?”

Mamerto Mandortupa: “Tampoco casi Corredor nos ha dado mucho. Nosotros nos hemos animado, porque siempre agencias han pasado. Hemos tenido mucho contacto con muchas agencias, pero en vano porque la mayor parte no se ha avanzado porque ellos querían que las casas estén listas. No hemos hecho y tampoco nadie se ha preocupado

porque el presidente tiene su contrato. El recibe 7 turistas aparte, no le importa a él. Solo le importa él, pero no le importa nosotros”

Vivienda de la familia Thomas Khilli Ojeda en proceso de acondicionamiento para el turista



Foto: Vanessa Verástegui

Cuando preguntamos a los socios sobre las demandas en la comunidad para mejorar el turismo, Dominga Lloque mencionó la necesidad de acondicionar las viviendas para el turismo. Asimismo, se refirió a las cocinas mejoradas como resultado de la gestión del alcalde de Taray con el Programa JUNTOS:

(...) Cada uno de los que tienen su casa deben implementar para recibir turistas, de alguna falta arreglar sus casas, cuando trabajábamos con JUNTOS era obligatorio arreglar las casas y cambiar los fogones, lo malo es que yo no me acostumbro con la cocina mejorada; ese fogón nuevo que han hecho es muy incómodo, incluso algunos lo han destrozado o está botado en un rincón, el municipio con el Programa Juntos ha hecho ese proyecto (...). [Traducción: María Pati]

Sin embargo, esta visión del uso de las cocinas mejoradas que reemplaza a los fogones tradicionales no es compartida por Sabina Ojeda, esposa de Antero Champi.

No, solo mi esposo Antero Champi cuando llegan turistas a mi casa yo atiendo cocino para ellos, pero solo mi esposo está empadronado y él va a las reuniones de la asociación. Solo esa casa tengo para recibir a los turistas, hay cinco camas. Yo cocino en la cocina mejorada porque gasto menos leña, es como una cocina a gas, ya no utilizo mi fogón (concha) antiguo, antes cocinaba solo en ese fogón.

“Cocina mejorada”. Vivienda de Rosalío Mandortupa, presidente de la Asociación Trabajadores en Servicios Múltiples



Foto: María Pati

Las opiniones de los socios Dominga Lloque y Sabina Ojeda diferentes sobre las cocinas mejoradas demuestran la falta de un enfoque intercultural de parte del Estado en el sentido de que la instalación de las mismas se realizó sin la aplicación de un previo diagnóstico en la comunidad. A ello se suma la escasa atención de los municipios de Taray y Coya, que no han elaborado hasta la fecha ningún plan de desarrollo en la comunidad. Solo se registra un Plan de Desarrollo Comunal 2007-2011 elaborado en el año 2007 por la ONG PLAN INTERNACIONAL, en el que, si bien se mencionan los servicios de turismo vivencial, el circuito turístico (Tipón-Patabamba- Huchuy Qosqo, Chinchero) y sus recursos naturales y culturales como parte de su potencial (Pp.20-22), el turismo como fuente de ingresos no ha sido tratado como un objetivo primordial en ese documento.

Antero Champi se refiere también a la falta de acondicionamiento de las casas a partir de la recepción de los turistas canadienses con el Turismo Solidario:

Bueno, yo pienso, que si entrara más agencias entrarían más casas. En febrero hemos tenido 30 pasajeros. Ahorita las casas tenemos más o menos.

Para participar como socio en la Asociación de Trabajadores Múltiples el requisito es contar con las casas acondicionadas para el turismo.

Sin embargo, como mencionamos anteriormente, no todos cuentan con los recursos económicos necesarios para invertir en la infraestructura de sus viviendas. Es por ello, que muchos no incursionan en esta actividad, como es el caso del catequista Julio Huamán:

Para entrar al grupo de servicios múltiples es libre a nivel comunal, pero para que tú recibas turistas tienes que tener una buena casa y que esté completito, para todo eso tienes que tener plata; es fuerte inversión por eso es que muchas personas no participan, así como yo porque no tengo de suficiente para hacer todos esos gastos.

Rosario Mandortupa nos refiere que su vivienda cuenta con solo una habitación acondicionada para el turismo:

Estamos de acuerdo y queremos que vengan a nuestra comunidad y vengan más seguido si es posible, solo que algunos no tenemos muchos recursos para mejorar nuestras casas y hacer arreglar, yo solo tengo un cuarto y se ha quedado pues cuando ha venido la otra vez un grupo. (Rosario Mandortupa Pazo)⁶⁸

Si bien el turismo ha permitido un desarrollo en la infraestructura de las viviendas en términos generales de la comunidad, comparado condos décadas atrás, los beneficiarios de la actividad continúan siendo los pobladores con medios económicos para invertir, especialmente, los arrieros vinculados con las agencias de viajes.

Las percepciones de los pobladores son que estas debilidades, además de constituir una desventaja para cumplir con los estándares internacionales de turismo, representan un deterioro en la calidad de vida de las familias.

- **La pluriactividad por la desigualdad de los beneficios económicos del turismo**

Pese al bajo impacto generado por el turismo y la desigualdad dentro de la comunidad de Patabamba, los socios encuentran algunas ventajas y logros a partir del turismo. Aunque los beneficios no sean percibidos constantemente, ha resultado un apoyo económico y convertido en una actividad auxiliar para el desarrollo rural como complemento a la agricultura. Al respecto, la perspectiva de la Nueva Ruralidad destaca las actividades no agrícolas en el ámbito rural. El caso de Patabamba es un ejemplo, ya que la baja producción agrícola está impulsando la pluriactividad económica de los patabambinos.

Los testimonios recolectados evidencian que el turismo genera bajos ingresos económicos. El turismo resulta como una actividad complementaria en la economía de la comunidad que se caracteriza por la pluriactividad.

⁶⁸Traducción: María Pati.

Una conversación con Rosario Mandortupa ilustra esta afirmación:

*Entrevistadora: “¿En qué ha beneficiado el turismo a la comunidad?”
Rosario: “Ahora, las mujeres también trabajamos tejiendo, también muchos han mejorado con el programa JUNTOS sus casas; ya no son como antes ha mejorado, no solo hemos mejorado con el turismo nomás, como trabajamos con turismo nomás, el programa juntos está apoyando en el arreglo de las fachadas de algunas casas como vienen grupos para que se vea mejor”.⁶⁹*

Julio Huamán coincide con Rosario:

Yo creo que los de turismo vivencial no ganan mucho, porque ahora los productos de primera necesidad han subido y ellos compran para que den servicio a los turistas, ellos deben invertir bastante porque tienen que hacer arreglar sus casas así para que ofrezcan un buen servicio.

Según las versiones de Rosario Mandortupa y Julio Huamán, se evidencia que el turismo no genera gran impacto económico en la comunidad. En las áreas rurales los comuneros deben dedicarse múltiples labores para el sustento familiar: artesanía, agricultura, turismo, crianza de animales o como jornaleros en la hacienda Paullo. Al respecto, señala Rosario Mandortupa:

Ahora recién un poquito nos hemos beneficiado con el programa Juntos, esa es una ayuda que llega solo para los niños, nos dan 200 soles cada dos meses, con la artesanía también hemos mejorado porque vendemos, pero para hacer tus tejidos también necesitas de bastante inversión y a veces cuando vendemos ganamos poco, también trabajamos nuestras chacras y criamos animalitos con todo eso nomás nos mantenemos, algunos también son arrieros, otros en la época de cosechar maíz bajan a las haciendas en Paullo a deshojar maíz, en lo que se puede también tienes que trabajar. El turismo solo beneficia generalmente a los que trabajan como arriero, son artesanos y están en Servicios Múltiples, solo ellos se benefician.⁷⁰

⁶⁹Traducción: María Pati.

⁷⁰Traducción: María Pati.

Comuneros jornaleros de Patabamba deshojando maíz. Hacienda Paullo Grande



Foto: María Pati

Maruja Mandortupa es una de las socias artesanas con experiencia en el tejido desde la aparición de Centro de Textiles Tradicionales. Ella también percibe los pocos ingresos económicos generados por el turismo y se dedica a la venta de artesanía en la misma ciudad del Cusco:

Yo participo en Servicios Múltiples desde el comienzo pero no me he beneficiado tanto, hace poco en el grupo que ha venido solo he recibido un turista solo eso, además creo que solo algunos del grupo reciben los que tienen su casa completo, a veces te dicen como no tienes completo, para qué ahora recién he hecho poner baño también, yo más participo en artesanía y también trabajo aparte, vendo mi artesanía en Cusco, en San Blas cada viernes, sábado en la noche ya regreso, enseño artesanía como sé tejer, en otras partes ahora también me están llamando del municipio de San Salvador para que vaya como asistente técnico y enseñe, así ayudo a mi esposo. Por ahora no estoy trabajando, solo trabaja mi esposo, pero sí voy cada viernes a vender a San Blas, en Cusco.⁷¹

⁷¹Traducción: María Pati.

Otra actividad frecuente entre los integrantes de la Asociación en Trabajos en Servicios Múltiples es la prestación de servicios de arriaje. A continuación, la socia Estanislada Mandortua cuenta sobre las labores de su esposo, quien trabaja como arriero:

Mi esposo trabaja como arriero, recoge turistas de Chitapanpa, a veces de Tambomachay llegan aquí y se quedan a dormir aquí, al día siguiente van a Huchuy Qosqo y de ahí bajan a Lamay, así trabaja mi esposo, a mi esposo le pagan de sus caballos más y de él es aparte su pago.

Mamerto Mandortupa nos comentó que su actividad económica de sustento es la albañería:

Mi ocupación es agricultura y albañería, construcciones. A eso me dedico porque yo trabajo con instituciones. Hace poco estuve en Sicuani. Ahora voy a estar en Sicuani, voy a salir a trabajar. (Mamerto Mandortupa)

La pluriactividad económica es una característica de la Nueva Ruralidad, a través de ella la agricultura ha dejado de identificarse como única actividad económica. La familia Lloque y Mandortupa se dedican a la artesanía, la prestación de servicios de alojamiento y alimentación tanto en agencias de viaje como en la Asociación en Trabajos en Servicios Múltiples y en albañería. Se resaltan las labores agrícolas solo como sustento económico:

Solo estoy en Servicios Múltiples, estuve yendo al grupo de Caritas, pero me salido como no tengo tiempo por eso. Yo trabajo aparte con una agencia, ellos me mandan turistas y yo los alojo en mi casa, ellos solo se quedan una noche; cuando llegan yo les doy la cena y al día siguiente tomando desayuno se van a Huchuy Qosqo. El dueño de esa agencia se llama Arthur, él envía desde Lima, tengo esos grupitos solo vienen de dos en dos, tal vez este año se amplíe y me envíen más, los turistas van a Huchuy Qosqo luego a chincheros. Yo y mi esposo solo trabajamos así, él es albañil. Cuando él se va yo sola trabajo mi chacra, la chacra es solo para comer, no vendo lo que trabajo, solo vendo mi artesanía a los que vienen a mi casa. (Dominga Lloque)⁷²

De igual modo, Rosario Mandortupa nos confirma que la agricultura ha dejado de identificarse como una actividad principal del desarrollo rural porque los productos cosechados están destinados al autoconsumo familiar.

Antes, nuestra papa y también lo que trabajábamos no costaba, ahora tejemos y con eso educamos a nuestros hijos (...). A veces lo que trabajamos los coge la helada así también entra enfermedades y no tenemos porque se malogra (...). Lo que trabajamos la chacra no vale, es muy bajo, a veces solo cosechamos para comer nomás, ya no para vender.”

⁷²Traducción: María Pati.

5.1.4 El discurso de expectativas de desarrollo con el turismo

El trabajo de campo sobre las expectativas de los integrantes de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples que piensan en el futuro del turismo ha revelado las necesidades y debilidades en este modelo de organizacional comunal que se mantiene desde hace diez años.

Muestra que la baja afluencia de turistas es una falta de fortaleza significativa que imposibilita la dinamización de la economía local y el desarrollo endógeno. Es decir que no cumple con las expectativas del Desarrollo Territorial Rural, pues para lograr una “transformación productiva tiene el propósito de articular competitiva y sustentablemente a la economía del territorio a mercados dinámicos (...)”. (Schjtman y Berdegué, 2003)

Otro indicador del enfoque territorial del desarrollo es la competitividad e inserción de los emprendimientos rurales en los mercados. Este fin no se ha cumplido en Patabamba, debido a que las artesanas de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples solo venden sus tejidos a los turistas que llegan a la comunidad porque se encuentran fuera de los canales de redistribución para colocar sus productos textiles. Más aún estos son monopolizados por una comerciante foránea que cuenta con el acceso a redes de comercialización.

La autogestión (Carlos Maldonado, 2005) y el empoderamiento de los sectores excluidos (Durston, 2000:34) son parte de la propuesta del modelo de organización comunal vinculado al manejo de los servicios “desde adentro”. Sin embargo, para los patabambinos esto no se cumple y la actividad turística está controlada por algunos socios y por actores externos, como los organismos de la Cooperación Internacional y las agencias de viajes. Ello se debe en buena medida a la relación paternalista entre el proyecto Corredor Puno-Cusco y la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples. En consecuencia, se evidencia el débil impacto en el desarrollo de las capacidades y competencias en la gestión turística de los mismos actores locales.

▪ Inserción de la artesanía en los circuitos globales de comercialización

La debilidad en el desarrollo de competencias para la autogestión y promoción de los productos artesanales no ha permitido a las pobladoras de Patabamba ampliar sus redes de comercialización. Por ello sus expectativas se centran en que haya mayor afluencia de turistas para poder vender sus tejidos. Según Nelly Mandortupa:

Cuando vienen turistas está bien, porque así tenemos plata porque nos compran nuestros tejidos, en cambio si no vienen no hay nada; yo quisiera que vengan más turistas porque así puedo vender mi producto, también quisiera vender a las tiendas para que exporten.⁷³

⁷³Traducción: María Pati.

De igual manera, Mamerto Mandortupa, esposo de la jefa del primer grupo de artesanas de la asociación nos habla de la necesidad de exportar los tejidos:

Venden acá no más. No hay todavía exportación. La asociación también debe preocuparse por la artesanía no solamente como arrieros. También debemos preocuparnos de fortalecer la artesanía. Eso es la meta que tengo y la visión que tengo.

En cuanto a la artesanía, la exportación, que sea bien patentizado los diseños, tiene que hacerlo bien. No por vender a veces no más, a veces algunos están haciendo de cualquier manera, quieren vender. No, tienes que mejorarlo.

▪ Promoción de los atractivos turísticos

Para superar la desigual distribución de los beneficios del turismo, a partir de este año, 2012, la asociación está promocionando el Turismo Solidario, modalidad que ha permitido el alojamiento de un turista en cada casa. El testimonio de Dominga Lloque muestra el ánimo y las expectativas generadas con el grupo de turistas que vinieron en el mes de febrero:

Entrevistadora: “¿Qué espera del turismo en el futuro para tu comunidad?”

Dominga Lloque: “Hace poco ha venido un grupo de turistas, ellos eran casi 30 y al ver eso la gente se está animando a mejorar sus casas y creo que los que antes no participaban en ningún grupo, quieren participar (...).”

La posibilidad de incrementar el flujo turístico a través del turismo vivencial o participativo, podrían incentivar otras actividades asociadas, tal como lo expresa en el siguiente párrafo, el presidente de la comunidad:

Mis expectativas serían más actividades, promocionar más actividades. Ahorita lo que se está promocionando es más artesanía. Ahorita recién se está promocionando el turismo vivencial, recién está entrando. Y más actividades para promocionar el turismo y mejorar las calles. (Henry Champi)

- **Visión empresarial en la autonomía para el manejo de los servicios turísticos**

Se advierte la necesidad de la autogestión de la asociación para no depender de las agencias de viaje:

En cuanto a eso, a la visión, la esperanza que tengo, seguir adelante y formar una empresa, la asociación. Nosotros mismos tenemos que manejar contactos ya no dependiendo de las agencias, de las empresas, porque las empresas nos ganan a nosotros. Mi meta es, no sé qué pensará Rosalío. Pero mi sugerencia es la asociación: nosotros mismos tenemos que contactar con otros países y vender esos paquetes que sea para la asociación y ya no intermediado por las agencias (...). Mi visión es manejar la asociación, armar los paquetes turísticos nosotros mismos. (Mamerto Mandortupa)

- **Establecimiento de las tarifas rentables**

Cuando preguntamos sobre los efectos negativos que podría ocasionar el turismo en la comunidad, Luis Ojeda hizo hincapié en lograr una autogestión de la actividad evitando con ello la explotación de las empresas privadas u operadores de turismo. Ejemplos de ello son Taquile y Amantaní, en donde prevalece la informalidad en el establecimiento de las tarifas por turismo vivencial.

Entrevistadora: ¿Usted encontraría algún efecto negativo en la comunidad si se desarrolla con más potencialidad el turismo?

Luis Ojeda: Sí, siempre y cuando la comunidad esté desorganizada. Por ejemplo, hay un caso, en Taquile, en Amantaní. En Taquile tienen un solo precio, pero en Amantaní, no. Ofrecen cada uno a su criterio (...). Sí, porque acá somos fáciles, inclusive bajar el precio por recibir más. Eso podría haber.

- **Manejo en tecnologías de comunicación**

El conocimiento en tecnología de comunicación es un recurso monopolizado por los dirigentes. Por ello, ha resultado una necesidad adquirir competencias en el manejo del correo electrónico entre los socios de la asociación para evitar el individualismo de aquellos integrantes que obtienen provecho del liderazgo de su cargo.

Con correo electrónico, eso nos falta creo, la asociación tiene, pero no nos ha informado todavía, eso debemos manejar todos los integrantes de la asociación. Si no es así, es la debilidad que puedo agarrar. A veces hay directivos que solo para ellos se promocionaron. Por ejemplo, en cuanto Faustino, para él mismo. Entonces, no quisiera eso. A nadie le gustaría eso. No quisiera que pase. Eso puede haber una debilidad, de repente, por interés personal, de algunos directivos. (Mamerto Mandortupa)

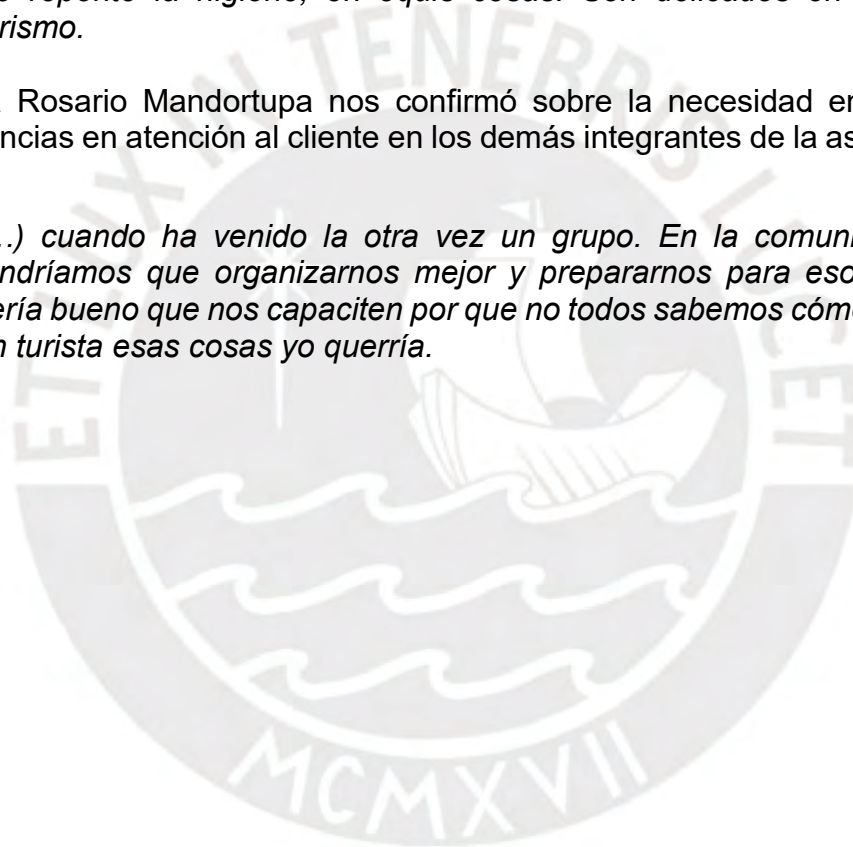
- **Capacitación en atención al cliente**

La falta de capacitación en atención al turista se percibe como un factor que limita el desarrollo turístico en la comunidad. Eugenio Poma menciona que se presentaron problemas en varias familias dentro de sus viviendas con la llegada del grupo de los canadienses:

En positivos, algunos ya contamos con experiencia para atender turismo. A lo menos estoy apto para atender, mi hijo también se ha capacitado, en cocina ha estudiado. Algunos cuantos estamos capacitados. Algunos como, por ejemplo, CHASKI AVENTURA trajo como 30 a 40 turistas. Ha habido problemas. Algunos no saben atender. De repente la higiene, en equis cosas. Son delicados en parte de turismo.

La socia Rosario Mandortupa nos confirmó sobre la necesidad en adquirir competencias en atención al cliente en los demás integrantes de la asociación:

(...) cuando ha venido la otra vez un grupo. En la comunidad solo tendríamos que organizarnos mejor y prepararnos para eso también sería bueno que nos capaciten por que no todos sabemos cómo atender un turista esas cosas yo querría.



