

LOS PUEBLOS INDÍGENAS Y LA INDUSTRIA TURÍSTICA: ALGUNAS PAUTAS DE BUENAS PRÁCTICAS



ÍNDICE

La necesidad de tener pautas internacionales	5
Nuestra propuesta	6
Cómo usar las pautas	9
Los principios rectores del turismo indígena responsable	10
Algunas pautas para diseñar experiencias turísticas (pautas 1 a 8)	13
Algunas pautas para operar experiencias turísticas (pautas 9 a 15)	17
Algunas pautas para comercializar experiencias turísticas	21

RECONOCIMIENTOS

Varias personas contribuyeron a estas pautas, entre ellas, los líderes del proyecto, Jamie Sweeting, presidente de Planeterra Foundation y vicepresidente de Emprendimientos Sociales y Sostenibilidad de G Adventures, y Seleni Matus, directora ejecutiva del Instituto Internacional de Estudios Turísticos de la Universidad George Washington, quienes advirtieron la necesidad de contar con una guía práctica que fuera útil para las empresas de viajes involucradas en el turismo indígena y supervisaron su creación. La gestión de proyectos fue provista por Kelly Galaski, directora de Programas Internacionales de Planeterra, y Anna Barrera, becaria de investigación del Instituto Internacional de Estudios Turísticos, y los estudiantes graduados de la Universidad George Washington Elizabeth Jordan, Gabriela Aguerrevere Yanes y Jill Christmas brindaron otras investigaciones y el apoyo necesario.

Leah Shelly, directora de Participación Internacional para G Adventures, contribuyó con el trabajo de investigación de su master, *Cómo trabajar mejor con los proveedores de turismo indígena*, el que ofreció reflexiones en primera persona de emprendedores indígenas, los que brindaron la perspectiva de la comunidad para las pautas. Pilar (Pitu) Espeso-Molinero, Universidad de Alicante, doctora en Planificación y Gestión de Turismo, ofreció sus comentarios sobre la metodología de investigación.

El panel de revisión de expertos incluía a Keith Henry, presidente y CEO, Casey Vanden Heuval, director de Desarrollo de Negocios y Alianzas, Asociación de Turismo Indígena de Canadá; Ben Sherman, presidente, World Indigenous Tourism Alliance; Camille Ferguson, directora ejecutiva, Asociación Amerindia de Turismo Nativo de Alaska; Jaranya Daengnoy, directora, Instituto de Turismo Basado en la Comunidad de Tailandia; Edward Hall III, especialista en Transporte y coordinador de Turismo, Agencia de Asuntos Indios, Departamento de Interior de los E.E.U.U.; John King, presidente, Southern Travel Holdings Ltd.; y Judy Kepher Gona, fundadora, Sustainable Travel and Tourism Agenda.

Otros participantes que colaboraron con la revisión fueron Hannah Messerli, profesora Eisenhower de Políticas de Turismo y presidente del Instituto Internacional de Estudios Turísticos de la Universidad George Washington, y los miembros del personal de Planeterra Adrienne Lee, Panot (Tung) Pakongsup, Joel Callañaupa, Alanna Wallace y Rhea Simms. Entre los revisores del equipo de G Adventures estuvieron Jackie Garrity, Sarah Miginiac, Julie Fitzgerald, Yves Marceau y Andrea Giroux. Evidence Ndhlovu, administrador de proyectos comunitarios de African Impact, y Shiva Dhaka, fundador, y Rajju Maskey, administrador de Ventas y Operaciones de Royal Mountain Travel, también revisaron los contenidos.

Fotografía de la portada:
Una integrante de la comunidad Santiago de Ajencha de Bolivia se para orgullosa frente al recientemente renovado Jukil Lodge.



La presidente del Grupo de Mujeres San Antonio de Belice pinta cerámicas mayas.



