

2019

INFORMES EN CONTRAST

07 TURISME RESPONSABLE

TRANSFORMACIONES EN LAS RELACIONES DE GÈNERE EN EXPERIÈNCIES DE TURISME COMUNITARI A AMÈRICA CENTRAL

ERNEST CAÑADA





INFORMES EN CONTRAST
07

Transformacions en les relacions de gènere en experiències de turisme comunitari a Amèrica Central

Ernest Cañada

Alba Sud Editorial
Sèrie Informes en Contrast, núm. 7, 2019

Aquest informe ha estat realitzat amb el suport de l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament (ACCD) en el marc del projecte «Els Objectius de Desenvolupament Sostenible i el turisme: estratègia d'educació per al desenvolupament» (convocatòria 2017).



Del text: Ernest Cañada



D'aquesta edició:
Alba Sud Editorial
info@albasud.org
www.albasud.org

Coordinació editorial: Ernest Cañada i Ivan Murray

Diseny gràfic: Boixader & Go
Fotografia de portada: Cooperativa Nuevo Amanecer, UCA Mirafior,
Nicaragua. Imatge d'Alam Rodríguez Zelaya

Barcelona, 2019
ISBN: 978-84-09-14359-7



Ernest Cañada Mullor

Investigador i comunicador social especialitzat en turisme responsable i treball decent. Actualment treballa com a coordinador d'Alba Sud. És també docent a la Universitat de Barcelona. Està vinculat professionalment a Amèrica Central des de l'any 1998, on ha residit per més de deu anys.

Entre els seus últims treballs d'anàlisi del turisme comunitari destaca: Cañada, E. (2019). Los mercados del turismo comunitario en América Latina. Perspectivas para una agenda de investigación. *Investigaciones Turísticas* (en prensa); Cañada, E. (2017). Contribución del turismo comunitario a la economía campesina: la Cooperativa Los Pinos en El Salvador. En J. Gascón y C. Milan (Coords.) *El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas?* (pp. 111-137) La Laguna (Tenerife): PASOS, RTPC, Colección PASOS Edita núm. 18; Cañada, E. (2017). Transformaciones en el mundo rural centroamericano en la construcción del espacio turístico. En L. Zizumbo y N. Monterroso Salvatierra. *Repensando el turismo sustentable* (pp. 141-183). Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México; Cañada, E. (2017). Ernest Cañada (2017). [Estructuras de intermediación turística procomunitarias. La experiencia comercial de ACTUAR en Costa Rica](#). *Gazeta de Antropología*, 33(1); Cañada, E. (2015). La comercialización del Turismo Comunitario en América Latina: un debate sobre la viabilidad de la economía popular. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, Universidad de Costa Rica – Instituto de Investigaciones Sociales, 41, 159-189; Cañada, E. (2015). La Comercialización Internacional del Turismo Comunitario. *La Experiencia en América Latina*. *Ara Journal*, 5(2), 33-47. També ha escrit dos llibres de sistematització d'experiències de turisme comunitari en format de comunicació popular: Cañada, E. (2014). *Turismo comunitario en Centroamérica. Experiencias y aprendizajes*. Managua: Editorial Enlace, Colección Mejores Prácticas; Cañada, E. y Fandiño, M. (2009). *Experiencias de Turismo Comunitario en Nicaragua. Aportes a la economía campesina*. Editorial Enlace, Colección Mejores Prácticas, Managua. Igualment és autor del següent material: Cañada, E. (coord.) (2015). *Catálogo Latinoamericano de Turismo Rural Comunitario*. Barcelona: Alba Sud Editorial.

Agraïments

Vull deixar constància del meu agraïment a diverses persones de l'equip d'Alba Sud a Amèrica Central i Catalunya. A Xenia Ortiz a El Salvador, a Angèlica Duarte i a Alam Ramírez a Nicaragua i a Arturo Silva a Costa Rica, pel seu suport en l'aixecament d'informació durant la darrera ronda de visites entre finals de 2018 i principis de 2019 en diverses de les iniciatives analitzades. Igualment agraeixo especialment a Marisa Mullor i Luna Reinoso la revisió atenta de l'última versió del text i la discussió d'alguns dels seus arguments.

També vull expressar el meu reconeixement i aprecí per la Merche Brossa, i en particular per la llarga conversa que vam mantenir durant l'any 2015 al Centre de Dones Xochilt Acalt a Malpaisillo, Nicaragua, sobre algunes de les observacions i arguments que anys després han vist llum en aquest informe.

Agraeixo, per descomptat, a totes les dones que vaig entrevistar i que van participar en els diferents grups de discussió, així com a les set organitzacions comunitàries que van participar en aquesta investigació. El turisme comunitari pot donar lloc a diferents tipus de dinàmiques socials. El seu avanç en determinats aspectes no té perquè traduir-se immediatament en altres dimensions, i per això és important que unes experiències puguin aprendre de les altres. El present anàlisi ha estat realitzat amb el major respecte i estima pels esforços duts a terme per totes aquestes iniciatives. La seva generositat en l'atenció que em van brindar al llarg de tots aquests anys espero que pugui ser retornat amb un document que ajudi a generar coneixement útil per a les iniciatives comunitàries i que serveixi igualment per enfortir apostes per un desenvolupament més equitatiu entre dones i homes.



ÍNDEX

Stribrawpa, Costa Rica. Imatge d'Ernest Cañada

- pàg. 6 **1.** Introducció
- pàg. 7 **2.** Avenços i límits en l'anàlisi de gènere en el turisme comunitari
2.1. Estat de la qüestió: un debat polaritzat
2.2. Limitacions, hipòtesis i possibles pistes alternatives
- pàg. 17 **3.** Objectius i metodologia
- pàg. 20 **4.** Resultats
4.1. Casos d'estudi
Cooperativa Los Pinos
Finca Magdalena
Ecoposada El Tisey
UCA Mirafior
Los Campesinos
ASOPROLA
Stribrawpa
4.2. Models per a una anàlisi dels impactes de gènere
- pàg. 107 **5.** Conclusions
- pàg. 110 Referències bibliogràfiques

1.

INTRODUCCIÓ

Durant les dues darreres dècades els estudis sobre gènere i turisme han crescut àmpliament. Algunes de les temàtiques prioritzades des d'aquesta perspectiva han estat l'anàlisi de les oportunitats i desafiaments del turisme com a forma de reduir la pobresa (Moreno i Cole, 2019) i els impactes d'aquestes activitats en les comunitats locals (Vizcaíno-Suárez i Díaz-Carrión, 2018). Dins d'aquest camp de recerca, el turisme rural i, en particular, el turisme comunitari ha tingut un especial pes. Això pot explicar-se, en part, per la seva creixent rellevància en les agendes de desenvolupament. Des de la dècada de 1990, diverses formes de turisme rural han adquirit protagonisme a Amèrica Llatina com a part de les polítiques de desenvolupament que han promogut la terciarització de les economies camperoles. L'origen d'aquest procés ve marcat per la caiguda dels preus dels productes alimentaris en el mercat internacional i la retirada de l'Estat com a garant de les polítiques agràries en coherència amb el consens neoliberal que va aconseguir imposar-se en aquests anys (Hernández-Asensio i Pérez-Galán, 2012).

Centrem la nostra anàlisi a partir de la revisió i discussió de la literatura disponible i de la nostra pròpia investigació, desenvolupada en set iniciatives de turisme comunitari.

L'anàlisi dels impactes de gènere de l'activitat turística sota gestió comunitària s'ha convertit en un dels debats destacats en la intersecció entre els estudis de gènere, desenvolupament i turisme. No obstant això, els seus resultats no han produït consensos clars i predomina la polarització entre visions contraposades. En aquest estudi centrem la nostra anàlisi a partir de la revisió i discussió de la literatura disponible i de la nostra pròpia investigació, desenvolupada en set iniciatives de turisme comunitari a Costa Rica, Nicaragua i El Salvador.

Davant altres interpretacions del turisme comunitari, que han posat l'accent en aspectes com el fet de ser una oferta localitzada en l'àmbit rural o en la simple participació de la població local, en aquesta investigació es tenen en compte aquelles perspectives que emfatitzen la idea de gestió de base local (Cabanilla, 2018), de gestió basada en el control col·lectiu per part de la població local sobre el conjunt de l'activitat (Cañada, 2013, 2014) o de la participació local col·lectiva en el desenvolupament, gestió i repartiment de beneficis del turisme, assentada en la propietat i control de la pròpia activitat, i integrada en l'economia local (Ruiz-Ballesteros, 2017; Ruiz-Ballesteros *et al.*, 2008).

2.

AVENÇOS I LÍMITS EN L'ANÀLISI DE GÈNERE EN EL TURISME COMUNITARI

2.1. Estat de la qüestió: un debat polaritzat

La discussió en l'àmbit de les ciències socials sobre quins efectes ha tingut el turisme comunitari en les relacions de gènere, i en particular sobre la mesura que ha pogut afavorir l'empoderament¹ de les dones involucrades, no s'ha traduït en un consens clar. Les posicions són contraposades, fins i tot entre autores que s'identifiquen amb perspectives feministes. A grans trets, tot i el risc d'esquematzar en excés, resaltem tres perspectives en aquesta discussió.

VISIÓ OPTIMISTA

Una primera interpretació destaca els aspectes positius que ha tingut per a les dones la introducció del turisme en contextos rurals sota gestió comunitària. Hi ha estudis, com el del reconegut cas de Prainha do Canto Verde, al nord-est de Brasil, en els quals s'ha atribuït al turisme comunitari la capacitat de promoure dinàmiques virtuoses en diversos àmbits: l'equitat de gènere, la inclusió social i l'empoderament i organització de la comunitat (Burgos i Mertens, 2017). En el cas del cantó de Cotacachi, a Equador, també s'ha ressaltat que el desenvolupament turístic comunitari, protagonitzat majorment per dones, ha incrementat els seus ingressos, autonomia i participació, tot i els obstacles derivats de les desigualtats per raons de gènere existents (Ortiz *et al.*, 2008). A partir del cas de l'illa de Taquile al Perú, s'ha ressaltat el fet que el desenvolupament del turisme comunitari va possibilitar que les dones poguessin incrementar les vendes de la seva producció tèxtil a turistes que visitaven la comunitat, i que això va facilitar que comencessin a guanyar diners pel seu compte, la qual cosa, s'argumenta, va influir en les relacions de gènere (Zorn i Farthing, 2007).

En una revisió de la literatura realitzada per Pérez-Galán i Fuller (2015) sobre els impactes de gènere del turisme en zones rurals, sense diferenciar estrictament iniciatives de gestió comunitària, entre els aspectes positius identificats s'assenyalen els següents: generació d'oportunitats d'ocupació; increment de l'autonomia financera; establiment de contactes

1 Segons Sarah Mosedale s'entén per empoderament "el procés pel que les dones redefeixen i amplien allò que és possible per a elles desitjar, fer i ser, en situacions on elles havien tingut restriccions, en comparació amb els homes, per ser i fer allò que desitjaven" (citada per Murgaldy, 2015: 54).

2.
AVENÇOS I LÍMITS
EN L'ANÀLISI
DE GÈNERE EN
EL TURISME
COMUNITARI

amb el món exterior; adquisició de noves habilitats; construcció de xarxes de suport; millora de la valoració social del treball realitzat per les dones; desenvolupament d'un paper més actiu i reconegut en l'àmbit públic; afavorir els processos d'empoderament.

En investigacions centrades pròpiament en l'anàlisi de les relacions de gènere en experiències de turisme comunitari es destaca el fet d'haver facilitat **dinàmiques que han contribuït a transformar els rols de gènere**. Així, per exemple, la gestió col·lectiva d'allotjament per a turistes en cases de família, dirigit per les dones Ghale de la comunitat Barpak al Nepal, hauria servit per emancipar-les de les nocions culturals més conservadores sobre els rols de gènere (Acharya i Halpenny, 2013). Un altre estudi sobre el cas de Giao Xuan al Vietnam (Tran i Walter, 2014), identifica que la introducció del turisme a les àrees rurals **ha ajudat a acabar amb la divisió de treball tradicional**. A través de la participació en el turisme comunitari, s'ha considerat que tant dones com homes poden construir noves identitats de gènere en participar en tasques reproductives, productives i comunitàries que tradicionalment estaven molt acotades en funció de determinats rols de gènere. D'aquesta manera, es ressalta que, mentre els homes poden aprendre a cuinar, netejar i tenir cura dels infants perquè funcioni el negoci turístic familiar, les dones treballen com a guies turístiques o assumeixen nous rols en l'esfera pública, d'on prèviament se les havia exclòs. Així, el desafiament de les relacions de gènere tradicionals ha donat lloc a una divisió més equitativa del treball. Tot i això, aquests canvis també han pogut comportar reaccions en contra: hi va haver homes que van rebutjar el control de les dones sobre els ingressos de la llar i la violència de gènere va continuar estant present o es va accentuar com a reacció a aquests canvis. Malgrat aquest tipus de comportaments, el turisme comunitari hauria suposat, segons es descriu, múltiples beneficis per a les dones que es retroalimenten entre ells: millora en el benestar material, amb noves fonts d'ingrés; accés als factors de producció; major confiança en elles mateixes i, per tant, més participació i possibilitats de control en el desenvolupament de l'activitat turística (Tran i Walter, 2014).

La introducció del turisme a les àrees rurals ha ajudat a acabar amb la divisió del treball tradicional.

En el mateix sentit, diversos treballs consideren que **aquest tipus de desenvolupament turístic ha estat propici perquè es produïssin processos d'empoderament de les dones que hi participen**.

L'estudi de la comunitat Vatuolalai a Fiji, explica que les dones es poden empoderar a través del seu involucrament empresarial en el turisme. Aquest empoderament, s'afirma, els hi permet alliberar-se de rols tradicionals i adquirir noves formes de capital (social, polític, personal i econòmic) i crear espais personals on exerceixen amb autonomia el control sobre els seus assumptes (Movono i Dahles, 2017). En un altre estudi, realitzat a la comunitat de Santa Bàrbara del cantó de Cotacachi, Equador, es destaca el caràcter no premeditat dels processos d'empoderament de les dones indígenes que participen en iniciatives de turisme comunitari. Així, gràcies a les activitats turístiques es generarien un seguit de sinergies que donarien lloc a un empoderament espontani del qual els seus protagonistes no són conscients. Això s'explica pel fet que, gràcies a l'activitat turística, les dones han de desenvolupar noves habilitats, com parlar en públic i relacionar-se amb els turistes, i han aconseguit un major poder de decisió dins de les seves llars, que després deriva també en més capacitat per generar ingressos i tenir

2. AVENÇOS I LÍMITS EN L'ANÀLISI DE GÈNERE EN EL TURISME COMUNITARI

més autonomia financera, així com visibilitat a la comunitat, la qual cosa redundaria en una revaloració d'elles mateixes (García, 2015, 2017). Finalment, una altra investigació assenyala que la promoció del turisme rural en indrets rurals de Botswana, hauria afavorit processos d'empoderament emfatitzant la dimensió de llibertat que hauria suposat per a elles. En aquest cas, no està molt clar si el model de gestió és de caràcter col·lectiu, perquè la investigació fa referència tant a iniciatives particulars de dones emprenedores com de dones ocupades en altres negocis turístics, sempre en un context rural. En qualsevol cas, es conclou que la seva participació en l'activitat turística els hi va donar la llibertat de prendre decisions en qüestions com poder comprar terres, construir cases, buscar interessos comercials addicionals, mantenir les seves famílies, educar els seus fills, viatjar i relacionar-se socialment amb una àmplia gamma de persones, incloent als turistes estrangers. I que aquest apoderament tindria també una especial dimensió psicològica, ja que es va incrementar la confiança en elles mateixes per sostenir les seves iniciatives i prendre decisions sobre el seu futur (Moswete i Lacey, 2015).

D'una manera més modesta pel que fa a les perspectives de canvi que es podria esperar, també s'ha remarcat la **capacitat del turisme comunitari de generar nous escenaris de canvi gradual en les relacions de gènere**, més que transformacions dràstiques i immediates. Aquest seria el cas, per exemple, de l'experiència de les dones Mukono Parish, al sud-oest d'Uganda, els quals, en un context d'una cultura profundament masculista, haurien aconseguit avançar en un procés de transformació progressiva de tota la comunitat (Boonabaana, 2014). Així, les dones Mukono, que necessiten el permís dels seus respectius marits per a poder deixar l'àmbit domèstic, preocupats per si estableixen relacions amb altres homes, haurien aconseguit, gràcies a la iniciativa turística comunitària, poder fer alguns treballs des de casa que els hi generen ingressos que reverteixen en l'economia familiar. Trencar les barreres entre l'espai públic i el privat hauria permès a aquestes dones expandir els seus horitzons socials, facilitant que s'unissin entre elles per començar projectes propis. En aquest àmbit de l'economia col·lectiva i a través de grups de dones, han pogut realitzar inversions en propietats com cases de lloguer, terres o plantacions d'arbres. A més, a través de les reunions setmanals vinculades a les iniciatives turístiques, han enfortit les seves relacions amb altres dones i s'ha establert una xarxa de suport que té en compte les necessitats de cures i d'emergències de cadascuna d'elles. La perspectiva de l'estudi assumeix que no hi ha solucions ràpides per transformar les relacions de gènere i facilitar l'apoderament de les dones, però subratlla que possibilitar la generació gradual d'aquest tipus de canvis no ha de ser menyspreat (Boonabaana, 2014).

2.
AVENÇOS I LÍMITS
EN L'ANÀLISI
DE GÈNERE EN
EL TURISME
COMUNITARI

VISIÓ TÈCNICA CORRECTIVA

Una altra línia d'interpretació és la que ressalta els aspectes positius potencials del turisme comunitari per a les dones, però subratlla també la necessitat d'**incloure una perspectiva de gènere en la planificació i acompanyament tècnic per assolir canvis significatius**, en coincidència amb el plantejat en altres estudis referits a processos de planificació turística més amplis (Swain, 1995). En aquest cas es podria considerar que els canvis poden ocórrer, però cal una intervenció tècnica que contribueixi a la seva materialització, corregint la reproducció de dinàmiques de desigualtat predominants.

Diferents investigadores han ressaltat la necessitat, importància i potencialitat d'un acompanyament tècnic amb perspectiva de gènere en el desenvolupament de les iniciatives de turisme comunitari per transformar en un sentit més equitatiu les relacions entre home i dones (Araujo, 2016; Duffy *et al.*, 2012; Forsac-Tata, 2016; Moreno, 2018a), o que tingui en compte tant el gènere com l'ètnia per garantir una major equitat en la distribució dels beneficis del turisme (Phommavong, 2012). D'aquesta manera, en els processos de planificació i acompanyament tècnic s'han de valorar les desigualtats per raons de gènere per garantir que les decisions sobre el desenvolupament reflecteixin els interessos dels diversos grups i membres de la comunitat, incloent a dones i homes

Perquè el turisme comunitari pugui generar canvis en termes econòmics, en els mitjans de vida, en la conservació ambiental o en la preservació cultural, els processos de planificació han d'incloure la variable gènere.

(Scheyvens, 2000). Així mateix, s'assumeix que el masclisme és present a les comunitats i que actua com un obstacle i inhibidor de la participació i empoderament de les dones i que, per tant, cal actuar sobre ell. Això inclou aspectes com la violència de gènere, que pot empitjorar per la por d'alguns homes als canvis generats en les dones a causa de la dinàmica turística impulsada (Duffy *et al.*, 2012).

Igualment s'entén que perquè el turisme comunitari pugui generar canvis en termes econòmics, en els mitjans de vida, en la conservació ambiental o en la preservació cultural, els processos de planificació han d'incloure la variable gènere. Factors com la divisió sexual

del treball, les relacions de gènere i l'accés diferencial i el control sobre els recursos ambientals, culturals i mitjans de vida, han de ser introduïts en l'anàlisi dels processos d'acompanyament per poder valorar si els canvis introduïts a través de turisme beneficien o perjudiquen les dones (Walter, 2011). Però més enllà de la necessitat d'incorporar la perspectiva de gènere en el disseny i planificació dels projectes de turisme comunitari, Forsac-Tata (2016), a partir de l'anàlisi d'un cas en el sud-est del Camerun, argumenta que és imprescindible que aquest enfocament estigui també present en les polítiques regionals i nacionals de turisme, si no es volen perpetuar les desigualtats entre homes i dones. I, és més, per donar poder a les dones involucrades en projectes de turisme comunitari, considera que cal conscienciar-les sobre les desigualtats de gènere i fer-les entendre el seu dret a expressar la seva veu. Per a això es requereix donar-les formació i capacitar-les per provocar un canvi de mentalitat i desenvolupar capacitats que les permetin ser més participatives a nivell comunitari (Forsac-Tata, 2016).

2. AVENÇOS I LÍMITS EN L'ANÀLISI DE GÈNERE EN EL TURISME COMUNITARI

Certes investigacions alerten també de **límits en els processos de transformació i de la necessitat explícita d'acompanyar els processos d'empoderament i transformació social**. Per exemple, a partir d'un estudi a Göreme (Turquia) i Mukono Parish (Uganda), s'ha assenyalat que iniciatives turístiques a petita escala poden oferir possibilitats per renegociar els rols i les relacions de gènere en societats patriarcals tradicionalment conservadores. Però els processos d'empoderament de les dones a través del desenvolupament del turisme només poden donar-se quan elles mateixes desafien les normes i cultures existents en una societat per millorar efectivament la seva posició i benestar (Tucker i Boonabaana, 2012). Per la seva banda, Scheyvens (2007) estableix, a partir de la revisió de diversos estudis de cas, que l'ecoturisme comunitari, com és denominat en el seu article, podria tenir efectes d'empoderament de les dones, però també de desempoderament. A través de la participació activa de les dones en l'activitat turística poden donar-se canvis en els rols i relacions de gènere, que poden traduir-se en el desafiament dels estereotips i rols de gènere tradicionals, l'augment del respecte de la comunitat cap a les dones o l'impuls al fet que els homes assumeixin rols no tradicionals dins de la llar, mentre les seves dones participen del treball comunitari. Però també poden detectar efectes de desempoderament quan les dones són excloses de certs llocs de treball; en la mesura que no disposen de la mateixa llibertat que els homes per dedicar-se a certes activitats (com el guiat turístic); o si en els projectes de desenvolupament social recolzats pels ingressos de l'ecoturisme s'inverteix de manera desigual en benefici de les activitats masculines. El desempoderament més gran de les dones en aquest tipus d'iniciatives, segons s'argumenta, és la seva manca de control sobre el desenvolupament de l'ecoturisme comunitari. A causa d'aquesta contradicció en els resultats es defensa la necessitat d'una planificació que tingui en compte un enfocament de gènere (Scheyvens, 2007).

Aquest enfocament tècnic valora més els canvis experimentats per les dones com una aportació positiva per al propi desenvolupament turístic. A partir d'un cas d'estudi amb iniciatives de pobles indígenes lacandons a Chiapas, Mèxic, s'ha pogut observar que el recurs a certes metodologies per al disseny i planificació de projectes turístics comunitaris, a més de promoure la participació de grups tradicionalment exclosos, com dones, persones grans i en edat infantil, suposa una aportació essencial per al disseny de productes indígenes vinculats al patrimoni de la comunitat (Espeso-Moliner, *et al.*, 2016).

VISIÓ PESSIMISTA

Finalment, sobresurt també un altre corrent d'interpretació que ha emfatitzat com **la participació de les dones en el turisme comunitari ha reproduït les estructures de desigualtat existents o, fins i tot, ha empitjorat la seva situació**. Aquesta concepció es fonamenta en diferents aspectes. En primer lloc, es remarca que, en analitzar l'ocupació generada des d'una perspectiva de gènere, queda en evidència que **la participació laboral de les dones està centrada en tasques que poden ser considerades una extensió del treball domèstic i de cura**, com la prestació de serveis d'allotjament i manutenció al turista o l'elaboració i venda d'artesanies (Pérez i

2.
AVENÇOS I LÍMITS
EN L'ANÀLISI
DE GÈNERE EN
EL TURISME
COMUNITARI

Fuller, 2015). Mentrestant els homes acostumen a ocupar llocs ben valorats i fora de la llar (Duffy, 2012). D'aquesta manera, els negocis familiars d'allotjament reproduïxen els rols de gènere tradicionals, de manera que la percepció que el turisme podria ser una eina que ajudés a les dones a alliberar-se dels rols tradicionals no necessàriament ha d'ésser així (Bensemman i Hall, 2010).

Encara que aquests treballs aporten una diversificació en la font d'ingressos, no s'ha modificat la divisió tradicional de tasques per gènere ni el control masculí dels recursos obtinguts.

També s'argumenta que, encara que aquests treballs aporten una diversificació en la font d'ingressos, en la mesura que no s'ha modificat la divisió tradicional de tasques per gènere ni el control masculí dels recursos obtinguts, **el turisme ha suposat una intensificació de la jornada laboral de les dones** (Pérez i Fuller, 2015). En el cas

concret del projecte turístic de l'ejido El Rosario, Michoacán, a Mèxic, es va identificar que l'augment de la càrrega de treball, en absència d'un canvi en els rols de gènere, va provocar que les hores de son de les dones involucrades en el projecte disminuïssin i que els seus horaris d'alimentació es veiessin alterats, a més de la impossibilitat de disposar de moments d'esplai en èpoques d'arribada de turistes (Rodríguez i Acevedo, 2015). Aquest aspecte és també reconegut en altres estudis que tenen una visió positiva dels efectes que pot tenir el turisme comunitari a les dones (García, 2017; Tran, 2014). O en

experiències de turisme rural que no necessàriament es basen en una gestió comunitària (Flores i Barroso, 2011). D'altra banda, també s'ha qüestionat que **l'increment d'ingressos no necessàriament es tradueix en una millora de la situació de les dones** si la capacitat de decisió sobre què fer amb ells es manté en mans dels homes caps de família (Ticker i Boomabaana, 2012). Tot i que les dones puguin disposar de recursos propis i, per tant, una major autonomia, la seva posició de subordinació no és resultat únicament d'una dependència econòmica, sinó que en ella intervé també un sistema ideològic que construeix normes i costums profundament arrelats (González i Izcara, 2019).

A partir de l'experiència de la Unión de Cooperativas Tierra y Agua a Nicaragua, Murguialday (2015) sintetitza bona part d'aquestes crítiques i arriba a la conclusió que la introducció del turisme comunitari no ha contribuït a un empoderament de les dones en aquesta iniciativa i que el seu impacte ha estat limitat. En aquestes cooperatives properes a la ciutat colonial de Granada, si bé les dones han pogut accedir a nous llocs de treball i ingressos, les ocupacions assolides reproduïxen la divisió sexual tradicional del treball i, tot i que han aconseguit disposar de diners propis i sentir-se menys dependents, no han assolit majors nivells d'autosuficiència i autonomia econòmica; d'altra banda, tot i participar en l'activitat turística no arriben a accedir a funcions directives i gerencials, i tampoc s'ha traduït en més capacitat per decidir sobre aspectes rellevants del funcionament d'aquesta activitat; igualment no s'entreveu un major empoderament subjectiu i col·lectiu que hagi facilitat una major consciència dels seus drets i organització per defensar-los.

També s'ha qüestionat que **l'acompanyament tècnic en els processos de posada en marxa i suport de les iniciatives de turisme comunitari, pot haver contribuït a reproduir les desigualtats de gènere**. En la mesura que s'ignora la perspectiva

2. AVENÇOS I LÍMITS EN L'ANÀLISI DE GÈNERE EN EL TURISME COMUNITARI

de gènere es naturalitza la desigualtat existent entre homes i dones en les comunitats. Així, més que una major participació en les activitats turístiques el que correspondria seria un accés més equitatiu d'homes i dones a la propietat, la tecnologia, la informació, el coneixement i la gestió. Ignorar les desigualtats de gènere provoca, per exemple, que els processos de capacitació tècnica encasellin a les dones en rols tradicionals i reproduïxin la situació existent: homes formant-se com a guies o intèrprets i dones en l'alimentació, la higiene o l'elaboració d'artesanies tradicionals (Pérez i Fuller, 2015). Al mateix temps, també s'han qüestionat les **dinàmiques de participació de les dones en les polítiques i projectes de desenvolupament local** que tendeixen a reproduir estereotips que naturalitzen les desigualtats de gènere (Anderson, 2011).

D'altra banda, també **s'han denunciat les polítiques de desenvolupament que a través de la promoció del turisme comunitari han perpetuat les iniquitats de gènere**. Enfocaments com el "pro-poor tourism", orientats fonamentalment a augmentar ingressos de comunitats pobres, i en particular de les dones, i que van hegemonitzar durant anys les polítiques de la cooperació internacional, en no tenir en compte les desigualtats de gènere el que han fet és reproduir-les i accentuar-les. Per això es considera imprescindible que les polítiques de desenvolupament en entorns rurals tractin de revertir els mecanismes socioculturals, polítics i institucionals que limiten l'accés de les dones als recursos i espais de presa de decisió (Pérez-Galán i Fuller, 2015).

En aquells casos, en els quals els processos de planificació dels projectes de turisme comunitari incorporen una perspectiva de gènere, atenta a corregir dinàmiques que reproduïxin o accentuïn les desigualtats de gènere, i intentin generar dinàmiques d'empoderament de les dones, s'identifica també el límit de ser iniciatives de "dalt a baix" en les què els esforços d'actors externs no tenen perquè ser correspostos amb les expectatives de la població local i, per tant la seva sostenibilitat queda en entre dit (Fuller, 2013).

2.2. Limitacions, hipòtesi i possibles pistes alternatives

A la llum dels resultats de la investigació disponible, el balanç sobre els impactes que ha tingut la introducció del turisme sota formes de gestió comunitària i, per tant, diferents al turisme predominant de capital privat, sembla trobar-se davant el conegut **dilema de la dualitat**: la multiplicació de casos d'estudi no fa sinó abonar la disparitat de resultats, provocant cert bloqueig en l'anàlisi (Cohen i Cohen, 2012).

Aquesta situació guarda certes similituds amb el debat descrit per Milano i Gascón (2017) en relació a l'efecte del turisme en les economies camperoles i indígenes, en el sentit que la suma d'investigacions no resol de forma raonablement concloent el debat. En aquest cas, la disparitat de resultats s'intenta explicar a través de la formulació de tres hipòtesis: a) la *hipòtesi de la diferència*, per la qual la varietat de resultats podria ser deguda a les característiques de diferents contextos; b) la *hipòtesi epistemològica*, que implicaria que les lents teòriques amb les que s'arriba a investigar una determinada situació predetermina la seva mirada i les conclusions a les què pot arribar; i,

2. AVENÇOS I LÍMITS EN L'ANÀLISI DE GÈNERE EN EL TURISME COMUNITARI

finalment, c) la *hipòtesi metodològica*, que suposaria que el moment en què es realitza la investigació determina els possibles resultats en funció de l'estat evolutiu d'aquell destinació o iniciativa turística, segons les diferents fases descrites per Butler (1980).

Per al cas dels impactes de gènere del turisme comunitari sembla que aquestes tres hipòtesis podrien ajudar a entendre part de la disparitat detectada en els resultats de diferents investigacions. La varietat de contextos dels estudis de cas disponibles reflecteix punts de partida diversos en els quals es desenvolupa l'activitat turística comunitària i que, tot i el marc de dominació patriarcal comú, podria influir en els canvis i en la seva profunditat, si és que els hi ha. D'altra banda, enfocaments teòrics diferenciats poden ajudar a explicar també com es conceben els canvis en les relacions de gènere o què s'entén per apoderament de les dones. La metodologia i capacitat d'anàlisi en les diferents investigacions també pot donar lloc a resultats contraposats. Igualment, els processos de transformació poden ser graduals i, per tant, el moment en què es desenvolupa la investigació pot influir així mateix en com poden ser avaluats.

A més d'aquestes tres hipòtesis, per a aquesta investigació es podria plantejar una quarta **hipòtesi de pluralisme en l'objecte d'estudi**. En les anàlisis sobre turisme comunitari és habitual la barreja d'estudis de cas en els quals els models de gestió estan molt lluny de tenir un caràcter comunitari o col·lectiu, amb la qual cosa es formulen conclusions que s'atribueixen de manera generalitzada al turisme comunitari basades en experiències que es limiten a formes de turisme rural, entès com aquell que té lloc a la ruralitat, o fins i tot a iniciatives turístiques on predomina el capital privat sense diferenciar els contextos ni formes de gestió. Aquesta confusió dificulta una comprensió més clara de les dinàmiques del turisme comunitari pròpiament. És per aquest motiu que en la present revisió bibliogràfica s'ha procurat fins on ha estat possible limitar les anàlisis a estudis de cas o treballs de revisió enfocats certament en el turisme comunitari (tot i que en alguns textos pugui ser anomenat de maneres diferent, com ecoturisme comunitari o turisme rural comunitari). Així mateix, la diversitat en les formes en què s'organitza el turisme comunitari, tot i que ens referim a formes de gestió col·lectiva, és tan gran que es poden estar comparant experiències tan diferents que dificulti el diàleg i l'anàlisi de resultats.