CAPITULO 6

REINTERPRETACIÓN Y REDEFINICIÓN Y DEL PATRIMONIO CULTURAL PARA EL CONSUMO TURÍSTICO

6.1 La reinención del tejido (awa) en Patabamba

La antigüedad y originalidad de la tradición nos conduce a la discusión sobre la autenticidad del patrimonio cultural, el cual ha sido interpretado como un bien estático. Desde una perspectiva renovada del patrimonio cultural se entiende que, si bien existe una continuidad con el pasado histórico (Hobsbawn, 2000), no hay un solo patrimonio ni un patrimonio verdadero, sino que se encuentra en permanente transformación y construcción.⁷⁴ Los testimonios recolectados sobre la recuperación del tejido en las artesanas nos muestran que la artesanía textil, que se ha convertido actualmente en un referente de la valoración de la identidad cultural de Patabamba, es el resultado del proceso de reimaginación y reinención. Por tanto, en los inicios de la recuperación del tejido las mujeres eran novatas y aprendices en este rubro. Para ello recurrieron a las señoras mayores de la comunidad para rescatar y transmitir sus saberes de los diseños a las artesanas más jóvenes. En la década del noventa, cuando se formó el Centro Textiles Tradicionales de Cusco, las mujeres y varones habían reemplazado la vestimenta tradicional de uso cotidiano por el pantalón y la falda de mestiza. La tradición familiar del tejido era una actividad destinada solamente a la confección de las prendas ceremoniales en torno a la fiesta patronal y a las del Sistema de Cargos.

En este contexto la comerciante Nilda Cañallaupa, comerciante de la comunidad de Chincheros, llegó a Patabamba en donde se estaba perdiendo la práctica del tejido como transmisión familiar, tanto en la transmisión intergeneracional como en la técnica del teñido natural sustituida por los tintes químicos. A partir del contacto con Venicio Champi y de conocer sus muñecas tejidas convertidas en *souvenirs* característicos de Patabamba, se convocó a una reunión a la que asistieron todas las mujeres con la finalidad de identificar a las tejedoras con mayor potencial artístico. Sobre ello nos relató, la artesana Rosa Mandortupa Champi, actual tejedora de Centro de Textiles de Tradicionales de Cusco:

La señora Nilda ha venido aquí, porque dice que en una feria estaban vendiendo muñequitos y en esos muñequitos su lliclla tenía diseños que ella no había visto en otro lado, ella había dicho estos diseños son antiguos... esos muñecos solo hacían Catalina Champi y Venicio, el es quien había llevado a Cusco para vender esos muñecos, en una feria dice que él estaba vendiendo, ahí se han conocido con la señora Nilda, ella había preguntado de dónde eran y si sabían tejer esos diseños, ellos han dicho que sí y así nomás después vino la señora.

⁷⁴ David Soto Uribe: 2006.P4.

A la convocatoria asistió un grupo grande de mujeres de varias generaciones portando sus prendas personales que habían sido tejidas por ellas mismas, por sus mamás o sus abuelas. Incluso asistieron otras mujeres de las comunidades vecinas de Sihua y Quencco, dado que la señora Nilda Cañallaupa es una conocida comerciante con poder infuyente en la industria de la artesanía textil en Cusco.

(...) Entonces con mi mamá venimos. Y nos dijo: “Ya hay que urdir las mantas lo que tienen en las lanas de ovino que tenía mi mamá². Mi mamá pues tenía, yo no tenía, Mi mamá me dijo: “si tengo lanas de oveja como la señora dice; no sé, para qué será; hay que ir”. Toda la gente, casi toda la comunidad, de Sihua vinieron, de la comunidad de atrás, después de Quencco, también vino. Harto éramos, urdiendo así, como estos urdiditos; pero más chiquitos todavía. Entonces, urdiendo estábamos. Yo también con mi mamá y con otras señoras apoyando. Después dijo. Se fue “esto van a seguir para mi regreso”. (Encarna Bando)

Este proceso de reinención del tejido ha sido dividido en dos etapas. Una primera etapa en donde se capacitaron a las mujeres en la misma práctica del tejido. Y una segunda, en que se procedió a la reinterpretación de los diseños, al perfeccionamiento, creación e innovación:

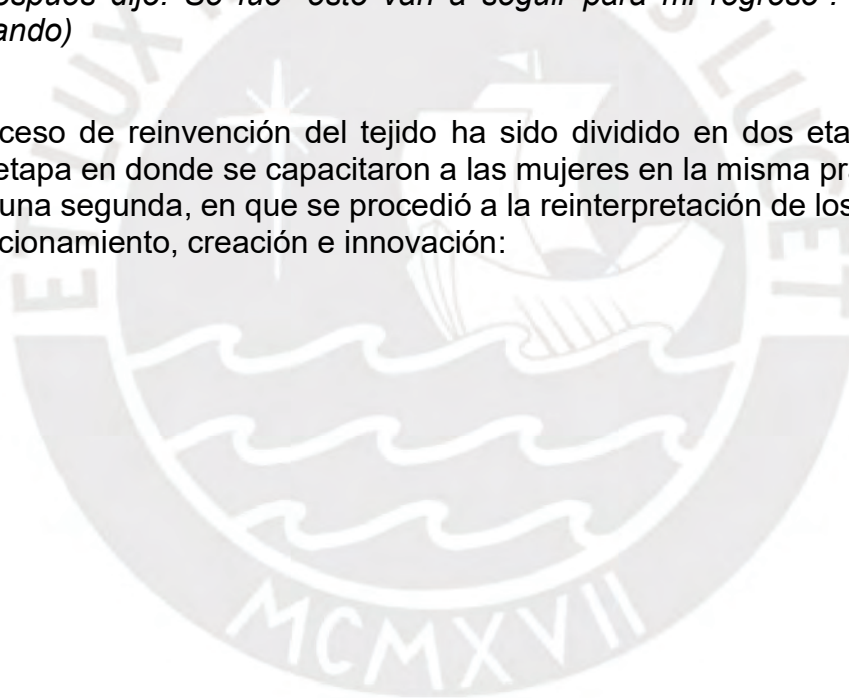
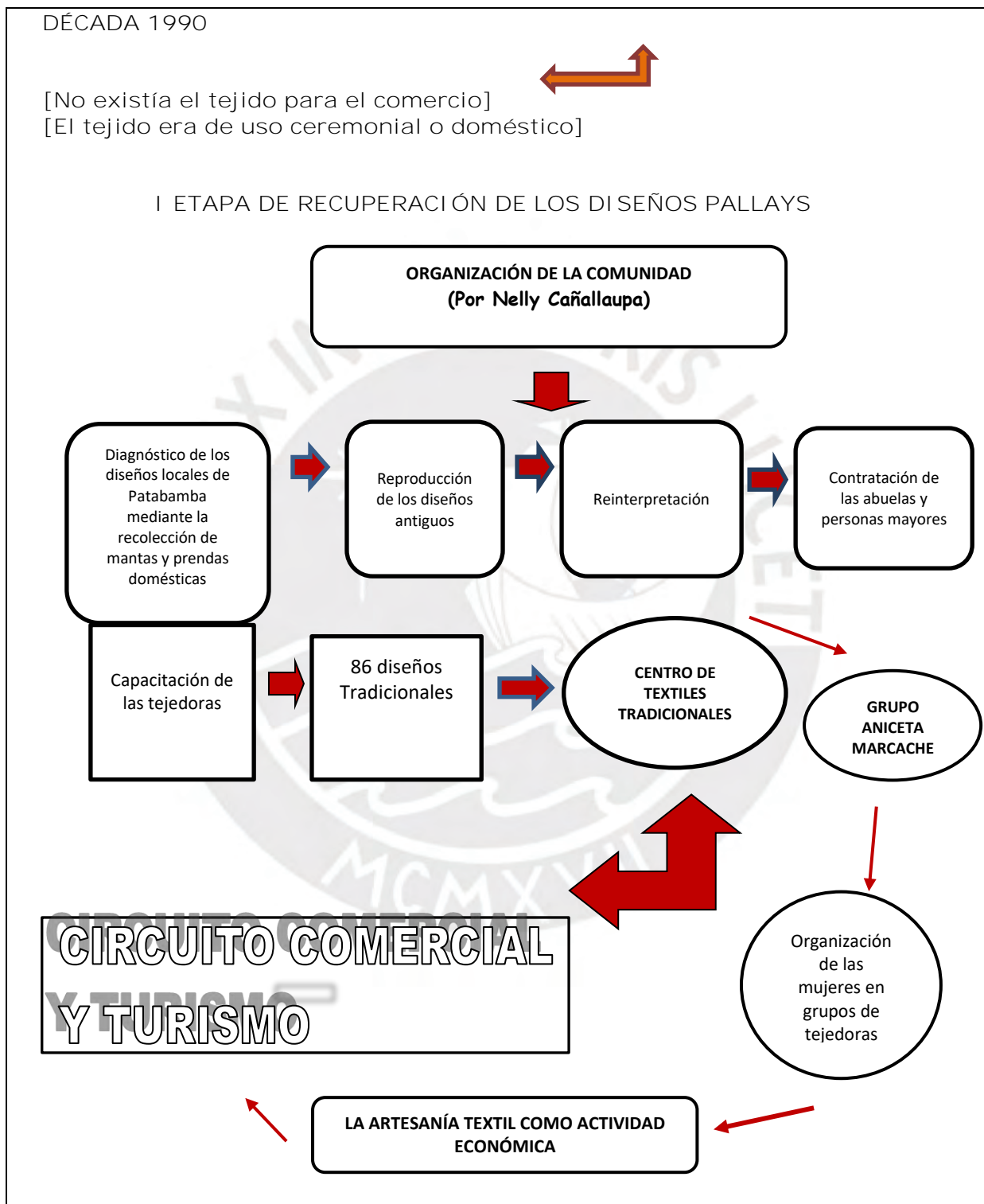


Figura N° 15

PROCESO DE REINVENCIÓN DEL TEJIDO	
<p>I ETAPA RECUPERACIÓN DE LOS DISEÑOS HACIA LA FORMACIÓN DE LA ARTESANÍA TEXTIL COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA</p>	<p>II ETAPA REINTERPRETACIÓN DE LOS DISEÑOS HACIA LA ARTESANÍA TEXTIL COMO PATRIMONIO CULTURAL</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La recolección de mantas y prendas familiares con diseños antiguos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La continuidad intergeneracional de la práctica tradicional del tejido
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La capacitación en la práctica tradicional del arte del tejido 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reproducción de los saberes familiares
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El aprendizaje del tejido mediante la estimulación con una contribución monetaria. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El perfeccionamiento de estándares en calidad del tejido
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contratación de las señoras mayores de la comunidad para capacitar a las mujeres en la elaboración de los diseños antiguos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La innovación de los diseños textiles
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La elaboración de un diagnóstico y patentización de un total de ochenta diseños locales reconocidos por la población de Patabamba. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La adaptación al consumo turístico

Figura N° 16

ESQUEMA PRIMERA ETAPA EN EL PROCESO DE REINVENCIÓN DEL TEJIDO⁷⁵



⁷⁵ Elaboración propia.

6.1.1 El procedimiento de la recuperación de los diseños (pallays) hacia la artesanía textil como actividad económica

▪ La recolección de mantas antiguas y prendas familiares

La artesanía textil se inició con un trabajo arduo de recuperación e interpretación de los diseños antiguos de las prendas y mantas tejidas que se conservaban en algunas familias.

Entrevistadora: ¿Usted inició la artesanía en la comunidad?

Venicio: Sí. Primero se comenzó con las muñequitas. Con eso hemos trabajado primero. Apareció todo. Después hemos entrado con las mantas, como ya no había las muñequitas. Esas muñequitas en el 92 hemos trabajado. Yo traje a Nilda Callañaupa.

Entrevistadora: ¿Cómo fue que se recuperaron los diseños tradicionales?

Venicio: Hemos sacado los colores, para hacer, hemos hecho un diagnóstico. He recolectado las mantas de todos. Algunos que estaban botadas afuera.

Un jueves muy cotidiano entablamos una conversación con la señora Encarna en una reunión con su grupo LLAPAN PALLAY CHAQAQ en el salón comunitario. Mientras ella tejía nos contó sobre el proceso de la recuperación de las mantas y de la artesanía en los inicios de 1996:

Entrevistadora: ¿Cómo se recuperaron?

Encarna: De las mantas antiguas que habían tenido nuestras abuelas. De eso también copiaron, como habían ido otros sitios, crearon también. En realidad, la mamá de la señora Venicio; ella es viejita ya tanto tiempo, ella también capacitó a las señoras.

▪ La capacitación en la práctica tradicional del arte del tejido

Muchas de las mujeres que llegaron al grupo organizado de Nilda Cañallaupano sabían tejer. Las que conocían tenían una práctica incipiente aprendida en el entorno materno por tradición familiar; son motivos muy pequeños o algunas prendas de textura y acabado poco fino. En algunos casos aprendieron por continuidad intergeneracional directamente hilando la *puska*. Por tanto, se capacitaron en la técnica del telar a la cintura, en la elaboración de los diseños y en la calidad de los mismos. Las mejores tejedoras de Centro de Textiles Tradicionales de Cusco, Encarna Bando, Sabina Ojeda, Rosalía Ojeda Champi y Dominga Lloque destacan hoy como artesanas experimentadas participando en diferentes grupos, entre ellos, LLAPAN PALLAY PACHACy en la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples.

(...) yo no sabía tejer tanto como sé ahora, yo solo sabía hacer watos para mi pollera y fajas también me hacía para minomás; no sabía tejer llicllas; después ella me dijo que teja una lliclla y he hecho (...).(Sabina Ojeda)⁷⁶

▪ **La estimulación del aprendizaje mediante una contribución monetaria**

En una primera etapa, las mujeres de Patabamba tuvieron que comenzaron por el aprendizaje del tejido mediante la técnica del telar a la cintura antes de elaborar diseños más elaborados. Sobre ello nos relató Rosa Mandortupa Champi:

(...) nosotras no sabíamos ni tejer, ella [Nilda Cañallaupa] nos dijo: “ustedes van a tejer”, y así hemos empezado. Esa vez, cuando recién estaba empezando, nos pagaba por ir a tejer, cinco soles nos daba pero como aún no sabíamos diseños solo tejíamos, esa vez varias nos anotamos diciendo que sí sabemos tejer bien y así igual nos seguía pagando, hemos estado algo de tres meses así y ella venía cada jueves.

Las mujeres recibieron capacitaciones de las señoras mayores, quienes habían sido contratadas debido a su experiencia y conocimiento. Una de ellas, doña Pilar, una anciana de noventa años, madre de Venicio Champi, capacitó al grupo inicial de ochenta mujeres:

(...) Con el grupo de Nilda hemos aprendido a tejer, ella ha contratado a las señoras mayores de aquí del pueblo, a las que sabían tejer, eran como profesoras, ellas nos han enseñado cuando estábamos aprendiendo a tejer; hemos aprendido, así como se conoce las letras de poco a poco. (Rosalía Ojeda Champi)⁷⁷

Esos diseños, la señora Nilda Callañaupa ha hecho recuperar, yo ya no he visto eso. Dice que ella había contratado a dos señoras mayores de aquí del pueblo, una de ellas es Pilar (...). La señora Pilar, ella es la única de aquí del pueblo que sabía la mayoría de los diseños. Ella es pues la que ha contratado la señora Nilda para que nos enseñe (Rosa Mandortupa Champi, artesana de Centro de Textiles Tradicionales de Cusco)

⁷⁶Traducción: María Pati.

⁷⁷Traducción: María Pati.

Además, las artesanas recibían un pago como estimulación al proceso de aprendizaje dentro del grupo del Centro de Textiles Tradicionales en sus inicios. Muchas de las 80 integrantes del primer grupotejían diseños básicos que habían aprendido mirando a sus madres.

Maruja Mandortupa: (...) pagaba tres soles a algunos hasta cinco soles para que aprendan, pero como yo sabía tejer desde niña porque sabía de mi mamá y mi abuela, a mi me enseñó mi mamá.

Sabina Ojeda: Cuando la señora Nilda Callanaupa ha llegado nos ha juntado, ella ha pagado a las señoras mayores para que enseñen, íbamos hartos por que nos pagaba, a los que no sabían también pagaba para que tejan y aprendieran (...).

El resultado fue el diagnóstico de 86 diseños que fueron ampliados hasta la fecha en 317 y que han sido incluidos dentro del actual catálogo del Centro de Textiles de Cusco. Las artesanas integrantes deben reproducirlos en su producción por exigencia de la comerciante, según las informaciones de algunas de sus tejedoras.

Cuando empezamos a tejer en la asociación yo he llevado mi lliclla antigua porque me habían dicho que lleve por eso y de esa llicllahemos sacado varios diseños que eran antiguos y hasta ese momento nadie sabía ni habían visto; ahora todos trabajamos solo esos diseños, también hemos preguntado a las mamitas más mayores que sabían y así hemos recuperado 86 diseños en total, eso está en un libro en Centro Textiles. (Rosalía Ojeda Champi, artesana de “Trabajadores en Servicios Múltiples y del Grupo de Llapan Pallay Yachaq)

Sin embargo, el catálogo no contiene todos los diseños originales, sino que incluye algunos que han sido recolectados por la Sra. Nilda de otras diez comunidades del Valle Sagrado, quien los comercializa como si fueran exclusivos de Patabamba.

(...) Nosotras trabajamos con los diseños de nuestro pueblo, son casi 86 diseños que están reconocidos, pero hay más diseños (...). (Gliseria, artesana del Grupo de Llapan Pallay Yachaq)

Los entrevistados nos contaron acerca del significado de algunos de los 86 diseños recuperados a través del Centro de Textiles Tradicionales de Cusco:

Figura N° 17

DISEÑOS TRADICIONALES DE TEJIDO DE PATABAMBA⁷⁸	
Diseños "Pallays"	Significado de la iconografía
PUMASILLO	<i>"Dicen antes que el Puma venía por las noches y mataban las llamas. Entonces la gente qué hacían, buscaban su huella para embrujar". (Venicio Champi, tejedor)</i>
HUACAÑAWA "Flor de matrimonio"	<i>"Yo lo he recuperado, mi mamá me dijo que sus abuelas, sus tatarabuelas le contaron eso. Porqué ¿flor de matrimonio? Dicen que antes, la gente en Patabamba creía mucho en los astros. Dentro de eso existe la CHULLPA, es algo malo, después la PALLA. Hartos géneros que tienen su nombre, pero existen. Como una correa ellos hacían en su tejido para matrimoniar a una persona, su esposa tenía que poner "Huacañawa".(Venicio Champi, recuperó el diseño de "Huacañawa")</i>
QOCHAYUYO y PATAPATA	<i>(...) también hacemos nuestro Qoriqocha, eso lo que dicen paisaje, después hacemos a nuestro pueblo, ese diseño se llama Patapata, eso es pues uno sobre otro, así es eso. También hay el qochayuyo, eso hay en nuestra laguna de qoriqocha. (Sabina Ojeda)</i>
ORAYPO	<i>"El Oraypoen varias figuras y cada uno representaba un matrimonio, que la vida sigue, sigue, sigue. ¿No cierto? O sea nosotros nunca nos acabamos en esta vida. Desde que aparecemos. ¿Cuándo será el fin?, pero para nosotros es así. O sea, siempre uno nace, uno muere, uno nace, uno muere". (Encarna Bando, Tejedora)</i>
CHASKA	<i>El "Chaska". De la estrella del cielo. Hay estrellas representativas. Antes los abuelitos todo conocían. Ya va amanecer, ya va amanecer. O sea, no tenían reloj. Después iban, "hay que sembrar temprano". De las estrellas nomás. O sea, los abuelos tienen muy bonitas historias. Yo también quería recuperar, pero se murieron. Bien bonitas son. Ellos tenían. Hoy en día, esas cosas no estábamos poniendo interés".</i>
TAWACON	<i>"Antes hacíamos casa de paja, ahí hay hacían sogas fuertes de nigua. Abajo crece nigua. Las casas de ICHU hacían con eso al palo, lo hacían. De eso hacían tawacon".(Encarna Bando, tejedora)</i>

⁷⁸ Elaboración propia sobre el significado de los diseños recolectados según los/as entrevistados/as.

6.1.2 La reinterpretación de los tejidos (awa) hacia la artesanía textil como patrimonio cultural

▪ La continuidad intergeneracional de la práctica tradicional del tejido

La recuperación de la artesanía textil como patrimonio cultural es el uso de la técnica del teñido con plantas naturales que según las tejedoras es parte de la tradición familiar de la primera generación de las abuelas, tal como refiere Estanislada:

Entrevistadora: ¿Cómo se han recuperado los diseños tradicionales?
Estanislada: Yo he aprendido los diseños antiguos de mi mamá y también preguntaba a las abuelitas de los diseños, hasta ahora hay todavía esas abuelitas que saben tejer y que conocen y saben de los diseños; mi mamá dice que antes teñían con plantas naturales así como con el sauco, el nogal con esas plantas, cuando teñían la lana con nogal de eso se tejía ponchos, el color nogal es un color así como el café o marrón; yo he aprendido eso de los diseños preguntando siempre a las abuelitas, ellas son pues las que dicen que antes habían hartos diseños.

Sin embargo, con el transcurso del tiempo esta tradición del teñido natural ya se había perdido dentro del entorno familiar por el uso de los tintes químicos:

Delgadas nomás, *pallays* (diseños) simples. Inclusive antes no había diseños, como ahora sí, muy gruesas, grandes. Solo había diseños pequeños. Eso nuestras mamás sabían. Nuestras abuelas también sabían. Todos sabíamos. Como éramos chiquitas, entonces, agarrábamos *puska*, después agarrábamos lana de teñido. Nuestras mamás hacían solo con tintes químicos, a la vez también naturales (...). (Encarna Bando)

▪ Reproducción de los saberes familiares

Sabina Ojeda, una de las artesanas participantes desde la fundación de Centro de Textiles Tradicionales de Cusco, narra acerca de la recuperación de los diseños de su entorno doméstico, los cuales son valorados por el significado familiar:

Entrevistadora: ¿Qué diseños sabes de los antiguos?
Sabina: Lo que sabían antes nuestras abuelas eso nomás tejemos hasta ahora, de nosotros siempre es desde antes, antiguo es, no hacemos otros, pero sí lo haría otros diseños hasta de animales, pero no queremos hacer desaparecer diseños que son antiguos, desde nuestros abuelos siempre hacemos lo mismo, no hemos cambiado.