LA NECESIDAD DE TENER PAUTAS INTERNACIONALES

La supervivencia cultural de los 370 millones de indígenas del mundo pende de un hilo. Atrapadas entre las presiones de modernizar y conformar a las sociedades predominantes, muchas de estas comunidades, a menudo aisladas, han tenido una relación cada vez más comprometida con sus ricas tradiciones culturales, historias y lenguas. No solo se ven amenazadas culturalmente, sino que con frecuencia las comunidades indígenas están entre los pueblos más empobrecidos y desfavorecidos del mundo. Debido a las pocas opciones que encuentran, los pueblos indígenas escogen explotar sus preciosos recursos naturales como medio de supervivencia económica.

El turismo puede ofrecer una alternativa viable: una manera de garantizar que el tejido cultural y los recursos ambientales de las comunidades indígenas permanezcan intactos para ellas y sus niños, mientras funcionan como incentivo para proteger sus bienes comerciales. Las empresas de viajes que interactúan con comunidades indígenas poseen una responsabilidad especial, la de ayudarlas a resguardar sus recursos, y también pueden cumplir un papel clave al ayudarlas a lograrlo.

Las siguientes guías prácticas –diseñadas a lo largo de un año por el Instituto Internacional de Estudios Turísticos de la Universidad George Washington, G Adventures y Planeterra Foundation– se crearon para ser usadas por las empresas de viajes que trabajan con comunidades indígenas en todo el mundo. Están destinadas a fomentar la conducta responsable y guiar buenas prácticas comerciales que atiendan y protejan los intereses de las comunidades indígenas y las empresas de viajes, así como a producir experiencias auténticas, respetuosas y gratificantes para los viajeros.

NUESTRA PROPUESTA PARA DISEÑAR UNA BUENA GUÍA

El Instituto Internacional de Estudios Turísticos de la Universidad George Washington, G Adventures y Planeterra Foundation trabajaron juntos para definir algunas buenas prácticas para las empresas de viajes. Durante el curso de un año, nosotros:

1. revisamos textos y declaraciones y códigos existentes establecidos por comunidades indígenas, asociaciones y ONG;
2. realizamos investigaciones primarias con proveedores de turismo indígena y viajeros;
3. diseñamos principios rectores para lograr prácticas comerciales respetuosas;

4. establecimos un conjunto de pautas con sus correspondientes acciones concretas;
5. pedimos a un panel de revisión de expertos en turismo indígena y profesionales de operaciones turísticas que nos ofreciera sus comentarios sobre el borrador de las pautas;
6. usamos los comentarios para producir las pautas finales.

Los socios del proyecto trabajarán con empresas de viajes durante los próximos 12 meses para hacer una prueba piloto de las pautas y garantizar su aplicabilidad. Los resultados de la prueba piloto se incorporarán al documento final.

Un guía del Parque de la Papa comparte sus conocimientos sobre las especies de papas nativas de su comunidad.





Una integrante de la comunidad Santiago de Agencha de Bolivia prepara una comida para los visitantes.



Unas mujeres masái reciben turistas en su comunidad.



CÓMO USAR LAS PAUTAS

Las pautas tienen como fin ofrecer un marco de buenas prácticas comerciales. Es importante destacar que las pautas no son estándares, sino que apuntan a impartir un comportamiento comercial responsable y culturalmente sensible. La idea es que se adapten para encajar con las condiciones locales y se ajusten con el tiempo.

Es posible que algunas de estas pautas tengan que ser personalizadas en función del tamaño de la empresa turística, la disponibilidad de recursos y dependan de si la relación primaria se efectúa entre la empresa de viajes y una comunidad indígena o un emprendedor que provee productos y servicios turísticos. En algunos casos, tal vez las empresas de viajes deseen considerar trabajar con socios en la ONG y consultar a las comunidades antes de poner en práctica las pautas.