Tenint en compte els termes en què està plantejat el debat, és possible sortir d'aquesta situació d'aparent bloqueig i elaborar explicacions més plausibles i matisades de la raó d'aquests diferents resultats de les investigacions disponibles? Alguns estudis de cas, apunten també la **necessitat de valorar en termes contradictoris i més matisats els canvis en les relacions de gènere que es poden arribar a produir**, en el sentit apuntat ja per Scheyvens (2007) en l'article de revisió bibliogràfica anteriorment esmentat. Així, l'anàlisi sobre la introducció del turisme comunitari, com a conseqüència de la declaració d'una Àrea Natural Protegida, a la Reserva de la Biosfera dels Tuxtles, Mèxic, aporta llum en aquesta direcció. Segons Díaz-Carrión (2010), si bé la participació de les sòcies de les iniciatives de la reserva reproduïen els rols tradicionalment assignats a les dones, que van acompanyats de desvalorització pel seu vincle amb els treballs de cures i domèstics, a més de generar segregació horitzontal

2. AVENÇOS I LÍMITS EN L'ANÀLISI DE GÈNERE EN EL TURISME COMUNITARI

i vertical, elles mateixes destaquen una sèrie d'aspectes positius de la seva implicació en aquesta nova activitat: la relació amb altres persones, tant de la comunitat com de fora d'ella; l'aprenentatge de noves habilitats; un major reconeixement públic o l'accés a nous rols. En aquest sentit, i malgrat les seves limitacions, el turisme comunitari és considerat un instrument útil per introduir canvis socials, també en les relacions de gènere, si a través d'ell s'aconsegueixen qüestionar els rols tradicionals de dones i homes (Díaz-Carrión, 2010).

Un altre exemple es troba en l'anàlisi de les relacions de gènere en quatre iniciatives de turisme comunitari associades a la Red Pachaq Paqaneq a Perú, que posa en evidència un "impacte heterogeni" d'aquest tipus de processos (Pérez-Galán i Fuller, 2015). En algunes d'elles es va poder visualitzar un augment de l'autonomia personal de les dones, així com de la seva independència econòmica i seguretat davant les seves parelles. En altres més aviat destaca la sobrecàrrega de treball i el fet que els beneficis econòmics obtinguts no deriven en major autonomia de les dones o en una millora de la seva consideració social.

Un estudi de cas en Huatulco, també a Mèxic, introdueix la idea que la possibilitat que es produeixin canvis en les relacions de gènere i el seu diferent nivell de profunditat podrien tenir a veure també amb diferents models organitzatius per a la gestió de l'activitat turística (Fernández i Martínez, 2010). En aquesta investigació es considera que les iniciatives turístiques comunitàries d'aquesta àrea, majoritàriament en forma de cooperatives, generen un clima més favorable per a l'empoderament de les dones involucrades que les formes organitzatives de caràcter privat. El marc de gestió col·lectiva semblaria que contribueix a generar ambients que trenquen l'aïllament de les dones i generen espais per a una major presa de consciència i auto-reconeixement, la qual cosa facilitaria processos d'empoderament per sobre de les dinàmiques individuals que es mantenen en l'àmbit familiar, on resultaria més difícil generar dinàmiques de canvi en les relacions de gènere. Finalment, es planteja com a hipòtesi per a futures investigacions la necessitat de comprovar si les característiques de la composició dels que integren les empreses comunitàries, diferenciant quan totes són dones o es tracta d'organitzacions mixtes, pot donar lloc a diferències significatives en els processos d'apoderament (Fernández i Martínez, 2010). De forma complementària, un altre estudi a la mateixa zona de les Bahías de Huatulco realitzat anys després, va identificar un major nivell d'apoderament entre dones que són les seves pròpies caps, que aquelles que són empleades en empreses turístiques. Això s'explicaria per haver d'assumir un major nivell de responsabilitat i per no estar subjectes a altres formes de subordinació. El fet que l'èxit o fracàs de les seves iniciatives depenguessin d'elles les ha ajudat a assumir noves aptituds (Mendoza i Chapulín, 2015).

En la present investigació, lluny de lectures binàries en termes absoluts, es proposa la necessitat de caracteritzar millor les experiències de turisme comunitari i, més que entendre'l com a un model únic, tenir en compte la pluralitat en les seves formes de gestió i organització. A partir de l'anàlisi de diferents iniciatives i formes d'organització caldria preguntar-se si no seria més útil intentar identificar certes regularitats a

2.
AVENÇOS I LÍMITS
EN L'ANÀLISI
DE GÈNERE EN
EL TURISME
COMUNITARI

partir de la variable gestió-organització i formular possibles models que ens ajudin a interpretar millor una dinàmica complexa que sembla generar resultats diferents. És així que es planteja una **cinquena hipòtesi** per tractar d'explicar resultats diferents en termes d'impactes de gènere del turisme comunitari: **la hipòtesi de les diferències en les maneres de gestió i organització**. Així, els resultats diversos en les transformacions de gènere podrien ser també explicats pels diferents models en què es duu a terme la gestió comunitària de l'activitat turística. Aquesta hipòtesi podria aportar noves perspectives per comprendre processos diversos, contradictoris i necessàriament complexos.



Cooperativa Nuevo Amanecer, UCA Mirafior, Nicaragua. Imatge d'Alam Ramirez Zelaya.

3.

OBJETIUS I METODOLOGIA

Aquest informe té com a objectiu analitzar quin tipus d'impactes i transformacions es produeixen en les relacions de gènere en iniciatives de turisme comunitari a Amèrica Central. Igualment ens preguntem si, en correspondència amb la cinquena hipòtesi proposada, processos organitzatius i de gestió col·lectiva diferents poden donar lloc a resultats significativament diferents des d'una perspectiva de gènere i, en aquest cas, identificar patrons que ens permetin formular models amb els quals interpretar resultats aparentment contradictoris.

La investigació es realitza a partir de l'anàlisi comparativa de set estudis de cas corresponents a iniciatives de turisme comunitari d'El Salvador, Nicaragua i Costa Rica, en concret: Cooperativa Los Pinos (El Salvador), Finca Magdalena, Ecoposada El Tisey i UCA Mirafior (Nicaragua), Los Campesinos, Stribrawpa i ASOPROLA (Costa Rica). Inicialment les iniciatives van ser seleccionades en el marc d'una investigació més àmplia, no cenyida a l'anàlisi de la transformació de les relacions de gènere, en funció dels següents criteris: que el negoci turístic hagués estat en actiu des de com a mínim cinc anys; rebre ingressos per turisme de forma regular; no dependre d'un projecte de cooperació (encara que poden haver tingut suports externs diversos); diversitat en les formes organitzatives. Es va valorar que era important que aquestes iniciatives haguessin tingut èxit en la seva principal funció: desenvolupar una activitat comercial regular que els hagués permès generar i diversificar els seus ingressos. Es van descartar altres opcions en les que s'hagués produït un fracàs en termes comercials i que l'activitat turística hagués deixat de funcionar. L'opció era poder analitzar els efectes socials derivats de la posada en marxa d'una nova activitat econòmica amb un raonable nivell de consolidació.

Per tal d'evitar el risc d'una mirada massa curta en el temps, que pot distorsionar els resultats, per reflectir únicament un determinat moment en la seva evolució, es va apostar per donar continuïtat en el temps a aquesta investigació. Així, per a cadascuna d'aquestes iniciatives s'han realitzat successives visites de treball de camp, amb una durada d'una a dues setmanes en cadascuna d'elles, entre els anys 2009 i 2019 (taula 1).

3.
OBJETIUS I
METODOLOGIA

Taula 1.
Visites de treball de camp per iniciativa

INICIATIVES	VISITES REALITZADES	PERÍODES D'INVESTIGACIÓ
Cooperativa Los Pinos	4	Maig 2009 Febrer 2014 Juny 2015 Setembre 2018
Finca Magdalena	4	Abril 2009 Febrer 2014 Maig 2015 Setembre 2018 Gener 2019
Ecoposada El Tisey	4	Març 2009 Març 2014 Juny 2015 Desembre 2018
UCA Mirafior	4	Abril 2009 Febrer 2014 Maig 2015 Gener 2019
Los Campesinos	2	Març 2014 Maig 2015
Stribrawpa	3	Febrer 2014 Maig 2015 Agost 2018
AsoProLA	3	Març 2014 Maig 2015 Gener 2019

Font: elaboració pròpia.

Durant les visites de treball de camp es van realitzar entrevistes a diferents membres de les iniciatives, que en la majoria de casos es van repetir en successives trobades (taula 2). Fonamentalment es va entrevistar a les persones més involucrades i actives en cadascuna de les iniciatives, tant associades com vinculades laboralment, però també es va tenir en compte la necessitat de contrastar la seva visió amb la de persones que jugaven papers de menor responsabilitat o que no estaven vinculades amb l'activitat turística, i fins i tot amb l'experiència comunitària. A més, de cada un dels casos estudiats es va dur a terme un diari de camp en el qual es van registrar observacions i es va prendre nota de converses informals. En la majoria d'iniciatives es va tenir també accés a informació documental pròpia (documents de constitució, llibres d'actes, registre de visites) i en el cas de la Cooperativa Los Pinos es va poder

3.
OBJETIUS I
METODOLOGIA

consultar la comptabilitat completa de l'empresa. En tots els casos es va realitzar com a mínim un grup de discussió mixt amb la majoria d'integrants de les iniciatives sobre la marxa de l'activitat turística i els diferents impactes que havia generat, a excepció de la UCA Mirafior, que només es va realitzar en una de les seves iniciatives, la Cooperativa Nuevo Amanecer. També es van realitzar grups de discussió només amb dones en cadascuna de les iniciatives en els quals es va discutir específicament quin tipus de canvis s'estaven produint en les relacions de gènere, en el seu benestar, en dinàmiques de reconeixement i participació en espais de presa de decisions i processos d'empoderament.

Taula 2.

Persones entrevistades diferenciades per sexe i per iniciativa

INICIATIVES	TOTAL	HOMES	DONES
Cooperativa Los Pinos	14	9	5
Finca Magdalena	19	9	10
Ecoposada El Tisey	4	2	2
UCA Mirafior	23	7	16
Los Campesinos	9	5	4
Stribrawpa	23	13	10
AsoProLA	9	3	6
Total	101	48	53

Font: elaboració pròpia

Per a l'última ronda d'entrevistes es va comptar amb el suport d'investigadores i investigadors dels respectius països per a algunes de les iniciatives en què es va desenvolupar aquesta anàlisi: Xenia Ortiz a Cooperativa Los Pinos a El Salvador, Angèlica Duarte a Finca Magdalena i Alam Ramírez en Ecoposada El Tisey i UCA Mirafior a Nicaragua, i Arturo Silva en ASOPROLA a Costa Rica.

4. RESULTATS

4.1. Casos d'estudi

Per a cadascuna de les set iniciatives analitzades, a continuació, es descriu el seu origen, les principals característiques de la seva oferta turística i del tipus de clientela que atenen, així com els resultats més significatius d'aquest procés d'introducció del turisme. Donades les característiques de la investigació i la hipòtesi proposada, es considera necessari analitzar de forma detallada les formes diferents en què és organitzada i gestionada l'activitat turística. A partir d'aquí es descriuen els principals impactes identificats en les relacions de gènere i en els processos d'empoderament de les dones, si és que es pot considerar que els hi hagi i en quins termes. Els casos analitzats són identificats prèviament amb informació bàsica en la taula 3.



COOPERATIVA LOS PINOS



FINCA MAGDALENA



ECOPOSADA EL TISEY



UCA MIRAFLOR



LOS CAMPESINOS



STRIBRAWPA



ASOPROLA

4.
RESULTATS

Tabla 3.

Características de las iniciativas de turismo comunitario analizadas

INICIATIVES	PAIS	OFERTA TURÍSTICA	CLIENTELA PRINCIPAL	MODEL ORGANIZATIU	ACTIVITATS PRODUCTIVES en ordre d'importància *
Cooperativa Los Pinos	El Salvador	Restaurant, miradors sobre el llac Coatepeque, recorregut per bosc de cafè i cabanes.	Turisme domèstic.	Cooperativa de gestió col·lectiva centralitzada.	Cafè i turisme.
Finca Magdalena	Nicaragua	Alberg i cabanes, restaurant, entorn natural i productiu, senderisme, tour al volcà fustes, tour sobre petroglifos precolombins.	Turisme internacional "tipus motxiller".	Cooperativa de gestió col·lectiva centralitzada.	Turisme, cafè, grans bàsics (fesol, blat de moro i arròs) i mel.
Ecoposada El Tisey	Nicaragua	Restaurant, allotjament en cabanes i espais compartits mirador i entorn natural en reserva, tour per comunitats vilatanes.	Turisme domèstic.	Gestió familiar.	Turisme, tecnologia agrícola orgànica, agricultura, ramaderia, flors i productes làctis.
UCA Mirafior	Nicaragua	Allotjament en cases de família en cabana o habitació, entorn natural i productiu, senderisme, cavalcades, observació d'aus.	Turisme internacional "tipus motxiller" .	Unió de cooperatives amb allotjament familiar i oficina d'informació i reserves compartida.	Cafè, fesols, turisme i mel.
Los Campesinos	Costa Rica	Allotjament en cabanes individuals o col·lectives, entorn natural, pont penjant, gorgs naturals i activitats d'aventura.	Turisme internacional.	Cooperativa de gestió col·lectiva centralitzada.	Turisme.
Stribrawpa	Costa Rica	Allotjament en albergs amb habitacions individuals o col·lectives, entorn natural, cultura indígena (Bribri), elaboració de xocolata.	Turisme internacional.	Associació de gestió col·lectiva centralitzada.	Turisme, banana i cacau.
AsoProLA	Costa Rica	Allotjament en alberg amb habitacions individuals i col·lectives, activitats de voluntariat, entorn natural i productiu.	Turisme i voluntariat internacional.	Associació de gestió col·lectiva centralitzada.	Turisme, agricultura d'hort, cafè, melmelades i mel.

Font: elaboració pròpia.

* Arran de la crisi política de Nicaragua iniciada a l'abril de 2018, l'activitat turística ha caigut dràsticament. En casos de les iniciatives més dependents del turisme internacional, Finca Magdalena i UCA Mirafior, l'arribada de visitants ha estat pràcticament nul·la, mentre que en el cas de la Finca El Tisey, tot i la disminució d'arribades, s'ha mantingut oberta. En aquesta columna es manté l'ordre d'importància d'activitats productives prèvia a aquesta crisi.

4.
RESULTATS

COOPERATIVA LOS PINOS



Cooperativa Los Pinos, El Salvador. Imagen de Ernest Cañada.

DESCRIPCIÓ DE LA INICIATIVA

La Cooperativa Los Pinos està ubicada al municipi de El Congo, al Departament de Santa Ana, a El Salvador, a la vora del llac Coatepeque. Va ser constituïda el 1980 i en l'actualitat compta amb 87 membres, 70 homes i 17 dones. Disposa de 285 hectàrees i es dedica fonamentalment a la producció i comercialització de cafè, la seva principal activitat, i els serveis turístics (Cañada, 2017).

Abans de ser una cooperativa, la finca era propietat de Rafael Guirola, membre d'una de les catorze famílies més poderoses d'El Salvador, l'oligarquia cafetera que havia dominat el país per dècades, i un poder assentat en una profunda desigualtat en l'accés a la terra. La situació dels qui treballaven a la finca com a colons era extremadament penosa.

Aquí era un sistema de colonos. Las familias que habitaban dentro de los terrenos de la hacienda no tenían una garantía de trabajo permanente. Había días que se trabajaba y, de repente, se paraban los trabajos sin ninguna justificación. Solo decían que no había trabajo y que cada quien rebuscara qué hacer. En las casas no había acceso a energía eléctrica, solamente en la casa del mandador. Tampoco había acceso al agua. Cada familia tenía un cántaro, unas 30 botellas de agua, por la mañana, y lo mismo por la tarde. Ese era todo el acceso que por familia se tenía, y no alcanzaba ni para cocinar. Entonces la mayoría de la gente tenía que ir al lago a lavar su ropa, a bañarse. Y naturalmente tampoco se tenía acceso a la salud. Era una situación bastante precaria. Hoy muchos desconocen la situación real que se vivió en esa época.

(SG02, soci i tècnic de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

4.

RESULTATS

COOPERATIVA
LOS PINOS

En ese tiempo ni las casas dejaban que se repararan. Se vivía en casas de zacate, no dejaban criar animalitos, ni sembrar matas de güisquil. Eran políticas del patrono, que no quería que la gente se asentara.

(TH01, soci de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

La desigualtat existent i les condicions de misèria en les que vivia la majoria de la població rural van anar creant un ambient de malestar i agitació social que va ser reprimida recurrentment pels diferents governs i l'Exèrcit en defensa dels interessos dels grups oligàrquics. L'any 1979 es va produir un cop d'Estat a El Salvador que va instal·lar una Junta Revolucionària de Govern, per tal de realitzar algunes reformes socials que possessin fi a l'avanç de l'organització popular a la guerrilla de l'FMLN. Poc temps després, el 5 de març de 1980, es va decretar la Llei Bàsica de Reforma Agrària que establí que ningú podia disposar de més de cent hectàrees de terra, de manera que moltes de les finques de grans propietaris van ser intervingudes i lliurades als seus colons.

La Cooperativa Los Pinos va ser creada en aquest context, amb els colons que en aquests moments treballaven a la finca.

El 6 de marzo, como a eso de las 10 de mañana, de repente vino un puño de soldados y empezaron a llamar a la gente para decirle que la finca iba a ser intervenida y que se iba a formar una cooperativa.

(OM01, soci de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

Amb aquesta mesura, l'Estat buscava desactivar les bases potencials del moviment insurgent. Sense un suport real a les cooperatives acabades de constituir tot feia preveure el seu fracàs i que les terres fossin progressivament tornant als seus propietaris originals.

Nadie sabía nada de reforma agraria, ni cuál era el objetivo. Eso fue como una cortina de humo para detener la rebelión de la gente.

(TH01, soci de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

Malgrat tot la Cooperativa Los Pinos va aconseguir sobreviure i, gràcies al treball col·lectiu, van poder fer diversos projectes socials que van revertir la inestabilitat i precarietat en què vivien els seus antics colons. La millora dels habitatges, disposar d'un solar en el qual conrear, l'arribada de la llum elèctrica, la possibilitat de traslladar-se a un centre de salut en situacions d'emergència o el suport a l'educació són algunes de les millores especialment destacades pels seus membres.

Yo me acuerdo bien cuando se comenzó con el desarrollo social. A cada uno nos regalaron una docena de láminas. Para nosotros recibir esa docena de láminas era grandísimo. Era poder componer la casita y ya no mojarse, porque eran chorros de agua, por un lado y por otro, y había que envolverse en la cobija y echarse un plástico encima para no mojarse. Entonces esa angustia ya terminó. Después vino el proyecto de la luz, cuando las casitas ya estaban más o menos. Y fue una

4.
RESULTATS

COOPERATIVA
LOS PINOS

gritazón que le agarró a la gente cuando se dieron cuenta que ya había luz eléctrica. Para nosotros ha sido un gran cambio, ha sido una felicidad, porque los desarrollos sociales que se han dado han sido inmensos. Para nosotros el cooperativismo ha sido una gran experiencia.

(TH01, soci de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

Cuando entró la cooperativa las oportunidades de educación se abrieron. Muchos hemos sido beneficiarios de decisiones que tomaron los consejos de administración y las asambleas en aquella época. Contrataron maestros para que vinieran a dar clases a la cooperativa. También dieron el transporte para ir a estudiar fuera de la cooperativa, cuando fuera necesario. Y eso permitió que muchos de los asociados nos capacitáramos y ya generáramos condiciones distintas, con una visión más empresarial.

(SG02, soci i tècnic de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

Des dels seus orígens la Cooperativa es va dedicar a la producció de cafè, donant continuïtat a l'especialització productiva de la finca expropiada. Amb 279 hectàrees dedicades a aquest cultiu, pràcticament el 98% de l'extensió de la finca es dedica al cafè. La seva importància també es reflecteix en els llocs de treball generats. En 2018 van treballar en la producció de cafè 210 persones, 73 dones i 137 homes. D'aquest total 39 persones estaven associades a la Cooperativa, 4 dones i 35 homes.

L'any 1992 la Cooperativa va adquirir un benefici que els va ajudar a estalviar costos i vendre en millors condicions, a més de poder processar el cafè d'altres productors. Malgrat aquests avenços, temps després, la caiguda dels preus internacionals del cafè el 2001, que va reduir en una quarta part els valors assolits l'any anterior, de 150 a 40 dòlars per quintar a la Borsa de Nova York (Flores et al., 2002), els va afectar de forma greu. Això va fer que decidissin fer un pas més per ampliar i diversificar les seves fonts productives. D'una banda, van tractar de garantir una major estabilitat en els preus de venda a través del mercat de comerç just i, d'altra, introduir els serveis turístics. A partir d'aleshores van començar a vendre la majoria del seu cafè a través del mercat del comerç just a Europa.

Una de les virtuts del mercat de comerç just és que, a més de garantir major estabilitat en els preus, aporta un premi per volum de quantitat venuda que ha de ser invertit en beneficis socials tant per membres de la Cooperativa com a personal contractat, en gran mesura de les comunitats properes.

En el café certificado tenemos un precio fijo de 140 dólares y un premio de 20 dólares por quintal. Y de esos 20 dólares, 5 son para inversiones en el cultivo, para mejorar la productividad, y 15 para obras sociales. A final del año, si hemos exportado 4.000 quintales, por hablar así en números enteros, son 4.000 por 20 son 80.000 dólares, y de ellos 20.000 son para mejorar la producción y 60.000 para proyectos sociales.

(JRR02, soci de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

4.
RESULTATS

COOPERATIVA
LOS PINOS

No obstant això, a partir de la collita de l'any 2013-2014 la producció va disminuir molt a causa del fong de la "roya", que va afectar bona part de les plantacions de l'Amèrica Central. Aquesta plaga va incidir tant en el volum produït com en la quantitat de cafè que va poder qualificar per ser venut al mercat de comerç just. El cafè amb broca, trencat o mossegat pels animals no es pot vendre en aquest mercat. La conseqüència va ser una disminució significativa en els ingressos globals generats pel cafè a la Cooperativa.

L'altra gran mesura que van prendre després de la caiguda dels preus internacionals del cafè el 2001, va ser tractar de posar en marxa serveis turístics.

La idea de hacer turismo nació a raíz aquella crisis el 2001. Entonces se pensó que la Cooperativa tenía que diversificar sus rubros, viendo que ya no podíamos depender solo del café.

(JRR02, soci de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

No obstant això, aquesta aposta no va ser ràpida. Quan la Cooperativa va posar en marxa les activitats turístiques a partir de 2007 van decidir que la gestió fos en col·lectiu, com les altres activitats de la finca.

Desde nuestro nacimiento hemos sido una cooperativa colectiva, y el esfuerzo ha estado siempre en el bien común. Y con el turismo consideramos que era mucho más viable ponerle el mismo rumbo, porque de esta forma ya habíamos tenido experiencias que nos habían mejorado la capacidad empresarial de la cooperativa. La finca la trabajamos en colectivo, y el beneficio también es colectivo, entonces con el turismo igual.

(SG02, soci i tècnic de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)



Cooperativa Los Pinos, El Salvador. Imatge d'Ernest Cañada.

4.
RESULTATS

COOPERATIVA
LOS PINOS

Per posar en marxa el turisme a la Cooperativa van construir una cuina i un restaurant, amb vistes al llac Coatepeque, diverses cabanes, un sender del restaurant al llac, amb diversos miradors, i un moll per facilitar el bany dels turistes equipat amb tres llanxes. També van construir una sala comunal per poder organitzar esdeveniments. I van comprar tot l'equipament necessari per a la cuina, el restaurant i les cabanes. Totes aquestes infraestructures van ser finançades amb fons de PREMODER, un Programa del Ministeri d'Agricultura, la prima de benefici social de les vendes de cafè a través del comerç just i fons propis de la cooperativa. Les primeres construccions les van fer entre els anys 2008 i 2009 i la primera setmana del mes de setembre de 2009 van obrir finalment al públic. A mesura que el turisme va començar a generar ingressos, van poder fer millores en les infraestructures i donar-lis manteniment, com arreglar els senders i fer-lis baranes de fusta.

La Cooperativa disposa d'un Pla Estratègic en el qual han visualitzat què necessitaven i quines inversions havien de realitzar per a consolidar la seva oferta turística. A més, per a la gestió del turisme, el Consell d'Administració de la Cooperativa va crear un Comitè de Turisme. Aquest es reuneix un cop al mes i serveix per coordinar-se millor i generar la informació que necessita el Consell d'Administració per prendre decisions. Aquest òrgan està compost pel seu president, que forma part del Consell d'Administració, el xef, la caixera i un membre del Comitè de Vigilància.

Els turistes que visiten Los Pinos són majoritàriament salvadorencs que viuen al gran San Salvador, i que poden arribar a la finca en uns 45 minuts en vehicle propi. També els visiten persones d'origen salvadorenc que viuen a l'exterior, principalment a Estats Units, i que tornen al seu país per vacances, i uns pocs estrangers. Igualment és destacable la clientela vinculada a diferents institucions públiques i privades (universitats, escoles, esglésies) que han trobat a la Cooperativa un lloc adequat per organitzar activitats. En la seva majoria són gent de classe mitjana. Des d'un principi els dirigents de la Cooperativa van tenir clar que aquest era el perfil de clientela que volien tenir.

Nosotros veíamos que nuestro público era la clase media, pero ni media alta ni media baja, simplemente clase media. Queríamos ser un lugar donde el que no puede ir a los lugares caros tuviera dónde venir. Si uno está debajo de la clase media no puede gastar en un restaurante, o si puede no lo hace porque sus prioridades son otras.

(OM02, soci de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

Les entrades de visitants i turistes a la Cooperativa han evolucionat positivament i el 2018 van superar les vint mil persones. Inicialment la iniciativa era coneguda per mitjà de recomanacions d'altres persones que ja l'havien visitat i per alguns reportatges que van fer mitjans de comunicació locals. Darrerament, la promoció en xarxes socials ha incrementat les visites. Acostumen a ser clients del restaurant que, en alguns casos, fan algun altre tipus d'activitat. Així les visites de mig dia són la base del negoci turístic de la Cooperativa. Aquesta evolució positiva es veu reflectida també en els ingressos generats pel turisme. Destaca tant el creixement progressiu en els ingressos totals i

4.

RESULTATS

COOPERATIVA
LOS PINOS

beneficis generats com l'estabilitat amb la qual s'ha produït aquesta progressió. Des de l'any 2014, més del 80% dels ingressos de turisme són generats al restaurant. L'evolució positiva dels ingressos per turisme, que el 2018 van arribar a prop dels 200.000 dòlars, enfront dels poc més de 300.000 del cafè, han permès tenir una altra font d'ingressos rellevant, i reduir així els impactes de les oscil·lacions vinculades al cafè que, per causes diverses, són molt fortes.

A més, gràcies al turisme, la producció de cafè de la Cooperativa ha trobat nous mercats, pels quals rep més ingressos que en el mercat de comerç just, ja sigui en bosses de lliura de cafè torrat mòlt o en tasses al restaurant.

En los dos últimos años las ventas del café tostado molido se han venido incrementando. La demanda es más fuerte. Tanto de las personas que vienen del exterior como de la propia comunidad, que nos hacen pedidos. Antes del turismo no teníamos esta amplitud. Entonces el turismo ha venido también a posicionar la parte del café tostado molido de la Cooperativa.

(JRR01, soci de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

A causa de la gran afluència de visitants el restaurant necessita proveir-se constantment de nombrosos aliments, la qual cosa ha estimulat noves activitats productives. Així, la Cooperativa ha posat en marxa un hivernacle, per a la producció de verdures i hortalisses, i un estany per tilàpies. Altres productes són comprats, quan es pot, en la mateixa comunitat. Un dels problemes que s'han trobat per poder ampliar l'adquisició d'aliments a les comunitats properes és la dificultat per garantir la continuïtat en el subministrament i en la seva qualitat.

Els socis de la Cooperativa es mostren satisfets amb la introducció del turisme i els canvis que ha generat. Destaquen el fet que s'hagin creat nous llocs de treball i oportunitats per a gent de la comunitat i que es comenci a reduir la dependència respecte al cafè, especialment pels problemes d'instabilitat que s'han viscut en els darrers anys.

El turismo ha sido una oportunidad. Primeramente, porque genera empleos, hay trabajo para la gente en la misma comunidad, porque esa gente que mira en el restaurante no es gente de afuera, esa es gente de aquí. Es una forma de no depender del café, ni del maquilado allá en el beneficio. Es mejor tener varias opciones, que de poquito en poquito se hace bastante. La otra cosa me gusta del turismo es que yo soy muy amigo del medio ambiente, y me alegro cuando decimos que vamos a cuidar toda la cuenca del lago, no talar árboles, no cazar animales. (...) Y también me siento feliz, porque veo que la gente tiene donde ir con su familia y descansar tranquilamente con seguridad. La gente del mismo nivel mío, en aquellos tiempos no tenían acceso a un restaurante como éste, sino que estábamos todos privados. Ahora no, la gente de la comunidad ves que viene, que deme una tacita de café, que quiero esto, que quiero esto otro, porque el turismo no es solo de los grandes, turismo somos todos, y el turismo lo hacemos todos, desde los pobres hasta el de alto nivel. Por eso me gusta el turismo.

(TH01, soci de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

4.
RESULTATS

COOPERATIVA
LOS PINOS

Els factors de localització de la iniciativa turística (proximitat a un atractiu natural freqüentat i proximitat i bona comunicació des d'un gran centre urbà emissor potencial de turistes) han estat importants per al seu èxit. Són condicions favorables, però no determinants. Sobre aquestes bases s'assenta un fort procés d'organització col·lectiva, visió empresarial, capacitació i inversió de recursos propis i connexió amb un mercat potencial.

Gràcies a la Cooperativa la vida de les persones associades i les seves famílies ha millorat significativament en relació a la situació prèvia a la seva formació. En els últims anys s'ha establert que les persones grans, que ja no estan en edat de treballar, rebin una pensió amb fons de la Cooperativa. Una de les seves sòcies afirma que si no fos per la Cooperativa probablement ni tan sols viurien aquí:

Si no hubiera habido la Cooperativa, probablemente ya no viviríamos en este lugar.
Nos tendríamos que haber ido a otro lugar. A saber.

(LNG, sòcia de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

IMPLICACIONS PER A LES DONES

Donades les característiques de la Cooperativa, el seu model de gestió i el tipus de negoci turístic posat en marxa, la principal aportació d'aquesta nova activitat per a les dones, sòcies o no, segons declaren elles mateixes, ha estat la creació d'ocupació no tradicional a la pròpia comunitat, encara que amb una participació menor que la dels homes. El 2018, el turisme va generar 20 llocs de treball, que eren reforçats amb 4 més en les temporades altes. Del total de 24 llocs de treball, 15 van ser ocupats per homes i 9 per dones. Són treballs de cuina, atenció al restaurant, neteja de les cabanes i guiat turístic. Els salaris que paga la cooperativa s'estableixen segons el salari mínim legal establert, que és superior al de treball en les activitats del cafè. Els llocs de major responsabilitat i salari són els de responsable de cuina (xef) i de caixa. En els últims anys, diverses persones han ocupat aquests dos llocs, però majoritàriament han estat homes. D'aquestes 24 persones contractades, 11 són sòcies de la Cooperativa, i d'elles només 3 són dones.

La generació d'aquest nou tipus de llocs de treball, diferents dels que tradicionalment generava el cafè, són valorats com una forma de reduir els estímuls a l'emigració per part de la comunitat.

En la parte de empleo nos ha servido como para que nuestra gente ya no emigrara.

(SG02, cargo técnico de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

Una de les sòcies de la Cooperativa, actualment en el seu Consell d'Administració, va treballar com a caixera del restaurant entre 2009 i 2012. En aquest moment el seu salari estava al voltant dels cent dòlars quinzenals més propines, mentre que els treballs als quals podia accedir com dona al camp (bàsicament tasques de fertilització, abonament, sembra o manteniment del cafetar), eren només de 57 dòlars quinzenals.

4.
RESULTATS

COOPERATIVA
LOS PINOS

Per a ella el treball en el turisme ha estat una oportunitat d'ocupació per a moltes persones joves, tant dones com homes, perquè les alternatives de treball es redueixen a la feina al camp, la maquila, la construcció o emigrar a un altre país. En concret, en comparació amb la maquila destaca:

La gente que trabaja en maquila es bastante explotada, tanto en sus horarios como en sus salarios, y ahí no tienen oportunidad de crecer. Están en lo que se les pone y se les exige y exige cumplir metas. En cambio, aquí no, es bastante diferente. Esto del turismo es una experiencia bastante nueva.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

La referència al treball en la maquila, que al departament de Santa Ana és abundant, és remarcada per una altra sòcia en el mateix sentit:

Con el turismo ha habido más empleo, tanto para jóvenes, como para mujeres. Ahora hay más trabajo que antes, porque antes uno tenía que salir a buscar a fuera el trabajo, a las maquilas y todo eso. Y ahora, gracias a Dios, acá tenemos el trabajo. Ha ayudado bastante. Y es mejor, porque en la maquila hay mucha presión, y tiene que mañanear uno mucho más, y el pasaje también le cuesta más. Y aquí uno en la comunidad no paga pasaje y hasta para almorzar va uno a la casa, y allá toca pagar pasaje y alimentación también.

(YM04, sòcia de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

Una altra de les caixeres del restaurant, explica que anteriorment havia viscut vuit anys a San Francisco, Estats Units, on va treballar com a caixera en un McDonald's i en una benzinera, valora la importància d'haver pogut aconseguir una feina en la seva mateixa comunitat i que el tracte i condicions laborals fossin millors que les que tradicionalment havia tingut:



Cooperativa Los Pinos, El Salvador. Imatge d'Ernest Cañada.

4.
RESULTATS

COOPERATIVA
LOS PINOS

Cuando regresé [de EEUU] traía ahorros, pero luego tuve que buscar trabajo y no lo encontraba. Por suerte vine a dejar el currículum y me quedé. Yo vivo a menos de 10 minutos en bus. Este trabajo me parece muy bien, porque está cerca de mi casa, el salario no está mal y el ambiente me gusta. En el McDonald's era bien difícil porque se trabaja bajo presión y aquí no, la presión nosotros mismos la ponemos, dependiendo de la afluencia de clientes, porque en realidad depende de nosotros que el cliente esté satisfecho, y gracias a Dios no hemos tenido ninguna queja. En cambio, en McDonald's los jefes están encima y los clientes nunca están satisfechos. Entonces, si uno encuentra un trabajo aquí hay que cuidarlo, porque trabajos no hay ahorita.