Maruja Mandortupa, quien fue tejedora del Centro de Textiles Tradicionales de Cusco, vende su artesanía en el barrio de San Blas, en Cusco, de viernes a domingo:

Yo siempre sabía de los diseños, solo que antes no tomábamos interés, mi mamá siempre tejía, ella es viuda, con lo que tejía, con eso nomás nos ha mantenido, los diseños que sabemos son antiguos todavía". (Maruja Mandortupa) [Traducción: María Pati]

Sin embargo, la reproducción de los diseños antiguos también pasó por el trabajo de reinterpretación de los mismos al recolectar prendas familiares decuarta generación, como es el caso de la artesana Rosalía Ojeda, bisnieta de la dueña de *lliclla* que presentó cuando fuera integrante del Centro de Textiles Tradicionales de Cusco:

(...) yo tenía una lliclla antigua de mi abuela, eso dice que era de su mamá todavía y ella eso lo tenía, era bonito con diseños antiguos, como antes no hacíamos todavía esto yo no sabía ni diseños y así han llegado con tejido y nos dijeron si podíamos tejer. Además, los diseños que hacíamos ya habían cambiado, ya no eran los mismos diseños eran otros, ahora ya nadie hace esos diseños, sino solo lo que hemos recuperado, eso nomás tejemos. (Rosalía Ojeda Champi)

▪ **El perfeccionamiento en estándares de calidad**

En la segunda fase, cuando se seleccionó a las mejores tejedoras, se perfeccionaron en la técnica mediante pasantías, entre ellas, Dominga Lloque y Maruja Mandortupa. En el tiempo de permanencia de las cuatro artesanas integrantes de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples en Centro de Textiles Tradicionales de Cusco, aprendieron a elaborar nuevos diseños y a combinar colores, y se recuperaron el uso del teñido natural con las plantas nativas del lugar. También recibieron capacitaciones con el proyecto Corredor Puno-Cusco. Así lo expresaron cuatro artesanas de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, Encarna Bando; Rosario Mandortupa Pazo; Maruja Mandortupa Khilli y Dominga Lloque.

Las artesanas fundadoras, Maruja Mandortupa Khili y Rosario Mandortupa Pazo, se refirieron al aprendizaje de los colores a partir de sus capacitaciones, tanto en el Centro de Textiles Tradicionales como en el proyecto Corredor Puno- Cusco en la técnica del teñido con tintes naturales:

(...) antes nosotras teñíamos solo con polvo (anilina), ella [su madre] es la que también nos ha enseñado a teñir con hierbas naturales, de ahí vino Corredor y también nos ayudó, porque nos había capacitado. (Maruja Mandortupa Khili)

(...) antes cuando tejíamos no sabíamos matizar, eso es cuando tú tejes según a los colores los colores tienen que dar, eso del matizado he aprendido cuando he ido a los concursos. (Maruja Mandortupa Khili) [Traducción: María Pati]

Asimismo, en el Centro Textiles las artesanas aprendieron el proceso de la elaboración de la lana natural mediante la transformación de la materia prima. Este se inicia con los procedimientos de esquila, lavado y el urdido de la lana de los animales originarios del lugar (oveja, llamas):

El turismo ha empezado con Centro Textiles, antes nosotros solo tejíamos con lana sintética, además, yo tejía siempre desde cuando era pequeña. (Rosario Mandortupa Pazo) [Traducción: María Pati]

▪ La innovación de los diseños textiles

La señora Encarna nos relató que el proceso de recuperación de los diseños de los tejidos comprendió tanto la recopilación como la creación de los mismos:

Entrevistadora: ¿Se hicieron los mismos diseños?

Encarna: Los mismos diseños, lo agrandaron. También se crearon otros diseños, ellas mismas. Con nuestros diseños, acompañándolos a los diseños ya a ladito, así más grande y bonitos.

Entrevistadora: ¿Esos diseños que iban creando fueron recopilados?

Encarna: Así estábamos en la organización. Recuperan y también crean. Recuperan y crean.

Las artesanas Dominga Lloque y Sabina Ojeda son creadoras de nuevos diseños:

(...) yo hasta he creado nuevos diseños que había traído de otros lugares, yo ya lo aumentaba algo y así se creaba un nuevo diseño, algunos de esos diseños hacen en Centro Textiles". (Dominga Lloque) [Traducción: María Pati]

(...) yo hago diferentes diseños (pallay), a veces aumento de mi cabeza lo que estoy pensando ahorita, en este pasadizo estoy haciendo soqta kumu, qeskayma, mayu inti, altar, picas, chuncho, esto es salesiano, hay hartos diseños y todos son de Patabamba (...). Cuando yo tejo hago varios diseños en uno y otro tejido en chalinas pasadizos, así no es que todo el diseño lo tejo solo en un pasadizo, no se podría hay hasta setenta diseños, se puede hacer, por ejemplo, hay varios tipos de diseños,

nosotras tejemos plantas, así también hay diseños de animales, pero aquí no hacemos eso, eso solo hacen en Lares, pero yo puedo sacarlo, y hacer tendría que mirar, lo sacaría igual si sé tejer. (Sabina Ojeda, artesana del Centro de Textiles Tradicionales)

Las artesanas Sabina Ojeda, Encarna Bando y Maruja Mandortupa añaden a este tema al referirse a la innovación de los tejidos de Patabamba mediante la recopilación e imitación de diseños procedentes de otros lugares. Por ejemplo, el diseño de “Loraypo” es original del distrito de Chincheros, el cual ha sido apropiado por las tejedoras de Patabamba luego de una pasantía con el Centro de Textiles Tradicionales. No obstante, las artesanas han plasmado su creatividad para innovar un diseño particular que las distinguiera como comunidad de Patabamba:

(...) por ejemplo hay el diseño loraypo eso se hace de diez (...) de Chincheros es loraypo eso es de ellos, de nosotros no, es otra clase, pero también hacemos, hay hartos diseños (...). (Sabina Ojeda)

Es un diseño puro, no es mezclado como en Patabamba. En Patabamba el diseño se hace diferente hasta diez en un diseño. Es como tejer esto hasta el final. (...) Como cerca, nos llevó a Chincheros, pero en Chincheros es puro un diseño en una prenda hasta terminar. Pero en nosotros no. En Chincheros, todos hacían casi igual los diseños (...). (Encarna Banda)

Del mismo modo, la tejedora Maruja Mandortupa describe las creaciones e innovaciones en sus diseños apropiados de otras regiones:

Yo he trabajado en Apurímac de ahí me traído nuevos diseños y los pongo en mis tejidos: si ves algo y te gusta tú lo puedes hacer y cambiar a lo que mejor te parece eso yo hago en mis tejidos (...). [Traducción: María Pati]

▪ **La adaptación a la demanda turística**

El significado cultural de los colores ancestrales en los tejidos ha sido adaptado a la demanda de los turistas a través de tonalidades más opacas en los diseños y prendas:

Entrevistadora: ¿Y los colores vivos?

Encarna: Los colores vivos siempre de nuestros antepasados siempre vivos. Seguro representan nuestra sangre, vivo, ¿no? El poncho siempre predomina el rojo. Aquí en la comunidad más que todo el rojo. Eso nos decían nuestros abuelos. Que el rojo representa nuestra sangre, el blanco paz y armonía, el amarillo nos representa el sol; azul nos representa el agua, verde nos representa la naturaleza Por eso,

esos colores siempre utilizamos en la comunidad. (...) Cuando el turismo viene, quiere un poco oscuro, no vivos. Por eso utilizamos oscuros, ahora, no tan vivos... Para comprar, Ellos quieren, no tan vivos. Pero para nuestras ropas siempre utilizamos vivos: verdes, azules, rojo más que todo, rosado.

Rosa Mandortupa Champi, actual integrante del Centro de Textiles de Tradicionales de Cusco, nos cuenta cómo se procede a la venta de las producciones siguiendo los diseños y colores para el consumo turístico:

Nosotros sabemos más de 60 diseños en Centro textiles y tejemos los diseños y colores que más les gusta y compran los turistas, la señora es quien nos dice que es lo que se vende más y según a eso hacemos, todos los diseños que tejemos son de Patabamba eso se han recuperado de la señora Pilar, ella es la única de aquí del pueblo que sabía la mayoría de los diseños ella es pues la que ha contratado la señora Nilda para que nos enseñe. Los diseños que más tejemos son elpata pata, chasca, llama sillu, zapato, qori qocha, tijeras romanas, esos son los que más les gusta a los turistas.

El tipo de las prendas para la venta a los turistas en cuyos productos se destacan prendas tradicionales como las *llicllas* y *souvenirs* más occidentales (monederos, cartucheras, bolsas, chalinas al estilo de los diseños de Patabamba). Esto demuestra las competencias adquiridas de las mujeres en el transcurso de la recuperación del tejido. Es decir, los saberes locales se han transformado en función de las exigencias de la oferta y la demanda de los turistas, porque la artesanía que más gusta es la que representa productos híbridos -como afirma García Canclini-, entre el tradicionalismo y la modernidad:

Yo tejo chalinas y hago en telar, así como un pasadizo grande de ahí yo corto para sacar y hacer monederos, cartucheras, bolsas esos también hago llicllas. Yo cuando tejo solo tejo con diseños de mi pueblo y con los diseños que yo sé. (Nelly Mandortupa)

Si bien la recuperación del tejido ha sido inicialmente promovida por el Centro de Textiles Tradicionales de Cusco, la población identifica actualmente a los tejidos como la identidad cultural de Patabamba. La transformación de los saberes tradicionales de la población local ha convertido al tejido en un producto de artesanía textil de valor patrimonial, ganando la imagen de comunidad de tejedores.

Dado que las artesanas han adquirido competencias sobre estándares de la calidad del tejido, asociados con textura, acabado y tonalidades, se perfila como un producto de marca cultural de identidad territorial (Cotorruelo, 2001)⁷⁹

⁷⁹La identidad territorial: "Identificación de los actores de la comunidad local con su territorio, sus organizaciones, sus productos y servicios". Citado por Claudia Ranaboldo: 2006.

y por tanto como atractivo turístico de fuente de ingresos. No obstante, se requiere descentralizar el poder sobre el control de esta actividad e impulsar una política de promoción con la finalidad de lograr beneficios económicos iguales y solidarios:

Ella [Nilda Cañallaupa] nos dijo que no deberíamos olvidar nuestras costumbres de tejer, eso nos dijo (...). (Sabina Ojeda)

(...) Ella [Nilda Cañallaupa] organizó un grupo a las señoras que saben tejer, mi señora estaba allí todavía. Entonces obligó ¿no?: “Esa ropa típica deben utilizar, tienen que mantener”. Viendo eso, que el turismo venía. Por eso motivo, toda la comunidad ha recuperado la identidad cultural, nuestra identidad. (Mamerto Mandortupa)

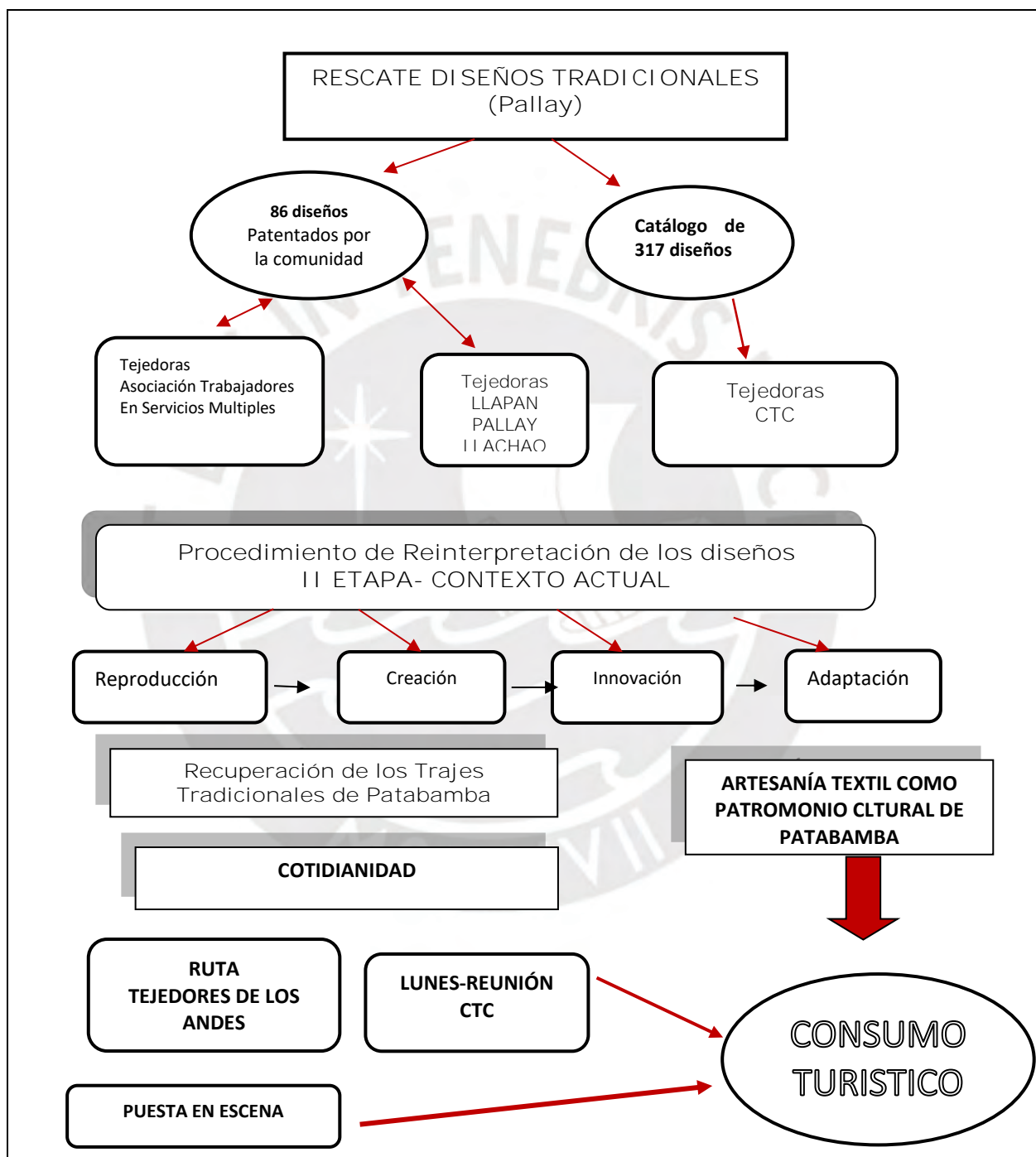
(...) Las mujeres, desde que ha venido la señora Nilda, ella nos dijo que teníamos que volver a usar nuestra ropa, así como nuestros padres y abuelos (...). (Rosalía Ojeda Champi)

Las citas consignadas líneas arriba corresponden a las percepciones de la población local, quienes muestran cómo la articuladora de Centro de Textiles Tradicionales de Cusco la vinculan con el rescate de la identidad cultural. No obstante, se trata de una identidad cultural reinventada para el turismo para fines comerciales abusando de la población más vulnerable de la comunidad, cuya fuente de ingresos económicos es la producción de sus tejidos, porque carecen de poder económico y de capital social. Ello nos permite discutir sobre lo que la Organización Mundial de Turismo propuso con el concepto de “Pro-Poor Tourism” o “Turismo a favor de los pobres” en el 2003, que luego será asumido como ideología de turismo sostenible por la cooperación internacional. Es decir, el “Turismo a favor de los pobres” lejos de incluir a la población más vulnerable en la actividad turística como lo afirma el turismo sostenible, está generando el provecho económico de las empresas, agencias de viajes y operadores de turismo. (Beatriz Pérez Galán, 2012)⁸⁰

⁸⁰ En: ¿El turismo es cosa de los pobres? Patrimonio Cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo. Pp.172.2012.

Figura N°18

ESQUEMA DE LA SEGUNDA ETAPA DE LA REINTERPRETACIÓN DEL TEJIDO HACIA LA ARTESANÍA TEXTIL COMO PATRIMONIO CULTURAL⁸¹



⁸¹ Elaboración propia.

6.2 La Puesta en escena de la cotidianidad

62.1 La escenificación consciente de la población anfitriona

La autenticidad es un tema de debate en torno a los orígenes y representaciones del pasado en las culturas tradicionales. Un primer punto de discusión consiste en la verdad o falsedad, que continúa desde los orígenes ancestrales. Desde una óptica esencialista de la cultura, se concibe al turismo como una influencia negativa porque se considera a las poblaciones como si estuvieran congeladas y estancadas en el tiempo.

Actualmente, el debate sobre la autenticidad tiene otra connotación desde el punto de vista de las relaciones sociales, en el sentido de que el turismo sería una influencia negativa en las poblaciones locales como resultado del contacto con los turistas, determinando la aculturación de la cultura anfitriona y la folclorización de sus tradiciones. Este es el caso de la teoría de “anfitriones e invitados” de Valene Smith (1997), quien percibe a la cultura anfitriona como objeto pasivo, soslayando la visión consciente de las poblaciones locales para legitimar sus actuaciones dentro de la dinámica del turismo.

En cambio, desde una perspectiva postmoderna de la autenticidad se plasma a esta como una construcción social sujeta a negociación. Los seguidores de esta corriente son Resinger y Steiner (2006); Brunner (1994); Huges (1995); Apud Cohen-Hattab (2004). Ellos sostienen que la autenticidad no debe enfocarse en la pureza, impureza o contaminación de la cultura, sino más bien en el discurso consciente de las poblaciones étnicas contemporáneas.

En lo relativo a las representaciones de las danzas y tradiciones en el campo turístico, Edward Brunner (2005) propuso la “Puesta en escena”, destacando el rol activo de los anfitriones. Mac Cannell (1973), mediante su propuesta de “escenificación de la autenticidad”, fue uno de los primeros en distinguir la agencia de los actores locales cuando determinan conscientemente qué es lo que quieren preservar inventando tradiciones o artesanías para el turismo.

Este es el caso de la población de Patabamba, la que mediante su ruta TEJEDORES DE LOS ANDES es consciente de que sus danzas y tradiciones (Carnaval, Machuchanque) son actuaciones, porque ya no se practica con la connotación religiosa y festiva de la cultura de sus abuelos, sino como atractivos turísticos. Es decir, la escenificación de las festividades del calendario católico religioso en una comunidad predominantemente evangélica nos permite afirmar que el uso de estas tradiciones culturales, además de los fines estratégicos de satisfacer sus necesidades, está contribuyendo a la revaloración del patrimonio cultural y a la redefinición de la identidad cultural entre la población patabambina.

Cuando los patabambinos nos confirman que sus escenificaciones son meramente actuaciones nos dejan entrever que deslindar de todas las circunstancias negativas que asocian con el sistema de cargos (el derroche de alcohol y de gastos económicos), no implica que renieguen de las tradiciones culturales. Por el contrario, están pasando por un proceso de revalorización del patrimonio cultural, están evocando la memoria popular.

Las tradiciones asociadas a las festividades del calendario católico religioso que han desaparecido de la práctica popular por la influencia de las iglesias protestantes han sido retomadas para ser representadas con fines turísticos. Estas tradiciones escenificadas como atractivos turísticos están permitiendo la recuperación de la memoria popular y la revaloración de la identidad entre los patabambinos:

Como somos asociación hemos tenido que recuperar las costumbres para mostrar a los turistas y lo hacemos en grupo, ya no como antes que lo hacía solo una persona, además solo hacemos una demostración ya no con fe, es que esas cosas les gustan ver a los turistas, por eso hemos vuelto a recuperar esas costumbres que ya no festejaban. En Servicios [Asociación Trabajadores en Servicios Múltiples] nos obligamos para participar y recrear eso, además esas costumbres hemos hecho aparecer de nuevo nosotros y la gente viene a mirar y dicen que eso ya no se veía y quedan sorprendidos. (Rosalía Ojeda)

Así nos refiere Estanislada Mandortupa, católica creyente, primera responsable de las artesanías de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, quien nos cuenta sobre la escenificación consciente de las tradiciones. Se advierte, además, que las diferencias ideológicas entre católicos y evangélicos de los integrantes no son impedimento para revivir las tradiciones; pero sí hay una resemantización diferente al significado religioso de antes:

Nosotros en Servicios Múltiples hemos recuperado algunas costumbres que ya se habían perdido, nosotros lo recreamos solo para ellos, así como por ejemplo la fiesta de San Juan el 24 de junio (Oveja Qonoy), también el Cruz Velacuy con su danza kachampa. Si los turistas vienen en una fecha como por ejemplo en enero, en la fiesta del alcalde Tarpay nosotros lo recreamos, así como lo celebraban antes y les decimos que eso se hacía en esa fecha antes, en el grupo todos participan ya sean católicos o evangélicos, hacen nomás si están en el grupo. (...)

En adelante, la motivación de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples para volver a escenificar la tradición responde a las necesidades de ser atractivas para los visitantes, tal como lo sostiene en Dominga Lloque y Rosalía Ojeda Champi, la primera creyente evangélica, mientras que la segunda es católica:

Las costumbres son bonitas y se veía bien; cuando vienen turistas nosotros lo hacemos la recreación de esas fiestas, pero ahora ya no nos emborrachamos y tampoco adoramos a los santos, cuando han venido turistas hemos bailado el qanchi china saqras, yo también he participado yo antes, yo he bailado esas danzas del qanchi, carnaval. (Dominga Lloque)⁸²

Las costumbres que había en el pueblo han desaparecido poco a poco no cuando ha llegado la religión nomás...Dentro de la asociación estamos tanto católicos y evangelistas, algunos dicen yo no puedo hacer y les decimos acaso eso estamos haciendo de verdad o estamos tomando, todos tenemos que participar porque solo es una demostración. (Rosalía Ojeda Champi)⁸³

Los testimonios de los pobladores líneas arriba muestran que la población manipula la etnicidad conscientemente con fines estratégicos para responder a sus necesidades económicas. Los investigadores del turismo han advertido que esta manipulación de la cultura de los anfitriones contribuye al empoderamiento de la autorrepresentación; en el sentido de que ellos deciden qué, cuándo y cómo mostrarlo en escena (Cohen: 1988; Silverman: 2000). En el caso de Patabamba, los criterios de los integrantes prevalecen para decidir en las elecciones de ciertas danzas y tradiciones que pueden ser atractivas a los turistas para ser adaptadas dentro de un programa de actividades en torno a la ruta de TEJEDORES DE LOS ANDES.