Aunque todas las pautas son aplicables a las comunidades con turismo limitado o sin turismo, las empresas que llevan visitantes a las comunidades que tienen una amplia experiencia turística necesitarán modificar las pautas en función de estas. Por ejemplo, una empresa de viajes que lleva un grupo pequeño de visitantes a una comunidad cada seis meses para que disfruten de un restaurante local no necesitará gastar tanto tiempo investigando sobre el gobierno, las leyes y las costumbres de la comunidad, como una empresa que diseña infraestructura comunitaria a fin de llevar cientos de visitantes de manera frecuente. Incluso las condiciones de las comunidades vecinas pueden diferir de gran manera, dependiendo de su tamaño, experiencia, la cantidad de visitantes que reciben y la escala de sus iniciativas turísticas. En algunos casos, las condiciones políticas y la marginalización del pueblo indígena pueden afectar la adopción y la implementación de algunas pautas en particular.

En el momento de determinar si una pauta se aplica a una situación en particular, las empresas de viajes pueden ser objetivas preguntándose si un tercero, por ejemplo, acordaría en que la pauta en cuestión se implantó de manera razonable. En otras palabras, ¿la pauta se corresponde con la situación? ¿La situación justifica la implantación de la pauta? Las pautas están divididas en tres subsecciones: diseño, operación y comercialización de experiencias turísticas. El personal de la empresa de viajes puede enfocarse en una o más de estas secciones, según corresponda, y usar las acciones elementales correspondientes como lista de verificación.



Un anfitrión de una casa de familia prepara una comida para los huéspedes en Tailandia.

LOS PRINCIPIOS RECTORES DEL TURISMO INDÍGENA RESPONSABLE

Los siguientes principios se usan como base para diseñar nuevos productos y experiencias turísticas, son el fundamento de las pautas descritas en todo el documento.

La participación plena y eficaz

Asegúrese de que las comunidades y los proveedores indígenas participen en todas las discusiones estratégicas y tomas de decisiones en base a los dictados de sus leyes y costumbres tradicionales. Las empresas de viajes deberían tener informados a las comunidades y proveedores indígenas sobre todas las decisiones comerciales relevantes.

La participación equitativa

Asegúrese de que las comunidades indígenas sean tratadas como socios comerciales iguales y que entiendan claramente las implicaciones de todos los arreglos para garantizar una participación equitativa. Las mismas comunidades indígenas, más que la empresa de viajes, debería determinar su nivel de participación en las actividades turísticas.

El consentimiento informado

Informe a las comunidades indígenas de cualquier actividad que pueda afectar su bienestar y asegúrese de que sean libres de ejercitar su derecho a la autodeterminación.

Los valores comerciales

Respete los valores tradicionales, las costumbres y las convenciones en todas las transacciones comerciales.

La compra local

Dé prioridad a los proveedores indígenas cuando compre y ofrezca bienes y servicios. Se debe tratar a estos proveedores de manera justa y promocionarlos adecuadamente.

El respaldo de la comunidad

Garantice que existan relaciones comerciales justas y equitativas con los proveedores y las comunidades indígenas. Ofrezca empleo directo y oportunidades de capacitación a las comunidades indígenas locales.

La propiedad local

Asegúrese de que los miembros de la comunidad indígena sean propietarios y obtengan beneficios directos de los productos y servicios turísticos.

El empleo digno

Respete los derechos laborales, provea entornos de trabajo seguros para los empleados y garantice un pago mínimo de un salario mínimo vital (el que suele ser mayor que el salario mínimo y un reflejo de los costos de vida locales) y ofrezca oportunidades de progreso.

Las leyes y las prácticas consuetudinarias

Entienda, respete y acepte las normas tradicionales, los derechos de propiedad de las tierras y los sistemas de gestión.