(EVO1, treballadora del restaurant, comunicació personal)

En aquest sentit, per a les sòcies i treballadores de la Cooperativa consultades, a més de l'oportunitat de tenir una feina a prop de casa seva, amb la qual cosa les despeses disminueixen, comparativament les condicions laborals són també millors que en altres possibles llocs de treball.

Un altre dels aspectes que, d'acord amb diverses de les sòcies de la Cooperativa, més a canviat en la vida de les dones que s'han involucrat en l'activitat turística han estat certs canvis en el seu comportament i actitud, que reflectirien una major autovaloració.

Nosotras, como mujeres, éramos tímidas, como que no nos gustaba hablar o involucrarnos en las actividades, pero por medio del turismo, somos muchas las mujeres que nos hemos visto beneficiadas y hemos cambiado nuestra forma de pensar. Ya no solo pasar todo el día en la casa sino trabajar fuera, ver algo diferente, y participar en lo que son las capacitaciones, como de liderazgo y equidad de género, nos ha ayudado mucho, para ver las cosas diferentes. Ver que nosotras tenemos el mismo valor que los hombres, que valemos lo mismo.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

A través de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), la Cooperativa ha rebut de forma continuada per diversos anys capacitacions relacionades amb la perspectiva de gènere, per separat a dones i homes. Aquestes capacitacions són organitzades conjuntament amb persones d'altres cooperatives.

Al principio, cuando nos decían que íbamos a tener un taller de género con CLAC, hay no, con miedo, y preferían ir a trabajar y no venir, y decían: «No, yo no quiero participar, yo no quiero que me pregunten». Tímidas totalmente. Y ahora no, ahora estamos esperando el día, porque queremos compartir, porque es un momento muy especial, entre mujeres, en el que compartimos experiencias.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

Una altra de les sòcies, que porta quatre anys participant en aquests tallers de capacitació, i que, segons explica, tenen una periodicitat mensual, relata que gràcies a aquests han perdut la por a parlar en les assemblees de la Cooperativa i en altres espais.

4.

RESULTATS

COOPERATIVA
LOS PINOS

Nosotros sentimos que nos han ayudado bastante [las capacitaciones], porque las mujeres antes éramos bastante tímidas, como que teníamos miedo a hablar y ahora, gracias a Dios, ya no, ya se nos quitó ese miedo de hablar en asambleas.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

De tota manera, encara que sembla que hi ha hagut algun canvi d'actitud per part dels homes quan les dones parlen en aquestes assemblees, encara persisteixen dinàmiques discriminatòries, o les transformacions no són tan profundes com es podria esperar, d'acord amb els diferents testimonis recollits.

Se ven cambios también en los hombres, porque ahora las mujeres también podemos opinar en las asambleas. Antes era empezar a hablar una mujer y no ponían atención, era plática tras plática. Ahora ya se ve un orden y un respeto hacia la mujer.

(LNG, sòcia de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

Antes las mujeres socias ni tan siquiera participaban ni hablaban en una asamblea, nadie tenía el valor de aportar sus ideas, por temor a que fueran rechazadas o que se burlaran de ellas. Ahora no, ahora como que las mujeres están más despiertas.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

Las mujeres tenemos todo el derecho de opinar [en las asambleas], y algunas lo hacemos, pero otras no, porque nos da pena, porque a veces los mismos compañeros nos hacen burla, y entonces como que le bajan la moral a uno, y ya para la siguiente asamblea pues mejor no hablo. Yo casi que no opino, pero es por lo mismo, porque uno se pone nervioso. Pero sí, ahí le dan la participación a las mujeres para que opinemos.

(ZJP04, sòcia de la cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

En alguns casos, aquests canvis podrien arribar a hàbits i la distribució de tasques domèstiques i de cures en algunes famílies, amb una major implicació de determinats homes. Malgrat les afirmacions en aquest sentit d'algunes de les dones més involucrades en els tallers de capacitació en gènere, no hi ha prou certesa sobre la profunditat i continuïtat d'aquests canvis.

El fin de semana, como trabajamos los dos, nos queda para hacer las tareas del hogar a partes iguales. Y mi esposo me ayuda a hacer la limpieza, y así dicen varias que también sus esposos.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

Las compañeras también platican de los esposos y en sus hogares dicen que tienen el respaldo de ellos.

(LNG, sòcia de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

4.
RESULTATS

COOPERATIVA
LOS PINOS

El que sí sembla que s'ha produït és un canvi formal en la composició dels diferents òrgans de gestió i decisió de la Cooperativa, amb una major presència de dones en aquests.

Y en los consejos de administración la mayoría eran hombres los que se elegían, y ahora no, ahora también se eligen tanto hombres como mujeres. Ahora las mujeres, con esto del género, han tenido como un realce. A veces a los hombres esto no les gusta mucho, pero se tienen que aguantar.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

En part, aquest canvi sembla haver-se produït per recomanació o exigències d'organismes externs, que hauri afavorit que hi hagués un major nombre de dones en aquest tipus d'espais.

Cuando nosotros, como Cooperativa, gestionamos alguna ayuda fuera, con alguna organización, ellos nos piden que como mínimo el 30% de la membresía tiene que ser cubierta por mujeres. Y eso ha abierto a los socios que nosotras somos una parte fundamental. Ahora se ha logrado que se involucre siempre una mujer, en la Junta de Vigilancia, en el Consejo de Administración, en los comités que hace la Cooperativa, que siempre se involucre una mujer. Lo tenemos como parte de un requisito que las mujeres sean parte de todo. (...) Y en el proceso, los hombres ahora ya lo ven como algo normal, que todos tenemos los mismos derechos.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal)

De fet, la Cooperativa compta amb una política de gènere, elaborada a instàncies d'un projecte de cooperació internacional. No obstant això, segons el que s'ha pogut observar, no sembla que aquest document tingui un especial seguiment en els òrgans de direcció de la Cooperativa. El que sí que sembla haver-se produït, és que un grup de sòcies, gràcies als processos de capacitació continuats en enfocament de gènere i una major participació en òrgans decisions, han començat a organitzar-se i a demanar un major protagonisme i responsabilitat.

El turismo ha abierto una ventada de oportunidad para que seamos más mujeres líderes dentro de nuestras organizaciones. Hemos [sic] un grupo de 10 mujeres socias que estamos en un proceso de capacitación constante en diferentes áreas. La misión de nosotras como mujeres es posicionarnos más, tener un papel más fuerte dentro de la cooperativa, y que esto nos permita tener más oportunidades como mujeres.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicació personal))

El fet que la majoria de famílies de la Cooperativa estiguin vinculades a esglésies evangèliques no sembla que hagi contribuït al fet que la perspectiva de gènere, promoguda per algunes institucions amb les que mantenen col·laboració, tingués més influència. No obstant això, el control social exercit per aquestes esglésies pot haver

4.
RESULTATS

COOPERATIVA
LOS PINOS

contribuït a una reducció de l'alcoholisme i la violència de gènere. Però no s'ha estudiat amb prou detall quin tipus d'influència ha pogut tenir aquest factor en els processos d'empoderament de les dones de la Cooperativa.

En qualsevol cas, els canvis en les relacions de gènere vinculades directament al turisme semblen ser reduïdes. Es concentren fonamentalment en les dinàmiques de canvi que pot provocar una major autonomia econòmica, per disposar d'ocupació dins de la comunitat en millors condicions que en altres espais laborals. No obstant això, la vinculació de la Cooperativa a una estructura com la CLAC ha afavorit un procés de sensibilització i capacitació en perspectiva de gènere amb continuïtat al llarg del temps. Això, sumat a algunes exigències de major participació de les dones en les estructures de governança internes, han obert possibilitats de certs canvis, tant per l'incipient procés d'empoderament d'algunes dones de la Cooperativa, com per l'acceptació dels homes a tenir-les més en compte i ser més respectuosos.



Cooperativa Los Pinos, El Salvador. Imatge d'Ernest Cañada.

4.
RESULTATS

FINCA MAGDALENA



Finca Magdalena, Nicaragua. Imagen de Ernest Cañada.

DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

Finca Magdalena es troba situada a l'illa d'Ometepe, Nicaragua. És una iniciativa turística de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, formada l'any 1983 gràcies al procés de reforma agrària que es va dur a terme els anys 80 durant la Revolució Sandinista (Cañada i Fandiño, 2009). Abans de la cooperativa, la finca havia estat propietat de diverses famílies ramaderes.

Esta fue una finca propiedad de una familia Viales, una señora heredera que se casó con un señor que se llamaba Zacarías Velásquez. Ellos aquí vivían. Ella trabajaba duro en la finca, criaba chanchos y tenía vaquitas criollas. Mire, esa señora cómo se ponía las pilas. Lamentablemente el marido no la valoró. Viajaba de aquí para allá, hacía sus agostos en Granada y se corrompió en andar vagando y la cosa es que enjaronó la finca y los vinieron a sacar a puertas cerradas. Después vinieron los Baltodano, unos terratenientes que tenían tierra por donde quiera. Ellos pusieron un mandador, que era el que gobernaba la finca. De los Viales a los Baltodano fue como en el 1966, porque en el 1968 yo tuve a mi hija y ya no estaba yo aquí. En el tiempo de los Viales, los dueños nos daban donde vivir, y allá vivíamos [en la finca] con mi mamá, ahí crecimos. Pero cuando vinieron los Baltodano ya salimos y tuvimos que andar prestando un pedacito de tierra para poner una casita. Sacaron toda la gente que vivía en las tierras de aquí. No le daban tierras a nadie para trabajar, y mucho menos para vivir. Eran malos esa gente, muy malos. Y prepararon tierras para traer ganado, eran ganaderos. Y a partir de la Revolución vino el gobierno y hizo transacciones con ellos, para dejar esta finca en manos de los campesinos. Entonces el Frente Sandinista dejó en manos de los campesinos esta Finca.

(AF05, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

4.
RESULTATS

FINCA
MAGDALENA

Inicialment la Cooperativa es va formar amb 83 persones i tenia una extensió d'unes 1.200 hectàrees de terra, però va patir diverses divisions fins quedar reduïda als seus actuals 24 membres, 19 homes i 5 dones, que s'han mantingut fins ara. En aquestes divisions es van fundar altres cooperatives, tot i que majoritàriament van acabar repartint-se la terra en parcel·les particulars. Per als que van integrar la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, mantenir la propietat col·lectiva de la terra ha estat un element fonamental en la seva història. Dues de les seves sòcies ho expliquen en els següents termes:

Muchos no quisieron trabajar unidos. No estaban de acuerdo con esa unidad. Decidieron que mejor les daban sus tierras y trabajarlas como individuales. Entonces vino el MIDINRA y dividió las tierras.

(AF01, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Nosotros, gracias a Dios, no nos dividimos. Estamos siempre unidos, trabajando, porque hemos mirado que la unidad da mucha fuerza. Por eso seguimos unidos. Aunque es duro, es difícil, porque no todos tenemos los mismos pensamientos, las mismas ideas. Pero cuando se dan las reuniones se consensua, entonces la mayoría es la que gana. Así hemos vivido. Esta tierra es el esfuerzo de los que fueron a luchar por una Revolución que fuera justa, por eso la estimamos y no hemos vendido ni una pulgada, porque reconocemos los esfuerzos de aquellos que fueron a derramar su sangre.

(DA01, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Inicialment la finca estava dedicada al cafè i a la ramaderia. A principis dels anys 90, amb el canvi de règim polític, després de les eleccions de 1990 en què va vèncer la coalició Unidad Nacional Opositora (UNO), encapçalada per Violeta Barris de Chamorro, el sector cooperatiu va viure una etapa especialment difícil. La Cooperativa Carlos Díaz Cajina es va trobar sense el suport de les polítiques governamentals que havia rebut els anys anteriors i sense mercats on vendre la seva producció de cafè i plàtans, que fins aquell moment adquiria el govern. Les noves polítiques monetàries van agreujar la situació, i la Cooperativa, com moltes altres en aquests anys, va contràure un gran deute amb els bancs. La solució, per no desfer-se de part de la propietat, va acabar sent la venda del seu bestiar. Des d'aleshores s'han dedicat al conreu de cafè, grans bàsics (fesol, blat de moro i arròs) i, posteriorment, a la producció de mel. La vinculació al mercat de comerç just, a través de l'agermanament de l'illa d'Ometepe, amb dues illes de Canadà i Estats Units, va facilitar que des de mitjans dels anys 90 la Cooperativa pogués vendre gairebé tota la seva producció de cafè, amb garantia de preus prèviament establerts, més primes per inversió social. Posteriorment aquesta vinculació comercial es va mantenir només amb els Estats Units, perquè la cooperativa no va voler assumir els costos d'una segona certificació que els demanaven els seus socis del Canadà, que a més de la certificació de cafè orgànic volien una certificació de cafè d'ombra. No obstant això, la producció de cafè era decreixent, perquè les plantes de cafè de la finca eren velles i necessitaven ser renovades.

4.
RESULTATS

FINCA
MAGDALENA

En aquest context, a mitjans dels anys 90, el turisme va començar a ser vist com a una oportunitat per generar altres ingressos. L'activitat va començar d'una manera espontània, a partir de les demandes dels propis turistes que, en les seves excursions al volcà Maderas, que té una altitud de 1.340 metres sobre el nivell del mar, els demanaven si podien vendre algun tipus de beguda o menjar. Un dels atractius d'aquest volcà és la llacuna que té al seu cràter, i per aquest motiu eren moltes les persones que volien pujar fins a ella. Així ho recordava un dels socis de la Cooperativa:

Para entonces el volcán se dio a conocer como una zona de montaña. Pasaban turistas por aquí y preguntaban si no teníamos café, gaseosas, comida; y nosotros solo teníamos, frijolitos para nosotros, no para vender. Así nace la idea de empezar a vender café, gallopinto,... Así nace la idea del turismo. Nosotros pasábamos aquí todos los días de la vida y mirábamos esto como cualquier parte; pero nuestros amigos extranjeros, que venían sobretodo a comprar café, comenzaron a decirnos: «Este lugar es muy especial, es muy bonito».

(BC01, soci de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

D'aquesta manera, van començar a oferir serveis d'alimentació i després van convertir l'antic magatzem en un alberg, al qual van oferir allotjament i servei de restaurant, i també van acondicionar una àrea per a hamaques i una altra per a càmping, a preus més barats. Com a part d'aquest procés de canvi, van arreglar també el jardí al voltant de l'alberg, que és va convertir en part de l'atractiu de Finca Magdalena.

La infraestructura que tenia la finca no era adecuada. Estamos hablando de una finca de trabajadores o peones, que éramos nosotros mismos. De una finca que antes tenía ganado, un beneficio viejo de café; pero así empezamos, vendiendo comida, haciendo unos cuartitos... Lo que íbamos agarrando lo íbamos invirtiendo, y comenzamos a cambiar la finca. No le hemos cambiado su estructura, la hemos mantenido, pero fuimos mejorando las partes que estaban todas deterioradas. (...) Fuimos mejorando poco a poco, cambiando la estructura, ofreciéndole un mejor servicio de comida al turista, invirtiendo en el camino hacia la laguna... El corral, que era de ganado, hoy es un jardín. El campamento, que antes se utilizaba para peones, ahora es una cocina para nosotros los trabajadores.

(BC01, soci de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Posteriorment van disposar també de diverses cabanes, que els va permetre poder oferir un servei de més qualitat i privacitat per a qui ho demanaven. En total podien tenir una capacitat d'allotjament màxim per a unes cinquanta persones.

Des d'un inici, la majoria de turistes que visitaven la Finca eren joves estrangers, "motxillers", que havien conegut la finca a través de guies de turisme com *Lonely Planet*. Posteriorment, diversos reportatges realitzats per ONG i mitjans locals van donar a conèixer encara més a la Finca, sobretot dins de Nicaragua, fins que van ser incorporats en la promoció i rutes organitzades pel propi govern, que va arribar a promoure l'illa per ser reconeguda com a una de les set meravelles del món. En els

4.
RESULTATS

FINCA
MAGDALENA

últims anys, es van promoure també per mitjà de les xarxes socials. Les reserves al principi les feien per mitjà de la seva pròpia pàgina web, però en els últims anys van començar a fer servir el portal de reserves Booking.com. La majoria de turistes es quedava a dormir a la finca i l'endemà pujaven al volcà, en una excursió que acostuma a durar unes vuit hores. També aprofiten per gaudir l'entorn natural, observar petroglifs i fer altres excursions. Així mateix, oferien la possibilitat d'observar diferents processos productius que es donaven a la finca.

Gràcies a les aportacions d'aquesta nova activitat, que aviat va arribar a convertir-se en la seva principal font d'ingressos, van ser diversos els socis i sòcies que van poder enviar a les seves filles i fills a estudiar a la universitat. També van poder impulsar altres activitats, sobretot el cafè, i renovar part de la seva plantació. A més, per donar subministrament al restaurant de l'alberg es va ampliar la producció agrària. Així ho explicava un dels socis de la Cooperativa:

Ahora ya no nos dedicamos solo al frijol, al maíz, al arroz; también cultivamos verduras. Antes no las producíamos porque no estábamos acostumbrados. Pero ahora estamos viendo que los turistas consumen mucho repollo, lechugas, zanahorias y otros productos como esos, por eso queremos cosecharlos de mejor calidad: frescos, orgánicos, más sanos, y en nuestras propias tierras.

(JAL01, soci de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Durant molts anys, Finca Magdalena va ser la iniciativa de turisme comunitari de Nicaragua que més persones rebia. A mitjans dels anys 2000, van allotjar fins a sis mil persones per any. Però pocs anys després, i gràcies a un major posicionament internacional de l'illa d'Ometepe, van començar a tenir més competència, i el nombre d'arribades a la Finca va disminuir gairebé a la meitat. En aquest context de creixement turístic generalitzat al país, la demanda de terra en Ometepe va augmentar també significativament, amb el consegüent increment de preus.

Fíjese que ha habido grandes bajas. Cuando nosotros iniciamos solo éramos nosotros, y de ahí se fueron levantando otros negocios. Hay muchos extranjeros que ofrecen sus servicios y quizás eso nos ha hecho contra peso, y por eso es que ha bajado el número de turistas.

(AF02, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

La presión por la compra de tierras ha venido creciendo paulatinamente. En este momento es algo como incitante, porque anteriormente venía alguien y te decía: «Te doy mil dólares por la manzana de tierra». Pero hoy, un poco más abajo de donde estamos nosotros, la misma manzana se cotiza entre 10.000 y 15.000 dólares. La situación económica presiona cada vez más, y si tus actividades no te generan las utilidades necesarias para poder encontrar un equilibrio, entonces vas a tener que empezar a vender la propiedad. Esto es una situación bastante difícil para nosotros, como campesinos y como socios de esta cooperativa. Otro problema que está

4.
RESULTATS

FINCA
MAGDALENA

causando la venta de tierras es la creación de nuevos negocios turísticos que hacen competencia a la Cooperativa. El crecimiento de los inversionistas extranjeros en la isla, disminuye nuestras posibilidades como isleños.

(FP01, soci de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

D'altra banda, una sèrie de problemes interns van afectar la capacitat de reacció de la Cooperativa per adaptar-se a dinàmiques desfavorables. Aquests problemes van tenir a veure amb dificultats de control administratiu intern sobre els ingressos generats pel turisme, que van accentuar algunes discrepàncies internes, o la dificultat per tenir una política de recursos humans adequada a les seves necessitats com a empresa cooperativa. Aquests conflictes, al seu torn, van dificultar la possibilitat d'un progressiu relleu generacional a causa de desconfiances mútues. Això va provocar també cert desànim.

Ellos nos expusieron que la gente se quejaba porque no estábamos atendiendo bien. Yo lo único que les dije que eso dependía de ellos, porque ellos tienen que buscar a las personas según sus capacidades, en el área que la persona tiene la capacidad de desempeñar. Porque, por ejemplo, en recepción usted no va a poner a una persona que no tiene carácter para recibir a las personas. En las mesas usted tampoco va a poner a una persona que le tire el plato y dé la vuelta. En la cocina usted no puede tener una persona que les sirva crudo el arroz, que están malos los frijoles. Solo porque es hijo de socio, ustedes no lo van a mantener. Ustedes tienen que tratar de tener un buen servicio y ver dónde es que estamos capacitados, si es que estamos capacitados para desempeñar un trabajo en lo que es el área de turismo. Y si yo, aunque sea hija de socia, me prueban en todos los lados y me dicen, mirá, es que en ninguno, pues yo me siento mal, pero eso no es culpa de ustedes, porque ustedes tienen un hotel, un restaurante, y ustedes tienen que dar un buen servicio. No dar me por caridad, no dar me por quedar bien con la fulana, no, tiene que ser para poder tener un buen servicio.

(YT03, treballadora de l'àrea de turisme o filla de sòcia, comunicació personal)

Paral·lelament, a partir de 2012, la Cooperativa va decidir dividir les seves terres per facilitar el conreu de grans bàsics i plàtans, bàsicament, en parcel·les assignades a cada membre, una mica més de 7 hectàrees cadascuna. En un primer moment van deixar únicament la producció de cafè i mel en gestió col·lectiva, però posteriorment van repartir també les parcel·les de producció de cafè, unes 21 hectàrees. D'aquesta manera, el que es va mantenir en mans de la Cooperativa va ser el seu procés de comercialització, mentre que els treballs de producció van ser assumits també per cada família. Això va alleugerir radicalment les despeses de la Cooperativa, que s'havien tornat inassumibles a causa fonamentalment de la sobrecàrrega de treballs pagats en la producció de cafè. En un context de rendiments decreixents de les collites de cafè, aquests sobrecostos productius, així com la incapacitat de posar ordre intern, feien inviable la seva continuïtat. Aquesta va ser la millor opció que van trobar en aquell moment per revertir la dinàmica negativa en què es van veure immersos.

4.
RESULTATSFINCA
MAGDALENA

Hubo un tiempo en el que la cooperativa decidió asignar para trabajar una cantidad de tierra a cada uno de los socios. Se adoptó esta manera de trabajo y ahora se viene reconociendo que es una de las mejores alternativas: cada quien trabaja sus propias manzanas de tierra para que produzca sus propios granos. Ciertas cosas se dividieron y ciertas cosas las manejamos como cooperativa. Como socio produce su propio plátano, café, frijoles y maíz para sostener su familia. Y la Cooperativa lo llama a él tantos días de aportación para limpiar los alrededores de la finca y limpiar los senderos que son el área común. El café igual, se dividió, y la cooperativa maneja el acopio y el proceso, pero cada quien maneja sus propias parcelas de café. El socio viene y corta su café, lo entrega a la Cooperativa y se envía a los Estados Unidos, y ellos envían el dinero y la Cooperativa nos paga.

(MC05, soci de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Eso fue lo mejor que podíamos hacer, porque hoy yo cuido mi café con gran esmero y cada uno de mis compañeros, y antes no, antes era muy diferente. Ahora le quito hasta el último bejuquito que se le sube, su ramita seca y todo, estoy al cuidado yo.

(CL03, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Anys enrere, els membres de la Cooperativa van tenir la capacitat d'entendre bé que estaven en un lloc privilegiat i que podien aprofitar-ho per mitjà del turisme. Van saber ajustar-se al mercat potencial que tenien. I van ser exitosos fins al punt d'arribar a ser la principal iniciativa comunitària de Nicaragua pel que fa a nombre de visites. Ja en l'època de bonança i quan rebien a una gran quantitat de turistes, d'alguna manera es podria interpretar que es van acomodar i no van aconseguir enfortir-se com iniciativa empresarial ni millorar les seves capacitats i mecanismes de gestió. En aquest context, el creixement turístic de l'illa va accentuar la competència de noves iniciatives orientades a un perfil de turista molt semblant al seu (motxillers estrangers que buscaven un lloc barat en un entorn natural), i aleshores no van tenir la suficient capacitat per fer front a aquesta nova realitat, i l'activitat turística va començar a decaure.



Finca Magdalena, Nicaragua. Imatge d'Ernest Cañada.

4.
RESULTATS

FINCA
MAGDALENA

Anys després, a conseqüència de la crisi política iniciada a l'abril de 2018, i de la repressió desencadenada que va afectar fortament la imatge del país, el turisme internacional va decaure fortament a Nicaragua, i Finca Magdalena va haver de tancar el seu allotjament temporalment, i només s'ofereixen serveis de restaurant per mitjà de reserva. Això ha provocat també algunes reflexions en alguns dels seus membres sobre el mateix desenvolupament turístic, tal com ho explica un d'ells:

Ahora lo que hemos querido rescatar es cómo no apostarle únicamente al turismo. Si bien es cierto, y a nadie se lo voy a discutir, que el turismo es la actividad que más ingresos nos ha generado, pero también puede verse afectado por la naturaleza, por conflictos sociales o cualquier otro, y se puede dar en cualquier momento una crisis. En el caso de nosotros, como productores rurales, deberíamos apostarle a la diversificación del cultivo y a un mejor sistema técnico.

(FP05, soci de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

IMPLICACIONS PER A LES DONES

En els inicis de la Revolució Sandinista les dones de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina van haver d'assumir el treball de camp a la finca, que tradicionalment feien els homes, perquè la majoria d'ells van ser mobilitzats a causa de la guerra.

Luego se fueron a las milicias todos los hombres y nos quedamos unas diez mujeres cuidando aquí. Seguimos produciendo café y granos básicos, con la ayuda de los hijos menores de 15 años, los pobrecitos, a ellos les tocaba sacrificarse.

(AF05, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

No obstant això, tot i haver assumit aquesta responsabilitat, quan ells van tornar van prendre de nou la responsabilitat i control de les activitats productives i de les decisions sobre la marxa de la cooperativa. De fet, les situacions de discriminació que, per exemple, es traduïen en diferents salaris entre homes i dones, van continuar donant-se durant anys. La lluita per l'equiparació salarial en els treballs del camp va ser probablement, segons expliquen les seves protagonistes, la primera gran lluita que van de donar. Així ho recorda una de les sòcies que va viure molt de prop aquell episodi:

Cuando comenzamos aquí, en la Cooperativa, había una diferencia, ellos ganaban 12 córdobas, y nosotras 10 córdobas. Pero un día dijimos, no es posible, si en el campo andamos todos y nos dan las mismas tareas por qué nos van a pagar menos. Eso fue en el 90. Porque nosotros comenzamos aquí en el 83, y todo ese tiempo nosotras dejamos que ellos tuvieran mayor pago que nosotras. Pero después yo fui la responsable de las mujeres en la isla, iba a muchos talleres de género y por ahí les decía a mis compañeras: no es posible que ellos sean más que nosotras, y lo logramos. Reclamábamos la igualdad, por qué los hombres nos trataban de humillar. Y retamos a los hombres, les dijimos: si ustedes escogen café más o igual que nosotras, está bien, ganen más que nosotras, si ustedes lavan más rápido una maleta de ropa, está bien, ganen más que nosotras, si ustedes cocinan más rápido

4.
RESULTATS

FINCA
MAGDALENA

que nosotras, está bien, ganen más que nosotras. Entonces dijeron que sí, que iban a ir a escoger café y que si hacían más seguían ganando más, pero no hicieron ni la mitad que nosotras. Unos estuvieron en contra, otros a favor, pero lo logramos.

(CLO3, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Des de la formació de la Cooperativa, una de les dificultats que van tenir les dones sòcies és que elles estaven en franca minoria: 19 homes enfront de 5 dones. I quan va començar a desenvolupar-se el turisme, només dues de les sòcies es van integrar en aquesta activitat. D'aquesta manera, les dones han tingut menys capacitat d'influència en les decisions que es prenen sobre la marxa de l'àrea.

Nosotras tenemos un problema como las socias que somos, porque ya hoy solo somos cinco. Y Rosario ya no trabaja, Cecilia tampoco, Emelina tampoco, las únicas que hemos quedado trabajando somos Aura y yo.

(CLO3, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Durant tots aquests anys, la Cooperativa no s'ha destacat per impulsar un programa d'igualtat de gènere, o promoure capacitacions. I a part de les dues sòcies que es van vincular a l'activitat turística, les dones no han tingut un especial protagonisme en la vida de la Cooperativa. D'aquesta manera, les principals implicacions de la introducció del turisme s'han plantejat en termes d'ocupació per a algunes dones, és especial filles de socis i sòcies. Aquests llocs de treball tampoc han estat pensats com a part d'una estratègia d'empoderament de gènere i mostren clares inconsistències des de la perspectiva d'afavorir una major equitat entre homes i dones.

En termes d'estructura laboral, els llocs de treball a l'àrea de turisme estan fortament segmentats: les dones es dediquen a la feina d'atenció als turistes (recepció, cuina, restaurant, neteja, bugaderia, magatzem) i els homes als treballs de guiatge, manteniment del jardí i de les infraestructures. Majoritàriament aquestes treballadores són filles de socis o sòcies, llevat de dues sòcies, que per anys han treballat en la mateixa àrea de turisme. Les funcions de les treballadores en l'àrea de turisme estan organitzades de manera rotatòria, de tal manera que totes assumeixen per períodes les diferents tasques.

No nos dan toda una semana de trabajo, solo cuando hay mucho turismo. Ahora, en esta época, que es baja trabajamos cinco días. Y en época alta todos los días. Por ejemplo, la semana pasada a mí me tocó trabajar en bodega y restaurante, esta semana me dieron solo hospedaje, la otra semana no sé, me dan dos días libres, pero me los dan variados. Y si trabajo cinco días me pagan cinco días, lo que trabajo nada más, si trabajo seis, seis, si trabajo dos, dos. Pero cuando hay menos turismo no es todo el personal el que trabaja. Por ejemplo, cuando no hay turismo, la mesera, la chica que rotan a las mesas no tiene trabajo, entonces las mismas que está en recepción es la que se encarga de tener limpio el restaurante, la de bodega a ayudar a sacar algún servicio de comida o ayudar en la cocina.

(YT03, treballadora de l'àrea de turisme i filla de sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

4.
RESULTATS

FINCA
MAGDALENA

Els salaris són pagats quinzenalment segons els dies de treball realitzats, que varien segons l'ocupació de la Finca. El salari percebut és regulat per l'Estat, amb una retribució corresponent al salari mínim a petites i mitjanes empreses. Les dones, per una feina de jornada completa, l'any 2015 rebien 108 córdobes diaris més el dinar. En canvi, els homes, a l'àrea de turisme acostumen a tenir llocs de treball de mitja jornada, pels quals en aquest mateix any rebien 80 córdobes diaris sense dret a alimentació. A més d'aquesta diferència, desfavorable a les dones, els salaris són considerats per diverses de les seves treballadores massa baixos.

Uno alcanza para sobrevivir, uno alcanza para gastos de agua, de luz, eso, pero el problema es cuando tenemos un gasto adicional, y más si metemos a los hijos a estudiar, como mi hija, que estudia en universidad privada, y tengo que pagar mensualidad y todo eso.

(YT03, treballadora de l'àrea de turisme i filla de sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

No obstant això, també valoren l'oportunitat de disposar d'una feina prop de casa. Una de les cuineres de la Finca, filla i muller de socis de la Cooperativa, explica que, tot i que hi ha hotels a l'illa que paguen una mica millor, treballar aquí té altres avantatges:

Pues la ventaja es que aquí estamos más cerca de nuestros hijos. Como vivimos allá abajo en el pueblo, pues la ventaja es esa, que los hijos los tenemos cerca, y en otros hoteles que tal vez le dan dormida a uno, porque somos de largo.

(GC03, treballadora de l'àrea de turisme i filla de sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

De fet, haver generat ocupació a la comunitat que pugui ser ocupada per dones és un dels arguments més repetits per sòcies i treballadores quan valoren quins aspectes positius ha comportat el desenvolupament turístic a la Cooperativa. D'alguna manera aquests arguments tenen a veure amb els discursos que tradicionalment ha fet la indústria turística, en el sentit que gràcies a les ocupacions en el turisme les dones poden accedir a un salari i mantenir les seves responsabilitats de cura.

Con el turismo hemos logrado dar trabajo a muchos jóvenes de nuestra comunidad. Si no tuviéramos el turismo no podríamos darles trabajo, porque el café o el plátano es temporal, mientras que el turismo nos ha permitido darles esa oportunidad de trabajo.

(CL01, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

En la comunidad, si no fuera por este trabajo, creo que no habría otro, bueno en el campo, o en parte sí, pero no un trabajo fijo.

(NC03, treballadora de l'àrea de turisme i filla de soci de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

4.
RESULTATS

FINCA
MAGDALENA

En el área de turismo casi todos somos hijos de socios. Quizás no estamos tan preparados profesionalmente con un diploma, pero tenemos la oportunidad de aprender y de ver si podemos desempeñar ese trabajo. Y si no lo podemos desempeñar, entonces nos dan la oportunidad de otro trabajo que sí podamos hacer.
(YT01, treballadora de l'àrea de turisme i filla de sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Pues trae muchos beneficios para las hijas de los socios que no pueden salir afuera a trabajar, ellas pueden venir a trabajar su turno, ya saben que van para sus casas, a ver sus hijos, no tienen que irse, porque al irse para Managua, por ejemplo, se sabe que se van un mes y no los miran, mientras que aquí en el lugar tienen oportunidad de estar diario en sus casas.
(AF03, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

A més, també valoren que l'ambient laboral sigui agradable i rebin un bon tracte.