Sobre las teatralizaciones de la cultura se ha discutido acerca de la folklorización y banalización que se produce cuando los ritos se transforman en espectáculos turísticos desligados de su significado original. Al respecto se sostiene que la comercialización es enemiga de la autenticidad de las tradiciones. Una interrogante que compete al presente es cómo los patabambinos están manejando su etnicidad para el consumo turístico.

Como señala Bonfil Batalla, la transformación de las danzas o ritos que se ofrecen como espectáculos compete al campo de las decisiones como una estrategia de supervivencia de las poblaciones protagonistas, en el que ya no se cumple su función original, sino que su resemantización tiene un fin diferente:

⁸²Traducción: María Pati.

⁸³Traducción: María Pati.

*“(...) Se trata de tomar un contenido propio y apropiarse de una forma ajena, para elaborar un “objeto” que puede ser colocado entre los dos mundos, es decir, un puente intercultural”.*⁸⁴

Desde el debate de los estudiosos del turismo, se ha cuestionado también la exageración de la escenificación de la cultura tradicional (Héctor Freddy Morales Morgado; 2006), porque las danzas son adaptadas a un tiempo específico según el programa de los paquetes, pero con fines y significación diferente.

Sin embargo, la estrategia de los patabambinos de recrear sus tradiciones según fecha del calendario católico festivo es una muestra que no siempre la cultura al convertirse en un bien de consumo conduce a la banalización ya la folklorización. Además, si bien se están apropiando las tradiciones de supatrimonio cultural para el consumo turístico adecuándolas a la programación de la ruta de TEJEDORES DE LOS ANDES, la autenticidad no está asociada con la comercialización de sus tradiciones sino en la agencia y en el empoderamiento de la población para manejar reflexivamente la identidad.

6.3. El producto Tejedores de los Andes como turismo vivencial

En cuando a la puesta en escena del producto de turismo vivencial en Patabamba, según el programa preparado para el día 29 de abril de 2012 por la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, se trató de una representación de la cotidianidad actual que comprendió la enseñanza del proceso de la elaboración de los tejidos, la elaboración de la Pachamanca y la siembra de la papa a través del agroturismo. La puesta en escena con la recepción de los invitados a las 11:30 p.m. supuso música tocada por los varones de la asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, mientras que las mujeres escenificaban un ritual de bienvenida mediante la repartición de hojas de coca y flores sobre cada una de las gorras tradicionales (“qoya”) de las damas invitadas. La recepción finalizó con una danza entre los locales y los invitados con ropa tradicional. Los varones destacaron con unos chalecos y chullos, las mujeres de la asociación usaron llicllas

La programación de las actividades de “turismo vivencial” tenía la finalidad de mostrar como parte de las actividades que se ofrecieron dentro de la ruta TEJEDORES DE LOS ANDES a nuevos actores invitados, como CODESPA de la Cooperación Internacional y la agencias de viajes CUSCO MÍSTICO. En representación de CODESPA asistieron Sonia Díaz, Cindy Catunta, Liliana Ortiz; y por CUSCO MÍSTICO Buenaventura Paucar Hermoza. El propósito era dar a conocer el producto en el proceso de fortalecimiento organizacional e intento de posicionamiento en el mercado.

⁸⁴Citado por Emanuele Amodio. En: “Del rito a la fiesta turística. Transformación y uso de los rituales indígenas en manifestaciones turísticas y políticas”. P. 81.

En toda la puesta en escena de turismo vivencial que se oferta en la RUTA TEJEDORES DE LOS ANDES, la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples da cuenta de la calidad de su producto. A través de un discurso de sostenibilidad enfoca el proceso natural del tejido, los cultivos agrícolas sin fertilizantes químicos y la biodiversidad local:

El turismo vivencial tiene que ser neto, tiene que ser lo que es de acá, original. Por ejemplo, comparamos con la artesanía, le confunde al turismo. El turismo a veces no conoce, compran, pero no es natural. En cuanto al teñido, algunos hacen teñido, hacen con anelinas, pero no hacen el teñido con hierbas naturales. En unos cuantos meses está perdiendo el color. Es la desventaja que tiene. Siempre decimos que en esta zona no estamos manejando eso. En la comunidad no se maneja eso, en los teñidos. Tiene que ser natural. Igual, la asociación o mi persona misma tenemos que dar lo natural. No podemos estar engañando por la plata. La comunidad misma nos preocupamos por eso. No permitimos eso. Tiene que ser todo natural en cuanto al teñido y en cuanto a productos, tienen que ser ecológico. Por ejemplo, aquí, en una asamblea, hemos tocado ese tema en cuanto a la alimentación. Nosotros no deberíamos poner la química a nuestro cultivo. Solamente abonos naturales. Eso siempre lo utilizamos nosotros. Cada vez que llegan el turismo, llegan dositos, unito le digo: este producto es natural; no han sido trabajado por herbicidas; no hemos metido insecticida, nada, ni abonos químicos. Ellos se sienten contentos. Ellos llegan a su país, regresan, le sacan fotos: “esto hemos comido” (...). (Mamerto Mandortupa)

A continuación, se presentan las actividades que comprendieron la puesta en escena:

ACTIVIDADES DE LA PUESTA EN ESCENA	PROGRAMACIÓN
1. Invitación de las mujeres de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples a los invitados (CODESPA, Agencias de viaje e investigadoras) a vestir el atuendo típico de Patabamba	10:30 a.m.
2. Recepción de invitados: CODESPA, Agencias de Viaje CUSCO MÍSTICO y ANTIPODE con música y danza entre foráneos y locales	11:30 a.m - 12:30 p.m.
3. Preparación y representación de la elaboración de la Pachamanca	12:30 p.m.

4. Visita al Mirador del Valle Sagrado: Pisac, Taray y Coya	12:30 p.m. - 1:00 p.m.
5. Recolección de plantas naturales	1:00 p.m.- 1:30 p.m.
6. Demostración del procedimiento del teñido	1:30 p.m.- 2:00 p.m.
7. Almuerzo de la pachamanca con los visitantes	2:00 p.m.- 3:30 p.m.
8. Exposición artesanal de tejido para la venta de sus productos	3:30 p.m.- 4:00 p.m.
9. Representación de la agricultura mediante el agroturismo	4:00 p.m. -5:00 p.m.
10. Recorrido y exposición de los dormitorios acondicionados para el turismo a representantes de CODESPA y de las agencias de viajes CUSCO MÍSTICO	5:00 p.m.- 6:00 p.m.

▪ **El uso de los trajes tradicionales de Patabamba como atractivo turístico**

La representación de la cotidianidad se inició con la invitación de parte de las mujeres de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples a vestirse a la usanza tradicional de Patabamba. A las mujeres invitadas más jóvenes (integrantes de CODESPA y estudiantes investigadoras) se les brindó las *llicllas* y *lossombreros Qoya* de color fucsia contrastando con el rojo oscuro de las mujeres de la asociación, que simboliza la madurez, mientras el fucsia, la soltería:

La ropa que nos ponemos también es de nuestro pueblo, hay ropa de las solteras y de las casadas, de las solteras su lliclla es de colores claros como un rosado (...). (Nelly Mandortupa)

Con la introducción de la artesanía por el Centro Textiles Tradicionales del Cusco, la comunidad de Patabamba ha logrado recuperar los trajes tradicionales, aunque los pobladores solo los usan para mostrarlos al turismo, ya que actualmente se observa que las mujeres y varones visten ropas occidentales o ropa de mestiza:

Como se está perdiendo las polleras también, ahora último. Ya no utilizan cuando hay turistas recién ponen. Hace poco hemos recuperado. (Venicio Champi)

Los trajes tradicionales eran usados para las danzas y fiestas tradicionales que se celebraban en Patabamba:

Yo recuerdo que mi madre me tejía llicllas para los Carnavales; antes, las ropas solo eran de bayeta, todos nos vestíamos así (...). (Dominga Lloque) [Traducción: María Pati]

(...) Pero como no había ventas ni nada como ahora, solo hacían para que se tapen, para tapado (...). Para nosotros, para que ellas se vistan, para sus bayetas, hacían con puska, con lana de ovino. Eso nomás se hacían polleras. (Encarna Bando)

(...) Antes ya no tejíamos como ahora, solo tejíamos cuando había fiestas así nomás, ya nos hacíamos llicllas, watos para amarrar nuestras polleras solo para eso. (Sabina Ojeda)

(...) esa ropa ya no se veía casi la gente solo se ponía para bailar en las danzas en época de carnavales, así poco a poco hemos recuperado (...). (Rosalía)

Cuando bailábamos las mujeres siempre nos poníamos nuestra ropa típica del kaswaypor ejemplo en Carnavales todas nos vestíamos con el jugon (blusa) o camisa, la lliclla y nuestra Qoya o montera, esto era de pura paja, nosotros mismos nos hacíamos. (Maruja Mandortupa)

Las mujeres y varones jóvenes que se trasladan continuamente a la ciudad del Cusco usan jeans; en tanto las mujeres adultas, la falda de mestiza, que se distingue de las polleras por el material de la tela. Así refiere Dominga Lloque sobre la influencia de la ciudad:

Muchas cosas se han perdido porque ya la gente estaba empezando a salir del pueblo y se estaban yendo a otros lugares, los chicos y las chicas también ya no se vestían como antes, sino se vestían como de la ciudad, con ropa de tela y además les daba vergüenza. Por eso es que cuando quisimos recuperar para el turismo las ropas fue difícil, porque muchos no querían (...). [Traducción: María Pati]

No obstante, se puede observar que aún quedan ancianas mujeres, cuyas edades oscilan entre los 60 y 80 años, quevisten los trajes originales del poblador indígena, las cuales datande hace 15 años, aproximadamente. Dado que se trata de faldas desgastadas por el uso diario de las mujeres, se les llama chicharros.

En el caso de las faldas tradicionales que empleadas como atuendo durante la representación de la ruta “TEJEDORES DE LOS ANDES” se han elaborado con bayeta. Estas faldas típicas conocidas en el lenguaje popular como *polleras* se denominaban originalmente en quechua *yanpuna*.

Encarna Bando explica la recreación de la cotidianidad mediante el atuendo tradicional de las mujeres de Patabamba representada en el turismo vivencial.

Entrevistadora: “¿Y las prendas que nos han mostrado y con las que nos han vestido en turismo vivencial cómo se han recuperado?”

Encarna: “Eso es de nuestros trajes antiguos que tenían nuestras mamás, papás. Todavía se vestían con eso. Incluso tenían montera, no solo esas qoyitas. Eso era solo de casa. Cuando estábamos agitando, tejiendo, en los quehaceres de las casas hacíamos. Pero para hacer fiestas, ir matrimonios eran monteras. Incluso esas monteras hemos dejado. (...) Rojo y blanco, qoyita, eso eran, dicen de los quehaceres, pero de blanco nomás era y solo de paja. Era para la casa.

Mujeres de Patabamba con trajes tradicionales



Foto: Vanessa Verástegui

En la foto se aprecia el sombrero tradicional de las mujeres de Patabamba con la *qoya*, que es una gorra de paja y la falda que se usaban para las labores cotidianas de la casa, en tiempos en que el traslado a la ciudad se hacía con llamas porque no existía la carretera. De acuerdo a Venicio Champi, considerado un “Yachaq” (sabio conocedor) de la comunidad, solamente Patabambay dos comunidades vecinas, Quencco y Sihua, usan este tipo de gorras denominadas *qoya*:

Nuestra mamá tenía de una “qoyita” de paja, sombrero; con eso nomás andaba. Así se vestían hilando nomás ropas. Los varones con su poncho y su pantalón de bayeta. Ahora ya no ves eso. Incluso ya no ves cuando hay fiestas, ya no ves esos pantalones de bayeta, solo pantalón. Ahora es con pantalón de tela. Desde hace tiempo, siempre nuestros abuelos sabían tejer, desde mi edad más o menos. De mi edad sí hilábamos todavía, después ya no mucho, un poco ya estaban dejando de hacer cosas, pero siempre caminaban con su pollera, con su poncho, pero como no había para venta, solo para vestir nomás hacíamos. (Encarna Bando) [Traducción: María Pati]

- **Demostración de la elaboración de los tejidos (awa) como atractivo turístico**

El debate sobre la autenticidad en torno a la artesanía turística se centró inicialmente en discutir si las producciones artesanales de poblaciones originarias eran copias originales o falsas del “arte primitivo” de poblaciones desaparecidas (Reisinger y Steiner, 2006:67).⁸⁵ Sin embargo, una perspectiva posmodernapropone el concepto de autenticidad de las producciones artesanales como una construcción social sujeta a negociación, porque se adapta a las demandas del mercado. De acuerdo con estudios en diversos grupos de artesanos, los criterios de autenticidad de sus producciones dependen de diferentes criterios de calidad. En ellos influye el gusto de los compradores turistas, la originalidad, el trabajo manual, el significado histórico (Anderson y Brown, 1994; Apud, Resinger y Steiner; 2006); fabricación a mano con materiales naturales (Resinger y Steiner, 2006); fabricación local, precio, apariencia (Revilla y Dodd, 2003).¹

Justamente, este criterio de autenticidad centrado en la calidad de la artesanía textil es un discurso recurrente dentro de las tejedoras de Patabamba. En la puesta en escena de TEJEDORES DE LOS ANDESse enfatizó que la calidad del tejido reside en todo el proceso natural de confección del tejido, desde la transformación de las materias primas hasta el tejido mismo.

⁸⁵En: Margarito Barreto. Turismo y Cultura. Relaciones. Contradicciones y expectativas. Colección PASOS. Edita, n°1. P.94.

Por tanto, puede interpretarse que las artesanas legitiman la autenticidad de sus productos al mostrar el teñido con tintes naturales de plantas del *Qolle*; la *chiclla*; la flor *Quera Quera*, *cochinilla* para los colores amarillo, verde, azul y rojo, respectivamente. Estas plantas son recolectadas de sus pisos ecológicos, con excepción de la *cochinilla* que se compra en la ciudad.

Este proceso abarca varias etapas, desde la preparación de la lana natural, la esquila del cuero de la oveja, el lavado y selección de la lana, el teñido natural, el urdido de la lana, hasta el tejido del telar a la cintura.

Primera etapa: La transformación y elaboración de lana natural

Con respecto a la primera etapa de la elaboración natural de la lana, las mujeres explicaron en quechua y los varones en español sobre el procedimiento de la lana desde la esquila (corte de la lana del cuero de la oveja), la selección de la lana, el lavado de la misma con una piedra alumbre molida denominada *Sacha Parakay*, conocido también como detergente andino.

A continuación, se presenta el discurso de la calidad de los productos artesanales desde la lana procesada naturalmente por las mismas artesanas:

(...) Cuando vienen turistas nosotros le explicamos el significado de cada diseño y eso les gusta, nosotros teñimos la lana de nuestras ovejas, alpacas y llamas (...). (Estanislada Mandortupa)⁸⁶

Segunda etapa: El procedimiento del teñido natural

Aproximadamente a las 10:30 a.m. las artesanas comenzaron a preparar el proceso del teñido con la preparación de fogatas en cuatro ollas para cada color, con la finalidad de alistar los tintes naturales; el tiempo de cocción de la lana es de cuatro horas.

Entre 1:00 p.m. a 1:30 p.m., se procedió a la recolección de plantas nativas del lugar, el *Qolley* la *chiclla*. Las artesanas comenzaron a demostrar la preparación natural del color azul mediante el uso de la planta *Quera Quera* con *Poqohispay* (orín fermentado de varón por un mes) para la tonalidad de color azul. El color morado es el resultado de la mezcla de la *cochinilla ycollpa*; el *Qollepara* el amarillo, la *chicllapara* la tonalidad del verde. Para fijar la tonalidad en colores las tejedoras utilizan una planta denominada *Q'aqa Sunqhay* sal de limón.

⁸⁶ [Traducción: María Pati]

La puesta en escena de la artesanía textil evidencia que las materias primas naturales de la diversidad de pisos ecológicos del lugar son los criterios utilizados para legitimar la autenticidad del producto de turismo vivencial. Por tanto, no reside en la temporalidad de la cultura tradicional como era el foco de discusión en el debate en torno a la artesanía turística. Se advierte la transparencia en la demostración del producto cuando conscientemente se lleva a cabo la escenificación a los turistas. Las artesanas refieren que la cochinilla para la tonalidad del color rojo en el teñido natural y los fijadores se adquieren en la ciudad, porque no son recursos naturales de sus pisos ecológicos:

Mis tejidos son naturales, porque la lana teñimos con hierbas ahí le echamos el fijador que también es natural, la cochinilla compramos y otros van a Urubamba y se recogen porque la cochinilla cuesta. [Nelly Mandortupa]

Tercera etapa: El tejido del telar a la cintura

Las artesanas de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples tejen exclusivamente con la técnica del telar a la cintura (*away a la cintura*). La escenificación comenzó con el torcido de la lana en torno a un instrumento andino denominado *puska*, y luego el procedimiento del urdido de la lana de una prenda (chalina).

Artesanas tejedoras de Patabamba en el procedimiento del hilado con la “Puska”



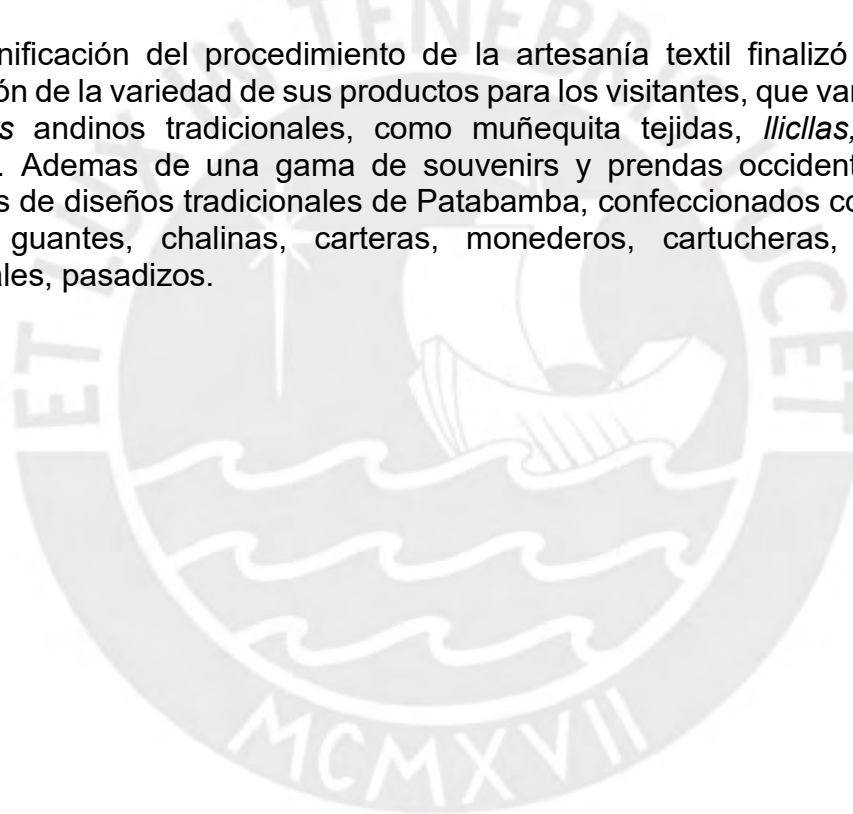
Foto: Vanessa Verástegui

La demostración continuó con la explicación de los significados de los diseños tradicionales, que plasman la cotidianidad, la naturaleza y los paisajes del lugar. Particularmente, las artesanas Encarna Bando y Maruja Mandortupa presentan los diseños tradicionales de dos prendas occidentales (chalinan) que contenían los diseños de la “Huella de la llama” “chakana”, “chaska”, el “Ojo de la vaca”, “pata k’aqlla”, “la laguna de Qoricocha”, “corazón”, entre otros.

El discurso de las tejedoras con respecto a la autenticidad de los diseños se desarrolla sobre la base de la continuidad familiar de la tradición del tejido y de los diseños originales del lugar como el *calvarionqocha*:

(...) yo sé tejer, porque he aprendido de mi mamá y abuela. Además, cuando tejo hago con diseños de mi pueblo y son originales como, por ejemplo, ese diseño del calvarionqocha, eso solo hacemos aquí, no vas a encontrar en otro lugar. (Nelly Mandortupa)

La escenificación del procedimiento de la artesanía textil finalizó con una exposición de la variedad de sus productos para los visitantes, que varían entre *souvenirs* andinos tradicionales, como muñequita tejidas, *llicllas*, *chullos*, *chuspas*. Además de una gama de *souvenirs* y prendas occidentales con bordados de diseños tradicionales de Patabamba, confeccionados con la lana natural: guantes, chalinan, carteras, monederos, cartucheras, llaveros, individuales, pasadizos.



Exposición de las tejedoras de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiple de Patabamba



Foto: Vanessa Verástegui

El discurso de autenticidad en la puesta en escena del producto de TEJEDORES DE LOS ANDES enfatiza el manejo sostenible de las materias primas naturales. Esto se expresa en el énfasis del proceso y transformación a mano con los productos textiles de todo el proceso; la transformación de las materias primas de la lana procesada y de los tintes naturales con plantas nativas; la técnica del telar a cintura; los saberes locales en la elaboración a mano, la mezcla de las tonalidades de los colores y de los diseños tradicionales.