Los conocimientos tradicionales

Haga todo el esfuerzo posible para garantizar que los conocimientos tradicionales y sus representaciones –incluidas las obras de arte, las artesanías, las ceremonias, los rituales, las artes escénicas y todos los bienes tangibles– estén protegidos de la explotación comercial. Los operadores turísticos solo deberían usar los conocimientos tradicionales de las comunidades turísticas con el consentimiento pleno de la comunidad.

La protección de la herencia cultural

Asegúrese de que las tierras tradicionales, los territorios y los sitios y recursos sagrados se usen con el pleno conocimiento y consentimiento de las comunidades y estén protegidos contra la explotación.

La supervisión y la evaluación

Las empresas de viajes deberían garantizar que existiera un proceso implementado para registrar el impacto de la relación comercial a fin de minimizar los posibles resultados negativos y asegurar los resultados positivos. También procúrese de que exista un proceso para resolver posibles reclamaciones.

La interacción cultural

Promueva interacciones respetuosas entre los visitantes y los anfitriones que fomenten la comprensión intercultural y no perturben las rutinas diarias.

La interpretación colaborativa

Asegúrese de que los relatos y las narraciones difundidas sobre las comunidades indígenas sean precisos y definidos y aprobados por la misma comunidad indígena, con respeto y apreciación por las lenguas tradicionales.

La administración del patrimonio

Trabaje con la intención de conservar los recursos naturales y culturales, y asista a las comunidades indígenas en la administración y protección de sus bienes, los que forman la base de su comercio turístico.



Una anfitrion recibe a visitantes a la casa de familia Barauli, Nepal.



or

La celebración de la cultura San en !Khwa ttu, Sudáfrica.

ALGUNAS PAUTAS PARA DISEÑAR EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

Las siguientes pautas están destinadas a ser usadas por las empresas de viajes cuando diseñan nuevas relaciones con las comunidades y los proveedores indígenas y cuando evalúan las relaciones existentes. **PAUTAS PARA DISEÑAR EXPERIENCIAS TURÍSTICAS**

Las siguientes pautas están destinadas a ser usadas por las empresas de viajes cuando diseñan nuevas relaciones con las comunidades y los proveedores indígenas y cuando evalúan las relaciones existentes.

Borrador

La creación de relaciones

PAUTA 1

Dependiendo de la escala y la naturaleza de la relación comercial con la comunidad indígena, se recomienda que las empresas de viajes realicen investigaciones exhaustivas sobre la organización y el gobierno de la comunidad antes de establecer relaciones comerciales con miembros o proveedores de la comunidad. La comprensión profunda de los distintos aspectos del gobierno y la organización tradicionales es útil para mantener una comunicación eficaz y apropiada culturalmente y para llevar a cabo reuniones. Las empresas de viajes deberían familiarizarse con los siguientes aspectos de los protocolos de la comunidad y los factores relativos al lugar.

- › Las formas de comunicación tradicionales y los procesos de toma de decisiones.
- › El autogobierno y las tradiciones de gobierno y el liderazgo indígena.
- › Las leyes tradicionales/consuetudinarias que puedan afectar las operaciones turísticas.
- › La propiedad de los recursos, incluida la tierra o los territorios reclamados tradicionalmente (donde sea posible determinarlo).
- › Los bienes culturales y la legislación de propiedad intelectual (si existe alguna).
- › Las costumbres y los valores tradicionales relacionados con la manera de realizar negocios.
- › Los problemas históricos y societarios, como la pobreza, el acceso a la educación, la salud, la infraestructura y los servicios, y la marginalización.
- › El grado de comprensión y conocimientos comerciales, la alfabetización, el dominio de matemáticas y lengua de la comunidad.
- › Los salarios y las condiciones económicas locales.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

Cuando se vincula con comunidades indígenas que son nuevas en el turismo o propone ampliar de manera significativa una experiencia existente:

- › Defina el espectro de investigaciones en función de la escala de la nueva relación comercial. Las empresas de viajes pueden garantizar una comprensión amplia de los temas organizativos y de gobierno enumerados anteriormente mediante el diálogo con el proveedor o la comunidad indígena.
- › Comparta la información con todo el personal involucrado en el proceso de planificación.
- › Garantice que los contratos del proveedor reflejen los resultados de los diálogos necesarios.