Acá en la finca es muy diferente, porque todos nos sentimos como familia, hay más comunicación entre el personal. En ese otro negocio donde yo estuve, trabajé poco tiempo, porque yo ahí siempre me sentía tensa, no sé si era por el tipo de personas, que son extranjeros, pero yo siempre me sentía presionada.
(AF03, treballadora de l'àrea de turisme i filla sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Aquí la diferencia es que me siento como en familia, mientras que en Costa Rica no, ahí tenía un buen salario, y aunque la familia era muy buena y todo, pero hay más presión de trabajo, porque en Costa Rica se trabaja bajo presión, aquí no, aquí uno trabaja tranquilo, se siente en familia. Me siento más tranquila acá, porque sé



Finca Magdalena, Nicaragua. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTATS

FINCA
MAGDALENA

que aquí trabajo tantas horas y ya me voy a mi casa, sé que veo a mi familia sé que veo a mis hijos. El salario es grande allá, pero es duro, aquí el salario es bajo, pero compensa que uno está en familia, en casa y todo eso.

(YT03, treballadora de l'àrea de turisme i filla de sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Per a les sòcies de la Cooperativa vinculades al turisme, ja d'edat avançada quan es van fer aquestes entrevistes, destacaven que gràcies a l'ocupació en el turisme les seves filles ja no havien de fer treballs més pesats en el camp, la qual cosa valoraven molt positivament.

Para nosotras las mujeres el trabajo en el campo es más duro, mientras que adentro es más favorable. Esta a sido la principal ganancia para nosotras las mujeres.

(CLO1, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Nosotras trabajábamos mucho en el campo, ese era el único negocio que había, el campo. Si era muy pesada la tarea nos fajábamos para tener la oportunidad de poder ganar. Hoy, con el turismo, la mujer trabaja aquí dentro, que unas lavando, otras cocinando, limpiando. Las mujeres hemos tenido beneficios porque ya no vamos al monte, si acaso cuando hay necesidad en la recolecta de café, pero son casos de emergencia.

(AF01, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

En el campo viene el sol, la lluvia, y uno sufre mucho, es muy duro y sufre, pero lo hace porque tiene la necesidad de ir al campo, pero aquí hay otra facilidad, mucho mejor.

(CLO3, sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

En termes personals, algunes de les treballadores més joves, filles de socis i sòcies de la Cooperativa, destaquen que a aquest tipus de treball i la interacció amb altres persones de fora de la comunitat les ha ajudat a ser més desimboltes i a tenir més seguretat.

Yo he cambiado mucho. Cuando iba al colegio era una persona que no tenía el valor de hablar a las demás personas, porque tenía mucha timidez; ahora no me da pena nada. He cambiado mucho como persona. Ya puedo decirle a la gente: ¡Bienvenido!, ¡pase adelante!, ¿qué desea? Y no me da nervio. Cuando empecé me daba mucha pena, peor cuando no entendía lo que me decían. Ahora si no me entienden con palabras les hago señas o dibujos.

(YT01, treballadora de l'àrea de turisme i filla sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Me gusta mucho interactuar con los clientes, principalmente cuando estoy hablando inglés con ellos. Hay clientes que les gusta conversar acerca de lo que ellos hacen y les gusta preguntarme acerca de lo que nosotros hacemos y les gusta que les cuente y eso.

(NC03, treballadora de l'àrea de turisme i filla sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

4.
RESULTATS

FINCA
MAGDALENA

Però també argumenten que els ha permès conèixer a dones d'altres llocs que, per exemple, han decidit endarrerir la maternitat, i que això les ha servit com a exemple de la possibilitat de prendre altres decisions a les tradicionals en la seva comunitat pel que fa a la seva àmbit personal.

Yo me di cuenta cuando empecé a trabajar, que veía que algunas turistas decían que tenían 26 años y no tenían hijos. Bueno, decía yo, aquí, las del pueblo, hay unas que tienen 15 años o 18 años, y ya tienen 2, 3 hijos. Entonces yo dije: ¿Por qué las turistas tienen 26 años y no tienen hijos y las de acá tienen 16 años y ya tienen hijos? Tener hijos es algo de pensarlo porque es algo difícil económicamente, es algo difícil porque si el niño se enferma, si el niño no tiene zapatos, si el niño no tiene camisa, ¿entonces? Y ahora hay muchas más maneras de prevenir que las mujeres no salgan embarazadas a temprana edad, pero si ellas quieren ya es otra cosa. Uno aprende y uno tiene que ver su futuro, que el futuro de uno sea bueno, sea estable. Yo platicaba con mis amigas y yo les decía: Mirá las turistas, ellas tienen sus hijos a los 30 años entonces por qué nosotras no podemos hacer lo mismo. Yo pienso tener un hijo entre los 26 y los 30, pero a veces también surge que cuando uno está evitando los hijos, no siempre funcionan, pues, que dicen que los métodos a veces fallan, entonces ya uno no puede hacer nada. Pero ese es mi pensar: tener un hijo hasta los 26 o 30 años.

(NC03, treballadora de l'àrea de turisme i filla sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

En alguns casos, algunes d'elles expliquen que hi ha més igualtat en les seves parelles, encara que tampoc creuen que pugui generalitzar-se. Una d'elles, treballadora de la cuina i el magatzem, explica que el seu marit, que és guia turístic a la Cooperativa, a més de conrear la seva parcel·la, col·labora també en les tasques de la llar, encara que diu que no és un fet habitual.

Él contribuye porque, por ejemplo, si yo estoy acá trabajando [en la Finca], entonces él está en la casa con las niñas, y si hay que cocinar o hacer otro tipo de cosas él lo hace. Pero pienso que es una excepción, porque acá en Nicaragua hay hombres machistas que piensan que solo las mujeres deben hacer las tareas de la casa. En el tiempo que estoy con él, los dos hemos aprendido de cada uno, porque nosotros platicamos y son uno de los temas de que ahí nomás cuando comenzamos a convivir teníamos que hablarlos para podernos entender, entonces los dos hemos llegado a un acuerdo y por eso los dos colaboramos con las tareas de la casa.

(AF03, treballadora de l'àrea de turisme i filla sòcia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicació personal)

Els resultats en termes de transformació de les relacions de gènere i d'un major empoderament de les dones en aquesta Cooperativa semblen més aviat pobres. Les decisions en el Consell d'Administració i altres òrgans de governança han quedat molt centralitzades en els homes, clarament en majoria. La percepció del turisme com un espai de treball per les seves filles i esposes, ha llastat les possibilitats de majors canvis. L'ocupació turística ha servit bàsicament per mantenir les estructures familiars,

4. RESULTATS

FINCA MAGDALENA

i evitar que les dones sortissin en major mesura de la comunitat per buscar una feina remunerada, de tal manera que es mantingués la distribució de responsabilitats domèstiques i de cures en mans de les dones. Alguns dels canvis més destacats per fer front a la discriminació per gènere són anteriors a la introducció del turisme. Més aviat sembla que el turisme ha servit com a nínxol de refugi per a aquestes dones que en la seva joventut van protagonitzar aquestes lluites. Els problemes d'administració i gestió de la Cooperativa sembla que han reduït les potencialitats de la mateixa iniciativa per ampliar els processos de transformació iniciats durant la dècada dels vuitanta. En certa mesura, davant els problemes acumulats en la gestió de les activitats agrícoles i la dificultat per fer front a la competència d'altres iniciatives turístiques, que progressivament han reduït el pes d'aquesta activitat, la solució trobada sembla situar-se en un replegament en la producció familiar i el manteniment de certes accions col·lectives estratègiques. En aquest context, la crisi política de Nicaragua des d'abril de 2018, i la dràstica caiguda del turisme internacional, sumat a la seva trajectòria, certifiquen que aquesta activitat difícilment pugui tenir un paper de transformació en les relacions de gènere, més enllà d'experiències particulars.

4.
RESULTATS

ECOPOSADA EL TISEY



Ecoposada El Tisey, Nicaragua. Imatge d'Alam Ramirez Zelaya.

DESCRIPCIÓ DE LA INICIATIVA

L'Ecoposada El Tisey és una finca familiar situada a uns 25 quilòmetres d'Estelí, dins de l'àrea protegida El Tisey-Estanzuela. Té una extensió d'unes 56 hectàrees. S'hi combina l'agricultura orgànica, la investigació i desenvolupament de biotecnologies, la ramaderia i la producció de flors, amb l'oferta de serveis turístics, que durant els últims anys ha estat la seva principal font d'ingressos. El lloc és freqüentat sobretot per nicaragüencs, especialment els caps de setmana, quan arriben moltes persones per dinar i passejar per la finca, en la qual s'ha destinat gairebé la meitat de la seva extensió a la conservació del bosc, la qual cosa la fa especialment atractiva per als que la visiten. També atenen nombrosos grups que aprofiten les seves instal·lacions per a activitats de capacitació, especialment en qüestions d'agricultura orgànica.

La finca pertany als nou germans de la família Cerrato Jirón, que la van heretar del seu pare a la fi dels anys 90. Al seu torn, aquest havia rebut del seu pare la meitat d'aquella finca i la seva dona una altra part, a la qual van afegir un altre tros que van comprar i així van aconseguir concentrar tota l'extensió. En aquell moment la terra estava dedicada al cultiu de camamilla, grans bàsics, cafè, tomàquet i col. Anteriorment, durant la dècada dels 80, es va introduir a la zona el conreu de la patata, que va ser acompanyat d'una forta destrucció ambiental, a causa de la desforestació que es va produir per preparar els terrenys i l'ús d'agroquímics. No obstant això, l'extensió de les plagues sobre aquell cultiu va baixar la producció i, al cap d'un temps, va deixar de ser rendible, de manera que va cessar el seu conreu. A més, la finca va estar diversos anys pràcticament abandonada, perquè estava ubicada en zona de guerra i era perillós quedar-se allà.

4.
RESULTATS

ECOPOSADA
EL TISEY

La situación política del país era grave. En los años 80 llegó un momento que aquí ya no se podía producir, porque era muy peligroso. O sea, en los primeros años de la Revolución, cuando todos vivimos en paz, sí había bastante producción, pero luego no podías venirte a dormir aquí tranquilamente, tenías que dejar los cultivos. Aquí hubo un combate, en el 84, exactamente en este lugar, y hubo que salir corriendo. Entonces, a partir de ahí pues ya era un poco temeroso, se venía no más, se levantaba un poco de fruta, lo que se podía y ya. Estuvo solo mucho tiempo.

(NC02, co-propietària de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

Quan van heretar del seu pare la finca, la decisió dels germans Cerrato va ser mantenir la seva unitat i no dividir-la en parcel·les particulars per a cadascun d'ells.

Cuando la recibimos no quisimos hacer parcelas y dividirla entre los herederos que estamos vivos. Hacerla en pedacitos significaba dañar el bosque y cambiar el uso del suelo.

(NC02, co-propietària de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

Una de les característiques de la finca en aquell moment era la dinàmica de recuperació de l'entorn natural que s'havia estat vivint durant els últims anys en aquell territori. L'any 1992 la zona havia estat declarada com a Reserva Natural El Tisey-la Estanzuela i la finca, en quedar dins d'una àrea protegida, es va veure obligada a canviar les seves pràctiques productives tradicionals. Així, es van reforestar àrees que s'havien perdut a causa del conreu de patates. Un altre factor que va afavorir la seva recuperació ecològica va ser que a mitjans dels anys 90 una institució la va triar per fer pràctiques de conservació de sòls i experimentar amb diferents tecnologies per a agricultura orgànica.

L'activitat turística la van iniciar el 2001, per iniciativa d'una fundació encarregada de la gestió del parc natural, que volia promoure entre les persones que poblaven la zona altres fonts d'ingressos que fossin més amigables ambientalment.

Eso fue inducido más que todo por la organización que co-manejaba la Reserva, FIDER, Fundación para el Desarrollo Rural. Ellos tenían un componente que la USAID había donado, creo que era de 20.000 dólares. Con ese componente, FIDER trataba de diversificar la reserva porque había que hacer cambios, para hacer otras actividades que no estuvieran destruyendo el medio ambiente, sembrando, contaminando, haciendo más huertas, entonces es que entra el componente de turismo. Ellos tenían esta plata, pero para préstamo, para crédito, entonces se nos propuso que trabajáramos, porque teníamos el atractivo que era el mirador, y así, medio rogaditos, que unos queríamos y otros no, empezamos a trabajar.

(NC02, co-propietària de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

Així, les primeres visites van ser fonamentalment de grups que portaven diferents institucions i ONG per realitzar capacitacions. Dos dels germans Cerrato expliquen

4.
RESULTATS

ECOPOSADA
EL TISEY

que al principi van començar amb molta incertesa i sense saber molt bé com havia de funcionar aquella nova activitat, i que a mesura que va anar creixent la demanda van anar adaptant les seves infraestructures.

Realmente nosotros no hemos hecho una planeación, sino que el turista te va guiando por dónde ir, cuáles son sus necesidades, y en base a eso se hace. Por ejemplo, ahorita estamos construyendo este auditorio porque hemos tenido que rechazar varias reservaciones y les hemos tenido que decir que no los podíamos atender. O hemos tenido que invertir en los senderos, porque la gente siente una incomodidad para bajar, para desplazarse, y eso te obliga a modificarlos.

(NC02, co-propietaria de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

Al principio no teníamos la certeza de que esto iba a ser una fuente de ingresos porque ni sabíamos muy bien qué era eso del turismo, ni podíamos identificar al turista, pensábamos que el turista era el «chele», el extranjero, no veíamos al turista local y nacional, ni conocíamos sus demandas o cómo atenderlos... Por eso empezamos con algo pequeño, una construcción sencilla de ladrillo y madera motoserrada que yo mismo hice. Según fuimos identificando las exigencias de las personas que nos visitaban y generando ingresos, empezamos a pensar en crear otro tipo de condiciones. Ha sido un proceso en el que las inversiones se han hecho poco a poco, porque no podemos meternos en una jarana cuando la demanda no te va a pagar eso.

(DC02, co-propietari de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

A mesura que passava el temps, a més d'allotjaments col·lectius van anar construint també cabanes en les que podien oferir majors comoditats. En total disposen de 45 llits distribuïts en dos salons comunitaris i 9 cabanes. Totes aquestes infraestructures van ser realitzades amb recursos propis o per mitjà de petits préstecs de microfinanceres, algun programa governamental i amb la targeta de crèdit, però no van rebre donacions, ni de la cooperació internacional ni del govern.

Nosotros sacamos a través de las tarjetas de crédito, entonces ella [se refiere a otra hermana] saca un préstamo y yo saco otro, y entonces con eso nosotros vamos invirtiendo. Y más lo que se va ahorrando, porque la inversión hay que ir pagando de lo que uno va haciendo. No nos endeudamos con bancos, así, de sacar un préstamo, que te piden los estados financieros, propiedades, eso no. Porque los bancos la mayor parte queda en seguro, abogado, comisiones, hipotecas, entonces no nos renta, no nos gusta cada año estar pagando 500, 600 dólares, por un préstamo. Solo tuvimos un financiamiento con un banco, que nos dio 15.000 dólares, y de esa mala experiencia venimos, y dije yo que no, que no volvíamos. Entonces, nos resulta más fácil con el extra financiamiento.

(LC03, co-propietaria de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

No obstant això, més que l'allotjament, l'activitat que més visitants els ha reportat ha estat el restaurant, especialment en caps de setmana, que poden arribar a rebre a

4.
RESULTATS

ECOPOSADA
EL TISEY

més de cent persones. De fet, la majoria de les persones que els visiten són d'origen nicaragüenc que vénen a visitar la finca, passejar pel bosc, anar al mirador i menjar. Coneixen la finca a través d'altres contactes i per alguns mitjans de comunicació i la difusió realitzada per algunes ONG nicaragüencs, i més recentment per la promoció realitzada en xarxes socials. Tot i que també arriben persones estrangeres, sobretot joves motxillers i, a través d'alguna tour-operadora, gent gran, són molts menys que les de Nicaragua. Cal esmentar també que reben algunes persones en activitats de turisme científic, sobretot interessades per les tecnologies agrícoles.

La agricultura nos trae otro tipo de turista, y aunque no le saquemos ventaja en cuestiones de ventas del producto, pero sí en capacitaciones, en parcelas demostrativas. Entonces ese turista, que viene, se queda, y come aquí.

(NC03, co-propietaria de la Ecososada El Tisey, comunicació personal)

L'afluència de visitants es va estabilitzar al voltant de les 10.000 persones l'any, mentre que allotjades podien variar entre les 1.200 i les 1.500. No obstant això, a causa de la crisi política d'abril de 2018, van baixar considerablement les arribades. Tot i aquesta situació la finca va continuar oberta i ha aconseguit mantenir el negoci, i uns mesos més tard tornaven a tenir una freqüentació propera al 80% del que tenien l'any anterior, a diferència del que ha passat en altres iniciatives de turisme comunitari a Nicaragua orientades fonamentalment cap al turisme internacional, que majoritàriament van haver de tancar totalment o parcialment.

El treball a la finca va ser organitzat entre els diferents membres de la família d'acord amb les seves habilitats i interessos, de la mateixa manera que les principals decisions són preses per tots ells per consens.

Salvador se dedica a la ganadería, Marco al bosque, Dimas a la agricultura, Vicente se encarga de todo lo que es construcción, fontanería y electricidad, Liliam, que estudió contabilidad, lleva la administración, Victoria ayuda en la cocina y yo me dedico al turismo. Somos nosotros, los hermanos, los que decidimos, y aquí nos matamos, aquí nos peleamos y aquí nos arreglamos.

(NC02, co-propietaria de l'Ecososada El Tisey, comunicació personal)

Nos organizamos de acuerdo al trabajo que hay que hacer y tomando en cuenta las preferencias y habilidades de cada uno. Yo, por ejemplo, me dedico a la agricultura, pero cuando es necesario, dejo botado el arado y el machete y me vengo a atender a la gente.

(DC02, co-propietari de l'Ecososada El Tisey, comunicació personal)

Abans de la crisi de 2018, l'Ecososada era atesa per sis membres de la família i entre quatre i sis persones que eren contractades de forma permanent per al servei al restaurant, cuina, neteja i tasques al camp, i en temporada alta podia augmentar la contractació d'altres persones de forma temporal. Bàsicament eren altres membres de la família o persones veïnes de la comunitat. Els salaris tenien com a referència el

4.
RESULTATS

ECOPOSADA
EL TISEY

que està establert per llei, al voltant dels 100 córdobes diaris, al que s'afegien els tres temps de menjar i l'allotjament, perquè en la seva majoria es quedaven a dormir la mateixa finca, més algunes prestacions, com vacances, setè dia o propienes, tot i que no tenen assegurança.

Aquesta forta presència de visitants al restaurant ha estimulat la producció agrícola a la finca, especialment de blat de moro, cafè, hortalisses i fruites (com taronges, llimones, taronja agra i plàtans).

Con el maíz sembramos variedades criollas para cosechar un producto de calidad, con el que hacemos rosquillas y cosa de horno. Solo en las rosquillas ocupamos unos 20 quintales al año, pero si incluimos el gasto en las tortillas, en atol y elotes, el consumo total en el negocio puede llegar a unos 55 quintales...aunque todavía no todo lo que se produce no se consume en la finca.

(DC02, co-propietari de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

A més, la venda directa de la producció també s'ha vist afavorida per aquesta presència de visitants. Així, a la mateixa finca venen productes d'hort: pastanaga, remolatxa, bròquil, enciams, cilantros, julivert, cebollines, carbassó. Igualment es ven llet, quallada, flors, plantes ornamentals, orquídies. I el cafè és comercialitzat amb la seva pròpia marca, Cafè Tisey.

Aquesta demanda d'aliments, ha estimulat també el proveïment local. Una de les productores de la comunitat explica així la seva relació amb la finca:

Yo le vendo diario a la Eco Posada de 10 a 15 libras de cuajada y a veces huevos. Antes, cada 8 días, tenía que mandar esta producción a Estelí en el bus. Ahora la vendo aquí mismo y me ahorro ese pasaje.

(BC01, productora, comunicació personal)

Una de les particularitats de la família que ha desenvolupat l'Ecoposada El Tisey és l'elevat nivell acadèmic i cultural de diversos dels seus membres. Algunes d'elles van estudiar a la universitat i van exercir com a professionals abans de posar en marxa el negoci turístic. I de fet no es van instal·lar a la finca fins a iniciar aquesta nova activitat. Un altre dels germans s'ha convertit en un expert en la investigació de tecnologies vinculades a l'agricultura orgànica, de tal manera que ha col·laborat amb diferents universitats en el seu desenvolupament. A més, des de finals dels anys setanta va participar en el Movimiento de Expresión Campesina Artística y Teatral (MECATE) (Galich, 2011), amb qui va arribar a desenvolupar una obra de teatre dirigida a població camperola sobre els riscos i oportunitats del turisme, *Pedro, Juanita y el hotel de Mr. Hai*, produïda en format audiovisual per la Fundación Luciérnaga l'any 2007.

En ser preguntats si es consideren una iniciativa de turisme comunitari, la qual cosa se'ls va qüestionar en algun moment quan es van integrar en la Red Nicaragüense de Turismo Rural y Comunitario (RENITURAL) l'any 2006, afirmen que sí, i defensen les estructures familiars com a base d'articulació de les comunitats rurals a Nicaragua,

4.
RESULTATS

ECOPOSADA
EL TISEY

i que, en el seu cas es basen en una suma de famílies diverses constituïdes en cooperativa i inserides en una comunitat amb la qual es mostren compromesos de forma activa.

La estructura familiar es mejor, porque es la que trabaja por un interés propio, y en el caso de las cooperativas o asociaciones uno no se siente como dueño, y para que esto pueda desarrollarse es a través de sentirte dueño, si no, no funciona. Es desde la familia donde puede haber un mayor compromiso y desarrollo. Y estamos insertados en una comunidad no solo porque somos pobladores de una comunidad, sino porque también somos activistas de la comunidad. Participamos siempre en las diferentes actividades que se realizan para el desarrollo de la misma. Además, nosotros compramos lo que se produce en la comunidad. Y la comunidad ya no tiene que pagar pasaje para ir a venderlo más barato, es parte también del compromiso que nosotros tenemos aquí.

(DC02, co-propietari de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)



Ecoposada El Tisey, Nicaragua. Imatge d'Alam Ramirez Zelaya.

IMPLICACIONS PER A LES DONES

La posada en marxa del negoci turístic va facilitar que les germanes de la família tornessin a la finca i deixessin altres ocupacions professionals. D'alguna manera, va ser un al·licient per tornar a inserir-se en la ruralitat, després d'anys d'estudiar i desenvolupar-se professionalment en ambients urbans.

Antes de la experiencia turística, apenas habían quedado cuatro varones en la propiedad, dedicados a producir de forma individual granos básicos, hortalizas y el ganado. Las mujeres no estábamos aquí, cada una trabajaba por su cuenta. A la finca solo llegábamos si había que sembrar o cosechar café. Pero cuando empezó

4.
RESULTATS

ECOPOSADA
EL TISEY

la experiencia del turismo, tres hermanas volvimos a la propiedad y las mujeres nos hemos involucrado más que los varones. Yo, por ejemplo, volví de la ciudad a la finca y ahora soy la presidenta de la cooperativa familiar.

(NC02, co-propietaria de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

En el seu cas, no va ser la introducció del turisme el que va poder facilitar un canvi, sinó que el seu empoderament com a dones independents i professionals va fer que veiessin en el turisme una oportunitat per millorar les seves condicions de vida, prosperar, tenir un negoci propi i construir comunitat a partir de l'articulació amb els seus germans. En aquest cas, a més, el turisme s'ha convertit en la principal font d'ingressos de la iniciativa, i en ella les dones tenen un pes decisiu.

Hoy las mujeres somos las que administramos y las que proponemos en qué invertir, aunque siempre hay una comunicación con los demás hermanos para decidir qué se hace y qué no se hace. Además, gestionamos, representamos, hemos tenido la oportunidad de participar en capacitaciones, en redes y en coordinaciones nacionales e internacionales; y cómo no, también cocinamos y atendemos las mesas; pero estos trabajos son compartidos con los varones. En realidad, todos hemos cambiado.

(NC02, co-propietaria de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

Aquí las que tomamos decisiones somos las mujeres, Nohelia y yo. Y hemos cambiado, porque ya no le trabajamos a otro. Nos dedicamos a trabajar aquí, de aquí comemos, de aquí nos vestimos, de aquí nos calzamos.

(LC03, co-propietaria de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

Aquest retorn a les zones rurals el veuen com a part d'un procés de millora de les condicions en la zona que l'hauria facilitat.

Ahora vivir en el campo no se puede comparar a como era unos 30 años atrás, que nadie quería vivir aquí. Ahora la gente está buscando el campo. Aquí ahora mucha gente vive aquí como en la ciudad, tienen su energía eléctrica, sus medios para comunicarse, cobertura hay por todos lados. Aquí la gente tiene cable, la mayoría de la gente tiene su cable, tienen todo lo que tienen en una ciudad, su alumbrado público.

(NC03, co-propietaria de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

El turisme té també l'al·licient que permet conèixer i mantenir-se en comunicació amb altres persones.

Aquí uno tiene más relaciones con la gente, conoce más gente, hay como una mentalidad más abierta hacia afuera.

(NC02, co-propietaria de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

4.
RESULTATS

ECOPOSADA
EL TISEY

Lluny de ser una experiència aïllada, consideren que el desenvolupament turístic a la zona ha facilitat que moltes dones assumissin un paper protagonista en aquests nous negocis i que s'hagin empoderat des d'un major compromís i responsabilitat amb una activitat que les ha permès més autonomia.

La vida aquí ha mejorado bastante, porque te genera [el turismo]. Nosotros aquí en la ruta, la ruta le decimos a la calle principal, hay mucha gente que se está dedicando a hacer productos para vender, hay como una tendencia a dedicarse al turismo, y la mayoría son mujeres, que están haciendo rosquillas, porque saben que el domingo se mueve el turismo. Las mujeres son las que prácticamente llevan la economía de su casa. Realmente, aquí, quien decide es una mujer, sobre lo que hace y sobre lo que se va a invertir.

(NC03, co-propietària de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)

Aquesta dinàmica d'assumir més responsabilitats no es limita al negoci familiar, també s'ha estès a altres àmbits de coordinació de la comunitat o de caràcter partidari.

Uno tiene cargos políticos en la comunidad también y eso te obliga a dedicarle más tiempo. Además, yo soy secretaria adjunta del Frente, y también tenés que darle tiempo, porque tenés que estar en reuniones.

(NC02, co-propietària de l'Ecoposada El Tisey, comunicació personal)



Ecoposada El Tisey, Nicaragua. Imatge d'Alam Ramirez Zelaya.

4.
RESULTATS

UCA MIRAFLORE



UCA Miraflore, Nicaragua. Imatge d'Alam Ramirez Zelaya.

DESCRIPCIÓ DE LA INICIATIVA

La Unió de Cooperatives de Miraflore es va fundar l'any 1990 per iniciativa de quinze cooperatives agropecuàries, ubicades majoritàriament a Estelí, a la Reserva Natural de Miraflore-Moropotente, amb una extensió total de 206 km² i diferents ecosistemes. Aquestes cooperatives es dedicaven bàsicament a la producció i comercialització de cafè, llet, horticultura i bolets, i per a algunes famílies d'aquestes cooperatives, amb una oferta en les seves pròpies cases, el turisme es va convertir des de finals de la dècada dels noranta en una font d'ingressos més. Per al seu impuls i coordinació l'UCA Miraflore va habilitar una sèrie d'estructures organitzatives específiques. Els turistes que arribaven eren majoritàriament d'origen estranger, especialment joves "motxillers".

La introducció del turisme va ser vist per a algunes famílies com una opció per ampliar i diversificar els seus ingressos, a més de les activitats agropecuàries tradicionals. Així ho expliquen dues persones de la comunitat d'El Cebollal, que durant anys van ser les iniciatives que van rebre un major número de turistes:

Yo me había metido a cultivar orgánico, pero tenía muchas dificultades por la falta de certificación y fracasé. Entonces, poco a poco, me fui metiendo al ecoturismo. Un amigo de mi hijo era de los Cuerpos de Paz y él me animó a hacer algo así, porque conocía de mi cocina.

(CP02, sòcia de cooperativa vinculada a la UCA Miraflore, comunicació personal)

La idea del turismo vino a través de la organización. Como estamos en un área protegida, teníamos que sacarle algo más a la zona, porque ya no se podía cultivar papas, por los químicos.

(JAR01, soci de cooperativa vinculada a la UCA Miraflore, comunicació personal)

4.
RESULTATS

UCA
MIRAFLOR

A la zona comptaven amb una llarga experiència en l'atenció a brigadistes i cooperants, tant nacionals com estrangers, que van arribar durant la Cruzada Nacional de Alfabetización, en brigades de solidaritat o en treballs d'acompanyament des de la cooperació internacional.

Para mí no fue difícil porque tengo 26 años de trabajar con *cheles*². Antes de la Revolución yo tenía un cuarto clandestino y luego alojamos a alfabetizadores y a cooperantes internacionales. Ahí vas conociendo las costumbres de la gente de otros países. Las brigadas nos dejaron el recuerdo de cómo tratar a los cheles, qué les gusta y qué no. Nosotros tenemos otra cultura. Por ejemplo, no hay que preguntarles cuántos años tienen, no les gusta el ruido, etcétera. Las brigadas fueron una gran experiencia.

(CPO2, sòcia de cooperativa vinculada a la UCA Mirafior, comunicació personal)

En tot aquest procés d'aprenentatge va tenir també una especial influència la presència de gran quantitat de professors d'anglès nord-americans vinculats al Centro de Educación Mundial, una ONG amb seu a Managua, que es quedaven durant mesos a les comunitats. Els diners que obtenien per l'alimentació i allotjament, més els seus consells, van servir d'incentiu perquè algunes famílies s'animessin a endinsar-se en la posada en marxa d'allotjaments turístics. També van ser importants les visites d'altres cooperatives que venien a conèixer l'experiència de la UCA Mirafior en qüestions relacionades amb la producció agropecuària.

A partir de 1997, o incluso antes, llegaron muchas visitas de organismos para ver la experiencia de producción orgánica, el cultivo de café, de hortalizas, la forma de manejar los recursos naturales. Al final vimos que esto tenía mucho costo, porque teníamos que poner transporte, técnicos, comida, alojamiento, etcétera. Llegó un momento en que la UCA no tenía tanto dinero para eso, entonces se decidió que se podía recibir gente, pero que ellos tenían que pagar su comida y aportar algo a la gente que los iba a atender. A partir de ahí vimos que hacía falta un cuarto, una cama... De ahí la idea de acondicionar algunas casas, para que los visitantes pudieran compartir con las familias.

(FMO1, personal tècnic de la UCA Mirafior, comunicació personal)

A partir d'aquí van començar a arribar cada vegada més visitants amb perfils diferents als que havien rebut fins aquell moment, així com amb altres necessitats i demandes. Les inversions que van fer les famílies per millorar les seves cases o cabanes van ser inicialment petites i, a mesura que el negoci anava funcionant, van continuar progressant.

Se tuvo la idea de que el productor acondicionara su casa para alojar a uno o varios turistas, para que la familia tuviera un ingreso más al vender un servicio de

2 *Chele* és la forma popular d'anomenar a Nicaragua a persones de pell blanca, que majoritàriament són d'origen estranger. El terme pot ser emprat també per referir-se a persones nicaragüencs, però habitualment es fa servir com a sinònim de persona estrangera.

4.
RESULTATS

UCA
MIRAFLOR

alimentación o alquilar un cuarto, y a medida que el turismo fue creciendo, algunas familias decidieron invertir y mejorar las condiciones de alojamiento, hasta el punto que hoy tenemos productores que han construido cabañas con capacidad de alojar hasta quince o veinte personas.

(MS01, directiu de la UCA Mirafior, comunicació personal)

Empecé con mi cuarto y otro que tenía; tuve que pasar a dormir a la cocina. De lo que salió al principio de rentar los cuartos, fui avanzando. Pero al principio no tenía ni sábanas. Pienso que el turismo comunitario va así, invirtiendo de poquito en poquito; no tenés una cantidad de dinero para invertir, si no que con lo poco que vas recogiendo, vas mejorando. También con la experiencia, vas viendo lo que necesitás. La misma gente te va mostrando cómo le gustaría, qué quisiera, por eso una va poco a poco.

(CP02, sòcia de cooperativa vinculada a la UCA Mirafior, comunicació personal)

Així, el model turístic de la UCA Mirafior es va estructurar al voltant d'una oferta de caràcter familiar en què la convivència quotidiana tenia un fort pes, i això també semblava atreure més a una clientela estrangera que nacional.

Les gusta hacer tour de aves, de orquídeas, cabalgatas, y también caminatas a senderos, a lugares de vistas, miradores, y también incorporarse en el quehacer de la familia, bastante, bastante, por ejemplo, hacer las tortas de banano, de coco, hacer las tortillas muy de mañana, el café, tostar el café. Los nicaragüenses son muy poco para incorporarse en la vida cotidiana, lo más que a ellos les gusta es montar a caballo, y caminar poco. El extranjero se queda de uno a tres días y el nacional se queda uno, no les gusta quedarse mucho, por el frío.

(EBO4, propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Mirafior, comunicació personal)

La mayoría quiere ir a caminar, ir al mirador, a los senderos, a la cascada, al rio, montar a caballo, otros observar aves, muy de mañana, ver algún cultivo de café, otros quieren descansar, pero la mayoría siempre quieren conocer la comunidad. Algunos turistas quieren aprender a hacer cuajada, otros quieren aprender como se hacen las tortillas, otros turistas quieren aprender a echar tortillas, sacar la leche de las vacas.