Por tanto, la artesanía textil que se ha convertido en un patrimonio comunitario es el resultado de la reinención del tejido y la transformación de los saberes locales, trascendiendo los criterios de temporalidad. La idea de sostenibilidad presente en la legitimación de su producto puede estar motivada por la demanda turística, al percibir el gusto del cliente por el tejido y teñido natural:

(...) Hay una agencia que está viniendo aquí, esa agencia trae polos blancos y nos hace teñir según al color que quiere un turista, hasta zapatillas hemos teñido. Esa vez que han traído cinco polos de color amarillo y cinco de color verde, les ha gustado, por eso hemos hecho la demostración y algunos turistas nos han ayudado, por eso yo nomás digo eso de tejer y teñir todo al natural es bueno por ellos, se sienten felices al ver esas cosas (...). (Estanislada)⁸⁷

▪ Representación de la preparación de la gastronomía tradicional

Como a las 12:30 p.m. los varones y mujeres de la asociación iniciaron el proceso de preparación de la pachamanca con productos nativos de la biodiversidad ecológica que posee Patabamba en tres pisos ecológicos. El primero es el productor de maíz; en el segundo se cosecha variedad de papas y en el tercer piso, habas, olluco, etc. La escenificación de la preparación de la pachamanca con productos originales cosechados de las chacras familiares refuerza el criterio de autenticidad dentro del turismo vivencial que ofrece la asociación. Se inició con la preparación del quemado del horno con piedras de tres a cuatro horas y la cocción de los alimentos por veinte minutos. La cocción de los alimentos consistió en el entierro de los alimentos bajo cuatro capas con tierra, planta, cubiertas por un plástico. En la primera capa se puso la diversidad de papas nativas.

Cuando se terminaron de cocer los alimentos, cerca de las 2:00 p.m, comenzó la degustación de la *pachamanca* por los invitados y pobladores locales. Se advierte que en el producto del turismo vivencial se vende al turismo la experiencia de compartir con los locales los alimentos nativos, lo que significa la práctica cotidiana de la alimentación al estilo rural.

La autenticidad del producto del turismo vivencial como la venta de la experiencia a los turistas huéspedes que comparten la comida cotidiana de la población local destaca en el testimonio de Sabina Ojeda, quien tiene práctica en los servicios de alojamiento a los turistas en su casa. Su esposo Antero Champi fue capacitado por el proyecto Corredor Puno-Cusco y actualmente aprovecha de sus competencias adquiridas en cocina para dedicarse al turismo tanto en la Ruta de Tejedores de los Andes como en calidad de trabajador independiente con otras agencias de viajes.

En el testimonio se indica que los productos con que cocinan los platos son cultivos de las chacras familiares. Además, el menú preparado para los visitantes son platos sofisticados al estilo de la cocina novoandina, cuyos productos fusionan tradición y modernidad, como “arroz chaufa de quinua” y “cebiche de choclo”:

⁸⁷Traducción: María Pati.

Para los turistas yo cocino lo que trabajo, eso ellos comen lo que yo como también. Yo trabajo quinua, tauri, trigo, chuño eso tenemos. Cocino crema de maíz, chuño moraya, sopa de quinua, chaufa de quinua eso es igual que arroz chaufa. Antes nosotros solo hacíamos sopa, ají de quinuas esas nomás porque así también comían nuestros abuelos. Cuando vino Corredor a nosotros nos dio capacitación y ahí nos enseñó a cocinar, ahí hemos aprendido a hacer cebiche de choclo, también puré de papa. (Sabina Ojeda)⁸⁸

▪ La representación del agroturismo

Luego de la exposición artesanal de las tejedoras se dio inicio a la escenificación del agroturismo a las 4:00 p.m. La escenificación del agroturismo tuvo lugar en la vivienda de uno de los socios de la asociación, quien había acondicionado en su jardín una pequeña parcela para la puesta en escena, representando al mismo tiempo el terreno de su chacra familiar.

La demostración del agroturismo comenzó cuando el dueño de la casa invitó a sus compañeros del *ayni*, quienes le habían ayudado en la cosecha de su parcela. En el momento se explicó que se trataba de una tradición popular, mientras el dueño de la chacra, antes de proseguir las labores agrícolas, invitaba la tradicional bebida andina a sus compañeros como agradecimiento por su reciprocidad en los trabajos en el campo. Acto seguido, se representó el ritual conocido como *tinkay*, la ofrenda a la tierra (*pachamama*) antes de la siembra de las papas nativas a modo de un llamado a la fertilidad del terreno. La escenificación de la tradición consistió en la invitación a cada representante (CODESPA, agencias de viaje e investigadoras) a compartir colectivamente un sorbo de una bebida. Previamente, vertieron en la tierra un chorro de la bebida tradicional. Sin embargo, poco después la Coca-Cola usurpó el lugar de la chicha andina.

El presidente de la asociación, Rosalío Mandortupa, explicó sobre el uso de las herramientas tradicionales en el proceso de la siembra de la papa. Entre las herramientas tradicionales elaboradas con madera natural del lugar llamada *chachaqoma*, se mostraron la *chaquitaqlla*; el *pico*, el *cuti* y la *lampa*.

Con la *chaquitaqlla* se llevó a cabo la demostración de la primera fase del barbecho; la segunda fase, con la preparación del terreno mediante el *pico* con el que se tritura la tierra. Y como tercera fase el proceso del “escarbo” de la papa con el *cuti* y el *pico* para remover y seleccionar los cultivos de papas.

La demostración del agroturismo culminó con la representación de las mujeres por una de las socias de la Asociación de Trabajadoras en Servicios Múltiples, quien explicó que luego de la cosecha se procede a la conservación de la misma con el tapado de los mejores cultivos con hichu.

⁸⁸ Traducción: María Pati.

La puesta en escena del agroturismo encarna las actividades cotidianas de la vida rural bajo un discurso de sostenibilidad. Dado que el ritual *tinkay* está desapareciendo en la práctica popular ante el impacto cultural de la iglesia protestante se ha convertido en un atractivo turístico de la Ruta de Tejedores de los Andes. Por tanto, la transformación de tradiciones desaparecidas a partir del turismo contribuye a la valoración de la historia y a la recuperación de la memoria popular.⁸⁹

Por otro parte, la baja rentabilidad en la producción agrícola lleva a nuevas prácticas de cultivo de papas híbridas, porque resultan menos afectadas por las plagas. Es una iniciativa de valoración de la identidad cultural (Claudia Ranaboldo: 2006)⁹⁰ de parte de la asociación, ya que está retomando saberes locales sobre el manejo sostenible de la agricultura para convertirlos en productos turísticos que promueven la conservación de la biodiversidad y sus recursos naturales.

▪ **El recorrido de las habitaciones de las viviendas de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples**

La programación culminó con el recorrido de las habitaciones aproximadamente a las 5:00 p.m. con la visita de cinco viviendas de los socios de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples. El acondicionamiento para los turistas huéspedes fue un punto que llamó la atención luego de hacer el recorrido. La adaptación de las camas de adobe junto a las camas de madera es un ejemplo de la debilidad organizacional y la falta de criterios en gestión turística de parte de los integrantes.

No hay uniformidad en el acondicionamiento de las mismas, debido a que algunas habitaciones están provistas de camas de base de adobe y en otras se han instalado camas de madera. Cuando se les interrogó a los socios cuál es el criterio utilizado para la elección del tipo de camas, sus respuestas fueron contradictorias.

Según la versión recogida de algunos de los socios, la decisión de instalar camas de base de adobe obedece a las sugerencias de las agencias de viaje VIDA TOURS y CHASKI AVENTURA en el 2008, bajo el argumento de que las camas de adobe representan las camas antiguas *caoito* de la cultura rural indígena:

Entrevistadora: “¿Tiene algún sentido de que la base de las camas sea de adobe?”

Mamerto: “Sí, adobe no es costoso, de madera, tengo que comprar. A veces cuando sus piernas se aflojan, se mueve, al turismo no le gusta eso. Por eso lo he cambiado. Es como caoito, porque antes nuestros

⁸⁹La tradición de ofrenda a la siembra de la papa es una práctica ancestral incaica (Jhon Murra

⁹⁰ La valoración de la identidad cultural es un concepto vinculado a la propuesta de Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural, en que se enfatiza la transformación de los conocimientos culturales locales como recursos económicos.

ancestros, nuestros abuelos, usaban de adobe, como quien dice palitos, encima su barrito. Encima, cuero, ese cuero y de ahí dormían. Antes no utilizaban colchón.

Por otro lado, otro de los socios, Antero Champi, quien trabaja individualmente con agencias de viaje, ha adaptado las camas de sus habitaciones con camas de madera en contraposición a las camas de base de adobe *caoito*. La decisión de innovar las camas en su vivienda obedece a comentarios de sus clientes, quienes les han manifestado la incomodidad en dormir en estas bases de adobe.

Estanislada Mandortupa, quien participa en la asociación como artesana y prestando servicios de alojamiento, nos contó también que ha tomado la decisión de cambiar las camas de adobe por las camas de madera:

Tengo habitaciones para turistas también, antes teníamos camas de adobe, pero ahora lo he cambiado con camas de madera, normal yo recibo turistas como tengo habitaciones y no me da miedo atenderlos.

Indicadores de la autonomía de los pobladores receptores de turismo es el deseo de complacer la demanda del turista. Es decir, existe la tendencia de abandonar los estereotipos del estilo rural de la cultura indígena (Agustín Santana:2002) impuestos por las agencias de viaje. Estas pretenden vender la “autenticidad de las culturas originarias”, en cambio los patabambinos son conscientes de la necesidad de brindar un servicio de calidad al cliente satisfaciendo sus gustos y reparando sus incomodidades.

Habitación acondicionada con camas de base de adobe “caoito”



Foto: Vanessa Verástegui

Vivienda de Antero Champi. Habitación con camas de base de madera



Foto: Vanessa Verástegui

6.4 El proceso de redefinición de la identidad cultural

El caso de Patabamba ilustra la dinámica de la cultura en un proceso de renovación al establecer lazos entre el pasado y el presente. Muestra que las identidades no son categorías fijas sino construcciones sociales. Se crean vínculos con su pasado histórico (cultura tradicional originaria) y con un pasado no tan remoto (intergeneracional) en el interés por recuperar los conocimientos de la cultura popular para ofrecerlos al turismo. No obstante, son conscientes de que no van a regresar al significado festivo religioso del Sistema de Cargos ni incurrir en sus efectos sociales negativos relacionados con la inmovilidad social del campesinado y las “borracheras andinas”. (Thierry Saignes, 1989)

En consecuencia, nos permite inferir que la identidad étnica de Patabamba está pasando por el proceso de la revaloración de la identidad cultural desde una perspectiva híbrida de la cultura (Néstor García Canclini), en que se establecen lazos con su pasado histórico desde el contexto situacional presente. Es decir, desde una perspectiva no primordialista, estableciendo fronteras de su identidad (Barth), entre hoy, su herencia familiar y su pasado histórico indígena. Por ello hemos advertido que el discurso identitario fluye entre la recuperación de sus trajes tradicionales desde un pasado no tan antiguo, intergeneracional de la cultura de sus abuelos, la valoración de los conocimientos ancestrales del pasado histórico y la autoidentificación del comunero actual en permanente contacto con la ciudad y las tecnologías de comunicación (el internet y el correo electrónico).

En este sentido, son sujetos conscientes de su autorrepresentación para el turismo como una valoración de su cultura local y no objetos de observación para los turistas que buscan la autenticidad en tanto la preservación de lo autóctono. En el caso particular del discurso de la etnicidad en los pobladores de Patabamba se instaura la continuidad con el pasado no tan remoto, porque las tradiciones evocan la herencia familiar. El discurso identitario nos permite entrever una conexión intergeneracional más que con el pasado histórico de los Incas, pese a que reconocen como sus atractivos turísticos los sitios arqueológicos Inca de Huchuycosco y Capaccancha.

Este proceso de revaloración de la etnicidad se manifiesta cuando los entrevistados afirman que la artesanía textil es una ventaja positiva del turismo que ha contribuido a la identidad cultural de Patabamba para el reconocimiento y contacto con el mundo global:

*Yo agradezco que gracias al turismo hemos recuperado esto de las ropas siquiera y algunas costumbres, cuando vienen turistas nosotros nos ponemos con nuestras ropas típicas (...). (Dominga Lloque Paucar)
[Traducción: María Pati]*

Por ejemplo, presentar nuestra identidad cultural. Esa identidad cultural nos beneficia a toda la comunidad, ya no solamente a uno. Esa identidad estamos recuperando. Nos identificamos, nos presentamos con nuestra identidad cultural o con ropas típicas. Eso nos beneficia a la comunidad y ellos los turistas llevan la información y lo promocionan también, a sus amigos les cuenta y eso nos beneficia. (Mamerto Mandortupa)

Se trata también de un proceso que ha incentivado la reflexión sobre la tradición, su permanencia, en la que se expresan los cambios en curso en la sociedad patabambina. Así, por ejemplo, una de las socias de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples, Dominga Lloque nos relató que ella viste las faldas tradicionales solo para sus actuaciones escénicas, porque no se acostumbra al peso de las mismas:

(...) por eso es que cuando quisimos recuperar para el turismo las ropas fue difícil porque muchos no querían...

(...) ahora yo ya no me acostumbro a ponerme con pollera siquiera eso pesa y te hace doler la cintura solo me pongo cuando vienen turistas, para eso nomás ya.

En esta etapa incipiente del turismo rural en Patabamba sin gran afluencia de visitantes, pero con expectativas y proyecciones de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples y del recién fundado Comité de Turismo, se destaca el interés en promocionar los atractivos turísticos de la comunidad. La población tiene el manejo e instrumentalización de la identidad para impedir la comercialización o folklorización de su cultura. Lo que se puede inferir cuando dos socias de la asociación, Maruja Mandortupa y Encarna Bando,

refirieron que la recuperación de la vestimenta ha sido objeto de debate en Asamblea Comunal. La propuesta planteada por esta no ha sido recibida unánimemente por todos los comuneros, en particular por los que no se benefician del turismo:

(...) En asamblea hemos acordado también recuperar nuestra ropa típica, es que algunos también tenemos hartos hijos y no podemos hacer ropa para todos, también es gasto. Ahora ya casi más de la mitad del pueblo estamos de acuerdo en vestirnos con nuestra ropa típica, pero siempre hay todavía otros que no quieren, pero ya son pocos, otros no quieren creo porque no les gusta y también porque no saben tejer. (Maruja Mandortupa) [Traducción: María Pati]

A través de los dos siguientes testimonios se legitima la autenticidad de su cultura local, como la demostración de su cotidianidad y de otros atractivos turísticos, sus recursos naturales, paisajísticos, contemplados desde el presente. Rechazan la mirada del turista desde una perspectiva nostálgica del pasado, tanto de las tradiciones del patrimonio cultural como en lo relativo a la preservación autóctona de la cultura de los Incas:

(...) Pero de todas maneras no solamente vienen a eso. Vienen a conocer nuestras costumbres; recuperar nuestras llamas. Más que todo a conocer nuestras llamas. Las ovejas conocerán, en su pueblo puede haber. Con las piedras, con eso podremos mostrar nuestras piedras (...). (Tito Ojeda)

(...) No solamente, no va a venir, por lo que hemos hecho, por nuestras costumbres que eran antiguos, sino que el turismo hoy en día viene, cómo vivimos en la comunidad; cómo estamos, cómo trabajamos, como estamos organizado la comunidad..., como los Incas vivían no es necesario presentar nuestras costumbres. Lo que es presentar el carnaval, claro podemos ofrecer las rutas (...) podemos presentar, podemos ofrecer. (Tito Ojeda)

De acuerdo con las respuestas de los patabambinos, el patrimonio comunitario territorial no se reduce al patrimonio cultural de las festividades y danzas, porque se cuenta con otros atractivos turísticos, además de las festividades y danzas, como son el tejido, los recursos paisajísticos y naturales.

(...) Pero en cuanto a las fiestas que había antes, Vírgenes Patronales, no creo que sería tan importante, porque a veces personas tomaban. De esa parte no quisiera yo tanto así. (Encarna Bando).

Para nosotros, una ventaja es que podemos seguir más adelante con el turismo, podemos vender lo que tejemos, también van alojar con nuestro pueblo panorámico, ir a ver a otros sitios, podemos caminar, las rutas. La desventaja sería, tal vez, no podemos recuperar si el turista quiere costumbre, carnavales. Por esa sería la causa sería la debilidad, la

desventaja. Eso sería una desventaja (...). (Tito Ojeda, el presidente del Comité de Regantes de Patabamba)

Las siguientes frases nos permiten deducir que la comunidad reconoce otros atractivos turísticos vinculados con la naturaleza, los paisajes y la biodiversidad de plantas y animales del lugar. Muchos de estos atractivos son ofrecidos dentro de las rutas SENDERO DE LOS MIRADORES y CAMINO DEL CHASKI, entre los que se mencionaron la laguna de Qoricocha, el Mirador del Valle Sagrado; el sitio arqueológico de Huchuyqosco; la laguna de killway gocha, el mirador de Capaccancha:

(...) los turistas que vienen a su casa les sacan fotos a mis llamas, a los turistas les gusta las llamas le sacan fotos cuando no estoy (...). (Nelly Mandortupa)

En la asociación según a lo que vemos, lo que trabajamos naturalmente para dar a los turistas, también hacemos caminatas a Huchuy Qosqo, hay caminos para venir desde Seqerakay, Corao, por esos lugares porque el paisaje es bonito. Cuando vienen por Huayllarcocha pasan por la laguna de killwaygocha y Qoricocha a los turistas les gusta caminar, por eso es que a veces los llevamos hasta Huchuy Qosqo, aquí tenemos nuestro mirador al Valle Sagrado es como un balcón, por eso a ese lugar le llamamos mirador del Valle Sagrado es que de ahí se ve todo... (Estanislada Mandortupa).

Un punto de debate en turismo es la autenticidad asociada con lo autóctono y con la preservación de la cultura tradicional (Sharpley apud Reisinger y Steiner 2006). En las citas siguientes se muestra que la calidad de los productos ofrecidos es un criterio utilizado de autenticidad mediante la elaboración de la artesanía fabricada a manos con productos naturales:

(...) como era antes por eso hasta hemos recuperado nuestra ropa típica y así llamamos más al turista también con nuestra agricultura porque trabajamos todavía con nuestras herramientas tradicionales eso hacen los varones, nada ha cambiado sigue siendo lo mismo, eso mostramos al turista, eso es nuestra identidad. En la artesanía también les mostramos desde cuando recogemos las plantas todo el proceso del tejido y las plantas medicinales que también hemos vuelto a valorar y utilizar para preparar medicinas. (Rosalía Ojeda Champi)

Otra de las críticas dentro del debate en turismo es la exageración del tradicionalismo al ser adaptada al medio rural con fines comerciales. Los patambinos emplean el criterio de la autenticidad asociado al estilo de vida rural con prácticas cotidianas de agricultura y con la artesanía. Por tanto, la experiencia de compartir con la población local en el ámbito cotidiano de la realidad rural es un razonamiento recurrente para legitimar la autenticidad de su producto:

Yo muestro a los turistas todo lo que hacemos, lo que trabajo, mi artesanía lo que tejo y mi esposo con su trabajo de agricultura y ellos van y conocen, eso les gusta y a veces si les gusta participan también. Todo lo que conocemos y hacemos le damos al turista (...). (Rosalia Ojeda Champi)

(...) los turistas quieren saber todo por eso vienen aquí les gusta donde y como vivimos les gusta caminar ver paisajes eso hacen. (Nelly Mandortupa)

En consecuencia, los testimonios presentados líneas arriba nos permiten deducir que la identidad territorial local se está redefiniendo para convertirla en productos turísticos. Ello ocurre de manera consciente y reflexiva. Este proceso ha precipitado un renovado interés por su historia y tradición y es un vehículo para debatir los cambios que Patabamba atraviesa debido a la creciente influencia de grupos evangélicos y a la necesidad de integrarse a redes nacionales y globales.

Por ejemplo, nuestra identidad cultural, nuestras ropas. Como le digo que antes habíamos onteras, investigar cómo se vestían. Después ver cómo antes trabajaban papa, habas; cómo a la Pachamama lo servía. Todo eso recuperar. (Encarna Bando)

(...) Más que todo recuperar nuestras costumbres andinas, nuestros tejidos, el ayni, la minka. Eso sí es normal (...). (Tito Ojeda)

CAPITULO 7

CONCLUSIONES

El presente estudio de Patabamba aborda las percepciones sobre el turismo en la comunidad que se centran tanto en los efectos de un proyecto de desarrollo rural como en las expectativas para el futuro. Tras superar las adversidades surgidas en el proyecto de desarrollo por conflictos de intereses, los integrantes de la asociación, redefinen su identidad para convertir a Patabamba en atractivo turístico. Ha sido una decisión consciente sobre sus actuaciones en escena. En este sentido, la identidad es manejada por la población de manera estratégica para el consumo turístico, siendo a la vez una oportunidad económica. No obstante, no ha llegado a beneficiar a todos en iguales condiciones ni en términos comunales a los mismos integrantes de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba.

Se presentan las siguientes conclusiones de acuerdo con los tres niveles de análisis, la autogestión bajo el modelo del turismo comunitario; el desarrollo territorial con identidad cultural y la redefinición de la identidad.

1. Sobre el modelo de la autogestión del turismo rural comunitario

El caso de Patabamba evidencia los conflictos de intereses y el nivel de dependencia de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples con el proyecto Corredor Puno-Cusco, porque al término de este no pudo sostenerse por una crisis organizacional. Los paradigmas de desarrollo endógeno, empoderamiento y turismo comunitario coinciden en que la autogestión y el desarrollo “desde adentro” son pilares estratégicos para superar la pobreza. No obstante, las percepciones recolectadas en Patabamba dan cuenta del bajo impacto en el desarrollo rural de la comunidad en términos de afluencia de turistas e ingresos económicos percibidos a través del turismo vivencial. Por tanto, se ponen en cuestión los paradigmas mencionados.

Asimismo, nos permite apreciar los efectos como el individualismo, la estratificación social y la desigualdad de los beneficios económicos. Evidenciando con ello el quiebre de las relaciones de reciprocidad, cooperación, confianza y legitimación de los líderes que son definidos como funciones del capital social comunitario. Los resultados de este pobre capital social han provocado relaciones laborales independientes y el surgimiento de diversas iniciativas de organizaciones de tejedoras, cuyos actores principales son la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba; grupos artesanales de Centro de Textiles Tradicionales de Cusco, Llapan Pallay Yachaq; Inca Ayllu y un albergue turístico. A ello se suman los servicios de los arrieros, quienes trabajan tanto para la asociación en su calidad de integrantes y a la vez forman sus propias alianzas con diversos operadores de turismo, tratando de obtener dobles ventajas.

Las percepciones de los patabambinos sobre los impactos del turismo en la comunidad y sus proyecciones futuras inspiran sentimientos encontrados, entre la esperanza y la desconfianza, especialmente en los integrantes de Trabajadores en Servicios Múltiples de Patabamba. Actualmente, el proyecto de desarrollo turístico de Patabamba se encuentra en un proceso de reestructuración y fortalecimiento organizacional con una nueva junta directiva y un nuevo presidente, quien está tejiendo alianzas con otros actores (ONG CODESPA y agencia de viaje Cusco Místico) con la finalidad de convertirlo en un producto diversificado más competitivo en el mercado.

Pese a los cuestionamientos surgidos debido a los magros beneficios del turismo, los pobladores no rechazan la actividad turística, sino que la consideran un complemento de las economías familiares para enfrentar la pobreza. Sin embargo, el turismo beneficiará solo a unos cuantos pobladores. En este punto, cabe el debate sobre si el turismo logra canalizar las demandas y necesidades de una comunidad que, en el caso de Patabamba, carece de servicios básicos necesarios para mejorar su productividad y sus niveles de vida.

2. El Desarrollo Rural y la Identidad Cultural

El estudio nos conduce a una reflexión sobre la propuesta del Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural con respecto al valor económico de la cultura que, por una parte, nos muestra la revitalización de la identidad no estereotipada que se amolda a la demanda del turismo, pero por otra, no se ha mostrado intereses consensuados de todos para evitar la monopolización de los poderes y lograr equidad en los beneficios económicos para toda la comunidad.

Es decir, pese al bajo impacto en los ingresos de los pobladores, el turismo lleva a un proceso de la recuperación de la memoria popular; se están escenificando tradiciones que estaban desapareciendo debido a la influencia de las iglesias protestantes, en especial, la Iglesia Evangélica Peruana. Lo mismo sucede con respecto a la recuperación de los tejidos mediante las transformaciones de los saberes tradicionales, han convertido a la artesanía textil en el patrimonio comunitario territorial de Patabamba. Por tanto, promete convertirse en un potencial producto comercial; la gestión y redistribución de los beneficios económicos siempre y cuando deban ser canalizadas por las mismas artesanas locales para luchar contra la concentración de poderes.

3. La apropiación del patrimonio cultural por la población para el turismo

La experiencia de Tejedores de los Andes en el caso de Patabamba muestra que la comercialización de la tradición precipita procesos de apropiación del patrimonio y reflexión de la identidad, durante los cuales los pobladores de Patabamba manejan cuidadosamente sus tradiciones populares y toman la decisión de escenificarlos (Edward Brunner: 2005). Lejos de ser objetos pasivos del avance del turismo y de conducir a la folklorización y descontextualización de la cultura, estos procesos conducen a la revalorización de su patrimonio y de sus prácticas cotidianas.

Sin embargo, esta situación nos conduce a plantear si acaso este manejo cuidadoso de las tradiciones depende de factores como el bajo flujo de visitantes y/o del discurso de sostenibilidad en esta etapa inicial de desarrollo en que se encuentra el turismo en la comunidad.

Paradójicamente, la instrumentalización de la identidad de los integrantes de la asociación manejada reflexivamente ha resultado un empoderamiento simbólico, pero no podemos afirmar lo mismo con la autogestión de los servicios turísticos debido al paternalismo y dependencia de los operadores de turismo.

El empoderamiento de los patabambinos se expresa cuando ellos deciden cuándo establecer fronteras entre el pasado y el presente para mostrarse al turismo. La continuidad con el pasado está representada en las escenificaciones de sus tradiciones culturales, mientras que la contemporaneidad cuando ellos explican a los turistas acerca de sus prácticas cotidianas para mostrar su estilo de vida rural.

Asimismo, sobre el deseado aumento del flujo turístico en la comunidad de Patabamba y su participación en las redes globales, me planteo como segunda interrogante si los patabambinos se mantendrán como lo están haciendo hasta ahora con la venta de las identidades no estereotipadas. Todo esto nos conduce a la reflexión sobre el turismo sostenible bajo las etiquetas de “turismo vivencial” o “turismo alternativo” o “turismo comunitario” con respecto a la comercialización de la cultura. Aparentemente, la folklorización se encuentra vinculada con el bajo número de visitantes. La pregunta es si, para evitar riesgos en la banalización de las tradiciones ya no se debería considerar al turismo vivencial como fuente de ingresos para las poblaciones rurales y solamente venderse como experiencia de viaje y de participar y compartir con las familias locales. Sin embargo, esta podría ser la perspectiva del turista. Pero ¿qué sucede con la mirada local y con sus expectativas de ingresos en las poblaciones receptoras?

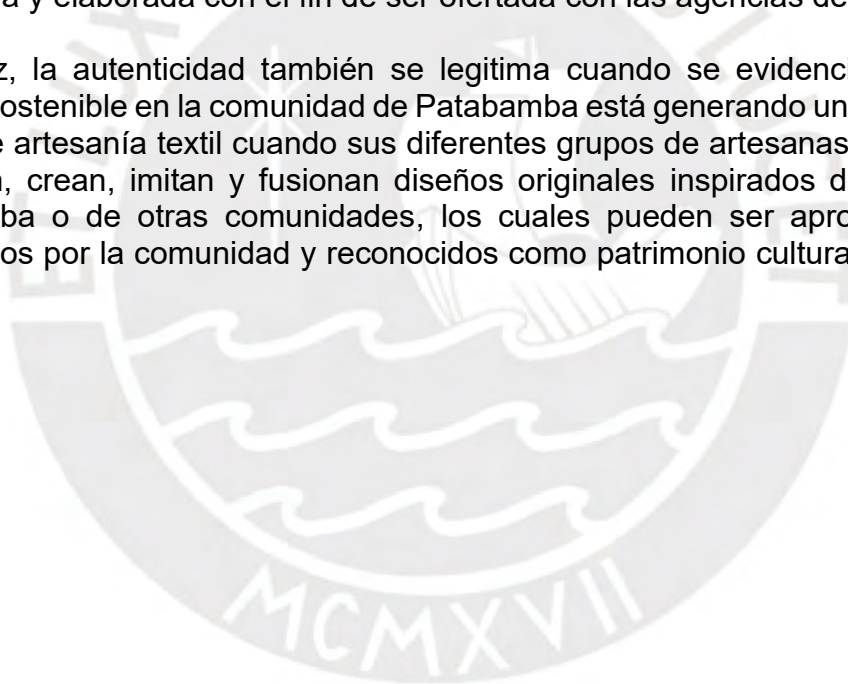
Dado que el desarrollo turístico en Patabamba se encuentra en sus primeras

etapas de formación y capacitación es previsible que su visión de esta actividad cambie a medida que se estabilice.

4. La autenticidad del producto de turismo sostenible de Patabamba

Desde una perspectiva moderna de autenticidad, los patabambinos son conscientes de sus representaciones para el turismo como fuente de ingresos económicos. No recurren a narrativas primordialistas sobre la identidad indígena enfocada en la cultura de los Incas, que es atractivo para las agencias de viajes u operadores turísticos que explotan el turismo vivencial en las comunidades rurales del Cusco. Por el contrario, a los patabambinos, les interesa mostrar hacia afuera las diferentes caras de su identidad híbrida, la de comunero agrícola con sus atractivos naturales y culturales. Sin embargo, sobre este proceso de rescate de la historia, memoria popular y de la revitalización de la identidad como consecuencia del turismo, es necesario destacar un tipo de identidad turística que puede distinguirse de su identidad comunal. Se trata de la revitalización de la identidad turística porque es construida y elaborada con el fin de ser ofertada con las agencias de viajes.

A su vez, la autenticidad también se legitima cuando se evidencia que el turismo sostenible en la comunidad de Patabamba está generando un producto nuevo de artesanía textil cuando sus diferentes grupos de artesanas, quienes reiventan, crean, imitan y fusionan diseños originales inspirados del mismo Patabamba o de otras comunidades, los cuales pueden ser apropiados y legitimados por la comunidad y reconocidos como patrimonio cultural textil en el futuro.



BIBLIOGRAFÍA

Fuentes Primarias

- Copia Notarial del título de Patabamba como Ayllu (27 de abril de 1974), firmado y reconocido por el visitador Fray Domingo de Cabrera Lartaún, el 30 de junio de 1656.
- Memoria Descriptiva del Relevamiento y Distribución General de Parcelas Bajo Riego Canales y Manantes.
Documento elaborado para el Reconocimiento de la Comisión de Regantes de la Comunidad de Patabamba ante el Ministerio de Agricultura/Decreto Supremo N° 057-2000-AG. 2004.
- SUNARP. Sede de Cusco. (Copia Informativa)
Resolución Suprema. Sección de Asuntos N° 212. ARCHIVO GENERAL DE FOMENTO. Lima 18 de octubre de 1929. 6 de diciembre 1993. Inscrito en el Reconocimiento Oficial de Patabamba (CALCA) en el Asiento N°1; Folio 377; Tomo I en el Libro de Comunidades Campesinas y Nativas del Registro de Personas Jurídicas. Cusco, 20 de diciembre de 1993.
- Expediente administrativo sobre Delimitación y Levantamiento de Plano de Conjunto de Territorio comunal iniciado por la Comunidad Campesina de Patabamba. 15 de enero de 1987. (copia obtenida en el Ministerio de Agricultura de Cusco).
- Informe N° 07-87-BTC-SPDTT. Levantamiento del Plano de Conjunto de la Comunidad Campesina de Patabamba. Subprograma Deslinde y Titulación de Tierras- Subdirección de Comunidades Campesinas y Nativas. Oficina de Catastro Rural de la Región Agraria XX- Cusco. 1987. (Copia obtenida Ministerio de Agricultura de Cusco).
- Memoria Descriptiva para el Levantamiento Aerofotogramétrico a escala 1/25 000. Cusco, 20 de enero de 1987. Ministerio de Agricultura. Región Agraria XX - Cusco.
- Estatuto de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de la Comunidad de Patabamba. En: En: Testimonio de Escritura Pública de la Constitución de asociación sin fines de lucro, representado por Faustino Champi Paucar; Guzmán Huamán Champi y Melquiades Champi Arque; a favor de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de la Comunidad de Patabamba. Cusco, 04 de diciembre del 2002.

- Acta de fundación de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de la Comunidad de Patabamba con fecha 8 de noviembre del 2002. En: Testimonio de Escritura Pública de la Constitución de asociación sin fines de lucro, representado por Faustino Champi Paucar; Guzmán Huamán Champi y Melquiades Champi Arque a favor de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de la Comunidad de Patabamba Cusco, 04 de diciembre del 2002.
- PLAN DE DESARROLLO COMUNAL. PATABAMBA. Elaborado por la ONG Plan Internacional. Cusco. 2007.

Leyes

- Decreto de la Creación Política de la Provincia de Calca. 21 de junio de 1825.
- Decretos Presidenciales del 6 de marzo de 1920 y 12 de septiembre de 1921. Creación de Sección de Asuntos Indígenas en el Ministerio de Fomento y Obras Públicas.
- Resolución Suprema sobre el procedimiento administrativo para el reconocimiento constitucional en el Registro Oficial de Comunidades Indígenas de la Dirección General de Asuntos Indígenas del Ministerio de Trabajo y Asuntos Indígenas. 28 de agosto de 1925.
- Ley de 19 de septiembre de 1898. Categoría de Ciudad a la Villa de Calca, provincia de Calca.
- Ley N° 11609. Creación del Distrito de Coya. 11 de septiembre de 1951.
- Ley N° 15027. Creación del Distrito de Taray. 6 de mayo de 1964.
- Ley 17716. Ley de Reforma Agraria. 24 de junio de 1969.

Fuentes Secundarias

ALFARO ROTONDO, Santiago

El estado del arte del patrimonio inmaterial en el Perú. Lima. Agosto 2005.

Disponible en: <http://www.oei.es/796D5B24.pdf>

[Consulta: 09-06-2010]

ASCANIO, ALFREDO

“El turismo cultural: gestión de partes interesadas y la complejidad del equilibrio”. Caracas – Venezuela. NAYA. Ciudad Virtual de Antropología y Arqueología

Disponible

En: http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/alfredo_ascanio.htm

[Consulta: 09-06-2010]

APARICIO VEGA, Manuel Jesús

“Fuentes para la Etnohistoria del Cusco”. Revista del Archivo Histórico del Cusco. N° 12. 1967. Pp. 268- 302. Universidad Provincial de San Antonio Abad del Cusco.

BARRETO. Margarita

“En pro de las Ciencias Sociales aplicadas al Turismo. Traducción del capítulo “As Ciencias Sociais aplicadas ao Turismo” In Serrano, C Bruhns, H. e Luchiari. M.T.D.P. Olhares, Contemporâneos sobre o turismo. Campinas Papirus. 2000, ISBN 85-308-0595- X, pp. 17-36

Turismo y cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas. Colección Pasos. Revista de Patrimonio Cultural. 2007.

BARRANTES, ROXANA

Desarrollo: Sostenido. Sostenible, sustentable, o ¿sencillamente desarrollo? Materiales de Política Cultura y Sociedad.Pp.1-18. S/F.

BONFIL, BATALLA

“La Teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos”. En Arinsana, N° 10. Pp. 5-36.

BOORSTIN, D.

The image.A Guide to Pseudo-Events in America. New York: Harper. 1964

BRUNNER; Edward

Culture on tour: Ethnographies of travel, Chicago University Press. 2005.

CALVO, Rossano

Antropología del Turismo. Presentado al III Congreso Nacional de Investigación en Antropología del Perú. Página web Cholonauta Disponible en: <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/ROSSANO%20CALVO%20CALVO.pdf>

[Consulta: 09-06-2010]

CANEBA, Gisella

“Poéticas y políticas de identidad: el debate por la autenticidad y la creación de las diferencias étnicas y locales”. Interculturalidad y política; desafíos y posibilidades. En: Norma Fuller (editora). Pontificia Universidad Católica del Perú. IEP- Instituto de estudios peruanos. Lima. Pp. 273-299

CHACON, Víctor S.

Perfiles Históricos de Calca. Primera edición. 2005. Pp.30

CORTES, Guillermo

“Marca Turística Perú y la Construcción de la identidad-país”. En Víctor Vich et al, eds. Industrias Culturales. Lima. Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. 2007. Pp. 302-311.

CONTRERAS, Rodrigo O.

“Empoderamiento Campesino y Desarrollo Local. N° 4: 55-68. 2000. Revista Austral de Ciencias Sociales”.

DEL VALLE CARDENAS, Pablo

“Identidad y Comunidades Campesinas”. Un ensayo de balance. En: Centro de Estudios Sociales. ALLPA- Comunidades y Desarrollo. ¿Qué sabemos de las comunidades campesinas? Primera edición, agosto 2007. Pp. 290- 361.

DOBYNS, HENRY F.

“Estudios y Comunidades Campesinas”. Capítulo I. En: Comunidades Campesinas del Perú. Editorial de Estudios Andinos- Lima. 1970. Investigaciones Sociales. Serie. Monografía Andinas N° 6.

DURSTON, Jhon

¿Qué es capital social comunitario? CEPAL. Serie Políticas Sociales. División del Desarrollo social. Santiago de Chile, Julio del 2000.

ESTRADA, Alcides F.

Monografía de Calca. Municipalidad de Cusco.1992. Pp.121.

ESCOBAR, Arturo

Antropología y desarrollo”. En: Manguaré. N° 14. Universidad Nacional de Colombia. Revista del Departamento de Antropología. Pp. 42.73.

FULLER, Norma

Turismo y cultura. Entre el entusiasmo y el recelo. Fondo Editorial. Pontificia Universidad Católica del Perú. Julio 2009.

“Reflexiones sobre el Turismo Rural como vía de Desarrollo. El Caso de la comunidad de Antioquia, Perú” Documentos especiales. En: Estudios y perspectivas en turismo. Vol. 2. N° 4. Buenos Aires. Julio- agosto. 2011.

“Políticas Públicas del Turismo en el Perú

Cuaderno de Trabajo N°7. Departamento de Ciencias Sociales. Pontificia Universidad Católica del Perú. Agosto 2009. En: Minería, turismo y agroindustria. Nuevos ejes económicos”

GASCON GUTIERREZ, Jorge

Gringos como en Sueños. Diferenciación y conflicto campesinos en los Andes Peruanos ante el desarrollo del turismo. Instituto de Estudios Peruanos. Lima-Perú. 2005.

“El turismo como factor de globalización: Un caso andino”. Publicado en CALVO BUEZAS, T. (ed). Iberoamérica: Horizonte Tercer Milenio, Madrid: CEMIRA/ UCM.

GARCIA CANCLINI, Néstor

Culturas híbridas. México.D.F. Grijalbo.1990.

HURTADO G. Hugo

Formación de las comunidades campesinas en el Perú. Capítulo IV. Primera edición. Lima- Perú. Marzo. 1974.

HAUDRY, Roberto

“Las comunidades campesinas de la Sierra Sur del Perú, instituciones con BS Disponible en: <http://www.rimisp.org/seminariotrm/doc/ROBERTO-HAUDRY.pdf>

[Consulta: 05-05-2012]

HOBSBAWM, Eric y RANGER TERENCE

La invención de la tradición. Crítica Barcelona. 2002.

MINISTERIO DE AGRICULTURA

DIRECTORIO DE COMUNIDADES CAMPESINAS DEL PERU. Junio 1984 (oficialmente reconocidas), Dirección General de Reforma Agraria y Asentamiento Rural. Dirección de Comunidades Campesinas y Nativas.

MORNER, Magnus

“Continuidad y cambio en una provincia del Cuzco: Calca y Lares desde los años 1680 hasta los 1790.”

En: Historia y Cultura N° 9. Revista del Museo Nacional de Historia; N° 9. Instituto Nacional de Cultural. Lima.Perú. 1975.

MALDONADO, Carlos.

“Definiendo el Turismo Comunitario”.En: Gobiernos Locales, Turismo Comunitario y sus redes. Memoria. V, Encuentro Consultivo Regional (REDTURS). Documento de Trabajo N° 12.OIT. Ginebra. 2008.

Turismo comunitario. Un turismo diferente”. En: El uso de marcas como herramienta para apoyar estrategias competitivas en turismo comunitario. Documento de Trabajo. N° 78. OIT. 2006.

Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario”. Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS). Documento de Trabajo N° 73. OIT. Ginebra. 2005.

MACCANELL, Dean.

Stage authenticity: arrangements of social space in tourist settings. American Sociological Review.N°79.1973; 79-589.

“Reconstructed ethnicity: Tourism and cultural identity in Third World Communities” Annals of Tourism Research 11(3). Pp.375-391.

MORALES MORGADO, Héctor Fredy

“Turismo Comunitario: Una Nueva Alternativa de Desarrollo Indígena”. En: Revista de Antropología Iberoamericana, marzo-julio. Año/vol 1. Número 002. Antropólogos Iberoamericanos en Red. Madrid. España. 2006. Pp. 249-264.

MOLANO L.; Olga Lucia

Identificando y Valorizando los Activos de los pobres rurales. Un Estudio Piloto de Investigación en el Perú, en el contexto del proyecto de desarrollo rural Corredor Puno Cusco. Mayo 2006.

Disponible en:

En: <http://www.rimisp.org/getdoc.php?docid=5462>

[Consulta: 09-06-2010]

MINCETUR

Lineamientos para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú. Dirección Nacional de Desarrollo Turístico. Dirección de Desarrollo de Producto Turístico. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. San Isidro, agosto 2006. Lima.

NOGUES PEDREGAL, Antonio Miguel

Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo. Universidad Miguel Hernández. España. Vol 7. N.1 43-55.2009. En: PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. 7(1). 2009. Pp. 47-48.

“Antropología y Turismo Rural”. En Gazeta de antropología. N° 11. 1995. Texto 11-08. Universidad de Sevilla.

PEREZ GALAN, Beatriz

“El patrimonio inmaterial en proyectos de desarrollo territorial en comunidades indígenas en los Andes Peruanos”. E-rph.n° 3. Diciembre 2008. Revista Semestral.

“Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas de Cusco”. En: Revista Anthropologica, PUCP. N°24. 2006. Pp. 29-50

RANABOLDO, Claudia y SCHEJTMAN, Alexander

El valor del patrimonio cultural. Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas. Instituto de Estudios Peruanos- EP. RIMISP Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. 2009.

RANABOLDO, Claudia y FONTE; María

“Desarrollo Rural, Territorios e Identidades Culturales. Perspectivas desde América Latina y la Unión Europea. En: Revista, Opera, mayo, año/vol. 7 Número 007. Universidad Externado de Colombia. Bogotá.