(DIO2, propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Mirafior, comunicació personal)

L'any 2002 la UCA Mirafior va estructurar millor la seva oferta de turisme: va organitzar un sistema de guies propis, va crear una Oficina d'Informació a la ciutat d'Estelí i va contractar a una persona perquè coordinés el Programa de Turisme. A partir d'aquí es van consolidar setze establiments familiars que oferien serveis d'allotjament en habitacions dins de les seves cases o en cabanes a part, distribuïts per les tres grans zones de la Reserva. La seva oferta turística combinava la possibilitat de conèixer amb les famílies camperoles acompanyant-les en les seves activitats quotidianes, amb la realització d'excursions guiades, tours pels cultius de cafè i la seva seu catació, cavalcades o el visionat d'aus.

4.
RESULTATS

UCA
MIRAFLOR

A la comunitat de Sontule, un grup de dones van decidir organitzar-se col·lectivament i van crear la Cooperativa Nuevo Amanecer, associada a la UCA Mirafior, i dedicada també als serveis turístics. Els marits de la major part de les dones que van fundar aquesta iniciativa eren membres d'altres dues cooperatives dedicada al cafè, socis igualment de la UCA. Segons expliquen, elles no podia entrar en aquestes cooperatives perquè no tenien terres, que eren propietat dels seus marits, o bé no estaven casades, i per això van decidir crear la seva pròpia organització per poder accedir a algun tipus d'ajut, i posteriorment va servir-los per gestionar l'activitat turística que va començar a arribar a la seva comunitat.

Iniciamos en 1996 como un grupo de dieciocho mujeres. La idea de organizarnos surgió porque había dos cooperativas de varones y ellos tenían su financiamiento a través del cultivo de café. Nosotras no podíamos entrar a esas cooperativas, y queríamos formar un grupo aparte. Éramos mujeres sin tierra, porque los dueños eran los varones, y por eso queríamos entrar a la UCA Mirafior, para obtener pequeños financiamientos. Ya en ese mismo año quedamos inscritas como cooperativa de 28 mujeres³. Hay mujeres solas, madres solteras.

(IF02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

Trabajamos con el ecoturismo, un poco de café y huertos familiares. Los requisitos para que se integren nuevas mujeres es que reciban las 40 horas de capacitación, ser mayores de edad y disponibilidad para trabajar en grupo.

(MSV02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

Una de les particularitats d'aquesta iniciativa, a diferència de les altres famílies, que es vinculaven directament amb la UCA Mirafior a través de la seva Comissió de Turisme, és que en aquest cas, en organitzar-se d'aquesta manera, van poder integrar en l'activitat a dones que tenien cases que no estaven en bones condicions per poder allotjar a turistes.

La diferencia con otras cooperativas, es que nosotras hemos buscado la manera de beneficiar con la visita de los turistas a todas las integrantes de la Cooperativa y si es posible a toda la comunidad. Aquí todas las mujeres participan en la atención a los turistas, pero como no todas tenemos condiciones para tenerlos en nuestras casas, las que no pueden alojar se van a las casas de las otras y cocinan y ayudan a atender a los turistas. Al final todas se reparten por igual los beneficios.

(IF02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

Al principio los estudiantes del Centro de Educación Mundial venían a pocas casas porque no teníamos condiciones en la mayoría de nuestras casas. Pero poco a poco hemos ido mejorando nuestras casas. No todas tenemos las mismas condiciones, pero las que las tenemos ayudamos a las que no; ellas cuidan en nuestras casas y así trabajamos juntas, y los ingresos los repartimos entre todas por igual.

(MSV02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

³ Posteriorment el seu nombre va disminuir perquè diverses dones van emigrar fora de la comunitat per buscar millors oportunitats.

4.
RESULTATS

UCA
MIRAFLOR

Aquest mecanisme va funcionar durant un temps, i gràcies als ingressos del turisme progressivament van ser més les cases en les que van poder allotjar els turistes. Aquesta limitació a més era un problema perquè fonamentalment rebien grups grans d'estudiants dels Estats Units, que arribaven a través d'una ONG.

El año pasado tuvimos cuatro grupos, de unas veinte personas cada uno. Los estudiantes se alojan solamente en las casas que tienen buenas condiciones, que por el momento son sólo 12.

(MSV02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

En termes organitzatius, la UCA Miraflor ha comptat en diversos moments de la seva història amb persones voluntàries procedents d'altres països que els han ajudat a estructurar la seva oferta i diversos procediments de gestió. Encara que la seva contribució ha estat molt rellevant, en alguns casos aquesta forta presència i protagonisme de persones externes ha comportat també tensions i alguns conflictes.

La creació d'una Oficina de Turisme de la UCA a Estelí, donada l'enorme extensió en la qual estaven ubicades les diferents famílies que oferien turisme, va ser una de les estratègies clau per organitzar millor la seva oferta i distribuir als visitants.

Cuando llegan los turistas a la Oficina empezamos con una descripción general de la Reserva Miraflor. Tenemos un mapa de toda la Reserva, donde pueden ver sus diferentes zonas y en el que hemos ubicado las casas de familia y las cabañas. Les contamos qué pueden ver en cada lugar y los recorridos que tenemos, para que ellos decidan qué lugar visitar y lo que quieren hacer. Unos quieren intercambiar experiencias y prefieren alojarse en la casa de una familia; otros quieren conocer el café, hacer excursiones... Desde la Oficina se intenta equilibrar un poco la distribución de los turistas entre distintos alojamientos. Pero no es fácil, porque no todos tienen las mismas condiciones, ni están ubicados en la misma zona; otro problema es que a veces llegan turistas que quieren ir a un lugar que les recomendaron. Lo mismo hacemos con los guías: tratamos de organizar el trabajo de forma rotativa. La recepción de los turistas en la Oficina también sirve para explicarles de entrada qué se puede hacer y qué no dentro de la Reserva. La preocupación por el cuidado del medio ambiente ha sido constante desde la creación de la UCA, cuando se implicó activamente para que Miraflor fuera declarada Reserva Natural. (...) La UCA no dispone de servicio de transporte. Lo que hace es orientarles para que puedan tomar el bus y explicarles dónde se tienen que bajar.

(ARO1, tècnic de l'Oficina de Turisme de la UCA Miraflor, comunicació personal)

A través de l'Oficina de Turisme també s'organitzaven els cobraments als turistes, encara que si els turistes arribaven directament a les iniciatives, eren elles les que després havien de lliurar el 20% de comissió de cada venda per aportar al funcionament d'aquesta estructura. En el cas de les persones que feien de guies la comissió era del 25%.

4. RESULTATS

UCA MIRAFLOR

Una vez que los turistas deciden qué van a hacer, se les cobra y se les entrega un recibo que deben entregar en el alojamiento al que se dirigen. El Coordinador del Programa se encarga de pagar a los alojadores y a los guías. La UCA se queda un 20% para cubrir los gastos de funcionamiento del Programa. Cuando los turistas llegan directamente a los alojamientos, los alojadores son los que pagan lo que le corresponde a la UCA. Los guías y los que alquilan caballos también aportan un 25% de lo que reciben.

(ARO1, tècnic de l'Oficina de Turisme de la UCA Mirafior, comunicació personal)

Una altra de les iniciatives que va posar en marxa l'UCA Mirafior va ser la creació d'una Comissió de Turisme, integrada per cinc persones, escollides entre les iniciatives que presten serveis turístics (allotjament i guiat). Un cop triats eren reconeguts pel Consell d'Administració de l'UCA com a responsables del funcionament d'aquesta activitat. La Comissió tenia com a funció avaluar i prendre decisions sobre qualsevol mesura que afecti el Programa de Turisme, tot i que determinades decisions sempre havien de ser aprovades pel Consell d'Administració de la UCA.

Durant anys, una de les principals ocupacions de la Comissió de Turisme va ser la de vetllar per la qualitat del servei, tenint en compte que la majoria d'iniciatives havien començat des de feia poc temps, i que la mala imatge d'una podia afectar la resta. Per a això va crear un sistema d'avaluació permanent dels allotjaments:

Cada mes hago un recorrido por todos los alojamientos. Llego de improvisto, porque los turistas pueden llegar en cualquier momento y hay que estar preparado. Reviso sobretodo las camas, los baños, las duchas, la cocina. También reviso el buzón de sugerencias que tenemos en todos los alojamientos. Si hay turistas hablo con ellos y les pregunto cómo se han sentido, cómo es la atención. Después de cada supervisión hago un informe que va a la Comisión y al Consejo de Administración. Después que la Comisión lo revisa, si hay problemas, se manda una notificación a quién corresponda para que los arregle. Si no los resuelve, tenemos que aplicar una sanción.

(ARO1, tècnic de l'Oficina de Turisme de la UCA Mirafior, comunicació personal)

No obstant això, un dels problemes que no es va arribar a resoldre i que va ser font de conflicte en algunes ocasions va ser la distribució desigual de la clientela, tant entre zones com entre famílies, així com també entre guies. Igualment, la gestió dels recursos obtinguts del turisme per part de les persones que s'encarregaven de la Comissió com del mateix Consell d'Administració de la UCA, ha provocat diverses situacions de tensió i fins i tot malestar i disputa.

En sentit contrari pel seu impacte positiu, són nombrosos els testimonis que asseguren que el turisme ha impulsat altres activitats i serveis relacionats amb l'atenció als turistes, a més de l'allotjament. Durant anys va créixer l'oferta de guiatge, cada vegada més especialitzada en diversos nínxols, com aus, orquídiades o cafè. L'economia local també es va veure dinamitzada pel lloguer de cavalls o l'ús del transport

4.
RESULTATS

UCA
MIRAFLOR

públic. Igualment hi va haver un estímul de la diversificació agrícola i l'increment de la demanda, tant en finques que atendien turistes com en altres. Hi va haver alguns productes (com remolatxa, pastanaga, o pipián) que, tot i ser tradicionals a la zona, van ser potenciats, i altres que van ser introduïts en aquest moment (com bròquil, coliflor o rave) per poder oferir plats més variats. Això va suposar un important canvi en el maneig de moltes finques, que abans es dedicaven a conrear grans bàsics en major escala.

Hemos introducido el cultivo de plantas frutales y musáceas (diferentes especies de bananos) que les gustan a los turistas y que utilizamos para la elaboración de jugos. Lo mismo ha ocurrido con el cultivo de plantas para infusiones (zacate de limón, valeriana, ajeno, naranja agria). Con el incremento de la demanda en las propias comunidades ha aumentado la transformación de productos alimentarios, como mermeladas con diversas frutas de la zona, yogurt, queso amarillo, quesillo, queso de crema, queso de hierbas, vinagre, jamón de cerdo, salsas de tomate...

(ARO1, tècnic de l'Oficina de Turisme de la UCA Mirafior, comunicació personal)

A més, en moments en els quals el turisme va augmentar significativament, també va créixer la demanda de productes alimentaris a la zona.

En la comunidad compramos huevos, leche y queso cuando no hay en la casa, o cuando las vacas no están dando leche. También se compran algunos cultivos que se producen en la comunidad, aunque también compramos en otras comunidades, como El Cebollal o La Perla, donde el clima es mejor para el cultivo de repollo y papa. En las pulperías también compramos los productos de limpieza (papel higiénico, jabón), el arroz y el aceite; también se benefician las demás personas de la comunidad.

(ARO1, tècnic de l'Oficina de Turisme de la UCA Mirafior, comunicació personal)



UCA Mirafior, Nicaragua. Imatge d'Alam Ramirez Zelaya.

4.
RESULTATS

UCA
MIRAFLOR

No tengo capacidad suficiente para producirlo todo en mi huerto, entonces compro o cambio con mis vecinos. Por ejemplo: elotes, chayotes, huevos (compro unos cien huevos semanales), pollo, leche, cuajada. Para intercambiar doy bananos, presto bueyes o ayudo a la gente con bananos, azúcar, arroz o aceite, a cambio de trabajos de limpieza.

(CP02, sòcia de cooperativa vinculada a la UCA Mirafior, comunicació personal)

Altres productes, com paper higiènic, productes de neteja, oli o arròs, són adquirits en comerços locals o a Estelí, la ciutat més propera.

Un altre aspecte positiu que ha estat destacat de la introducció del turisme, és que la majoria de famílies han dedicat una part dels ingressos, a més de reinvertir en la pròpia activitat, en qüestions com la salut, l'educació o el seu mateix habitatge.

Todo lo que gano lo reinvierto en turismo. El turismo no siempre está bueno, entonces guardo un margen para los meses malos. Las ganancias del café las manejo a parte. Mi calidad de vida ha mejorado. Antes no tenía donde dormir; ahora tengo mi cuarto; y las muchachas pueden tener su uniforme, sus botas, su medicina. Sin turismo no hubiera podido hacerlo.

(CP02, sòcia de cooperativa vinculada a la UCA Mirafior, comunicació personal)

Hemos mejorado el nivel de vida de nuestros hijos, se ha diversificado la alimentación de la familia, hay mejores aportaciones a la cooperativa y a la UCA, porque es necesario mantener la organización, y ahorita, con un fondo de becas, tenemos ocho estudiantes en la universidad y cuatro que ya salieron. Ahora en la comunidad hay ingenieros, agrónomos y veterinarios.

(IF02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

Con el poquito de ingreso que nos dejaba el turismo, yo mandaba a estudiar a mi hija. Gracias al turismo y a una beca de la cooperativa ella sacó su carrera. Y todos mis hijos han estudiado por medio del turismo, porque con el ingresito que dejaba, nosotros los apoyábamos a ellos para viajar, porque tiene que pagarse bus de aquí y pagarles los alimentos allá.

(RT04, sòcia Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

También aprende uno a alimentarse diferente, a no usar muchas cosas, condimentos o a usarlos más naturales, que no los tenemos que andar comprando por ahí, y comemos más sano. En mi caso, a mí me ha enseñado mucho lo del turismo. Hasta como alimentarse uno, porque de estas personas a veces uno va aprendiendo muchas cosas, poco a poco. Aquí en Nicaragua nosotros estamos acostumbrados a comer frijoles y arroz, frijoles y arroz, y desconocemos que tenemos las cosas ahí, y no sabemos cómo preparar unas chayitas, unos pipianes, una papa, muchas cosas, a innovar. En transcurso de este tiempo he aprendido a alimentarme diferente, y a vivir diferente.

(DI02, propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Mirafior, comunicació personal)

4.
RESULTATS

UCA
MIRAFLOR

En els últims anys, abans de la crisi política de 2018, l'arribada de turistes va començar a reduir-se significativament. Si en els bons moments l'UCA Miraflores havia gestionat l'arribada a l'entorn dels dos mil turistes a l'any, l'increment de la competència i el decaïment de l'acció de promoció i comercialització de la Comissió de Turisme i el seu equip tècnic, que en part reflectien també tensions internes, van reduir les arribades. En algunes iniciatives pràcticament no arribaven turistes els darrers anys, i després de la crisi política d'abril de 2018, la caiguda va ser dràstica. Això ha provocat també algunes reflexions sobre el tipus de turisme pel qual havien apostat tradicionalment, molt centrat en una clientela estrangera, i per la comparació de com ha anat en altres iniciatives ara valoren més el turisme nacional.

A fin también el pasar una crisis que ha sido tan lastimosa haberla tenido, pero también nos ha dado una lección, en el caso de nosotros Miraflores, la atención de nosotros ha estado más enfocado en extranjeros, en relación al Tisey, ellos están más con nacionales, hablábamos hace tres días con el muchacho del Tisey de la familia del Tisey, ellos no han tenido baja en el turismo, se han mantenido llenos, entonces que pasa, nosotros nos enfocamos en el extranjero donde deberíamos de habernos enfocado también en el nacional.

(EBO4, propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Miraflores, comunicació personal)

IMPLICACIONES PER A LES DONES

Una de les valoracions més comuns entre les dones que participen en les iniciatives turístiques de la UCA Miraflores és que gràcies a aquesta nova activitat han canviat les seves dinàmiques quotidianes, i que ara no només es dediquen a les tasques domèstiques i de cura, sinó que surten més de les seves cases i, afirmen, es poden desenvolupar més.

La mujer en Miraflores estaba solo de ama de casa, no salía, solo hacerle la comida al marido y cuidar a los niños. Ahora no, ahora ella sabe que tiene sus derechos también, de hablar con las personas, de desarrollarse como persona, como ser humano. Ella antes solo sabía que tenía que hacer el almuerzo para el marido, el desayuno y la cena, no sabía que ella podía como salir de esa rutina. Entonces sí ha ayudado bastante.

(YT04, familiar de propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Miraflores, comunicació personal)

Yo siento que ha sido muy bueno en la vida de las mujeres. La mujer ha salido como de la cueva hacia afuera, brinda y también percibe, para mí ha sido muy importante. Ahora no solo estamos enmarcadas en el quehacer tradicional de nosotras, sino que hemos salido a capacitarnos, a ver nuevas culturas, a relacionarnos, a intercambiar, que si hemos tenido un turista de los EEUU ya nos cuenta como es su cultura, y nosotros también.

(EBO4, propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Miraflores, comunicació personal)

4.
RESULTATS

UCA
MIRAFLOR

En mi familia hay democracia. Lo que hacemos nosotros es organizarnos en cuanto al trabajo, quien cuida, cuando cuida, quien va a salir, esa parte controlarla, pero de que el esposo va a estar ahí que por qué vas a ir ahí, ese impedimento, eso no. Aquí las mujeres y los hombres mandamos.

(EB04, propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Mirafior, comunicació personal)

La introducció del turisme ha suposat que la càrrega de treball de les dones s'hagi incrementat, segons reconeixen elles mateixes, però al mateix temps ressalten que ha augmentat també la seva autonomia i la seva capacitat de decisió, de manera que majoritàriament valoren positivament aquesta experiència.

Con el turismo trabajamos bastante, pero nos ayuda. Me gusta conversar con los estudiantes. Poco a poco adquirimos nuevos conocimientos y nos enriquecemos.

(MSV02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

Yo pienso que la situación de la mujer ha mejorado. He podido observar a todas las que estamos haciendo este tipo de actividad y creo que sí que hemos mejorado. Es bastante dedicación, pero hemos mejorado. Es bastante sacrificio, porque hay que estar trabajando muy duro cuando hay gente. Hay que dedicar tiempo, hay que tener paciencia, aprender a ser un poco responsable. Uno tiene que dedicarle mucho tiempo y trabajar duro. Para mi es bastante difícil y tengo que estar haciendo muchas actividades a la misma vez. Pero pienso que sí, vale la pena, porque a la par que uno trabaja, mejora. He podido observar en el resto de las mujeres que están haciendo esto y hemos mejorado. Las miro diferentes. Y yo también me miro diferente. Ahora tengo más acceso a tener mis cosas. Puedo comprar más cosas. Se me hace más fácil, ahora tengo los recursos.

(DI02, propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Mirafior, comunicació personal)

També destaquen que gràcies a aquest nou tipus d'activitat han perdut timidesa i se senten més segures.

Cuando vienen los grupos es que todas las mujeres nos reunimos. Hay mujeres que somos bastante tímidas para hablar. Y con cada grupo que va viniendo, como que cada día nosotras perdemos el temor a hablar.

(MSV02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

En aquellos tiempos, que un turista viniera y me hiciera preguntas a mí me daba nervios contestarle. Cuando venía un turista yo lo que hacía era agarrar para adentro, en vez de salir a recibirlo, me iba a para adentro. Eso ha mejorado, porque uno va perdiendo el miedo.

(RT04, sòcia Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

La relació de les dones de les diferents iniciatives de la UCA amb les turistes també sembla haver contribuït que poguessin conèixer i valorar altres formes d'entendre el seu desenvolupament personal i professional o la maternitat, entre d'altres aspectes.

4.
RESULTATS

UCA
MIRAFLOR

La convivència en l'àmbit familiar ha facilitat també aquest tipus de converses, que requereixen un major nivell d'intimitat que una simple interacció per la prestació d'un servei d'alimentació o allotjament.

Las turistas que vienen son más independientes. Aquí en la comunidad las chavalas sólo piensan en casarse y hacer la comida al esposo, y nada más que a eso me voy a dedicar. En cambio, con el turismo, una puede estudiar, pensar en otras cosas que no sea sólo casarse. Por qué sí es bueno casarse, pero cuando ya tengas tus ideas bien plantadas.

(YRB, filla propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Mirafior, comunicació personal)

Me gusta la convivencia, las experiencias diferentes, de los diferentes países, eso me ha enseñado a muchas cosas a mí. La vida social de ellos es súper diferente, y uno aprende como es la vida de ellos. Acá, en los países latinoamericanos, los hombres son machistas, y yo he visto cómo son las culturas de ellos, no son como somos nosotros, entonces todo ese tipo de cosas a mí me han gustado de ellos.

(DIO2, propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Mirafior, comunicació personal)

L'experiència de la Cooperativa Nuevo Amanecer, a la comunitat de Sontule, sembla mostrar una major profunditat en els canvis detectats. La combinació d'un model d'atenció familiar amb organització cooperativa només de dones, sembla haver donat un major impuls als processos d'apoderament i transformació en les relacions de gènere.

Nosotras a toda reunión que nos invitan ahí vamos. Queremos aprender cada día más, y más, y más. Nos gusta involucrarnos en las actividades porque nos gusta el trabajo social, ayudar a nuestra comunidad. Nosotras andamos en todo metidas, menos en misa, jajaja.

(MSV02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)



UCA Mirafior, Nicaragua. Imatge d'Alam Ramirez Zelaya.

4.
RESULTATS

UCA
MIRAFLOR

També identifiquen canvis en les seves parelles, i afirmen que, gràcies al turisme, i als ingressos que genera per a les famílies, haurien acceptat inicialment que les dones participessin en activitats de capacitació i reunions de coordinació.

Al inicio los maridos se sintieron incómodos, porque las mujeres andaban en reuniones y actividades, pero luego los fuimos concientizando de la importancia de lo que hacíamos. Ahora las cooperativas de varones no dicen nada, porque de una u otra manera, están involucrados, por ser los esposos y porque también ellos resultan beneficiados: ya no son los únicos que deben aportar para la casa.

(IF02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

Hemos superado bastante lo de que la mujer tenía que estar donde decía el hombre. Ahora no. En nuestro caso, ahora le decimos al marido, vamos para tal parte y cuidan la casa. Ellos están capacitados. Trabajan en organización. Y son hombres que sólo viven en reunión, así como nosotras, así que no tenemos ese problema.

(MSV02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

Antes los hombres le decían a uno: no tenés permiso para ir a tal parte, tenés que estar en la cocina, aquí es donde tenés que estar. Y ahora no, porque por medio del turismo y de las organizaciones les han dado también a ellos capacitaciones, entonces ahora no, yo me voy a una reunión y no me dice nada, antes no, ni a Estelí podía ir pidiéndole el permiso, y ahora no, estamos mejor.

(RTO4, sòcia Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

Això ha suposat, que els homes s'integressin també en l'atenció quotidiana als turistes, i també en tasques domèstiques i de cura.

Antes los esposos pensaban que sólo nosotras teníamos que atender a esa gente, porque era a través de nosotras que llegaban, pero ahora ven que ese ingreso es para toda la familia. Y también como la mayoría de esposos están también en cooperativa, y se capacitan.

(DCG02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

Muchas familias han cambiado. Han aprendido a compartir las actividades de la casa con los esposos y demás varones. Antes quizás decían que el trabajo de la casa era para las mujeres, pero ahora no. El turismo ha ayudado mucho. Porque ellos cuando ven a los turistas en la casa ven la necesidad de integrarse y trabajar y conversar con los estudiantes. Ahora los esposos, cuando ven a los turistas en la casa y miran la necesidad de integrarse, trabajar y conversar con los estudiantes, han aprendido a compartir las actividades de la casa. Antes quizás decían que este trabajo era para las mujeres, pero ahora no. El turismo ha ayudado mucho.

(MSV02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

4.
RESULTATS

UCA
MIRAFLOR

Un dels aspectes més destacats d'aquest procés d'apoderament és que les dones han arribat a assumir més responsabilitats més enllà dels propis negocis turístics i formen part dels òrgans directius de la UCA Mirafior, arribant fins i tot a la seva presidència.

Las mujeres están ahora en la junta directiva de la UCA o como promotoras. También se ha valorado a la mujer, por su capacidad para administrar mejor que los varones.

(IF02, sòcia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicació personal)

En la UCA siempre que hay asambleas y siempre que hay conformación de comité, de comisiones, se está exigiendo que sean el 50% hombres, el 50% mujeres y si las mujeres están participando en dichas actividades o convocatorias están saliendo en esa distribución y si hay, si las hay en esas posiciones.

(EB04, propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Mirafior, comunicació personal)

A nivel de UCA Mirafior hay muchas mujeres, incluso la presidenta es una mujer ahora, y hay muchas mujeres, en la junta directiva, junta de vigilancia, comisión de educación. Pienso que con las mujeres hay más confianza ahora, más responsabilidad.

(DIO2, propietària d'allotjament turístic vinculat a la UCA Mirafior, comunicació personal)

Els problemes de gestió de l'activitat turística i la caiguda general de la visitació que s'ha produït en els darrers anys, i de forma molt aguda des d'abril de 2018, podria truncar o limitar alguns dels processos de canvi detectats.



Dora Iglesias, UCA Mirafior, Nicaragua. Imatge d'Alam Ramirez Zelaya.

4.
RESULTATS

LOS CAMPESINOS



Los Campesinos, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

DESCRIPCIÓ DE LA INICIATIVA

Los Campesinos és una iniciativa turística, propietat de la Cooperativa Los Campesinos, situada a la comunitat de Quebrada Arroyo, a la província de Puntarenas de Costa Rica. La comunitat de Quebrada Arroyo es va formar durant els anys cinquanta, en una àrea totalment boscosa, quan van arribar les primeres famílies que van ocupar l'àrea assentant-se en un territori que deforestaban i preparaven per poder conrear. Un dels membres de la iniciativa recorda com va ser aquell procés:

Lo que más necesitaba uno era tierra para hacer campo para la agricultura. El bosque se apeaba con el hacha o con motosierra. Toda la madera se quemaba. Y después sembrábamos. Esa era la costumbre de nosotros.

(MA01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

En aquesta època la majoria de famílies conreaven en parcel·les particulars fesols, blat de moro, arròs, yuca i plàtans, per al consum propi i per vendre. Tota la producció de grans bàsics era adquirida pel Consell Nacional de Producció (CNP), un organisme públic creat l'any 1956, i que establia preus preferents per als productors. No obstant això, des de 1985 va deixar de desenvolupar aquesta funció, com a conseqüència de les mesures adoptades amb el II Programa d'Ajust Estructural, que tenia la intenció declarada de portar a terme una reestructuració de l'aparell estatal. Una de les seves actuacions va ser retallar els fons del CNP. Aquest canvi va suposar un dur cop per a les economies camperoles, perquè es van quedar sense poder vendre la seva producció. A continuació, el Ministeri d'Agricultura i Ramaderia (MAG) va començar a promoure altres cultius amb potencialment més sortida en el mercat internacional. Les famílies de Quebrada Arroyo, com moltes altres en diferents llocs del país, van provar diferents alternatives de conreu.

4. RESULTATS

LOS CAMPESINOS

Empezamos a sembrar cúrcuma, que sirve como colorante. Pero eso no tenía mercado y fracasó. Duró solo como dos años. Luego vinimos con la pimienta. Y la pimienta negra se dio muy bien, pero igual, no había buen mercado, y además apareció una plaga. La cultivamos también por poco tiempo. Entonces nos indujeron a sembrar cacao, que era un poco más rentable. Pero en ese momento todo el mundo lo estaba sembrando, y como nosotros empezamos más tarde, y había mucha demanda, la semilla que nos vendieron era mala. Los cacaotales se levantaron bien, pero a la hora de producir dieron muy poca cosecha, muy pocos frutos. Entonces vino la amonilia, un hongo que causa la enfermedad del cacao. Al final, después de siete, ocho años, también hubo que abandonar el cacao.

(MA01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Després de fracassar amb productes com la cúrcuma, el pebre o el cacau van sembrar vainilla, a la qual van poder dedicar-se uns dotze anys.

El MAG nos ayudó con 2.000 plantas de vainilla. Escogieron a 10 personas y les dieron 200 plantas a cada uno. Cuando yo me di cuenta que era un producto bueno vendí terneros, cerdos, y me compré 500 plantas y las sembré.

(MM01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

La majoria de la producció de vainilla de la comunitat l'adquiria un mateix comprador, que la pagava a preus diferents segons la seva qualitat i com estava classificada. Insatisfets amb la situació, al setembre de 1994 diversos productors de la comunitat van crear l'Asociación de Productores de Vainilla (ASOPROVA), formada per 22 homes i 1 dona, amb objectiu d'aplegar la producció i vendre-la de forma conjunta. Gràcies a aquesta iniciativa van millorar el sistema de classificació i van aconseguir millors preus, i això va permetre que l'associació disposés d'alguns estalvis.

No obstant això, poc temps després, el 1996, va aparèixer una plaga del fong fusarium que va afectar les plantacions de vainilla i en dos anys van quedar pràcticament destruïdes, tot i els esforços infructuosos per salvar-les amb diferents sistemes de tractament.

Cuando ya estábamos en un buen proceso, buen dinero y buen producto, se nos vino la enfermedad. Apareció un hongo, que se llamaba fusarium. Nosotros hicimos todo lo posible tratando de matarlo, pero no hubo remedio.

(MA01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Aquest mateix any, a més de la plaga, la comunitat va patir el pas de l'huracà César, que va destruir pràcticament tots els camins, de manera que van quedar aïllats. Això va provocar que de les quaranta famílies que hi havia a la comunitat només quedessin setze. Moltes d'elles van decidir vendre les seves parcel·les.

Eran propiedades grandes a precios muy bajos. Las compraron extranjeros, y algunos ticos, pero más que todo extranjeros.

(FP01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

4.
RESULTATS

LOS
CAMPESINOS

En aquest context, les poques famílies que van quedar a la comunitat van tractar de buscar alguna font d'ingressos alternativa, i així van arribar a la idea d'introduir el turisme, i van decidir invertir els estalvis que els quedaven de la venda de la darrera collita de vainilla en l'adquisició d'una finca i gestionar-la col·lectivament per turisme.

Cuando terminó la vainilla todo el mundo decía que de qué íbamos a sobrevivir. La gente decía que para qué nos íbamos a quedar si aquí nos íbamos a morir de hambre. Y mucha gente se fue y nos fuimos quedando solos. Entonces nació la idea de comprar esta finca.

(GAMO1, sòcia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Un dels membres de la Cooperativa relata com va sorgir la iniciativa:

Yo ya había visto que llegaban turistas a Quepos, a Londres, por aquí cerca. Y entonces Romualdo, el dueño de esta propiedad, que era socio también de ASOPROVA, me dijo que se quería ir y que nos vendía la finca. Nosotros teníamos 2 millones y medio de colones que nos quedaban de la vainilla. Entonces convocamos una asamblea extraordinaria. Unos estaban a favor de comprar la finca y que nos pusiéramos a trabajar en turismo. Otros decían que no, que mejor dividíamos la plata y que hasta ahí había llegado la ASOPROVA. José Matey, que era el responsable del MAG, y al que habíamos invitado a la asamblea porque nos había ayudado todo ese tiempo, dijo que nosotros estábamos sobre una mina, y que si un extranjero comprara esta finca lo primero que haría sería poner un rótulo que dijese «propiedad privada», y que nosotros no seríamos dignos de irnos a bañar a las pozas. Al final votamos y salió que sí, que íbamos a comprar el terreno. Nos costó 5 millones de colones. 2 se los pagamos de golpe, y los otros 3 uno cada año.

(MMO1, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

La finca tenia 33 hectàrees, en les quals hi havia una sèrie de recursos naturals que podien tenir potencialitat turística, com un congost, una cascada, gorgs naturals i un mirador. A través del Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) del PNUD, a qui van contactar a través de funcionaris del MAG, van aconseguir suport per a la construcció d'infraestructures. Inicialment el PPD va rebutjar la proposta, perquè a l'associació no hi havia pràcticament dones, només una. Per aquest motiu van decidir integrar les esposes dels socis, com relata un d'ells:

Éramos todo hombres y una sola mujer. En ese momento tuvimos que correr. Entonces, hicimos una asamblea extraordinaria y afiliamos a nuestras esposas.

(MMO1, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Després d'aquest canvi, l'any 1998 el PPD va aprovar un projecte per a executar en tres anys dedicat a la construcció d'infraestructura amb la qual posar en marxa el projecte turístic, bàsicament dues cabanes, un pont penjant i 3 quilòmetres de senders. Gràcies a un altre projecte del Fondo Canje Costa Rica Canadá van poder construir també un restaurant. Amb aquesta infraestructura van començar a funcionar l'any 2003. Posteriorment, gràcies a un tercer projecte del Programa Araucaria, de la cooperació

4.
RESULTATS

LOS
CAMPEÑINOS

espanyola, van aconseguir construir dues cabanes més. En total, a través de donacions van ser més de 100.000 dòlars que van poder invertir en construccions. A més, van rebre una donació de l'Institut Mixto de Ayuda Social, gràcies a la qual van comprar un vehicle per al transport de turistes, equip de ràpel, estris de cuina i equipar una oficina. Posteriorment, quan ja estaven rebent turistes van poder reinvertir part dels beneficis i van construir sis cabanes més i van poder donar manteniment a les diverses infraestructures de la finca. Aquestes van ser decisions consensuades en assemblea pels socis i sòcies de la Cooperativa, tal com explica un dels seus membres.

Cuando la cooperativa cierra el año fiscal se realiza la asamblea en noviembre. Si hay excedentes los socios deciden si desean que sean repartidos o los invierten en infraestructura o reparaciones. En 2011 teníamos unos 7 millones de colones para el cierre de Asamblea. Entonces vino un huracán y un árbol que estaba en la parte de arriba cayó sobre el puente colgante. Entonces los excedentes no se repartieron si no que sirvieron para la reconstrucción del puente colgante.