RANABOLDO, Claudia

Identidad cultural y desarrollo territorial rural. Seminario Internacional “Estado, Desarrollo Rural y Culturas. Panel de desarrollo rural en América Latina. Sucre (Bolivia). 21-23 de agosto del 2006. Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural- RISMIP. Texto actualizado sobre la base del artículo publicado en Estado, Desarrollo Rural y Culturas. Fundación ACLO. Primera edición, enero 2007. Sucre.

RIMANACUY- CUSCO 1986

Conclusiones alternativas de solución de los grupos de trabajo de Rimanacuy. Lista de comunidades que recibieron órdenes de pago provenientes del Fondo de Apoyo de Desarrollo Comunal. PP.11-13- 1986.

ROS GALIAN, Fernando

“Antropología del Turismo Rural. Forastero, el nativo y sus huellas. Una aproximación antropológica al turismo”. En: Turismo y Gestión del Territorio. José Ramón I. Alba y Elena Val Moreno. Novalia. Electronics. Novillas (Zaragoza) Aragón. 2005.

Disponible

en:<http://www.dpz.es/turismo/novedades/2007/turismoyterritorio.pdf>

[Consulta: 09-06- 2010]

SANTANA TALAVERA, Agustín

Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona, Ariel. 1997.

Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social. Publicación III Congreso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentable – Citurdes o Rural como Nova opcao de oferta para el turismo. 14 al 16 mayo de 2002. Universidad de Santa Cruz del Sur UNISC.

Desarrollos y Conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social. Universidad de la Laguna. Tenerife. Febrero 2002.

El Turismo Cultural. ¿Un negocio responsable? En: Estudios y perspectivas en turismo. Vol 17. Nº 4. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Oct/dic. 2008.

SANTANA TALAVERA, Agustín y ESTEVEZ, Fernando

“Antropología del Turismo”. En: Ensayos de Antropología Cultural. Editorial Ariel Antropología S.A. Barcelona. 1996.

SALAZAR, Noel B.

Antropología del turismo en países en desarrollo; Análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. Tabula rasa. Bogotá. Nº 5: 99-128, julio-diciembre 2006.

SALOMONE, Liliana

Turismo en pueblos originarios: ¿lógica turística o lógica cultural? En: Boletín Gestión Cultural. N°18. La Gestión Cultural desde el Ámbito Empresarial Privado. Junio del 2009. Pp.2-7.

SAIGNES, Thierry

“Borracheras Andinas: ¿Porqué los indios ebrios hablan en español? En: Revista Andina 13. 1985: 89-127.



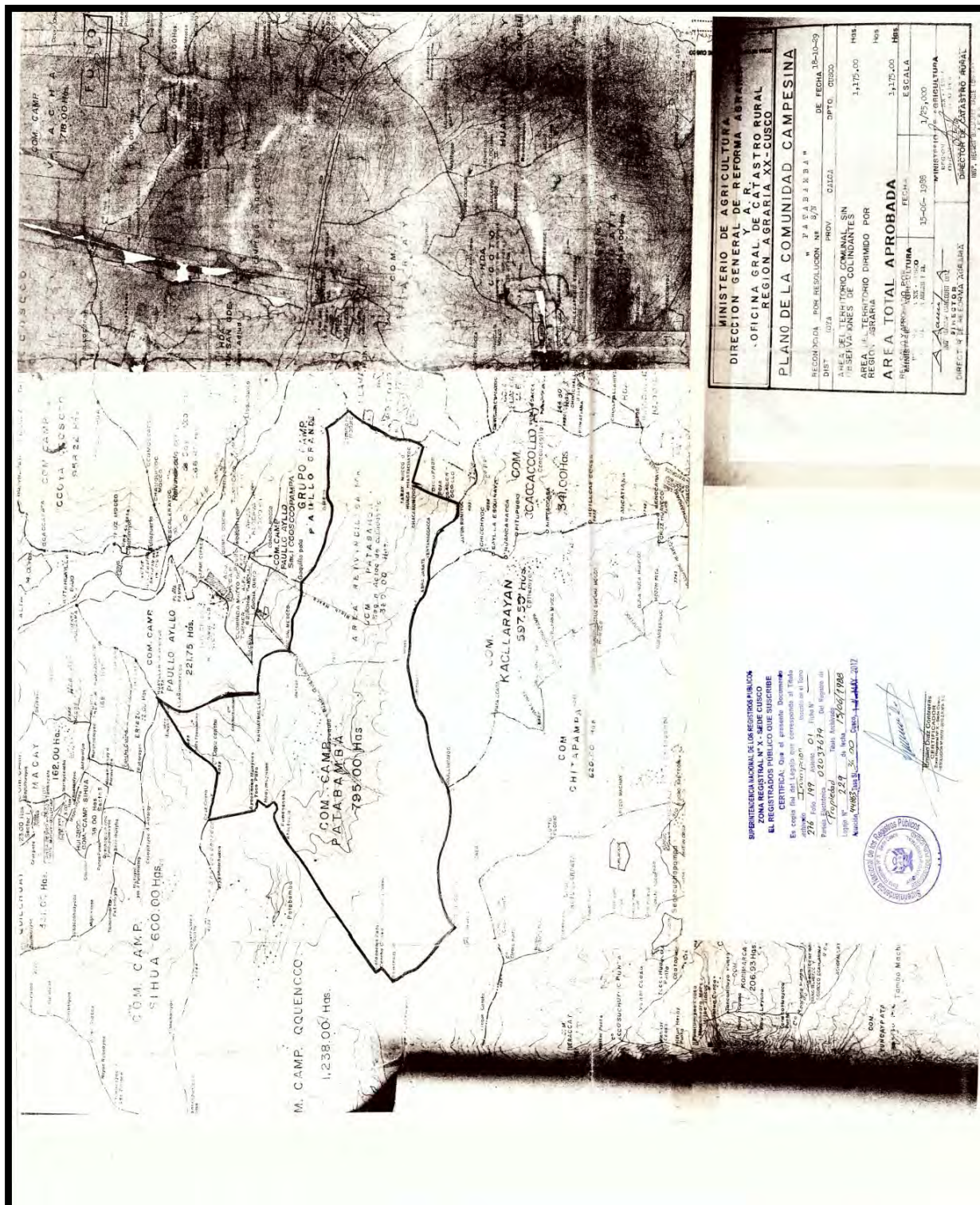
ANEXOS

1. Mapas de la comunidad
 - Plano de la Comunidad Campesina de Patabamba. Ministerio de Agricultura. Dirección de Reforma Agraria y Oficina General de Catastro Rural de la Región Agraria XX- Cusco. 15 de junio de 1988
 - Mapa de ubicación de Patabamba (Plano N°1). Enero del 2005. Comisión de Regantes de Patabamba.
2. Documentos de la comunidad
 - Documento histórico: Copia Notarial del título de Patabamba como Ayllu (27 de abril de 1974), firmado y reconocido por el visitador Fray Domingo de Cabrera Lartaún, el 30 de junio de 1656.
 - Certificado de inscripción en el Registro Nacional de Comunidades Campesinas.
3. Lista de entrevistados
 - Informantes claves
 - Socios de la "Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples de la Comunidad de Patabamba"
4. Album de fotos de Trabajo de Campo
 - Fotos de la comunidad
 - Fotos de Turismo Vivencial
5. Formato de guías de entrevistas
 - Guía de entrevistas N° 1: Socios y organizaciones de las asociaciones sobre turismo en Patabamba.
 - Guía de entrevista N°2: Informantes claves y comuneros de Patabamba
 - Guía de entrevista N°3: Viviendas rurales, servicios de hospedaje y alimentación.
 - Guía de entrevista N°4: Artesanas tejedoras



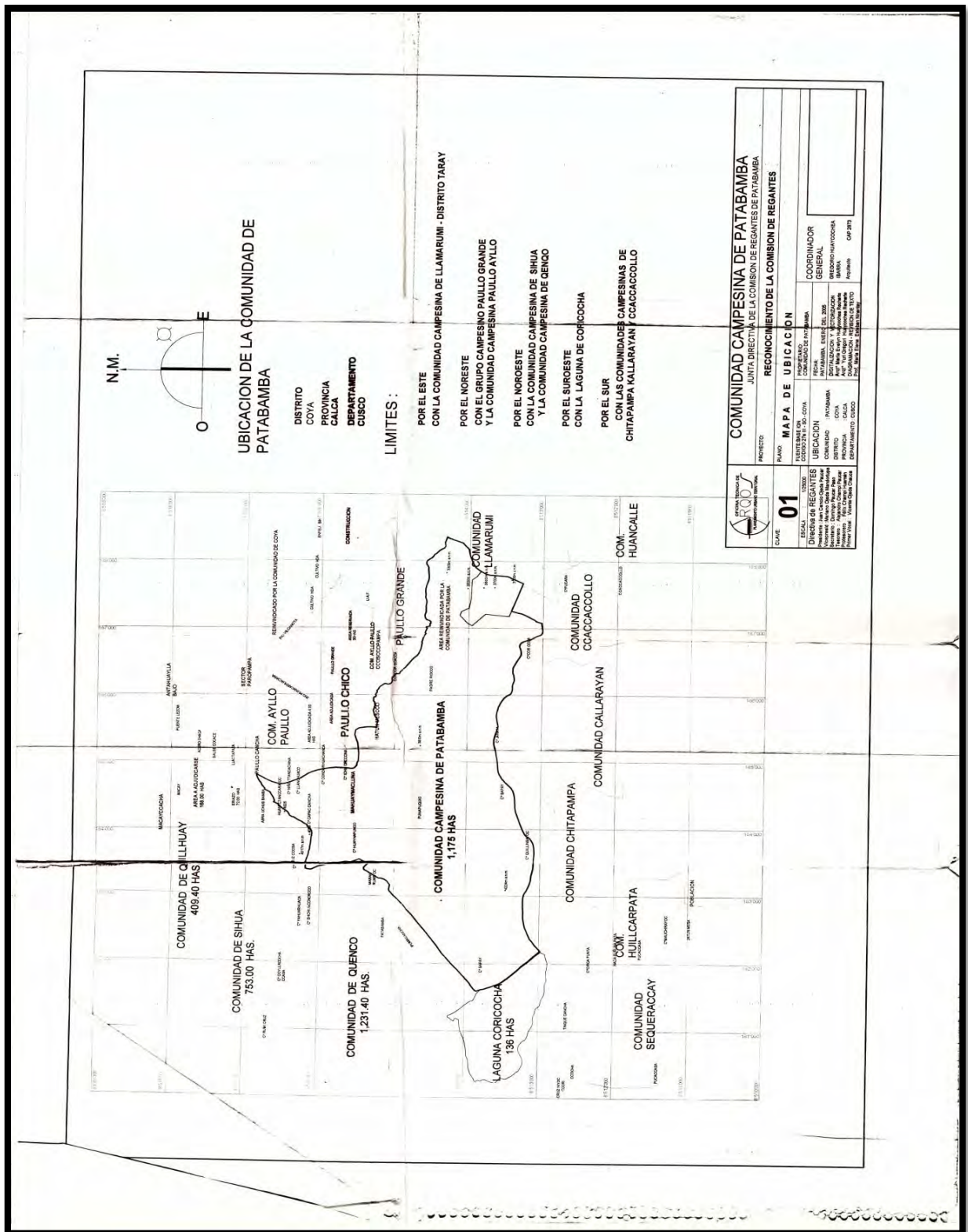
ANEXO 1

MAPAS DE LA COMUNIDAD



Plano de la Comunidad Campesina de Patabamba. Ministerio de Agricultura. Dirección de Reforma Agraria y Oficina General de Catastro Rural de la Región Agraria XX- Cusco. 15 de junio de 1988.

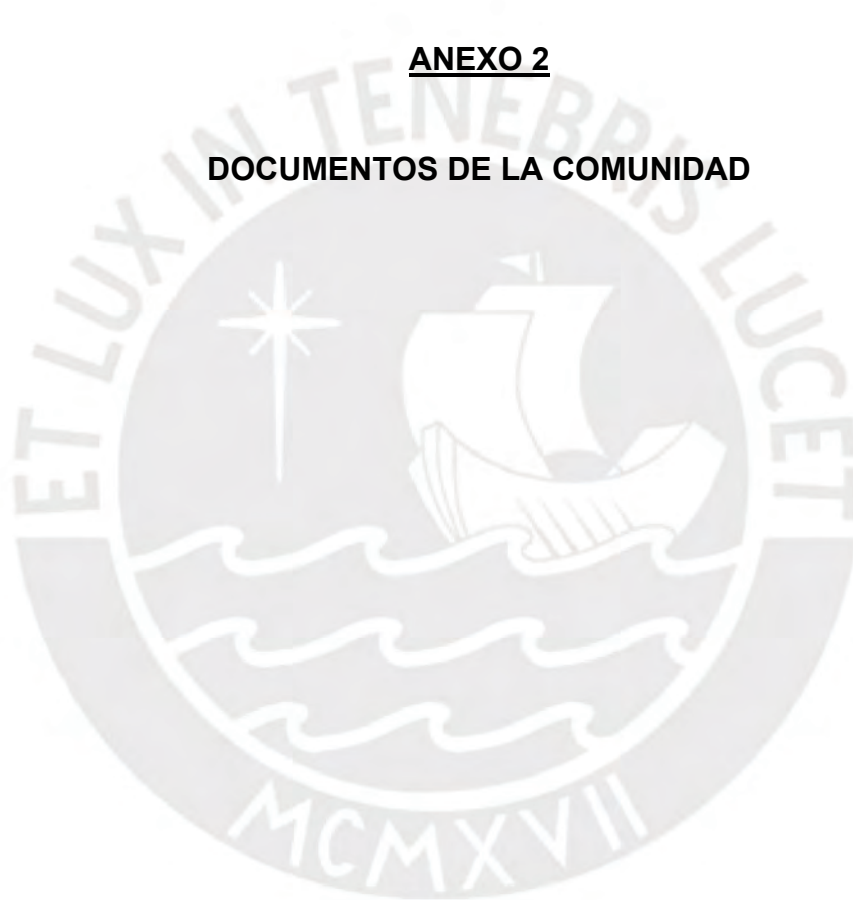
Fuente: SUNARP- Superintendencia Nacional de los Registros Públicos. Cusco.



Mapa de ubicación de Patabamba (Plano N°1). Enero del 2005.
Comisión de Regantes de Patabamba.
Cortesía: Tito Ojeda. Presidente de Comité de Regantes.

ANEXO 2

DOCUMENTOS DE LA COMUNIDAD



recibido

MINISTERIO DE AGRICULTURA
REGION AGRARIA XX - CUSCO

EL SUB DIRECTOR DE COMUNIDADES CAMPESINAS Y NATIVAS DE
LA DIRECCION DE REFORMA AGRARIA Y ASENTAMIENTO RURAL
DE LA REGION AGRARIA XX- CUSCO.

C E R T I F I C A :

Que la Comunidad Campesina de PATABAMBA, ubicado en el Distrito de Coya, Provincia de Calca, Departamento del Cusco, se encuentra reconocida legalmente por Resolución Suprema N° S/N. de fecha 18-10-29, e Inscrita en el Registro Nacional de Comunidades Campesinas. Tomo I Folio 103, Asiento 7, de fecha 18-10-29.

Se expide la presente certificación para los fines pertinentes.

Cusco, 19 de Enero de 1987

MINISTERIO DE AGRICULTURA
REGION AGRARIA XX - CUSCO
DIRECCION DE REFORMA AGRARIA Y A.S.B.
Sub Dirección de Comunidades Campesinas y Nativas

[Firma]
DR. LUIS A. ULLAS HANGUIZ
SUB-DIRECTOR

MINISTERIO DE AGRICULTURA
Dirección Regional Agraria XX - Cusco
EL ASESORADO QUE SUSCRIBIÓ ESTA CERTIFICACION
FUE EL PRESIDENTE DEL COMITÉ DE REGANTES DE PATABAMBA
CUYO NOMBRE Y A LA QUE SE LE HA
CONSIDERADO FIEL Y A LA QUE SE LE HA
CONSIDERADO FIEL Y A LA QUE SE LE HA
CONSIDERADO FIEL Y A LA QUE SE LE HA

24/1/87
[Firma]
DR. UGAMBA VARGAS
COMITÉ DE REGANTES
CONSIDERADO FIEL

Certificado de inscripción en el Registro Nacional de Comunidades
Campesinas

Fuente: Cortesía de Tito Ojeda, presidente del Comité de Regantes



Documento histórico. Copia notarial del original sobre el título de Patabamba como ayllu, reconocido por el juez visitador Fray Maestro Domingo de Cabrera Lartaún, el 30 de junio de 1656. (Página 1)
Fuente: Cortesía de Luis Ojeda. Miembro de la Junta Directiva de la Asamblea comunal de Patabamba

///aquí baja para abajo i colindantes con el Ayllu Umas-
 bamba al llegar hasta el punto que se llama Mallqui-
 mallquiyoc o Mallque-Cancha, pasa de aquí por toda la lade-
 na a tocar a la laguna que se llama Ccori-cchocha, la que
 queda a la izquierda y sigue por toda la loma, colindando
 con los mojones del Ayllu Quecer Grande y de aquí va lo-
 ma abajo a tocar Ttinquicancha, lugar donde hay dos cercos
 antiguos que con este nombre lo llaman, siguiendo a la iz-
 quierda a tocar a la Ccasa Chihita Cruz y de aquí dando
 vuelta a Huanacauri y de aquí baja a tocar Qquillinsayoc-
 Loma, en donde se encuentra colindando con los terrenos
 que se va a dar a la Peticionaria Maria Marcachea Ccahuan-
 tico y de aquí sigue a Mama Purificación Ccasa y de aquí
 sigue por toda la lomada al paraje Hatun-Melcaypata i
 sigue bajando al paraje Jarata Ccasa y de aquí baja por
 el camino Incaico al paraje llamado Lllamarumiyoc y de a-
 aquí bajando por la lomada a ruinas de Chozas Incaicas,
 en seguida Lloque-Puncu, bajando más abajo al sitio Ttan-
 car-Pata. - - - - -
 i continuando a los parajes Palomayoc-Pampa-Chihuacuyoc-
 Sauce-Pata, donde colinda respectivamente con la Hacienda
 Paullo Grande.-Mosquitayoc-Limac-pampa-Paraccay-Tabla;
 despues Huasccahuaylla, fiscal en seguida Koyllonkucho,
 vuelve a dar a Apu-Lisama; este amparo doy en todo los lin-
 deros y mojones a Aniceta Marcachea Ccahuantico, pregunta-
 do a los peritos nombrados treintaidos veces a presencia
 de los Casiques se les dió posesión i amparo para que des-
 de hoy adelante posea como cosa suya, propia sin que nadie i
 inquiere ni perturbe, sin ser oido ni vensedor fuera ni
 dentro del juicio, sin perjuicio de tercero que mayor de-
 recho tenga i le doy posesión corporal, real que tenga con
 entrada y salida libre que haga uso de los ////////////////

dos

//////vertientes, costumbres cuidando los mojonos parte inpo-
sición real de su señor, propia dando con justo título,
formado por el visitador i compositor y medidor de dicha
tierras a los sucedichos;-Del mismo Aylllo Patabamba y
Qquencco Estebán Quispe esposa Maria Ganza, recién casado
Donde se atraviesa esta medida mojonamiento de este dich
Aylllo Patabamba i Qquencco los cuales se llamaron con
cien fanegas de tierras de sembrar maiz en Paullo Pampa,
llaccan-Ancamarca que se le metio en medida lo cual de-
claración del dicho Alferaz Pérez de León medidor con h-
ber hecho bien fielmente dando a cada fanega doscientos
ochentaiocho varas de largo i ciento cuarenta varas de
cho y así lo juró a Dios y una Cruz en forma de derecho
y los firmó con el dicho Reverendo Padre Maestro Juez V-
sitador Fray Domingo de Cabrera Lartaún.-Ante mí Juan c
Morayra.-Escribano de su Magestad.-En el Aylllo de Pata-
bamba y Qquencco a los treinta dias del mes de junio de
mil seiscientos cincuenta i seis años, ante mí el Muy Re-
verendo Padre Fray Domingo Cabrera de Lartaún de Orden
Predicadores i Juez de Visitador por su Magestad, habie-
est medida dijo que esta parcialidad tiene veintiseis
indios para los cuales es necesario cien topos como a-
tributarios que hacen doce fanegas i doce topos de reg-
dio las cuales mandava y mandoles entre la otra parcia-
dad de Ccollana Añan, quién es no han pedido el amojon-
miento y les notificó se las quericen nó en caso que l-
pidan se hagan con declaración dejando algunas receción
para las cofradias del Señor i Iglecias que quedan; hal-
nadas en tierras de su paternidad muy reverenda que ce-
lo que respondieron se provera justicia y lo firmó Fra-
Domingo de Cabrera Lartaún.-Ante mí Juan de Morayra, es-
cribano de su Magestad.-Provisión.-El defensor//////////

(Página 3 del documento histórico sobre el título del Ayllu de Patabamba, 1656)



ANEXO 3

LISTA DE ENTREVISTADOS

LISTA DE ENTREVISTADOS

INFORMANTES CLAVES DE LA COMUNIDAD

INFORMANTE	CARGO	DI A DE LA ENTREVISTA
Luis Ojeda	Fiscal de la Comunidad (Junta Directiva de la comunidad) e hijo de líder durante la época de haciendas y pos Reforma Agraria	8 de mayo
Tito Ojeda	Presidente del Comité de Regantes	7 de mayo
Venicio Champi	Artesano y líder textil en la comunidad de Patabamba	4 de mayo
Henry Champi	Presidente de la comunidad	12 de mayo
Julio Huamán	Catequista de la comunidad	10 de mayo
Alberto Yavar	Pariente de los exhacendados de la hacienda de Paullo Chico Nieto sobrino de Clorinda Matto de Tuner	11 de mayo
Anselmo Huamán	Anciano comunero, católico de Patabamba	3 de mayo
Josefa Huamán	Anciana comunera de Patabamba	3 de mayo
Romualdo Lloque	Comunero y expresidente de la comunidad	
Simón Ancelmo Ojeda	Comunero católico	2 de mayo
Antonia Mandortupa	Anciana comunera de Patabamba	9 de mayo
Sabina Ojeda Champi	Artesana de Centro de Textiles	1 de mayo
Rufina Mandortupa Champi	Artesana de Centro de Textiles	