(JPM01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

La introducció del turisme va suposar un canvi en la relació entre la comunitat i el bosc: si abans el model productiu estava orientat a desforestar i guanyar terreny per cultiu, amb l'inici de l'activitat turística es valora, segons afirmen els seus socis, la seva protecció.

Antes teníamos una conciencia muy depravada en lo que es cortar árboles. Y la flora y la fauna estaba muy despreciada. Con el turismo aprendimos que una de las cosas que había que hacer era protección del medio ambiente. Ahora lo cuidamos para que haya más turismo.

(MA01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)



Los Campesinos, Costa Rica. Imatge d'Ernest Cañada.

4.
RESULTATS

LOS
CAMPESINOS

Si uno no cambia el turista no va a venir. Todo eso lo dejamos atrás y en vez de trozar estamos sembrando árboles, y animales que no había acá ahora están llegando. Si vamos en contra de la naturaleza el turismo no va a venir.

(MM01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

La gente nos pregunta que por qué se ha hecho tanta montaña, pero es porque estamos protegiendo, porque sabemos que al turista, extranjeros y nacionales, les gusta mucho lo que es la naturaleza.

(GAM01, sòcia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Inicialment no va ser fàcil que arribessin turistes, encara que estaven relativament a prop del Parque Nacional Manuel Antonio. Però va ser gràcies a l'associació ACTUAR, una xarxa de turisme rural comunitari que va funcionar a Costa Rica entre els anys 2001 i 2018 (Cañada, 2017b), i de la qual van formar part des de la seva fundació, que van començar a rebre visites. Des d'un inici es van orientar cap a un turisme estranger que podia pagar preus elevats. ACTUAR, a més de promoure'ls i portar-los turistes, també els va donar suport perquè dos dels seus membres es poguessin capacitar com a guies turístics per l'Instituto Costarricense de Turismo (ICT) i que poguessin aconseguir el Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), que atorga aquest mateix organisme .

A més d'ACTUAR, amb el temps altres tour-operadores es van interessar per incloure'ls en la seva oferta. En la majoria de casos venen paquets d'una nit i dos dies, o dues nits i tres dies, i bàsicament fan senderisme, visiten les piscines naturals o passen pel pont penjant. Hi ha alguns que s'interessen especialment pel ràpel i activitats d'aventura. Les arribades de turistes anuals oscil·len al voltant dels set-cents i vuit-cents per any. La relació amb aquestes tour-operadores és valorada positivament.

Nosotros buscamos el contacto con ellas, a excepción de ACTUAR, que somos socios. Desde mi punto de vista la relación que mantenemos con las tour-operadoras es bastante flexible. Ellos saben lo que nosotros ofrecemos, nosotros sabemos qué ofrecen de nosotros. Entonces lo que ellos venden es lo que nos remuneran a nosotros. No tenemos problemas. Por la parte económica la relación ha sido también muy leal por ambas partes. Entonces yo estoy satisfecho con el trabajo que hacemos en conjunto, porque no hemos tenido discusiones por algún turista o alguna tarifa.

(JPM01, gerent de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Gràcies a aquesta diversificació de les seves relacions comercials, que va incloure també acords directes amb alguns hotels per visites d'un dia, que s'han anat incrementant progressivament, quan es va produir el tancament de l'associació ACTUAR a la fi de 2018, amb la qual estaven fortament vinculats, van aconseguir mantenir l'activitat comercial i van seguir rebent turistes.

4.
RESULTATS

LOS
CAMPELINOS

El 2007, quan el turisme ja estava funcionant, els membres de l'Associació van decidir organitzar-se com a cooperativa, i així es va constituir la Cooperativa Los Campesinos. Diversos dels seus socis expliquen les raons del canvi i els debats que van tenir:

Como vimos que el proyecto comenzó a crecer y crecer, nos dimos cuenta que si no se hacían muchas inversiones no había posibilidad de distribuir los excedentes entre los asociados, porque es sin ánimo de lucro. Así fue que buscamos otro manto jurídico que nos apoyara.

(FP01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Nos interesamos en pensar cuál forma jurídica nos interesaba más. Pensamos en una sociedad anónima, que en algunas cosas son buenas, pero en otras no, porque como decimos los ticos el que tiene más presupuesto traga más pinol. Si entre los socios alguien tiene buen dinero, entonces el que tuviera más acciones sería el que mandara. Vimos que por ese lado no nos correspondía, porque lo que queríamos era algo que fuera de todos, y que todos tuviéramos opciones parecidas. Entonces nos formamos en lo que es el cooperativismo, y nos dimos cuenta que la cooperativa de autogestión era lo que más nos convenía. En la cooperativa hay mejores condiciones para poderle hacerle frente a la situación y tiene mejor acogida.

(MA01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Se decidió por la cooperativa porque se sabe que es el sistema más solidario y más transparente. Y además es más fácil para recibir crédito o capacitación.

(AC01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Els que eren socis d'ASOPROVA no van tenir cap requisit per entrar a la cooperativa i també es van incorporar nous membres. L'any 2015 la Cooperativa estava formada per 45 persones, 23 dones i 22 homes. Els que van voler integrar-se una vegada constituïda van haver de pagar una quota d'afiliació, uns 300 dòlars, que podien cobrir aproximadament en un any amb la feina que feien a la mateixa Cooperativa. Al cap d'un temps van posar altres requisits per a nous ingressos, i si no s'era fill de soci, formar-hi part costava uns 1.000 dòlars, i complir a més amb una sèrie de condicions, que s'havien de sotmetre a decisió de l'assemblea de membres. Un dels socis explica quines eren aquestes consideracions regides pels seus estatuts:

Haber vivido como mínimo un año en la comunidad, ser de buenas costumbres, ser una persona honrada, no tener muchos problemas con los vecinos, o no estar metido en lo que es droga.

(FP01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Aquest creixement de l'afluència de turistes ha fet que la Cooperativa pogués generar una sèrie de llocs de treball. Per a l'any 2014 aquests eren els següents: dos recepcionistes, quatre cuineres, quatre ajudants de cuina, tres cambres d'habitació, que netegen les cabanes, un encarregat de manteniment, 6 guies (dos d'ells certificats). Aquesta estructura laboral mostra una clara segmentació per la

4.
RESULTATS

LOS
CAMPEÑINOS

qual les dones s'encarreguen de la recepció, cuina i neteja i els homes del guiatge, manteniment i gerència. En algun moment han incorporat a homes com a ajudants de cuina, però la seva participació ha estat minoritària. Les úniques que tenen un salari fix són les dues dones que treballen a recepció. La resta, que treballa de forma rotativa, cobra segons les hores treballades.

Aquí no tenemos un salario mensual fijo. Somos co-dueños de la organización y entonces nadie tiene un salario mensual fijo. Solo tienen salario fijo mensual las dos muchachas de recepción, porque es un turno estricto, y no puede estar cerrado. La recepción siempre tiene que estar abierta de domingo a domingo. Las demás personas laboramos por horas trabajadas y de acuerdo al salario establecido, y la Cooperativa estamos sobre el mínimo. Las cocineras tienen un rol de trabajo (tienen que rotar el trabajo, para que cuando se realicen los pagos sea lo más equitativo posible, porque en la Cooperativa siempre buscamos que no sea un solo beneficiado, o que uno sea mucho más beneficiado que otros).

(JPM01, gerent de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Un altre dels beneficis que segons els membres de la Cooperativa ha tingut el projecte turístic ha estat el d'incrementar les compres d'aliments als seus mateixos membres:

Los socios que tenemos producción le vendemos al restaurante de la Cooperativa. En mi casa, por ejemplo, vendemos queso, huevos, leche, limones, naranjas, mandarinas, plátanos, yuca. Y a veces también tenemos pollo. Se compra fuera, se cría y se vende. Y mi papá vende frijol cuando produce bastante y le sobra. Hay otras cosas que se tienen que comprar fuera, lo que son tomates, culantro, repollo, apio, chile, y también arroz y azúcar.

(FR01 soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

No obstant això, els vincles entre agricultura i turisme semblen ser contradictoris. Mentre augmenta la demanda de productes alimentaris disminueixen les famílies que mantenen la seva producció, perquè la majoria es dediquen gairebé en exclusiva al turisme. De fet, un dels socis afirmava en 2014 que només cinc famílies mantenen activitat agropecuària a les seves parcel·les.

La producción de alimentos ha bajado mucho. La mayoría de los vecinos, que son compañeros de la Cooperativa, se dedican al trabajo en Los Campesinos, y se han apartado un poco de sus propiedades. Algunos las han dejado en conservación. Somos pocos los que mantenemos la tradición de sembrar frijoles. Hasta el momento, gracias a Dios, con lo que es turismo nos ha ido bien, y hemos tenido dinero. (...) Pero no sabemos de aquí a mañana qué puede pasar. Podemos contar hasta hoy, pero mañana no sabemos. No sabemos si mañana puede pasar algo a nivel internacional y se nos bajan la cantidad de turistas.

(FR01 soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

4. RESULTATS

LOS CAMPESINOS

Una de les raons adduïdes per explicar aquest procés és la competència d'aliments portats d'altres països amb menors costos:

Son pocas las familias que quedan cultivando alimentos porque ahora vienen productos mucho más baratos de otros países, como Nicaragua o Panamá. Entonces usted se va con un quintal de frijoles a Quepos y lo anda todo el día al hombro y no lo vende. Los poquitos que todavía se dedican a la agricultura lo dejan para la casa y si sobra nos lo compramos entre nosotros mismos. En Coope Campesinos le compramos primero a los socios.

(MA01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Sobre el futur de la Cooperativa durant la darrera visita planejaven dues possibles fonts de conflicte. D'una banda, la gestió dels drets de les persones que, sent sòcies de la Cooperativa ja no estaven a la comunitat i, per tant, no participen en els rols de treball, i que demandarien canvis en la forma de repartiment dels beneficis generats sobre altres formes de distribució, ja sigui per via de reinversió o per remuneració d'hores de treball realitzades. D'altra banda, un dels socis havia començat en la seva pròpia finca un altre projecte de turisme, que podia ser interpretat com una forma de competència a la pròpia cooperativa.



Los Campesinos, Costa Rica. Imatge d'Ernest Cañada.

IMPLICACIONS PER A LES DONES

La incorporació de les dones en el projecte turístic, quan encara funcionaven a través de l'associació ASOPROVA, com ja s'ha explicat, va ser condicionada per l'exigència del Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) del PNUD per poder aprovar-los un projecte. No hi havia un interès real per fer aquest canvi per part dels homes. I per la seva banda, les dones tampoc van plantejar aquest canvi com a una oportunitat d'empoderament.

4.
RESULTATS

LOS
CAMPEÑINOS

Como esa asociación no habían incluido a las mujeres, cuando mandaron el proyecto al PNUD apenas se lo devolvieron, porque apenas aparecía una señora. Mi esposo, que entonces era el presidente de la asociación, para que entrara el proyecto convocó una reunión con todos los señores y sus esposas para que las asociaron. Algunos estuvieron de acuerdo otros no, pero tuvieron que aceptar, porque sino no entraba la ayuda.

(JFM01, sòcia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Aquest fet posa en evidència el caràcter instrumental amb el qual els homes van incorporar les dones al projecte. La Cooperativa ha aconseguit oferir serveis turístics a persones d'origen estranger en la seva majoria i que comercialitzen a través de diferents tour-operadores i hotels pròxims. El control del negoci està fonamentalment en mans d'homes, i la participació de les dones es concentra en certes feines i tasques, que igualment reproduïxen una tradicional divisió del treball entre homes i dones, que dóna lloc a una clara segmentació horitzontal dels llocs de treball per raons de gènere. No s'observa ni s'identifica en les entrevistes o els grups de discussió, una preocupació específica sobre com avançar en la superació de les desigualtats de gènere existents.

Les sòcies de les Cooperativa fonamentalment expressen sentir-se satisfetes per poder treballar en la comunitat.

Yo me siento beneficiada por tener un trabajo fijo en un pueblo remoto como éste. Aquí en el pueblo no hay otras fuentes de empleo remuneradas.

(YMO1, sòcia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Antes las mujeres solo podíamos estar en la casa, y no había ningún ingreso por ningún otro lado. Entonces con una fuente de empleo como la que hay ahorita, aunque sea poquito, nos ganamos algo. A parte de la Cooperativa en la comunidad no hay ninguna otra fuente de empleo.

(GAM01, sòcia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Si no tuviera este trabajo me tendría que ir afuera, a trabajar en algún hotel.

(LA01, sòcia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

I per la seva banda, alguns dels seus marits valoren positivament aquesta entrada de diners en les famílies.

Antes solo el marido era el que trabajaba e ingresaba dinero en la casa, y ese dinero tenía que alcanzar para todo, para la comida, para los libros de escuela, para la luz, el teléfono, y todo lo demás. Y como los precios todos van para arriba, pero los salarios se mantienen, y entonces con el trabajo de la esposa se ayuda a pagar algunas cosas. Entonces se hace un poco más fácil salir adelante y mantenerse en la comunidad.

(FP01, soci de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

4.
RESULTATS

LOS
CAMPELINOS

Com en altres experiències, les dones participants en aquesta iniciativa també identifiquen que la interacció amb persones d'altres llocs els ha ajudat a perdre certa timidesa i retraïment.

Uno comparte con personas que vienen de otros lugares. Cuando empecé a trabajar en la pulpería cuando veía llegar a un cliente yo sentía pena, y me preguntaba si le sabría hablar o si me entenderían. Y así comencé, y ahora más bien me gusta que lleguen clientes. Lo que sí me dificulta un poquito es el inglés, pero, aunque sea por señas, se les entiende.

(GAMO1, sòcia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicació personal)

Més enllà d'aquests dos aspectes, creació de llocs de treball a la comunitat a què poden accedir a algunes dones, que reduiria la necessitat d'emigrar per trobar feina, i els efectes de la interacció quotidiana amb persones d'altres llocs, no s'han pogut trobar evidències d'altres reflexions sobre què ha suposat per a elles, tampoc en termes d'una major autonomia econòmica. Així mateix, les dones de la Cooperativa tampoc esmenten alguna iniciativa o espai propi a través de la qual hagin volgut enfrontar al llarg d'aquests anys per tal de reduir situacions de discriminació o de desigualtat per raons de gènere.



Los Campesinos, Costa Rica. Imatge d'Ernest Cañada.

4.
RESULTATS

ASOPROLA



ASOPROLA, Costa Rica. Imatge d'Ernest Cañada.

DESCRIPCIÓ DE LA INICIATIVA

Al municipi d'Altamira de Bioley, a dos quilòmetres i mig del Parque La Amistad, l'àrea protegida més gran de Costa Rica amb prop de dues-centes mil hectàrees, un grup de veïns i veïnes va crear l'any 1997 l'Asociación de Productores La Amistad, coneguda com ASOPROLA. La seva principal activitat és el conreu i comercialització de productes orgànics, especialment cafè, plàtans, hortalisses, mel i melmelades, i progressivament va anar prenent pes el turisme, encara que sense abandonar l'agricultura. Les persones que els visiten, majoritàriament d'origen estranger, poden allotjar-se en albergs de l'associació o en cases de famílies de la comunitat i conviure amb la població local, una opció que està molt vinculada amb els programes de voluntariat que desenvolupen.

Els orígens d'ASOPROLA estan relacionats a la resposta que va tractar de donar la població d'Altamira de Bioley davant la crisi del cafè, del qual depenia totalment, a causa d'una caiguda en la producció i en la seva qualitat, com a conseqüència de l'ús continuat d'agroquímics.

El café era todo convencional, pero no había enfermedades como las que hay ahora, la cosecha era sumamente abundante porque las tierras eran nuevas, y la ganadería era muy buena por la misma razón. Sin embargo, eso empezó a ir de más a menos. En el café entraron las enfermedades, como el ojo de gallo. La planta ya no resistió más y los agroquímicos no sostuvieron las embestidas de las plagas y enfermedades. Entonces empezó a retroceder la producción inmensamente y mermó la entrada de capital. La misma situación económica se hizo insostenible y la gente empezó a vender sus propiedades.

(JEM01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

4.
RESULTATS
ASOPROLA

La organización empieza en un momento muy crítico, con una economía muy debilitada, porque la zona era totalmente agrícola dependiente de café, y muchas familias deciden irse, dejar las tierras, irse a buscar empleos a otros lugares. Otros se van solos y dejan a la familia aquí. Y hay un fenómeno muy fuerte de migración a EEUU de manera ilegal, dejando la familia. Entonces la organización nace en ese ambiente. Puede imaginarse que con muchas adversidades.

(YS01, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

En aquest context particularment complex, la iniciativa de crear una associació va ser d'unes poques famílies del municipi, que veien la necessitat de posar en marxa una alternativa econòmica i deixar de dependre dels agroquímics.

Unas poquitas personas empezamos a creer que era la parte tradicional la que nos estaba afectando, una la parte química y la otra los monocultivos, y que había que ir cambiando. Entonces nos animamos unas tres o cuatro personas y empezamos a hacer un cambio.

(JEM01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

Siempre recordamos que en esa época lo que teníamos por aquí era un fogón y un plástico de techo, donde empezamos a hacer las primeras reuniones. Fue en un sitio baldío, así empezó el proyecto.

(MV01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

La idea de diversificar la producció, deixar d'utilitzar agroquímics i reduir la dependència de grans transnacionals, tant per al subministrament de fertilitzants i insecticides, com en la comercialització del cafè, no va ser molt ben rebuda per la resta de la població del municipi, a la qual no li semblava molt realista la proposta.

En ese momento, cuando se les hablaba de sembrar árboles, la gente decía que si íbamos a comer árboles. Cuando decíamos de usar menos agroquímicos, nos decían que nos íbamos a morir de hambre, que era imposible sobrevivir de esa manera. Cuando hablábamos de soltarnos de transnacionales o de empresas grandes que recibían café, para ellos era imposible, y decían que nosotros éramos muy tontos. Nos decían que éramos locos, que éramos fracasados y hacían muchos chistes de nosotros. Entonces lo tuvimos que llevar un poco escondido. Pero nosotros sabíamos que esa cantidad de químicos no funcionaba, que el monocultivo no funcionaba, que pegar fuego no funcionaba, que la ganadería extensiva no funcionaba, que todo eso desbarataba los suelos.

(JEM01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

La mayoría no lo veían económicamente viable, porque se habían acostumbrado a ser productores, pero nunca habían visto la etapa de agroindustria, y mucho menos la etapa de comercialización, y en ese momento la gente miraba que era imposible, una locura. Y la locura más grande no era esa, sino pensar en que íbamos a producir orgánico, porque eso no sirve, porque para producir hay que usar el abono y hay que usar el químico, que eso es una cochinada que no sirve.

(YS01, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

4.
RESULTATS
ASOPROLA

Malgrat tot, aquell grup inicial va començar a impulsar la reforestació i a produir reduint l'ús d'agrotòxics, motivats per consciència, però també per experiències personals negatives.

Empezamos a bajar la aplicación de agroquímicos, pero sin haber oído hablar de la agricultura orgánica. Nosotros solo pensábamos en bajar la incidencia de los agroquímicos, porque estábamos viendo el daño que estaban haciendo en la naturaleza, y porque yo me intoxicqué y tuve que estar ocho días en el hospital con una enfermedad terrible. Yo usaba todo tipo de agroquímico, hasta el más bravo. Llegó un momento en que yo maté la planta con el agroquímico y no maté la plaga. Y casi me mato yo también. Yo tenía un dolor de cabeza intenso, después se me durmió la mitad del cuerpo. Vomitaba. Y tenía pérdida de conocimiento, loco. Entonces todo eso incidió. Teníamos que hacer un cambio obligatorio como fuera.

(JEM01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

Els primers anys van ser incerts en resultats, i van estar dedicats bàsicament a posar en marxa legalment a l'associació, fins que l'any 2004 es va aconseguir processar el primer lot de cafè orgànic de 23 quintars. No obstant això, aquest cafè no el van poder vendre, perquè no estava certificat ni l'associació tenien canals de venda establerts. Durant els següents anys van aconseguir consolidar la producció i comercialització de cafè processat, gràcies a la seva certificació com a producte orgànic i de comerç just, de tal manera que van començar a vendre'l a Itàlia a través de la cooperativa CONAPI. La seva collita anual, amb alts i baixos, s'ha situat en els darrers anys al voltant dels mil quintars. Aquest cafè és produït per una mica més de quaranta famílies, tant sòcies com no sòcies. Posteriorment van decidir comercialitzar també cafè convencional, sobretot per facilitar la transició cap a finques orgàniques. En tots dos casos es comercialitza com a cafè de comerç just, però l'orgànic va destinat a un comprador i el convencional a uns altres.

Nosotros empezamos produciendo, procesando y vendiendo café solo orgánico. Después nos dimos cuenta que no nos podíamos quedar ahí, porque el beneficio iba a llegar a muy poca gente. Porque la transición puede durar de 3 años a más. Entonces pensamos que esas fincas que entraban en transición, había que buscar mercado también para ese café.

(JEM01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

Paral·lelament van anar consolidant la comercialització de plàtans i hortalisses orgàniques, produïdes en les finques de cada família i que l'associació aplega i ven de manera conjunta. En el cas dels plàtans, produïts per unes vint-i-cinc famílies, s'adquireix cada quinze dies i es distribueix en el mercat internacional. En canvi, les hortalisses, produïdes per una desena de famílies, es comercialitzen localment en el mateix municipi i a San Vito, a uns trenta-quatre quilòmetres, a través d'un programa que les porta directament a les cases d'un cent cinquanta famílies registrades prèviament en aquesta iniciativa. En aquest cas l'associació adquireix la producció en cada parcel·la unes tres vegades per setmana. El que es produeix és bàsicament

4.
RESULTATS
ASOPROLA

enciam, col, coriandre, pastanaga bròquil, raves, api, tomàquets i cogombres. Per a les famílies productores la venda de plàtans i hortalisses és molt productiva perquè els genera ingressos al llarg de tot l'any, i funciona, segons expressen, com a "caja chica". També han incursions en altres activitats com la producció de mel, melmelades, iogurts i confitats, principalment. Tota aquesta multiplicació d'activitats respon a la idea d'ASOPROLA d'estimular la participació de moltes famílies, siguin sòcies o no, en diferents activitats productives.

En relació als orígens del turisme al municipi, en els primers anys, en un context d'incertesa de l'associació sobre cap a on dirigir els seus esforços, va aparèixer també la idea d'introduir aquesta activitat com a una font d'ingressos més, però sense que estigués molt clar com fer-ho, i fins i tot amb molts dubtes entre part dels seus membres.

Se van dando ideas, pero no ideas con una proyección definida, sino que son como ideas locas, y alguien dice, bueno, ¿y por qué no trabajamos turismo rural?

(LM01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

Yo al principio fui escéptico del turismo, porque yo conocía otra experiencia de turismo. Un pariente mío, un hermano propiamente, ya trabajaba en la costa pacífica con turismo y entonces en Costa Rica se manejaba la idea de que el turismo solo buscaba las playas. Y entonces yo decía, pero lo que aquí tenemos son montañas, campesinos y fincas, ¿quién va a venir? Esa era una idea que se manejaba, o que por lo menos yo era la que manejaba. Además, yo siempre lo vi con cierto recelo, porque siempre se nos ha dicho que el turismo trae aspectos negativos a las comunidades: prostitución, drogas, otro tipo de cultura. Entonces, yo era escéptico. Y nunca pensaba que se pudiera dar este tipo de turismo que hoy tenemos aquí, el rural, sea de aventura o sea comunitario.

(MV01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

Nosotros no teníamos idea que podíamos trabajar en turismo, es más, cuando le hablábamos a mi papa, nos decía que si acaso aquí teníamos mar para hacer turismo.

(JEN01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

Ahora, gràcies als avenços que estaven tenint en l'agricultura orgànica, van començar a rebre visites de persones que venien de fora, i va ser necessari habilitar formes d'atendre'ls, la qual cosa mai havien fet abans. Aquesta experiència va ajudar a que el desenvolupament turístic no fos tan abrupte.

Ya después empezamos a trabajar con agricultura orgánica, y en ese momento en Costa Rica no había mucha gente que estuviera haciendo eso. Entonces alguien nos empezó a poner cuidado, gente de afuera, universidades y cosas así, y empezaron a visitarnos gentes, a conocer lo que estábamos haciendo en agricultura. Era vacilón porque nosotros no teníamos nada para atenderles, cada vez que hacíamos

4.
RESULTATS
ASOPROLA

una actividad cocinábamos en las casas de las compañeras y debajo de un árbol servíamos un almuerzo. Entonces en un determinado momento fue necesario en hacer una pequeña soda⁴. Pero la vida relacionamos eso con turismo rural.

(YS01, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

D'aquesta manera van començar a rebre alguns turistes, però l'activitat encara no havia estat ben planificada, i les accions realitzades eren puntuals, sense gaire visió de què es pretenia, segons manifesten diverses de les persones de la directiva de l'associació.

Era un turismo desplanificado, como una idea de vender comida y que la gente camine, pero no había nada planificado. Estábamos pensando en un restaurante, pero no sabíamos a quién le íbamos a vender. No había un mercado definido, no había una inversión definida, no había una promoción definida. Era como una idea loca, digamos, sin estar claro lo que se buscaba, con nivel de desconocimiento muy amplio.

(LM01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

L'any 2004 van entrar en contacte amb el Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) del PNUD, que els va donar suport amb un fons de 20.000 dòlars amb el qual van començar a construir un petit espai on servir begudes i menjars, un hivernacle per a hortalisses orgàniques i alguns senders, a més d'invertir en algunes capacitacions. Però pel que expliquen, el més destacat d'aquest primer projecte és que va establir les bases d'una estructura de gestió i administració més clara i endreçada, i a partir d'aquí va començar a créixer ASOPROLA.

Pero lo más importante es que se creó experiencia en manejo de recursos, se empezó a darle forma a la organización, y entonces es nace verdaderamente ASOPROLA.

(LM01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

Al crecer una cosa, crecieron un montón de otras cosas paralelas. No solamente el turismo y la agricultura orgánica, sino también la incorporación de la mujer, la incorporación de los jóvenes, la incorporación de las familias. Yo pienso que nosotros, suerteramente, hemos hecho que se propaguen cosas buenas. Ha habido una efervescencia de cosas interesantísimas.

(JEN01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

A partir dels anys 2005 i 2006, ASOPROLA va establir relacions amb ACTUAR, gràcies a la vinculació que va fer el PPD, que estava donant suport a ambdues organitzacions. Mitjançant ACTUAR i el seu equip tècnic van aconseguir identificar les potencialitats turístiques que tenien i estructurar millor la seva oferta.

Entonces se empieza a ver que la producción de café atraía visitantes, que a la gente le gustaba ver las hortalizas, y que se podía ligar esto con el parque, y

4 Soda és un terme usat popularment a Costa Rica per referir-se a un petit restaurant.

4.
RESULTATS
ASOPROLA

empieza a cambiar un poco el chip. Entonces sí se empieza a trabajar un poco más fuerte y, yo lo digo siempre, ACTUAR fue el impulsor del turismo rural comunitario en ASOPROLA. Entonces hay todo un proceso con ACTUAR que nos lleva a ser lo que somos ahorita, sin ser lo máximo y sin ser lo peor. ACTUAR desde ese entonces empieza a trabajar el tema de capacitación, con una persona como Kyra orientando: OK, esto se lo podemos vender, esto no. Y elaborando un manual de ventas, hecho en base a costos, que era algo desconocidísimo para una comunidad como Altamira.

(LM01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

Cap a l'any 2007, per mitjà també d'ACTUAR, van rebre un primer grup de persones voluntàries, procedent d'una universitat de San Francisco, Estats Units. L'experiència va ser positiva i es van interessar més per aquesta modalitat de turisme.

Fue bonita la experiencia, porque nosotros nunca habíamos estado en eso y era como súper interesante compartir con gente de otras culturas después de las horas de trabajo, hacer las comidas, visitar a las familias en las fincas y todo ese tipo de cosas. Fue bonito. Era el primer grupo y cuando se iban a ir, llamaron a las señoras que más habían trabajado con ellas y les dieron como 150 dólares en propina y eso en la vida se había recibido acá.

(YS01, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

A partir d'aquí, i malgrat les dificultats provocades per la crisi financera mundial, van començar a consolidar la recepció de grups de voluntariat a través de diferents organitzacions del món. Així van aconseguir establir un **programa de voluntariat** per a persones interessades en donar suport a la comunitat i conèixer millor la seva realitat. Aquests programes són coordinats amb més d'una desena d'organitzacions i esglésies estrangeres, bàsicament dels Estats Units i Canadà. Les persones que els visiten poden participar en diferents processos de les activitats agrícoles, com la sembra o



ASOPROLA, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

4. RESULTATS ASOPROLA

la recol·lecció. També poden col·laborar en plantar arbres, decorar amb ceràmica les construccions de les infraestructures d'ASOPROLA, pintar edificis d'ús comunal o donar classes d'idiomes estrangers a les persones de la comunitat. A més, porten a terme diferents activitats culturals perquè puguin conèixer millor a la gent de la localitat.

Una de les tasques dels grups de voluntariat que més sobresurten és la col·laboració en els processos de decoració de diferents infraestructures, com el restaurant, banys, parades d'autobús, senders i retolacions, creades per ASOPROLA sota el disseny d'un artista local, Francisco Quezada. La seva obra és d'una gran singularitat artística, amb reminiscències al famós arquitecte català Antoni Gaudí, produïda bàsicament amb material de reciclatge, com pneumàtics d'automòbil, ceràmica i vidre. Per si mateixa la seva obra atreu també a moltes persones que volen visitar les instal·lacions de l'associació.

La organización en ese momento estaba empezando y era muy abierta al que quisiera aportar ideas y siempre se escuchaba a la gente. Había un artista que tenía una idea, pero nunca antes había tenido la oportunidad de mostrarlo. Y entonces llegó Pancho y nos planteó la idea que con el proyecto del PPD podíamos comprar materiales y que él podía diseñar una soda, y se le dijo que estaba bien. Cuando lo empezó a hacer todos estábamos arrepentidos, estábamos con mucho miedo de qué nos iban a decir. Pero cuando terminó era algo impresionante. Él tiene la capacidad de reutilizar todo, lo que uno tiene en la cabeza que es basura, para él puede ser arte. Es una capacidad única que tiene.

(YSO1, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

Cuando nos dicen que es único y que les agrada, pues sentimos orgullo, digamos, satisfacción, de haberlo podido implementar.

(MVO1, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

La capacitat d'allotjament d'ASOPROLA és actualment d'unes quaranta persones en tres espais diferents, encara que la majoria de persones voluntàries viuen en les cases d'una vintena de famílies de la comunitat que brinden aquest servei.

A més dels grups de persones voluntàries, progressivament han anat consolidant altres segments de turisme. D'una banda, cada vegada arriben més estudiants de diferents universitats de Costa Rica i, de l'altra, persones estrangeres interessades en un turisme de natura i d'aventura. En alguns casos arriben per mitjà d'acords amb tour-operadores i en altres directament pel seu compte.

En los últimos años ha crecido otro perfil turista. El de caminantes, el de experiencia con el bosque. Hay un cliente que está llegando al país, europeo, muy interesado por el tema de recursos naturales y del bosque. Pero no están comprando el servicio a una tour-operadora, lo hacen de manera directa, individual, de repente suena el teléfono o se bajan del bus y llegan preguntando.

(YSO1, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

4.
RESULTATS

ASOPROLA

Per a ASOPROLA la incursió del turisme ha estat positiva per a la població del municipi en múltiples aspectes.

Una ventaja ha sido el desarrollo infraestructura, ha impulsado eso. El intercambio cultural, poderse relacionar con un americano, con un canadiense, un australiano, un europeo. Por lo menos yo, rompí esa barrera de temor, y sí, es posible el diálogo, la convivencia con esos jóvenes. Y también la generación de empleo y así mover la economía del pueblo, y se ha visto el avance, verdad. Y se genera consumo. Por ejemplo, el turismo consume mucho de lo que se produce aquí, el café, las hortalizas, banano. También se crean otros proyectitos que se ven beneficiados por la visitación, como una heladería, donde otras vecinas venden queso, pan artesanal. Dinamiza la economía del pueblo. Además, ha creado cierta confianza en el residente en que es posible desarrollarse aquí.

(MV01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

Se genera una economía diferente, porque hay que estarlos atendiendo, y hay una fuente de empleos para mujeres y jóvenes principalmente. En eso ha sido más fuerte el turismo, en dar oportunidades a las mujeres y a los jóvenes, porque el hombre ha estado siempre más ligado a la actividad agrícola. Entonces eso sí ha cambiado mucho desde que se creó ASOPROLA y empezamos a hacer actividades, las oportunidades de trabajos para jóvenes y mujeres que antes eran muy escasas o no había prácticamente.

(YS01, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

A més, aquest desenvolupament turístic ha crescut de forma paral·lela a la producció agrícola. Els seus membres no conceben una activitat sense l'altra.

El turismo y la producción son gemelos. De hecho, cuando vienen turistas nosotros los llevamos a ver banano orgánico, el café orgánico, el cacao orgánico, que estamos empezando en la zona baja, los colmenares, la agroindustria. Nosotros sin producción no podríamos hacer turismo. La producción es el complemento del turismo, el complemento perfecto del turismo. Sin producción el turismo se nos debilita o se nos muere.