SOCIOS ENTREVISTADOS DE LA ASOCIACION DE SERVICIOS EN TRABAJOS MÚLTIPLES

NOMBRE DE SOCIOS	CARGO O RESPONSABILIDAD	FECHA DE LA ENTREVISTA
Rosalío Mandortupa Champi	Presidente	30 de abril
Antero Champi Paucar	Vicepresidente	4 de mayo
Encarna Bando Huamán	Socia y artesana de Asociación de Servicios en Trabajos Múltiples y de la asociación LLAPAN PALLAY YACHAQ	3 de mayo
Nelly Mandortupa Champi	Socia y artesana de Asociación de Servicios en Trabajos Múltiples y de la asociación LLAPAN PALLAY YACHAQ	1 de mayo
Dominga Lloque Paucar	Artesana de Asociación de Servicios en Trabajos Múltiples	12 de mayo
Rosario Mandortupa Pazo	Socia y artesana	11 de mayo
Estanislada Mandortupa	Socia y artesana de Asociación de la Servicios en Trabajos Múltiples y de la asociación LLAPAN PALLAY YACHAQ	4 de mayo
Thomas Kquilli Ojeda	Socio	6 de mayo
Eugenio Puma Pariguana	Expresidente y actual socio de la asociación de Servicios en Trabajos Múltiples	6 de mayo
Rosalía Ojeda Champi	Artesana de la Asociación de Servicios en Trabajos Múltiples y de LLAPAN PALLAY YACHAQ	4 de mayo
Maruja Mandortupa Khilli	Socia y artesana de la Asociación de Servicios en Trabajos Múltiples	7 de mayo
Mamerto Mandortupa Champi	Socio de la Asociación de Servicios en Trabajos Múltiples	1 de mayo
Leonarda Champi	Socia y artesana de Asociación de Servicios en Trabajos Múltiples y de la asociación LLAPAN PALLAY YACHAQ	5 de mayo



ANEXO 4

**ALBUM DE FOTOS DE TRABAJO DE CAMPO:
LA COMUNIDAD Y TURISMO VIVENCIAL**

Vista Panorámica Comunidad Campesina Patabamba



Foto: María Pati

Internet en el Local del Salón Comunal



Foto: Vanessa Verástegui

Espalda del Salón Comunal



Foto: Vanessa Verástegui

Puesta en escena: Música y danza en la recepción



Foto: Vanessa Verástegui

Vistiendo trajes tradicionales de Patabamba a los visitantes



Fotos: Vanessa Verástegui

Representante de Agencia de Viajes CUSCO MISTICO tomando fotos a los varones de Patabamba durante la recepción



Foto: Vanessa Verástegui

En el Mirador del Valle Sagrado de Los Incas



Fotos: María Pati

Recolectando Plantas Nativas: Qolle y Chiclla



Fotos: Vanessa Verástegui

Cultivos tradicionales locales en la demostración de la Pachamanca



Fotos: Vanessa Verástegui

La Escenificación de la preparación de la Pachamanca



Foto: Vanessa Verástegui

Compartiendo comida tradicional Pachamanca entre locales e invitados



Foto: Vanessa Verástegui

Demostración. Procesamiento de la lana natural



Foto: Vanessa Verástegui

Proceso de cocción del teñido natural



Foto: Vanessa Verástegui

Procesamiento. Teñido natural



Foto: Vanessa Verástegui

Tejedora de la Asociación de Trabajadores en Servicios Múltiples explicando sobre los diseños “pallays” de Patabamba



Foto: Vanessa Verástegui



Fotos Vanessa Verástegui

Momentos previos a la escenificación del agroturismo acerca de la siembra de la papa con la chaquitacla, herramienta tradicional



Foto: Vanessa Verástegui

Globalización y modernidad en la representación del ritual tradicional Tinkuy con bebida occidental CocaCola



Foto: Vanessa Verástegui

Invitados de CODESPA y agencias de viaje triturando las papas



Foto: Vanessa Verástegui Ollé

Mujeres de la Asociación demostrando la selección de las papas



Foto: Vanessa Verástegui Ollé

Participando en agroturismo (siembra de papas nativas)



Foto: María Pati



Fotos: María Pati



ANEXO 5

FORMATO DE GUIA DE ENTREVISTAS PERSONALES

GUIA DE ENTREVISTA N° 1 TURISMO COMUNITARIO: ORGANIZACIONES Y SOCIOS DE LA COMUNIDAD

Técnica utilizada:	Entrevista semiestructurada Observación Participante
Fecha de Entrevista:	
Inicio de la entrevista:	
Fin de la entrevista:	
Duración de la entrevista	2 horas (máximo)

I. PERFIL DEL ENTREVISTADO

Nombre del Informante:
Género: M () F ()
Edad:
Grado de instrucción: Primaria () Secundaria () Técnica () superior ()
Lugar de estudios:
Carrera técnica o superior estudiada:
Tipo de organización vinculado al turismo: Socio de Asociación de Trabajos Múltiples () Miembro de organizaciones de artesanía ()
Cargo del entrevistado dentro de la asociación: Presidente () Socio () Otro: _____
Ocupación económica principal:
Servicios prestados dentro de la Asociación de Trabajos Múltiples Hospedaje () Alimentación () Guías Locales () Artesanía () Porteador () Arriero () Agroturismo ()

I. ASPECTOS SOCIALES: GENERALES, TRANSFORMACIONES EN LA COMUNIDAD DE PATABAMBA

- Economía familiar
- Pluriactividad
- Relación Campo-Ciudad
- Tradición y Modernidad

II. ANTECEDENTES DE DESARROLLO Y TURISMO EN LA COMUNIDAD

- El Turismo en la comunidad
- El Proyecto de desarrollo Corredor Puno- Cusco

III. PERCEPCIONES Y EXPECTATIVAS SOBRE TURISMO Y DESARROLLO EL FUTURO

- Opiniones sobre las posibilidades de desarrollo socioeconómico en la población y en la comunidad mediante el turismo

IV. REINTERPRETACION DE LOS RECURSOS TERRITORIALES

- Inventario e identificación de los recursos naturales y culturales del territorio como atractivos turísticos
- Apreciación de los recursos naturales y culturales como historia, herencia cultural y redefinición de la identidad
- Identidad y Herencia Cultural
- Memoria popular y relatos míticos e históricos
- Conservación y Puesta en valor de los Recursos Naturales y Culturales e históricos

V. AUTOGESTION DE TURISMO POR LA COMUNIDAD

- Estructura organizativa de la Asociación de Turismo
- Evaluación de organización interna
- Capacidad Empresarial y emprendedora
- Toma de Decisiones en el Manejo del Turismo
- Control y manejo de los Recursos Naturales y Culturales del territorio

VI. RELACIONES ENTRE LA COMUNIDAD CON LOS ACTORES LOCALES Y ACTORES NO LOCALES

- Identificación de actores locales y actores no locales
- Historia de la conformación de la ASOCIACION TRABAJADORES EN SERVICIOS MULTIPLES
- Criterios de acreditación de socios en la organización
- Redes y alianzas en Turismo
- Relaciones interinstitucionales e interacciones
- Relaciones entre Comunidad y Operadores de Turismo
- Otras asociaciones vinculadas al turismo o artesanía

VII. ESTRATEGIAS PARA POSICIONAR EL TURISMO EN EL MERCADO

- Promoción del turismo
- Canales de Circulación y Comercialización
- Alianzas Estratégicas
- ¿Qué se necesita mejorar la calidad de los servicios a los turistas?
- ¿Qué se necesita mejorar la infraestructura en la comunidad para ofrecer a los turistas?

VIII. REINTERPRETACIÓN Y RECUPERACION DE LAS TRADICIONES CULTURALES

- Fiestas y Danzas
- Vestimenta tradicional
- Cantos
- Tradiciones culturales

IX. ADAPTACIÓN DE LAS TRADICIONES PARA EL CONSUMO TURÍSTICO

- Recreación y adaptación de festividades religiosas y agrícolas para el turismo
- Recreación de las Prácticas Cotidianas para el turismo

GUIA DE ENTREVISTAS N° 2 INFORMANTES CLAVES Y COMUNEROS LOCALES
--

Técnica:	Entrevista semiestructurada Dialogo semiestructurado Conversaciones Informales		
Localidad o distrito de la entrevista:			
Fecha de la entrevista:			
Hora de inicio de la entrevista:			
Hora de término de la entrevista:			
Duración de la entrevista:	2 horas (máximo)		
Tipo de Informante: <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> Autoridad comunal Anciano Maestro comunitario Pastor religioso Promotor local Asistente técnico local </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> presidente de la comunidad Comunero residente Junta directiva de la comunidad Investigador Local </td> </tr> </table>		Autoridad comunal Anciano Maestro comunitario Pastor religioso Promotor local Asistente técnico local	presidente de la comunidad Comunero residente Junta directiva de la comunidad Investigador Local
Autoridad comunal Anciano Maestro comunitario Pastor religioso Promotor local Asistente técnico local	presidente de la comunidad Comunero residente Junta directiva de la comunidad Investigador Local		

I. PERFIL DEL ENTREVISTADO

Nombre del Informante:
Género: M () F ()
Cargo del entrevistado:
Edad:
Educación:
Ocupación económica principal:
Dirección; localidad o distrito de residencia:

II. RELACION INFORMANTE CON LA COMUNIDAD DE PATABAMBA

- ¿Cuánto tiempo conoce o reside en PATABAMBA?
- ¿Qué actividades realiza o ha realizado en PATABAMBA?

III. CARACTERISTICAS DE LA COMUNIDAD

- ¿Cómo se llama el presidente de la comunidad?
- ¿Directiva de la comunidad
- Tecnologías Informativas de Comunicación
- ¿Cuál es el estatus jurídico de la comunidad?
- Organizaciones sociales en la comunidad: Vaso de leche, Comedores populares; Organizaciones de folklore
- ¿Cuántas familias están empadronadas en la comunidad de Patabamba?
- ¿Cuántas viviendas hay en la comunidad de Patabamba?

IV. MEMORIA HISTORICA COLECTIVA E IDENTIDAD CULTURAL

- ¿Cuál es su significado de los sitios arqueológicos de Ccapaccancha y de Huchuyqosqo?
- ¿Cuál es el origen étnico-cultural de la población de Patabamba?
- ¿Cuál es la identidad de la población?
- Origen e historia de la comunidad de Patabamba
- ¿Quiénes fueron los primeros pobladores?

V. DATOS HISTORICOS SOBRE LA COMUNIDAD DE PATABAMBA

- ¿Conoce la historia de constitución de la comunidad de Patabamba?
- ¿Sabe cómo se formó?
- ¿Podría relatarme los hechos históricos y políticos más importantes desde la formación de la comunidad hasta la actualidad?
- ¿Cómo se organiza políticamente la comunidad Patabamba?
- ¿Actividades y faenas colectivas en la comunidad?
- Situación de la tenencia de la tierra

VI. DATOS SOCIO ECONOMICOS Y DEMOGRAFICOS DE LA POBLACION

- Nivel educativo de la población
- Nivel socioeconómico de la población
- Situación de la producción agrícola
- Actividad económica principal
- Pluriactividad/ actividades complementarias
- Idiomas que habla la población local
- Creencias y Religión
- Productividad en las parcelas
- Fechas de ferias y mercado

VII. CICLO FESTIVO Y TRADICIONES

- ¿Cuál es el calendario de fiestas de su comunidad?
- ¿Cuáles son las principales fiestas que se celebran en la zona?
- ¿Cuáles de ellas son nuevas y cuáles son antiguas?
- ¿Qué fiestas y costumbres se han perdido? Y ¿Por qué?

- ¿Cuáles son las prácticas o costumbres tradicionales aún vigentes en la zona?
- ¿Fecha de la fiesta patronal?

VIII. EL TURISMO EN LA COMUNIDAD

- ¿Desde cuándo surge el turismo en la comunidad de Patabamba?
- ¿Cuántas asociaciones se han formado y existen actualmente en la comunidad de Patabamba que se dedican al turismo? ¿Cuáles son? ¿Cómo se llaman?
- ¿Cuál cree que es el aporte del turismo vivencial para la comunidad de Patabamba?
- ¿Podrías contarme cómo era la comunidad Patabamba antes del turismo vivencial?
- ¿Qué beneficios ha traído el turismo vivencial para la identidad de la población local?
- ¿El turismo trae beneficios iguales a la población o existe desigualdad?
- ¿Quiénes son los que se benefician con el turismo?
- ¿Recibe un porcentaje la comunidad de los ingresos económicos generados por la tarifa de la entrada a los sitios arqueológicos?
- ¿Conoce si existen relaciones entre la comunidad y el Ministerio de Cultura para la puesta en valor de los sitios arqueológicos en la zona?
- ¿Conoce si existen conflictos entre la comunidad y otros agentes externos como operadores de turismo o empresas por la gestión de la actividad?

IX. EL PROYECTO DE DESARROLLO CORREDOR PUNO- CUSCO

- ¿Qué acciones del Proyecto Corredor Puno- Cusco se implementaron para el desarrollo de la comunidad?
- ¿Cuál fue el aporte del proyecto a la comunidad?
- ¿Qué beneficios ha traído el proyecto a la comunidad?
- ¿Qué efectos positivos y efectos negativos ha traído las acciones del proyecto para la comunidad?

DESCRIPCION DE LA EXPERIENCIA DE TURISMO
VIVENCIAL
SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION EN
CASAS RURALES
GUIA DE ENTREVISTA N° 3

Técnica	Entrevista semiestructurada Observación Participante
Fecha de la entrevista	
Duración	1 hora
Nombre del Entrevistado	

I. ORDENAMIENTO DE LAS VIVIENDAS RURALES

- Implementación de las Casas Rurales (entrevista y observación)
- Acomodación familiar
- Sobre los Servicios Básicos
- Condiciones de la vivienda

II. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

- Gastronomía
- Instalaciones y hospedaje
- Estacionalidad y temporalidad del turismo vivencial
- Redistribución y colocación de los turistas huéspedes

III. PERCEPCIONES Y NARRACIONES (entrevista y observación participante)

- ¿Se ha dejado de practicar tradiciones y costumbres de la comunidad por el turismo?
- ¿Se han abandonado las actividades tradicionales familiares por el turismo?
- ¿Ha dejado de realizar sus labores cotidianas a partir del turismo? ¿Cómo ha influido el turismo en su vida diaria?
- ¿Han cambiado sus horarios de rutina diaria dentro de sus labores del hogar desde que se dedica al turismo?
- ¿Ha cambiado su rutina de trabajo en las actividades agrícolas o ganaderas a partir del turismo? ¿Cómo han cambiado?
- ¿A qué hora comienzan sus actividades agrícolas y las del turismo?
- ¿Cuántas horas diarias le dedica al turismo?

TEJEDORAS ARTESANAS GUIA DE ENTREVISTA N° 4
--

Técnica	Entrevista semiestructurada
Fecha de la entrevista	
Duración	1 hora
Nombre del Entrevistado	
Tipo de actividad	Asociación de artesanía() Asociación de turismo ()
Nombre de la organización	

I. TALLERES DE DEMOSTRACIÓN DE FABRICACIÓN TEXTIL PARA EL TURISMO VIVENCIAL

- ¿Cuánto tiempo duran los talleres?
- ¿Qué labores se realizan en los talleres? ¿En qué consisten los talleres demostrativos?
- ¿Cuál es la procedencia de los visitantes?
- ¿Cada cuánto tiempo vienen los turistas? ¿Cuántos turistas vienen al mes por turismo vivencial?
- ¿Cuántos turistas atienden por taller vivencial?
- ¿Cómo se comportan los turistas en los talleres?
- ¿Los turistas le compran tejidos en los talleres?
- ¿Qué técnicas enseñan a los turistas?
- ¿Usan tintes naturales o industriales para la demostración de los talleres en el turismo vivencial?

II. MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

- Distribución
- Ventas
- Beneficios económicos
- Ferias
- Intercambio tradicional (trueque)
- ¿Intercambias recursos por materia prima?

III. DESARROLLO DE CAPACIDADES

- Pasantías nacionales
- Pasantías internacionales
- Encuentros nacionales e internacionales de turismo
- Cursos de artesanía y/o tejido o artes plásticas

IV. RECONSTRUCCIÓN Y REINTERPRETACIÓN DE LA IDENTIDAD

4.1 Rescate cultural

- ¿Se han rescatado técnicas tradicionales ancestrales para producir sus tejidos con el turismo?
- ¿Cuáles son estas técnicas ancestrales tradicionales?
- ¿Se han recuperado iconos o motivos de la identidad local por el turismo Patabamba?
- ¿Cuáles son los motivos, diseños e iconos que se han rescatado para las creaciones de sus tejidos con el turismo en la comunidad?
- ¿Cómo rescatan el pasado histórico para representarlos en sus tejidos?
- ¿Cómo han rescatado los motivos, iconos o símbolos tradicionales del pasado histórico de la comunidad?

4.2 Autenticidad de producción textil

- ¿Cómo definen lo propio en sus tejidos artesanales?
- ¿Qué representaciones simbólicas típicas del pasado histórico están representados en sus tejidos?
- ¿Cómo garantiza usted que sus representaciones artesanales sean fieles o verdaderos de su pasado histórico?
- ¿Qué elementos, iconos, motivos tradicionales se conservan en sus tejidos?
- ¿Cómo eran los tejidos antes del turismo? ¿Presentaban motivos decorativos?
- ¿Qué tan antiguos son los elementos/ diseños/iconos/motivos tradicionales de sus tejidos?
- ¿Qué materias primas utilizan en la elaboración de sus tejidos y por qué decidieron elaborar sus tejidos con este material?
- ¿Cómo acceden a los materiales o materias primas para la elaboración de sus tejidos?
- ¿Dónde adquiere la materia prima (tintes, lana) para la elaboración de sus tejidos?

- ¿Adquieren o traen las materias primas de afuera o son extraídas localmente para la elaboración de sus tejidos? ¿si las materias primas son extraídas localmente de qué parte o recursos de su territorio?
- ¿Usan el trueque para obtener los materiales de producción artesanal?
- ¿Se elaboran los tejidos artesanalmente o se adquieren de otros mercados?
- ¿Usan tintes naturales de las plantas nativas del lugar?
- ¿Elaboran sus propios tintes? ¿Con qué plantas locales elaboran sus tintes?
- ¿Usan tintes industriales para las creaciones de sus tejidos?
- ¿Cuánto tiempo se demora en elaborar sus tintes naturales?

4.3 Innovación

- ¿Presentan innovaciones en diseño textil?
- ¿Qué elementos y creaciones nuevas representan en su artesanía? ¿Por qué?
- ¿Qué tan nuevos son las creaciones de sus diseños?
- ¿Se crean nuevos iconos o motivos en sus diseños y qué significado le dan ustedes los creadores artesanos a estos nuevos símbolos o iconos en sus diseños?
- ¿Desde cuándo se crean estos diseños?
- ¿Presentan técnicas nuevas de producción en sus tejidos?
- ¿Qué tan nuevos son estas técnicas de producción y desde cuándo se introducen estas técnicas?

4.4 Tradición y Modernidad en los tejidos

- ¿Con qué materiales tradicionales (naturales) y/o moderno (artificial) se producen los tejidos?
- ¿Mezclan el material tradicional con material moderno en la elaboración de los tejidos? ¿Por qué?
- ¿Qué elementos modernos y qué elementos tradicionales se encuentran representados en tejidos?
- ¿Combinan técnicas ancestrales y técnicas nuevas para la elaboración de sus tejidos? ¿Por qué razones? ¿Cuáles son los tipos de diseños que se elaboran con esta técnica mixta?
- ¿Combinan tintes naturales e industriales en sus tejidos? ¿Por qué razones?

4.5 Adaptación

- ¿Qué tipos de tejido o diseños produce para el turismo?
- ¿Han cambiado las creaciones de sus diseños con el turismo para la venta?
- ¿Cómo se imagina el pasado histórico para crear sus diseños textiles?
- ¿Qué tipo de artesanía le gusta comprar los turistas?
- ¿EL artesano crea estilos, decorados de sus tejidos pensando en el gusto de los turistas?
- ¿Se hacen tejidos diferentes a las tradicionales o familiares para venderles a los turistas? ¿Por qué? ¿tiene mayor demanda en los turistas?
- ¿Se crea artesanía pensando en cómo imagina los turistas lo que es la cultura andina tradicional?
- ¿Ustedes crean sus tejidos de acuerdo a lo que la comunidad quiere representarse de sí mismos a los turistas?

4.6 Transmisión familiar

- ¿Cómo se encuentran representados su historia familiar en sus tejidos?
- ¿Quién le enseñó a elaborar sus tejidos?
- ¿Cómo aprendió a tejer? ¿Por sus familiares o mediante cursos de confección de tejidos o artesanía?

4.7 Reinterpretación del pasado en la Memoria Popular

- ¿Qué motivos de la naturaleza, del paisaje y de la biodiversidad se encuentran representados en sus tejidos que usted elabora? ¿Por qué?
- ¿Qué relatos o narraciones orales del pasado histórico se encuentran representados en la elaboración de su artesanía?
- ¿Qué motivos o elementos sobre la historia de la comunidad de Patabamba se encuentran representados en sus tejidos? ¿Por qué?