(JEN01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

Al llarg de la seva història ASOPROLA va prendre algunes decisions organitzatives que semblen haver donat bons resultats i que l'han enfortit. Una d'elles va ser diferenciar les persones associades de les que eren beneficiades, de tal manera que qui és membre és perquè s'interessa en l'associació i no únicament per obtenir algun tipus de benefici d'ella. Això d'una banda va aclarir les diferents formes de relacionar-se amb l'associació i va ampliar la seva base social, que de manera directa té relació amb més de dues-centes persones de les quals més de setanta estan associades.

Nosotros le llamamos socio al que se afilió y es asambleísta de la asociación. Y los que no son socios son los beneficiarios, los que reciben beneficios de alguna u otra

4.
RESULTATS
ASOPROLA

forma. Esa son la mayoría de la gente que trabaja con ASOPROLA, los beneficiarios, porque nosotros no queremos imponerle a nadie que tiene que ser socio para poder estar en una actividad, más bien nos gusta y nos sirve que estén integrados a ASOPROLA. A nosotros nos sirve como asociación y a ellos les sirve porque se benefician también.

(JEN01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

Es que al principio éramos solo socios, pero no funcionaba la cosa, porque éramos muchísimos y costaba ponernos de acuerdo. Actualmente [2014] legalmente salimos registrados un poquito más de 70 socios. Fuimos más, llegamos como a 140, pero hubo una depuración de compañeros que estaban inscritos legalmente pero que nunca participaba en las actividades. Entonces, ahora, si alguien quiere la afiliación, se le afilia, pero después de haber trabajado y demostrado que no es que quiere ser socio por ser socio, sino que está involucrado en alguna actividad y tiene un nivel de compromiso. El que quiere asociarse y demuestra que es una persona que está a fin con los objetivos de la organización entra. Pero no hay diferenciación, por ejemplo, en el tema de precios de productos, nada de eso. Pero el asociado tiene esa influencia, por esa participación en los espacios de toma de decisiones.

(YS01, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

D'altra banda, des de molt al principi es va acollir i van donar espai a un grup de nens, nenes i adolescents. D'aquesta participació es va consolidar un grup de dones molt joves que han acabat sent una peça fonamental en la direcció d'ASOPROLA.

ASOPROLA ha sido una organización que siempre ha tenido las puertas abiertas, todas las personas lo hacemos, pero don Enrique [el presidente] a cualquier persona recibe, siempre ha sido como emblemático en eso. Cualquier persona que quiera ayudar, que se integre.

(YSH201, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)



Yendri Suárez, ASOPROLA, Costa Rica. Imatge d'Ernest Cañada.

4.
RESULTATS

ASOPROLA

IMPLICACIONS PER A LES DONES

Una de les característiques que destaca clarament d'ASOPROLA és el paper que exerceixen un grup de dones joves que formen part de la seva junta directiva i que han assumit nivells de responsabilitat centrals en el funcionament de l'associació. Gairebé totes van començar a participar en l'associació des de nenes i van ser assumint un lideratge clau, fins a formar part de la seva junta directiva.

Al seu torn, la proposta d'estimular en quantes més famílies millor la producció agrícola, l'agroindústria i les activitats d'atenció i servei al turisme han obert la possibilitat que moltes dones, fins i tot ja d'edat avançada, assumissin noves responsabilitats i es produïssin canvis importants en la seva vida quotidiana. Amb el temps aquest procés de participació va derivar en l'organització d'un grup de dones dins ASOPROLA, legalment constituït, que ha possibilitat que cada vegada hi haguessin més espais de reflexió i capacitació, a més d'estimular les activitats productives.

Antes aquí la mujer no estudiaba, ni se capacitaba, no iba a reuniones, no eran miembros de una junta de vecinos, todo ese tipo de cosas. Pero aquí han habido muchas capacitaciones y eso ha despertado en la mujer que puede hacer algo más que cocinar, lavar, atender a mis hijos en la casa y ayudar a mi marido, sino que yo también puedo ganarme algunos cincos haciendo tal cosa.

(YS01, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

Ha habido un crecimiento terrible, y nosotros gozamos, porque decimos que las señoras de estar queditas en las casas, que se traían a una reunión y costaba que hablaran algo, ya nos regañan a nosotros y nos mandan a hacer cosas. Ahora hay como más independencia y todavía no he oído queja de ningún esposo, yo pienso que la mayoría están bien contentos.

(JEN01, soci d'ASOPROLA, comunicació personal)

D'alguna manera, la possibilitat generada per ASOPROLA que moltes dones s'hagin pogut vincular econòmicament amb diferents activitats productives, no únicament al turisme, ha generat un major nivell d'autonomia financera i de capacitat per prendre decisions.

Yo siento que por tener fuentes de empleo y aportar en términos económicos a la manutención de la familia, ahora tienen más carácter para opinar. Antes normalmente trabajaban todo el día en sus casas, y no estaban viviendo mal, pero siempre estaban dependiendo de que las llevaran o de que les compraran algo. No había esa libertad de me compro esto o le compro eso a mis hijos con algo que es mío. En cambio, es muy diferente ahora, ya ellas están ganando, compran los útiles de las güilas⁵, se compran un par de zapatos sin tanta necesidad, cosa que antes tenían que sacar del presupuesto del esposo y andar rogando: necesito unos zapatos, comprame un par de zapatos. Ahora ellas trabajan. Vienen a trabajar a la

5 Güilas és una expressió costa-riquenya per fer referència als nens i les nenes.

4.
RESULTATS
ASOPROLA

organización y brindan algún servicio, cocinando, lavando, o venden algún producto que están comercializando: una artesanía, una hortaliza, pollos, queso, leche, mermeladas. Casi todo el dinero termina en sus casas, pero es su dinero, que ella está invirtiendo por gusto propio, y es ella la que lo maneja.

(YS01, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

Ganar autonomía económica es clave, por ejemplo, mi mamá, la semana pasada, en un curso que tuvimos sobre habilidades en liderazgo y en facilitación, decía, que para ella uno de los cambios más drásticos en su vida fue pasar de depender cien por ciento económicamente de mi papá a ser una mujer que se compra las cosas que quiere por lo que ella misma genero. Eso es uno de los cambios más fuertes.

(YS02, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

Igualment, són nombrosos els testimonis que avalen que la presència del turisme les ha ajudat a guanyar confiança en si mateixes i més capacitat per desenvolupar-se en diferents contextos.

Muchas mujeres eran muy tímidas, aquí hay muchas compañeras que nunca salían de la casa, o salían donde ciertas vecinas, pero se topaban con alguien desconocido y les daba miedo hablarle. Ahora la gente socializa, las güilas ya desde chiquitillas hacen amistad y no tienen miedo ni nada de eso.

(YS01, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

Yo recuerdo que cuando vinieron los primeros suizos acá, te lo juro que a mí me preguntaban: ¿cómo se llama? Y a mí me daba vergüenza contestarles. Ellos me llegaban a preguntar cosas y para mí era un miedo hablarles. O sea, si las personas estaban comiendo, yo no iba a comer con ellos, o yo no me sentaba a comer y tenía que esperar que ellos terminaran de comer. Y mucho menos pararme al frente de treinta o cuarenta personas, y menos con setenta y ochenta que hemos tenido alguna vez. Yo eso no lo hacía nunca, me moría de miedo. Me temblaba la voz. Y hoy en día es súper normal. Yo hablo con vos y lo hago bien, y yo antes no hacia eso.

(YSH201, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

I això, en el cas de les dones més joves, es tradueix també en com s'estan plantejant el seu desenvolupament personal.

El cambio más fuerte que yo veo en las mujeres jóvenes, es que aquí antes todas las mujeres en lo que pensaban era en ser madre y esposa, y ahora las que estamos de esta edad lo que menos estamos pensando es en ser madres y esposas, cada una está pensando en ver como saca su proyecto y menos en marido e hijos.

(YS02, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

Totes aquestes transformacions de les joves directives d'ASOPROLA no les associen directament amb el turisme sinó amb el procés d'organització més ampli que s'ha

4. RESULTATS ASOPROLA

viscut a Altamira de Bioley. A més, identifiquen a les dinàmiques de capacitació i espais de reflexió generats, acompanyats d'una major autonomia econòmica de les dones, bona part de les raons que expliquen aquests canvis. Sens dubte també ha contribuït l'obertura de mires i suport del grup d'homes que va crear inicialment l'associació, que no van veure amb recel ni obstaculitzar aquest procés d'empoderament de les dones, i en particular de les més joves.

De tota manera, i malgrat les transformacions identificades, algunes de les seves joves directives assumeixen també els límits d'aquest procés i els reptes que encara queden per superar.

Antes el cien por cien de las actividades de la casa dependían de la mujer, y eso ha cambiado bastante. Ya me dice alguna compañera, Rafa ya recoge a las chiquillas y hace la comida, y cuando yo llego las chiquillas están dormidas y han comido y todo eso. Pero aquí aún hay hombres, que si no está una mujer en la casa no comen. En ASOPROLA tenemos una compañera que su papá no come sin su mamá. Ella siempre está en la casa, pero si tuvo que salir, ya a las 4 se tiene que ir para la casa, o no se viene para la oficina sin asegurarse que el almuerzo quede listo. Y ella a veces cuenta que, aunque deje el almuerzo listo, el papá no come, por no servirse.

(YS01, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

Ha habido enormes cambios y es una comunidad bastante madura, sin embargo, sigue habiendo temas que una, como mujer, percibe. Tenemos hombres excelentes que no les importa que la señora llegue a las 9 de la noche a la casa. Pero hay hombres que todavía tienen problemas con eso. Sigue habiendo retos que superar.

(YS01, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

Hay muchos cambios, pero hay problemas con eso de las tareas domésticas, para mi no, pero para mi mamá o para Patricia, se está convirtiendo en una doble labor. Ella me dice: llegamos a la casa y voy cansada de trabajar y él se sienta en el sillón a ver el partido, y yo tengo que ponerme a lavar, a cocinar, a limpiar y hacer todo lo que normalmente hubiera hecho durante el día si estaba en la casa. En los hombres más jóvenes sí que hay correspondencia, pero en los mayores sí que está costando que el hombre cumpla un rol en el aseo de la casa, lavar ropa, o ese tipo de cosas, y ellas lo están asumiendo como una doble jornada, en el sentido de que están saliendo de día a trabajar fuera de la casa, o en su actividad productiva, y todo el trabajo de la casa lo están teniendo que asumir por la tarde. Eso es lo que yo realmente les vivo escuchando. Y sí que hay conflictos, no le voy a decir que no, pero talvez no son malos los conflictos.

(YS02, sòcia d'ASOPROLA, comunicació personal)

4.
RESULTATS

STRIBRAWPA



Stribrawpa, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

DESCRIPCIÓ DE LA INICIATIVA

Stribrawpa és una associació i iniciativa turística comunitària liderada per dones Bribri, encara que també participen homes, situada a la vora del riu Yorkín, a Costa Rica, molt a prop de Panamá. La comunitat en la qual es troba la iniciativa es diu també Yorkín i està constituïda per poc més de dues-centes persones. El poble Bribri està organitzat per clans familiars, i és de la dona de qui s'hereta la vinculació al clan. Stribrawpa s'ha convertit en una de les experiències de turisme comunitari més reconegudes i valorades de Costa Rica.

En els anys 70 la comunitat Bribri de Yorkín es va veure afectada per una forta plaga del fong de la monilia que va arruïnar la producció de cacau. Encara que també conreaven arròs, fesols, blat de moro i diversos tubercles per a l'autoconsum, i plàtans que venien cada quinze dies, aquest era la seva principal font d'ingressos.

Antes sacaban su cacao para comprar lo necesario. El arroz, frijoles y el maíz ellos lo producían. Pero más que todo, con el cacao comprábamos aceite, sal, candelas, fósforos, ropa, zapatos, eso era lo que comprábamos. Pero después de la amonilia fue la dificultad, porque ya la gente no tenía para comprar. De ese tiempo para allá empezó a faltar dinero, entonces la gente emigró a las bananeras de La Chiquita en Cahuita, en Sixaola. La mayoría de los jóvenes, de 19, 20 años, se fueron a trabajar allá.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

4.
RESULTATS
STRIBRAWPA

Bueno en ese tiempo se subsistía de dos formas, más que todo de lo que generaba el cacao, de la venta del cacao, y lo otro era también de lo poco que generaba la venta del banano. Y apenas vino la enfermedad eso fue un desastre. Eso fue rápido, porque esa enfermedad se proliferó rápido.

(PP01, soci de Stribrawpa, comunicació personal)

En conseqüència, molts homes van haver de deixar la comunitat i anar a treballar a plantacions bananeres. Això va tenir un fort impacte en la vida de la comunitat, perquè a més de la separació familiar, l'alcoholisme i la desatenció a les famílies es van convertir en problemes comuns. A més, l'ús intensiu d'agrotòxics a les plantacions els va provocar diversos tipus de càncer i problemes d'esterilitat.

Yo trabajé fumigando banano, trabajé varios meses y después regresé. Regresé porque el veneno me hacía efecto ya. Sentía quemazón de la piel. Lo que uno va fumigando la brisa le pega en la cara, en el cuerpo y también en la vista. Entonces tuve que dejar eso.

(JB02, soci de Stribrawpa, comunicació personal)

Estuve como ocho años y luego volví. Se ganaba algo, le quedaba algo de dinero en los fines de mes, pero había que estar esclavizado trabajando hasta parte de la noche. Por eso fue que dejé de trabajar ahí y porque había muchos químicos, y ya me sentía cansado de cintura, tanto estar trabajando con un cuchillo en curvo, entonces ya sentía dolor. Yo pedía rotación de trabajo y no me daban, por el rendimiento en práctica que uno ya tiene, entonces me cansé y decidí venirme otra vez.

(AP02, soci de Stribrawpa, comunicació personal)

Algunos que se fueron corrieron la suerte de ser afectados por los efectos secundarios que dan los químicos, y algunos quedaron estériles, porque había sustancias que fumigaban que eran tóxicas. Algunos murieron de eso, no les sirvió de nada ir a ganar un poco más afuera, porque perdieron la vida.

(PP01, soci de Stribrawpa, comunicació personal)

Salían los hombres, unos se enfermaban, otros la tomaban en vicios, en guaro, y no traían nada para la casa, y la familia esperando, y cuando llegaban, llegaban sin nada.

(PM02, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

En aquest context, un grup de dones de la comunitat, preocupades per la falta d'alternatives econòmiques després de la caiguda del cacau, va tenir la idea d'elaborar i vendre artesanies en llocs turístics.

Yo miraba que era necesario cambiar esa vida que llevábamos. Los hombres allá rápidamente se enfermaban de los químicos, de los pesticidas que echaban. No podían tener hijos y morían jóvenes, de 50 años ya estaban muriendo, y si se enfermaban lo único que les decían era: ya está enfermo, váyase para su casa. Entonces se nos ocurrió organizarnos, porque estábamos individuales, cada uno en su casa. Entonces empezamos a organizarnos como mujeres, empezamos tres

4.
RESULTATS
STRIBRAWPA

mujeres. Creo que fue en el año 91, porque yo tenía 21 años. Empezamos nosotras solas las mujeres, no teníamos apoyo de los hombres, no teníamos apoyo de los más mayores. Entonces estaba difícil organizarnos, no sabíamos dónde buscar apoyo, dónde buscar ayuda. Según nosotras, la forma de mejorar las condiciones de la familia era haciendo artesanías de madera y de semillas. Nada más que no sabíamos hacer muchas artesanías porque la cultura se había perdido.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

La iniciativa no va ser ben vista per alguns homes, als que no els semblava bé que les dones s'absentessin de les seves cases per vendre la seva mercaderia o per participar en tallers de capacitació.

Fue un tiempo de lucha muy difícil porque los hombres bribris estaban acostumbrados a que sus señoras eran solo para estar en la casa, cuidar sus hijos, ayudarles a ellos en el monte, no para estar en organización. Entonces los hombres no querían que ellas se organizaran, ellos pensaban solo los hombres eran los que tenían derecho a organizarse.

(DP01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

A través de l'associació ANAI, dedicava a temes agrícoles, i en particular a buscar alternatives a la crisi del cacau, van aconseguir un petit suport per portar a una dona d'una altra comunitat d'edat avançada perquè les ensenyés a millorar l'elaboració de les seves artesanies d'acord amb la tradició. D'aquesta manera van aconseguir ampliar la producció, que portaven a llocs turístics a vendre, com Puerto Viejo o San José. Així van passar al voltant de sis anys, durant els quals van anar capacitant-se en diferents temes a través d'organitzacions com ANAI o el CATIE. No obstant això, els elevats costos de transport i de vida en aquestes ciutats no feien rentable el seu esforç en la venda d'artesanies.

Íbamos y veníamos sin plata, porque había que pagar hospedaje, transporte, alimentación, era mucho gasto y no ganábamos nada.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Nos fue mal, porque hacíamos las artesanías y nos íbamos a vender a Puerto Viejo. Allí sí teníamos la dicha de venderlo todo, pero, ideay, teníamos que gastar en pagar carro, bote, dormida, comida. Cuando veníamos ya no traíamos dinero, entonces vimos que no era rentable para nosotras.

(PM02, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Aleshores van organitzar un taller a la comunitat per pensar junts com volien que fos el seu futur i quines alternatives podien dur a terme. Aquí va ser que es va plantejar la possibilitat de desenvolupar una oferta turística a la pròpia comunitat, amb el propòsit que arribessin compradors de les seves artesanies i evitar les despeses de portar-les a vendre a un altre costat. Tenien l'experiència prèvia que persones que arribaven a la comunitat amb l'associació ANAI, per treballar en els problemes del cacau, ja els

4.
RESULTATS
STRIBRAWPA

estaven comprant les seves artesanies allà mateix. No obstant això, es van trobar de nou amb el rebuig d'alguns homes de la comunitat, que seguien veient malament aquesta nova iniciativa del grup de dones, que a més consideraven que no era possible.

Nosotras tres organizamos una reunión. Había muchos varones que eran líderes, pero ellos no estaban de acuerdo con nosotras, porque no estaban acostumbrados a mirar a las mujeres como líderes, ellos estaban acostumbrados a mirar a las mujeres en la casa nada más, no como líderes, muchos menos ver salir a una mujer a una reunión, a un taller, no, no. Entonces ellos dijeron que no estaban de acuerdo, que eso era de balde y que eso no iba a existir. Decían que lo que nosotras estábamos pensando era un sueño que no iba a ser realidad, porque para ellos ya se había perdido la cultura: ya nadie habla el idioma, ya nadie come las comidas que se hacían acá, ya nadie está consciente de los bosques, volver atrás es muy difícil. También dijeron que dónde íbamos a conseguir trabajo en estas montañas, que aquí es difícil. Nosotras decíamos que íbamos a mejorar la economía, y eso era lo que ellos no entendían. Entonces nosotras dijimos que vamos a buscar la forma, que hay que buscar la forma como mejorar esto.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

En el grup de dones havia una preocupació creixent per la necessitat de rescatar la cultura Bribri, començant per l'idioma, que s'estava perdent. Un dels motius d'aquesta desaparició era la desvalorització que patia, que es manifestava, per exemple, en el fet que els mestres i les mestres que van arribar a la comunitat, que no el parlaven, van exigir a les famílies que no fessin servir bribri amb els seus fills i filles, perquè si ho feien no anaven aprendrien bé l'espanyol.

Cuando yo tenía seis años mi padre me puso en la escuela, y yo hablaba solamente bribri, no hablaba nada de español. Pero los mismos maestros les prohibieron a nuestros papás que ellos nos hablaran bribri. En unos años lo olvidamos, todos los que hablábamos bribri lo olvidamos. Lo olvidamos completamente. Cuando ingreso a la organización es que planteamos eso como objetivo y lo volvemos a recuperar. Mi mamá me empezó a hablar en bribri, mi abuelita, que habla muy bien el Bribri, ella no habla ni una palabra en español, y con eso yo fui aprendiendo de nuevo. Pero como ya era adulta me costó, pero sí hablo y entiendo todo. Y ahora en la escuela todos los niños lo hablan, y aprender a leer y escribir en bribri, esa es la ventaja de ellos.

(PM02, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Gràcies a un petit tour operador de Puerto Viejo van començar a rebre als primers turistes a la comunitat. El grup seguia impulsat per les tres dones que van començar, a les quals es van sumar les mares de dues d'elles i alguna altra dona, però eren molt poques. A més, per pressions del seu marit, una de les dones que van iniciar aquell procés va haver d'abandonar.

4.
RESULTATS

STRIBRAWPA

Tenía muchos problemas con el esposo. El esposo era muy machista, no la dejaba salir a reuniones, pero ella se iba y siempre tenía problemas. Ella sabía que no podía vivir mucho tiempo con él, entonces lo que hizo fue separarse y se fue de aquí, se fue a Puerto Viejo.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

En aquest context, el grup de dones va decidir evitar els problemes amb els homes, especialment amb la gent gran, i treballar per integrar més dones joves i impulsar les activitats vinculades amb el turisme.

Lo que yo pensé en aquel tiempo, porque había muchas discusiones con la gente mayor, fue: no voy a discutir con los mayores. Ellos querían seguir con su machismo de que las mujeres no podían salir a ninguna parte, no podían participar en reuniones, no podían opinar. Cada vez que yo venía era una discusión con ellos, cada vez que había una reunión había un problema con ellos, cada vez que venía eran insultos y ofensas. Hay gente que yo tuve que llevarlos hasta la policía para que no me vinieran a ofender o que me respetaran. Entonces lo que yo hice fue no llamarlos a reuniones, ni visitarlos. Lo que yo busqué fue a los jóvenes, más las que estaban de la edad mía. A esas era a las que yo llegaba y les decía que había que cambiar la vida, que la vida que teníamos no era buena para nosotras y que como mujeres teníamos que ver la situación de la comunidad, que teníamos que mejorar, y que los mayores ya hasta ahí iban a llegar y que el futuro de la comunidad éramos nosotras, y que nosotras íbamos a tener hijos y teníamos que educarlos no como ellos los estaban educando.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

La principal dirigent del grup, Bernarda Morales, va estar participant en diversos processos de capacitació amb diferents organitzacions, en qüestions de lideratge, organització o turisme, així com a perspectiva de gènere. I a mesura que l'associació va incorporar més joves, tant dones com alguns homes, va anar fent formacions sobre les relacions de gènere.

A mi me parecía que se debía capacitar a las mujeres y a los hombres, no solo las mujeres, porque ellos siguen agrediendo a las mujeres o pensando en esa mente que solo los hombres pueden sacar la comunidad y no las mujeres. Entonces yo les decía que no debía ser así. Yo les decía a ellos que el machismo no era nuestro, porque nuestra cultura no era eso. En nuestra cultura los hombres trabajaban junto con las mujeres, las mujeres hacían lo que podían y los hombres también, ellos son más fuertes, harán las cosas más fuertes y nosotras haremos las menos fuertes, pero lo hacíamos todo en conjunto, todo se unía.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Hace como dieciocho años dijimos que todos los que van siendo socios tienen que recibir capacitaciones en tema de género. Los que participaron aprendieron el tema género, y los que no quisieron aceptarlo, pues se retiraron del grupo, porque

4.

RESULTATS

STRIBRAWPA

querían decir: yo soy el que mando, yo soy el que decido, yo, la mujer no tiene ni voz ni voto, y lo que yo digo eso es lo que tiene que ser. Entonces fueron ese tipo de hombres los que se retiraron.

(PM02, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Al principio fue difícil, porque en ese inicio había muchos hombres que no comprendían, no les parecía que nosotras dirijamos, ellos querían dirigir, porque decían que la cabeza es el hombre, no la mujer. Pero después nosotras dijimos que no. Tuvimos que tener una capacitación con el liderazgo y eso nos ayudó muchísimo a comprender que las cosas no eran así.

(FM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

En un determinat moment, dues iniciatives d'aquesta mateixa comunitat van competir entre elles per aconseguir el suport del Programa de Pequeñas Dinaciones (PPD) del PNUD: una de serveis turístics, impulsat pel grup de dones, i un altre per reactivar la producció de cacau, encapçalada per un grup d'homes. El PPD va decidir finalment donar suport a la proposta turística encapçalada pel grup de dones i així va començar la construcció de les infraestructures d'allotjament i cuina per poder atendre els turistes a la comunitat.

Con el proyecto de nosotros, el de los varones, queríamos sembrar más banano, cacao, maíz, tener un motor de transporte y un bote para transportarnos. Esa era la propuesta de nosotros, todo grande, pero sin pensar nada más, solo así, trabajar pues, y la propuesta de ellas fue muy diferente, de buscar una mejor economía para la comunidad, de buscar que la cultura no se pierda, cuidar los bosques.

(EMA02, soci de Stribrawpa, comunicació personal)

Los hombres estaban bravísimos, pero muchísimo. Y decían ellos que las mujeres no podían manejar ese proyecto, porque las mujeres no sabían manejar una organización.

(DPO1, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)



Stribrawpa, Costa Rica. Imatge d'Ernest Cañada.

4.
RESULTATS
STRIBRAWPA

La iniciativa, conformada el 1992 sota el nom d'Associació Indígena Stribrawpa, que en idioma Bribri vol dir "dones artesanes", va ser ideada i impulsada amb tres grans objectius: el rescat de la llengua materna, la millora de l'economia familiar i la protecció del medi ambient. Hi poden també participar homes, encara que la seva junta directiva només està constituïda per dones.

Los hombres no han sido parte de la directiva, porque ellos dicen que nosotros fuimos las luchadoras para que existiera esta organización, y que ellos estaban vivos, y no muriendo a esas edades de 50 años, porque nosotras fuimos muy resistentes. Ellos eran jóvenes y veían lo que nuestros papás nos decían y todo, y ellos dicen que no era justo que nosotras lleváramos tanto insulto. Entonces ellos dicen que no quieren ser de la junta directiva, que mejor que sigan las mujeres. Ellos siempre dicen que nosotros pensamos buenas cosas, y que sigamos. Ellos no están en estos momentos como con ganas de llegar al poder, de quitarle el poder a las mujeres, ellos están conscientes de que fuimos las luchadoras y quieren que sigamos de líderes. Siempre es lo que han dicho ellos.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Las mujeres son las fundadoras, entonces, nosotros, cuando hacemos asamblea, cuando la junta directiva se vence, cuando vamos a votar, nosotros no votamos por un varón, sino a las mujeres, ya todos son conscientes de decir, gracias mujeres, que ustedes pudieron hacer esto por nosotros, y que sean siempre ustedes las que brillen siempre ahí. Y no hay ningún hombre que diga que no, porque todos están agradecidos y saben que esa es una verdad, que si esas mujeres no hubieran pensado eso no tuviéramos el trabajo que tenemos, un trabajo que en la mañana estamos trabajando y en la tarde estamos en el hogar con nuestra familia, que verdaderamente eso es algo bonito, que no tenemos que salir a otro lado.

(EMA02, soci de Stribrawpa, comunicació personal)

El nombre de persones associades a Stribrawpa està al voltant de les quaranta, dinou dones i vint-i-un homes, encara que no tothom està actiu al mateix temps, de tal manera que les que treballen realment poden ser unes trenta-cinc. Un cop constituïda l'associació, la seva assemblea va determinar que les noves admissions, excepte les de fills i filles de les persones que ja eren banda, havien de pagar cinc-cents mil colones (més o menys uns mil cinc-cents dòlars), que poden ser aportats en un màxim de temps de cinc anys. Però mentre no s'ha acabat de pagar la contribució no es tenen plens drets en l'associació.

Cuando empezamos nosotros no cobrábamos nada, creo que pasamos como quince años sin cobrar nada. Pero después, pasados los quince años, ya nosotros teníamos bienes y todo, y nosotros dijimos que no es fácil crear una organización y después que otro llegue suave y que no le cueste nada. Teníamos que cobrar lo que cuesta hacer todo esto, más que todo que lo que está hecho es aporte de los asociados, entonces no debería de ser que uno después mundo entre gratis. Entonces empezamos a hacer reglas, reglamentos para entrar a la organización.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

4.
RESULTATS
STRIBRAWPA

Stribrawpa va estar present també en el procés de conformació de l'associació ACTUAR, on la seva principal dirigent, va arribar a ser vicepresidenta i presidenta de la junta directiva. Formar part d'ACTUAR les va ajudar especialment per promocionar-se i que comencessin a arribar turistes de forma regular, a més d'aprendre a millorar la qualitat dels serveis oferts i els procediments de gestió, la qual cosa va possibilitar que poguessin treballar directament amb diverses tour-operadores. Això va permetre que seguissin funcionant quan ACTUAR va ser dissolta a finals de 2018.

Actualment el principal ingrés de la comunitat és el turisme. Entre 2014 i 2018 les arribades anuals han oscil·lat al voltant de les mil dues-cents o mil-trescentes. D'aquestes visites aproximadament la meitat passen la nit a la comunitat (una o dues, com a molt) i l'altra meitat només es queda durant el dia. Disposen de sis albergs amb capacitat per a trenta persones i dos menjadors dins de la mateixa comunitat. A més, han habilitat un programa per a rebre a persones voluntàries, que passen una temporada a la comunitat i que poden donar suport en diferents treballs comunals, com reparar o construir alguna infraestructura, o bé si es queden per més temps poden col·laborar en la gestió administrativa de la mateixa iniciativa turística. En aquests casos s'allotgen en cases de famílies i no en els albergs col·lectius. La gran majoria dels turistes que reben són persones estrangers i, en ordre d'importància, els seus països de procedència són: França, Alemanya, Espanya, Estats Units i Canadà. Arriben a Yorkín fonamentalment a través de tour-operadores i, en menor mesura, de manera directa a través del seu perfil a Facebook, però sempre amb reserva prèvia.

Tiene que mandar un correo electrónico o venir por medio de una agencia que nosotros conocemos, sino no se le atiende, porque no viene con una recomendación.

(VPO1, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

El principal atractiu per al turisme, a més del viatge en canoa pel riu Yorkín des Puerto Bambú, que pot durar entre una i dues hores, depenent del nivell de l'aigua del riu, segons l'època de l'any, i de la visita a la comunitat, és la participació en diverses activitats de caràcter cultural.

Tenemos el proceso de chocolate. Se empieza desde la finca a explicarles cómo es una mata de cacao, cuanto tiempo dura, cómo se fermenta, cómo se seca, el tostado, y luego ya el proceso de preparar el chocolate en pasta y comerlo. También les enseñamos cómo se tira con arco y flecha, que es como nuestros abuelos cazaban peces y animales del bosque. También les enseñamos a tejer las suitas para los techos. Contamos historias bribri, y les enseñamos algunas palabras también.

(DPO1, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

El treball vinculat amb el turisme s'organitza en diferents rols i de forma rotatòria. En els diferents treballs participen tant dones com homes, a excepció dels boters, que són només homes, per la força física que suposa, segons expliquen.

4.

RESULTATS

STRIBRAWPA

Hay boteros, cocineras, guías, saloneros, los que preparan la cama, los que lavan, los que limpian, los que hacen las actividades culturales. Todos trabajamos, los treinta y cinco que somos, en forma rotativa. Digamos, tenemos personas que solo trabajan en guías, otros en cocina, otros en actividades culturales, otros en los botes, que esos sí son solo hombres, ninguna mujer va allí porque se necesita mucha fuerza. De forma rotativa quiere decir que, por ejemplo, si somos siete guías, hoy le toca a una persona y mañana a otra, y así es que todos trabajamos iguales.

(DP01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Les retribucions per cada tasca no són fixes, sinó que depenen del nombre de turistes que s'atenen i de l'esforç que es considera que suposa, amb tarifes establertes en l'assemblea de l'associació. Els treballs que reben major remuneració són els de boters, cuineres i guies, i els que menys reben tenen a veure amb alguna activitat cultural, com ensenyar el procés d'elaboració de la xocolata, explicar històries del poble Bribri o ensenyar a tirar amb arc i fletxa.

Després del turisme, en importància la següent font d'ingressos de la comunitat és el cacau, que es va tornar a conrear amb altres varietats més resistents a la monília i amb un millor manteniment. A continuació, l'altre producte rellevant són els plàtans, que cada quinze dies es talla i es porta a vendre a Puerto Bambú. Així mateix, totes les famílies produeixen en les seves parcel·les grans bàsics i altres tubercles i fruites per al seu autoconsum.

Per tal d'evitar una dependència excessiva en relació amb el turisme van prendre la decisió que totes les persones involucrades en l'associació en alguna de les seves activitats tenen l'obligació de produir aliments a les seves respectives parcel·les familiars i vendre part de la seva collita a l'associació.

Yo trabajo como cocinera. En temporada alta tres días por semana, y en temporada baja quizás una vez por semana. Y cuando no trabajamos aquí, entonces vamos para la finca. La finca es de toda la familia, trabajamos todos, también mi esposo y mis hijos. No la abandonamos nunca.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Nosotros estamos metidos en el turismo, pero no con esa idea de que solo el turismo, hacer solo el turismo, y olvidarnos de todo. En nuestras mentes no es eso, sino buscar solo una parte de algo, de un medio, y la otra parte es la agricultura, la producción. Entonces no es que digamos que todos los días lleguen, por decir algo, 50 personas, porque esto estuviera hundido todo esto, sino buscar un medio.

(EMA02, soci de Stribrawpa, comunicació personal)

També s'han habilitat mesures de control a través del seu reglament intern per incidir davant possibles comportaments considerats incorrectes, especialment dels homes com, per exemple, ser irrespectuós amb una companya de feina, ser violent amb la seva parella o gastar-se en alcohol els diners dels seus ingressos en treballs per a

4.
RESULTATS
STRIBRAWPA

l'associació i desatendre la seva família. Si algú incompleix el reglament en alguna d'aquestes qüestions que tenen a veure amb el seu comportament personal pot ser amonestat.

Todos esos reglamentos se leen a la persona cuando llega y se le pone un papel para que lo firme que él está de acuerdo y que se compromete a cumplirlo. Lo hemos hecho por el licor, más que todo por el licor. Se les da beneficios, pero no para gastarlo en guaro, sino en beneficio de su familia.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Hay un reglamento que dice que el socio que entre aquí es para estar mejor con su familia, para que esté bien con sus hijos, para que tenga una economía un poco mejor, no dice que es para andar borracho tomando, para eso son las leyes. Todo socio que entra aquí le leemos el reglamento de lo que es la organización y si ellos dicen sí, sí, entonces ellos ya saben que si hay algo malo serán castigados, y ya a varios les hemos puesto las sentencias. Nosotros los advertimos antes que pase, y ya no se pueden poner enfadados, porque ya les hemos avisado, porque eso es como irrespetar a la organización. El reglamento tiene muchas cosas, como eso de faltar el respeto a su compañera de trabajo, como drogadicción, como que se lleva los bienes de la organización, todo eso será castigado, multado.

(CSM02, soci de Stribrawpa, comunicació personal)

Al seu torn, i per tal d'evitar que l'èxit turístic de la comunitat provoqués l'arribada d'un gran nombre de persones procedents d'altres comunitats en recerca de feina, van decidir donar suport a la posada en marxa d'altres iniciatives turístiques i assumir que no voldrien sobrepassar més de mil-cincentes turistes l'any.

Al principio nos preocupamos porque muchas personas se estaban asociando en la organización. Nos preocupamos porque entonces teníamos que aumentar de visitantes para que pudiera alcanzar para todos. Pero hemos hecho un plan estratégico, hemos trabajado en ese plan, y dijimos que era mejor organizar a otras comunidades, dos e Costa Rica y dos en Panamá, para que puedan tener sus ingresos. Mejor que los visitantes se repartan y que no se nos concentren todos aquí, eso es lo que estamos haciendo. Y nosotras las apoyamos y buscamos los amigos que tenemos para que ayuden también al otro lado.

(BM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

La meta a la que queremos llegar son mil quinientos turistas por año. Esa es la meta que buscamos. Nosotros creemos que con mil quinientos tenemos para todos.

(DP01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Vea, con mil quinientas personas estamos bien, porque no queremos ser millonarios tampoco, queremos estar viviendo mejor, esa es la palabra, que no nos haga falta el arroz en su casa y con sus hijos, que todos estén bien.

(CSM02, soci de Stribrawpa, comunicació personal)

4.

RESULTATS

STRIBRAWPA

Les famílies que no són de l'associació reben diversos beneficis de forma indirecta per la presència del turisme a la comunitat, ja sigui per la compra d'aliments dins la comunitat o per la creació d'infraestructures i equipaments d'ús comunal, com és el cas del col·legi d'educació secundària.

Aquí lo que ofrecemos al turista son productos de la comunidad, entonces si nosotros los socios no tenemos se le compra a cualquier persona que tiene de la comunidad. Por ejemplo, pollos, verduras, frutas. Entonces, si alguien de aquí no tiene y un vecino tiene piña, por ejemplo, se le compra, entonces, igual recibe beneficio. También lo que es la secundaria, que fue tramitado por donaciones por la asociación, porque antes aquí no había secundaria, y los muchachos llegaban a primaria y no seguían.

(DPO1, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Ahora hay trabajo en la comunidad, la gente ya no se va porque no haya trabajo.

(DPO1, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Se ha rescatado lo que es la cultura. Antes, por ejemplo, ya nadie quería consumir las cosas naturales de aquí. Entonces ahí se ha rescatado un poco. Y si usted ve, la escuela, el colegio, nuestras casas, todo está hecho como es la cultura de nosotros.

(DPO1, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)



Stribrawpa, Costa Rica. Imatge d'Ernest Cañada.

4.
RESULTATS

STRIBRAWPA

IMPLICACIONS PER A LES DONES

L'experiència de Stribrawpa és fonamentalment un procés d'empoderament d'un col·lectiu de dones que aconsegueix transformar la seva comunitat i integrar una part dels homes en una nova dinàmica social més equitativa i de major benestar per a tothom. El seu desenvolupament parteix d'un context hostil, en què els homes de la comunitat s'oposen al seu procés d'organització i han de vèncer aquests obstacles, que en alguns moments van arribar a ser molt durs i desagradables. Incorporar des del seu inici un programa de capacitació en equitat de gènere les ha permès anar transformant actituds i comportaments, tant de les dones com dels mateixos homes que volen integrar-se en l'associació. A més, desenvolupen una sèrie d'estratègies organitzatives que vetllen perquè puguin mantenir aquests avenços, com un reglament que regula sobre certs comportaments personals o, encara que l'associació sigui mixta, que la seva directiva segueixi en mans de dones.

Una les implicacions que ha tingut per a les dones de l'associació, més que guanyar autonomia i capacitat de decisió, que la prenen des d'un inici, ha estat la transformació efectiva del comportament dels seus marits i fills, de manera que, a més d'un major benestar material, han conquerit un major nivell d'equitat de gènere en la seva comunitat. Són diversos i nombrosos els testimonis que mostren evidències d'aquests canvis.

Mi padre no le daba oportunidad a mi madre a tomar decisiones, ni a ser parte de un grupo, ni que pudiera salir a alguna parte, para ellos, su concepto era que la mujer tenía que tener hijos, cuidar, lavar, y que cuando ellos vienen atenderlos. Eso era el concepto de ellos en tiempos atrás. Hoy en día, con todos esos cambios de capacitaciones, el hombre ayuda a la mujer a lavar en la casa, a cocinar, a limpiar, cuida los bebés, y si hay que ir a una reunión ellos se quedan cuidando.

(PM02, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Los hombres han cambiado. Ahora, si yo tengo que irme a San José, mi esposo se queda con los niños y él los atiende, los ve. Han visto que la idea que nació de mujeres ha funcionado, que no solo beneficia a la mujer sino a toda la familia y a la comunidad.

(DP01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Ahora los maridos también trabajan en casa, cocina, lavan. Antes no lo hacían. Cuando empezamos nuestra organización dijimos que no, que teníamos que tener trabajo los dos, tanto en el campo como en la casa, porque si tenemos hijos, los hijos no son solo de la mamá, también de los papás. Imagínese que cuando nosotras comenzamos teníamos que recibir capacitaciones porque éramos las líderes de la organización y los chiquitos había que dejarlos, entonces los papás los cuidaban, sabían que las mujeres iban a reuniones y a traer proyectos para la comunidad.

(FM01, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

4.
RESULTATS

STRIBRAWPA

Antes los hombres aquí eran machistas. Ahora no, ahora ellos comprendieron que las cosas no son así, que todo tienen que ser igual. Ellos cambiaron por medio de la organización, con talleres que se hacen.

(SC02, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Mi esposo ha cambiado también, y él en todo te está ayudando. Si hay que ayudar en la casa, él de ayuda, y nosotros también en el campo le ayudamos, trabajamos en conjunto, no es solo que él trabaja en el campo, llega a la casa y ya, no, ahora el hombre trabaja también, termina con uno haciendo lo que hay que hacer en la casa. Ayudan a lavar, ayudan a cocinar, ayudan a cuidar a los niños, cuando no estamos nosotros. Si estamos en una reunión, ellos están con los niños en la casa. Y si ellos no están, nosotros estamos en la casa con los niños, entonces compartimos el trabajo de todo, todo el trabajo de todo. y Anteriormente lavar trastos era una vergüenza para los hombres, antes ver a un hombre en una cocina era difícil y les daba vergüenza estar en la cocina, era difícil para ellos que otro compañero los viera lavando porque se sentían mujeres. Pero con las capacitaciones ya todos iban entendiendo y se fueron quitando eso.

(BM02, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Yo me acuerdo que a mí a veces me llamaban a San José y yo, digamos, si estábamos reunidos decía que estaba bien, pero cuando iba para la casa yo iba pensando, ¿cómo le digo para yo poder salir? Yo tenía que decirle que iba a salir hasta dos o tres días iba y que él tenía que quedarse cuidando a los niños, y eso a él no le gustaba, pero tenía que aceptarlo porque los niños estaban pequeños. Teníamos cinco hijos y estaban pequeños. Pero se fue acostumbrando con el tiempo, y en dos años hizo el cambio y no tenemos problemas. Y ahora aquí hay jóvenes que se han criado dentro de la organización, y ahora tienen su familia y siempre tienen ese carácter de ayudarse uno a otro entre pareja, que cuidan atentos a sus hijos, que si hay que cocinar cocinan, que si hay que lavar lavan, y si tienen que cuidarlo, los cuidan.

(PM02, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)

Alguns homes de l'associació s'expressen en un sentit similar sobre les transformacions que han viscut en la comunitat.

Hace unos 50 años atrás, los hombres aquí eran muy machistas, ellos eran los que gobernaban. Decían: se tiene que hacer esto y la mujer tenía que hacerlo. Ahora, gracias a Dios, pienso que ya han dejado mucho ese orgullo, porque ahora el valor es por igual, ellos han llegado a saber que en realidad ambos valen igual. Yo en mi casa friego, lavo, cocino, porque yo pienso que el hombre tiene que hacer eso también, tiene que aprender a defenderse. Hay personas que nos han dicho que eso es trabajo de mujer, que no tenemos que ver en eso, pero ni modo, si hay que hacerlo hay que hacerlo, en el caso mío yo lo hago.

(GP02, soci de Stribrawpa, comunicació personal)

4.

RESULTATS

STRIBRAWPA

Cuando mi esposa tiene que salir entonces cocino yo, friego platos o lavo la ropa. Antes no lo hacíamos, pero vino un estudio de liderazgo moral y entonces fue que empezamos a valorar el trabajo de la casa y que no solamente tiene que ser la mujer, sino que el hombre también tiene que ayudar. Algunos hombres dicen que eso es trabajo de mujer, pero a veces la mujer está ocupada en otra cosa, o viene cansada, y hay que ayudar.

(JB02, soci de Stribrawpa, comunicació personal)

D'altra banda, un dels indicadors més clars del procés de transformació i empoderament que han viscut les dones de l'associació Stribrawpa és que, a més de la direcció de la iniciativa turística, han estat triades i han assumit càrrecs de representació en altres àmbits. Així, per exemple, una de les sòcies ha estat presidenta de la Junta de Vecinos de Yorkín i de la Junta de Salud i una altra ha arribat a ser presidenta de ACTUAR i forma part de la Junta Directiva de l'Asociación de Desarrollo Indígena Bribri de Talamanca, que agrupa les vint-i-comunitats del territori indígena i és el principal àmbit de govern al territori indígena Bribri.

Nosotros, como Stribrawpa, siempre hemos dicho que tenemos que participar para que alguien de Stribrawpa quede dentro de la junta de vecinos, porque si nosotros no participamos y participan personas que no son de Stribrawpa, nos van a tirar machete, como dicen, entonces tal vez por eso siempre pensamos que mejor participamos miembros de Stribrawpa.

(PM02, sòcia de Stribrawpa, comunicació personal)



Stribrawpa, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTATS**4.2. Models per a una anàlisi d'impactes de gènere**

En cap dels casos estudiats la introducció del turisme va ser plantejat de forma expressa amb l'objectiu de transformar les relacions de gènere en un sentit més equitatiu i per empoderar a les dones. El que es proposava era fonamentalment superar una situació de crisi rural i incrementar i diversificar les fonts d'ingressos de determinades economies camperoles, i reduir així la seva vulnerabilitat davant d'una situació de canvi negatiu. Només en el cas de Stribrawpa podria considerar-se aquesta situació, però l'empoderament de les dones que van impulsar aquesta iniciativa va ser anterior, i en paral·lel, al creixement del turisme. Però en aquest cas tampoc es podria afirmar que el procés d'empoderament fos conseqüència buscada del desenvolupament turístic.

No obstant això, el que sí es pot percèbre a través dels diferents casos analitzats és que la consolidació d'una oferta turística comunitària, sota diferents formes d'organització i gestió, va donar lloc a canvis diversos en les relacions de gènere i, en alguns casos, va estar vinculada també a un procés d'empoderament de les dones que van participar en aquestes iniciatives. La profunditat d'aquests canvis va variar significativament entre unes experiències i unes altres, de tal manera que no és possible afirmar de manera concloent que el turisme comunitari transformi les relacions de gènere i empoderi a les dones. No obstant això, a partir de les experiències estudiades podem identificar factors organitzatius i de gestió que contribueixen més o menys a que aquests processos de canvi tinguin un determinat sentit. Així, és possible proposar tres models explicatius dels impactes del turisme comunitari en les relacions de gènere:

A) PRIMER MODEL: BAIXA TRANSFORMACIÓ.

Es produeix quan les iniciatives de turisme comunitari són gestionades per cooperatives grans i organitzades prèviament al voltant d'alguna activitat agrària, com podria ser el cas de Los Pinos a El Salvador, Finca Magdalena a Nicaragua o Los Campesinos a Costa Rica. En aquests casos les estructures de govern de les iniciatives estan en mans d'homes, sota els esquemes que tradicionalment han predominat en aquest tipus d'estructures organitzatives. El desenvolupament del turisme està vinculat a certa capacitat d'inversió que permet posar en marxa formes de gestió col·lectiva centralitzada, sobretot en els allotjaments i serveis d'alimentació. La tendència és que es creïn llocs de treball que són ocupats de manera significativa per dones, amb una clara segmentació horitzontal i vertical del treball. Està associat també a baixos salaris, en correspondència amb la legislació laboral de cada país, i escàs reconeixement públic. Així, les transformacions en les relacions de gènere són limitades i no s'identifiquen processos d'empoderament clars per part de les dones. Per a moltes d'elles aquest model permet que puguin trobar feina remunerada en les seves mateixes comunitats i no es vegin forçades a haver d'emigrar per tenir un salari, al mateix temps que poden tenir un major nivell d'autonomia econòmica pel que fa a les seves parelles. No obstant això, disposar d'una feina remunerada fora de la llar no necessàriament comporta processos d'empoderament.

4. RESULTATS

En alguns casos la participació i assumpció de càrrecs de responsabilitat per part de les dones, o fins i tot l'elaboració de polítiques de gènere, està vinculada fonamentalment a demandes d'actors externs amb què aquestes organitzacions han establert relacions de col·laboració. De vegades, això pot donar lloc a respostes artificials per satisfer els finançadors, i tenen poc recorregut en termes pràctics. No obstant, quan això va acompanyat de polítiques de capacitació al llarg del temps, centrades en les anàlisis de gènere, com ha ocorregut en el cas de Los Pinos, pot facilitar que els canvis siguin més consistents i que puguin obrir-se pas nous lideratges per part de dones cooperativistes, com sembla estar produint-se en aquesta iniciativa.

B) SEGON MODELO: MITJANA TRANSFORMACIÓ.

Es produeix quan el turisme és gestionat a través d'estructures de caràcter familiar i són les dones les que s'ocupen fonamentalment de l'activitat turística. Aquest podria ser el cas de la UCA Mirafior i l'Ecoposada El Tisey a Nicaragua i, en part d'ASOPROLA pel que fa al programa de voluntariat amb allotjament en cases de família. En aquest tipus de situació, en la qual hi ha menor capacitat, o interès, d'inversió en estructures de gestió col·lectiva centralitzada, l'atenció al turisme es produeix a través de les famílies participants en les seves llars, o en cabanes pròpies en les mateixes parcel·les.

A les cases es produeix una clara divisió de tasques per gènere, mentre les dones s'ocupen de l'atenció i, sobretot, de la convivència quotidiana amb les persones que els visiten, els homes es concentren en les activitats agropecuàries, en tasques de construcció i el manteniment de les infraestructures i, en ocasions, en el guiat. Les dones acostumen a cobrar i gestionar els recursos vinculats al turisme. En els casos analitzats s'ha descrit amb freqüència l'increment de càrrega laboral per a les dones que pot suposar aquest model de gestió, però al mateix temps tenen més control i autonomia dels recursos econòmics generats. Aquest aspecte és ressaltat de manera molt emfàtica per diverses de les dones participants. D'altra banda, gràcies als ingressos que entren a la família per mitjà del turisme, els homes semblen acceptar millor que les dones tinguin una major participació en activitats formatives o de coordinació fora de casa seva. Això facilita també que les dones disposin de més espais propis per compartir amb altres dones en els quals es pot trencar l'aïllament i generar dinàmiques de reflexió compartida. Així mateix, aquest nou paper de les dones gestionant recursos propis pot derivar en un major reconeixement públic. Finalment, el contacte quotidià amb turistes sembla contribuir a un increment de la seguretat i la confiança de les dones en elles mateixes. També possibilita espais íntims en els quals compartir amb altres persones que no són de les seves comunitats i, en particular, amb altres dones, converses i reflexions sobre les relacions de gènere o aspectes com la maternitat o el desenvolupament personal. En aquest tipus de situacions les dinàmiques de canvi en les relacions de gènere semblen ser més grans que en el model anterior. No obstant això, els processos d'empoderament es poden veure limitats si no es disposa d'estructures col·lectives més àmplies per capacitar-se o consolidar processos de canvi més enllà de l'àmbit familiar.

4. RESULTATS

Tot i la descripció de majors canvis des d'una perspectiva de gènere dels models basats en estructures familiars sobre les estructures col·lectives centralitzades, aquesta forma d'organització pot comportar un altre tipus de problemes que caldria prendre també en compte. Així, el desenvolupament turístic a partir de bases familiars pot accentuar les desigualtats entre famílies dins d'una mateixa comunitat, en la mesura que les comunitats no són homogènies i hi ha diferències prèvies que el turisme pot accentuar, donat que qui pot gestionar turisme són les famílies que es troben en millors condicions de partida (Gascón, 2013), tret que siguin molt conscients d'aquests riscos i habilitin mecanismes correctors, com els que va posar en marxa en els seus inicis la Cooperativa Nuevo Amanecer de l'UCA Mirafior a Nicaragua, i així incorporar a totes les seves integrants en les gestió turística, tot i que les cases d'algunes d'elles no estiguessin en bones condicions.

C) TERCER MODEL: ALTA TRANSFORMACIÓ.

Es produeix en estructures de gestió col·lectiva centralitzada en iniciatives dirigides per dones o on aquestes tenen un paper molt rellevant en la seva direcció. Aquest podria ser el cas de Stribrawpa i, en certa mesura, d'ASOPROLA, totes dues a Costa Rica. En aquests casos es parteix d'un empoderament de les dones que es tradueix en la mateixa gestió de la iniciativa, amb decisions que busquen explícitament corregir les desigualtats de gènere i les situacions de discriminació. Disposar d'espais propis de formació i reflexió orientada a generar aquest tipus de canvis de forma conscient es converteix en un factor fonamental de transformació. En aquests casos els processos d'empoderament provoquen canvis també en la dinàmica familiar, amb la generació de processos més equitatius dins de les famílies. Així mateix, tot això es tradueix en que el paper de lideratge d'algunes d'aquestes dones no es limita exclusivament a la iniciativa turística, sinó que es desenvolupa també en altres àmbits de la comunitat o més enllà d'ella.

A excepció del cas de la Cooperativa Nuevo Amanecer, integrada a la UCA Mirafior, cap altra iniciativa analitzada està formada exclusivament per dones. En aquesta cooperativa, però, els volums de turisme gestionat són bastant limitats i concentrats en alguns moments de l'any. Això ha limitat les possibilitats de transformació que poguessin estar vinculats amb l'impuls del turisme. Es podria, per tant, valorar la necessitat de tenir en compte dins d'aquest model altres casos gestionats exclusivament per dones. En el cas de Stribrawpa, dirigit només per dones, i en el d'ASOPROLA, on tenen un paper directiu molt rellevant, el que sí es pot observar és que aquest protagonisme de les dones en el desenvolupament turístic impulsa propostes més equitatives i inclusives per al conjunt de les seves comunitats.

5.

CONCLUSIONS

La pretensió de poder tenir respostes definitives i en termes absoluts a la pregunta de quin paper té el turisme comunitari en les relacions de gènere sembla tenir una difícil resolució. El debat sobre aquesta qüestió està situat en una situació de bloqueig, donat que la multiplicació d'estudis de casos aïllats amb resultats dispars no genera suficient consens al voltant d'unes conclusions prou robustes. Metodològicament es poden prendre algunes opcions que ajudin a intentar sortir d'aquesta situació i realitzar anàlisis més matisats i atents a la complexitat que comporten aquest tipus de processos socials. Un d'aquests passos pot ser la realització d'anàlisis comparatius conjunts en la mateixa investigació tenint en compte determinades variables, com les formes d'organització i gestió de l'activitat turística, que poden mostrar un ampli ventall d'opcions segons diferents contextos i opcions institucionals. No obstant això, no serien aquestes les úniques variables a tenir en compte. Així, caldria tenir en compte també factors com, per exemple, d'on sorgeix la iniciativa i què la impulsa. La investigació pot obrir-se a altres elements de comparació. D'altra banda, disposar de suficient perspectiva històrica en l'anàlisi de les experiències de turisme comunitari pot ajudar a contextualitzar i entendre millor els processos de canvi en curs, i evitar així lectures massa puntuals i, en alguns casos, superficials.

En la literatura disponible sobre els canvis en les relacions de gènere i possibles processos d'empoderament de les dones en iniciatives de turisme comunitari, tot i estar molt polaritzada, també és possible identificar visions matisades, atentes a la possibilitat que, a més de produir-se o no transformacions en profunditat, o que requereixin de processos d'ajuda tècnica externa amb enfocament de gènere, puguin visualitzar-se també canvis més graduals i fins i tot contradictoris que poden interpretar-se en una dimensió temporal més llarga. Aquest estudi s'emmarca en aquesta perspectiva. A partir de l'anàlisi de set experiències de turisme comunitari a El Salvador, Nicaragua i Costa Rica, en les que s'ha realitzat treball de camp al llarg del temps, s'han pogut identificar dos tipus de processos: 1) si bé el turisme comunitari no es promou necessàriament com una forma de transformar les relacions de gènere, sinó que fonamentalment pretén ser una resposta a situacions en les quals s'ha aguditzat la crisi rural, el seu desenvolupament dóna lloc a nous escenaris en els quals aquests canvis són possibles, tal vegada més que amb altres opcions productives; 2) la intensitat i profunditat d'aquests canvis de les relacions entre homes i dones es veu influenciada en gran mesura per les formes organitzatives i de gestió adoptades per aquestes iniciatives. Així, s'identifiquen tres possibles models a partir de les experiències tingudes en compte. Un primer model, basat en estructures de gestió

5. CONCLUSIONS

col·lectives centralitzades, vinculades als processos de transició de cooperatives agropecuàries en què els homes mantenen un fort control del conjunt d'activitats de la iniciativa, que dona lloc a baixos nivells de transformació en les relacions de gènere. Aquest tipus d'experiències generen ocupació no tradicional remunerada en les comunitats que pot ser assumit per algunes dones, però els canvis en les estructures familiars i cooperatives mantenen dinàmiques de desigualtat tradicionals, tret que hi hagi un esforç exprés per incidir en elles. Un segon model es desenvolupa en aquells casos en què la unitat bàsica d'atenció i servei al turisme es dona en l'àmbit familiar. Aquí es pot produir un major nivell de transformació en la mesura que les dones són els que assumeixen el protagonisme de l'atenció i també són els que gestionen els ingressos generats per aquesta activitat. Sota aquest model, igual que en l'anterior, es pot accentuar la càrrega de treball de les dones ja que la redistribució de tasques domèstiques i de cura entre dones i homes no s'ha produït o és molt limitada. No obstant això, en aquest cas també s'accentua l'autonomia de les dones i semblen produir-se majors canvis a nivell personal, en algunes llars i també en l'esfera pública. Finalment, també hi ha un tercer model, en casos en què les dones són les que han dirigit el procés d'introducció del turisme o ràpidament han assumit el protagonisme en la seva direcció. Sota aquest esquema, les transformacions en les relacions de gènere i en els processos d'empoderament de les dones són molt més grans que en els altres dos, així com els canvis en les seves llars i comunitats, molt més equitatius. A més, aquest procés d'apoderament es tradueix també en un major nivell de responsabilitat d'algunes d'aquestes dones en altres espais de presa de decisió tant de les seves comunitats com més enllà.



Stribrawpa, Costa Rica. Imatge d'Ernest Cañada.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Acharya, B. P., & Halpenny, E. A. (2013). Homestays as an Alternative Tourism Product for Sustainable Community Development: A Case Study of Women-Managed Tourism Product in Rural Nepal. *Tourism Planning and Development*, 10(4), 367–387.
- Anderson, J. (2011). Políticas públicas y mujeres en el Perú. En AA.VV. *Mujer rural: cambios y persistencias en América Latina* (pp. 1-36). Lima: CEPES.
- Araujo, M. (2016). Community-based tourism with emphasis in gender: case study at Morro Santo Antônio Community, Municipality of Itabira-MG. *Caderno Virtual de Turismo*, 16(2), 34–61.
- Bensemann, J., & Hall, C. M. (2010). Copreneurship in rural tourism: exploring women's experiences. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(3), 228–244.
- Boonabaana, B. (2014). Negotiating gender and tourism work: Women's lived experiences in Uganda. *Tourism and Hospitality Research*, 14(2), 27–36.
- Burgos, A. & Mertens, F. (2017). Participatory management of community-based tourism: A network perspective. *Community Development*, 48(4), 546–565.
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembre*, 5(1), 121–131.
- Cañada, E. (2013). *Turismo en Centroamérica. Un diagnóstico para el debate*. Managua: Editorial Enlace.
- Cañada, E. (2014). *Turismo comunitario en Centroamérica. Experiencias y aprendizajes*. Managua: Editorial Enlace.
- Cañada, E. (2017a). Contribución del turismo comunitario a la economía campesina: la Cooperativa Los Pinos en El Salvador. En J. Gascón y C. Milano (Eds.). *El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas indígenas?* (pp. 111–137). La Laguna (Tenerife): PASOS, Colección PASOS Edita, no 18.
- Cañada (2017b). Estructuras de intermediación turística procomunitarias. La experiencia comercial de ACTUAR en Costa Rica. *Gazeta de Antropología*, 33(1), edición online: <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=4973>.
- Cañada, E. y Fandiño, M. (2009). *Experiencias de turismo comunitario en Nicaragua. Aportes a la economía campesina*. Managua: Editorial Enlace.
- Cohen, E., & Cohen, S. A. (2012). Current sociological theories and issues in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2177–2202.
- Díaz-Carrión, I. A. (2010). Ecoturismo comunitario y género en la Reserva de la Biosfera de Los Tuxtlas (México). *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1), 151–165.
- Duffy, L. N., Mowatt, R. A., Cnacellor, H. C., & Cárdenas, D. A. (2012). *Machismo–Marianismo and the involvement of women in a community-based tourism project in Ecuador*, South America. *Tourism Analysis*, 17(6), 791–803.
- Espeso-Molinero, P., Carlisle, S. & Pastor-Alfonso, M. J. (2016). Knowledge dialogue through Indigenous tourism product design: a collaborative research process with the Lacandon of Chiapas, Mexico. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(8-9), 1331-1349.
- Fernández Aldecua, M. J., & Martínez Barón, L. A. (2010). Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género? *Cuadernos de Turismo*, 26, 129–151.
- Flores, D. y Barroso, M. de la O. (2011). La mujer en el turismo rural: un análisis comparativo de género en el Parque Natural Sierra de Arcena y Picos de Aroche (comarca Noroccidental Andaluza). *Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 10, 39-69.
- Flores, M., Bratescu, A., Martínez, J.O., Oviedo, J.A. y Acosta, A. (2002). *Centroamérica: el impacto de la caída de los precios del café*. México DF: CEPAL, Serie Estudios y Perspectivas, 9.
- Forsac-Tata, D. (2016). Community-based tourism in the South West region of Cameroon: Opportunities and challenges for women. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, 21(3), 1–15.
- Fuller, N. (2013). ¿Es el turismo una oportunidad para las mujeres? In J. Gascón, S. Morales, & J. Tresserras Juan (Eds.). *Cooperación en turismo: nuevos desafíos, nuevos debates* (pp. 123–136). Barcelona: Foro de Turismo Responsable - Xarxa de Consum Solidari; COODTUR; Universitat Oberta de Catalunya - Laboratori del Nou Turisme; Universitat de Barcelona.
- Galich, F. (1991). El teatro de la Revolución (1970-1987). *Revista Iberoamericana*, LVII (157), 1045-1058.
- García Palacios, C. (2015). Género y turismo comunitario: perspectivas de empoderamiento para las mujeres indígenas de la Comunidad de Santa Bárbara en Cotacachi, Ecuador. *TURyDES. Revista de Investigación En Turismo y Desarrollo Local*, 8(19), 31 p.
- García, C. (2017). Empoderamiento, mujeres indígenas y turismo comunitario en Cotacachi (Ecuador). In J. Gascón & C. Milano (Eds.), *El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas?* (pp. 161–176). Tenerife: PASOS, Colección PASOS Edita, 18.

REFERÈNCIES
BIBLIOGRÀFIQUES

- Gascón, J. (2013). The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: the value of the Social Vocation of the Territory concept. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(5), 716–731.
- González, R. e Izcara, C. (2019). *Oferta y condiciones del turismo rural comunitario en las provincias de Salta, Jujuy y Tucumán, Argentina*. Barcelona: CETT-UB, Proyecto final de Grado en Turismo.
- Hernández-Asensio, R. y Pérez-Galán, B. (eds.) (2012). *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio Cultural, Pueblos Indígenas y Nuevas formas de turismo en América Latina*. La Laguna-Lima: PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural - Instituto de Estudios Peruanos.
- Mendoza, M. M. y Chapulín, J. de V. (2015). Turismo, trabajo femenino y empoderamiento de las mujeres en Bahías de Huatulco, Oaxaca-México. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 24(2), 316–335.
- Milano, C. y Gascón, J. (2017). Introducción. Turismo y sociedad rural, o el extraño caso del doctor Jekyll y Mr. Hyde. En J. Gascón y C. Milano (Eds.). *El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas indígenas?* (pp. 5-21). La Laguna (Tenerife): PASOS, Colección PASOS Edita, no 18.
- Moreno, D. (2018a). *Cómo elaborar un diagnóstico de género y turismo en un contexto rural*. Barcelona: Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, núm. 5.
- Moreno, M. & Cole, S. (2019). No sustainability for tourism without gender equality. *Journal of Sustainable Tourism*, 0(0), 1–17. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1588283>.
- Moswete, N., & Lacey, G. (2015). "Women cannot lead": empowering women through cultural tourism in Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 600–617.
- Movono, A. & Dahles, H. (2017). Female empowerment and tourism: a focus on businesses in a Fijian village. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(6), 681–692.
- Murguialday, C. (2015). ¿El turismo rural comunitario contribuye al empoderamiento de las mujeres? La experiencia de la UCA Tierra y Agua en Nicaragua. In AAVV (Ed.), *¿Equidad de género en el turismo? Muchas sombras y algunas luces. Aproximación a tres experiencias de turismo no convencional* (pp. 21–62). Madrid: Foro de Turismo Responsable.
- Ortiz, S., Ospina, P., Arboleda, M., y Santillana, A. (2008). La estrategia de pro-moción del turismo en Cotacachi, Ecuador. En Ranaboldo, C. y Schejtmán, A. (Eds.). *El valor del patrimonio cultural, Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas*. Lima: IEO, RIMISP.
- Pérez, B. y Fuller, N. (2015). Turismo rural comunitario, género y desarrollo en comunidades campesinas e indígenas del sur del Perú. *Quaderns*, 31, 95–119.
- Phommavong, S., & Sörensson, E. (2014). Ethnic tourism in Lao PDR: gendered divisions of labour in community-based tourism for poverty reduction. *Current Issues in Tourism*, 17(4), 350–362.
- Rodríguez, G., & Acevedo, A. (2015). Cambios en la vida cotidiana de las mujeres a través de la incorporación al trabajo turístico en El Rosario, Michoacán, México. *El Periplo Sustentable*, (29), 5–33.
- Ruiz-Ballesteros, E. (2017). Socio-ecological Balance in Community-based Tourism Experiences: a Research Proposal. In R. Butler (ed.). *Tourism and resilience* (pp. 41-452). Wallingford: CABI.
- Ruiz-Ballesteros, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P. y Del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador: Comprendiendo el community-based desde la comunidad. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 399-418.
- Scheyvens, R. (2000). Promoting women's empowerment through involvement in ecotourism: Experiences from the third world. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(3), 232–249.
- Scheyvens, R. (2007). Ecotourism and gender issues. In J. (ed. Higham (Ed.), *Critical Issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon* (pp. 185–213). Oxford: Elsevier.
- Swain, M. B. (1995). Gender in tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 247–266.
- Tran, L. & Walter, P. (2014). Ecotourism, gender and development in northern Vietnam. *Annals of Tourism Research*, 44(1), 116–130.
- Tucker, H. & Boonabaana, B. (2012). A critical analysis of tourism, gender and poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 437–455.
- Vizcaino-Suárez, L. P., & Díaz-Carrión, I. A. (2018). Gender in tourism research: perspectives from Latin America. *Tourism Review*. DOI: <https://doi.org/10.1108/TR-02-2017-0021>.
- Walter, P. (2011). Gender analysis in community-based ecotourism. *Tourism Recreation Research*, 36(2), 159–168.
- Yanes, S. (2019). Entrevista a Norma Fuller: "Me pregunto si la sobrevaloración de los emprendimientos turísticos como forma de combatir la pobreza no es sino una forma más de sobrecargar a las mujeres". *Turismografías*, 22/07/2019.
- Zorn, E., & Farthing, L. C. (2007). Communitarian tourism hosts and mediators in Peru. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 673-689.

Una publicació de

ALBA SUD 
investigación y comunicación para el desarrollo

www.albasud.org

Amb el suport de



**Generalitat
de Catalunya**



**Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament**

ISBN: 978-84-09-14359-7



9 788409 143597