En el caso de relaciones comerciales existentes o iniciativas de pequeña escala:

- › Comparta la información con todo el personal que participe en el proceso de planificación.
- › Si la relación comercial está creciendo, determine el espectro de investigaciones en función de la escala de la relación en desarrollo.
- › Garantice que los contratos del proveedor reflejen las conclusiones.

PAUTA 2

Identifique, con la comunidad o el proveedor indígena, los individuos y los grupos que participen en la relación comercial o que se ven afectados directamente por esta.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

Cuando se vincula con comunidades indígenas que son nuevas en el turismo o propone ampliar de manera significativa una experiencia existente:

- › Enumere los individuos y los grupos principales que están involucrados en la relación comercial y que serán afectados directamente por esta para asegurarse de que el nuevo producto turístico será diseñado por todos los actores relevantes y que reflejará sus inquietudes e intereses.
- › Comparta la información de las personas interesadas con todo el personal involucrado en la planificación, las operaciones, la comercialización y la supervisión.

En el caso de relaciones comerciales existentes o iniciativas de pequeña escala:

- › Determine si habrá personas o grupos nuevos o que no fueron identificados previamente que se verán afectados por esta relación comercial continua. Esta actividad debería realizarse periódicamente junto con el proceso de renovación del contrato.
- › Comparta las conclusiones con todo el personal involucrado en la planificación, las operaciones, la comercialización y la supervisión.

La participación

PAUTA 3

Establezca un proceso de comunicación continua que esté alineado con los métodos que usan habitualmente el proveedor o la comunidad indígena, que tenga en cuenta la tecnología disponible y que sea claramente entendido por todos los actores relevantes. El proceso de comunicación debería centrarse en desarrollar la confianza y establecer un entendimiento mutuo de las expectativas.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Debata el proceso, los métodos (teléfono, correo electrónico, videoconferencia, etc.) y el cronograma de comunicaciones con las personas a cargo de la toma de decisiones relacionadas con el turismo indígena como parte de los diálogos de relación iniciales.

PAUTA 4

Defina los objetivos de la relación comercial junto con el proveedor o la comunidad indígena teniendo en cuenta los costos y los beneficios. Cuando participe toda la comunidad, y en especial si la actividad turística se desarrolla por primera vez, este proceso requiere una consulta con los actores principales. Dependiendo de la situación y la escala de la colaboración, puede resultar útil a la empresa de viajes incluir a una organización local que tenga experiencia en el desarrollo comunitario y la consulta de personas interesadas para que facilite estos diálogos.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

Cuando se vincula con comunidades indígenas que son nuevas en el turismo o propone ampliar de manera significativa una experiencia existente:

- › Establezca un diálogo con la comunidad indígena para entender la visión y los objetivos de los integrantes con relación al desarrollo turístico, incluida una discusión sobre todos los posibles impactos y beneficios del turismo en la comunidad.
- › Discuta los costos y los beneficios asociados con la relación comercial propuesta para asegurar que exista una comprensión realista del panorama que puede ofrecer el proyecto turístico.
- › Complete los ejercicios de planificación comercial identificando todos los costos asociados y estableciendo un precio justo para la rentabilidad e idoneidad del mercado.

En el caso de relaciones comerciales existentes o iniciativas de pequeña escala:

- › Analice los costos actuales y determine si se necesitan cambios en los precios para garantizar equidad, rentabilidad e idoneidad de mercado.

PAUTA 5

Considere, responda y, si es posible, resuelva los problemas e inquietudes prioritarios que surjan del diálogo con las personas interesadas de la comunidad.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Tenga un registro de los diálogos que se llevan a cabo con las partes interesadas en el que se identifique a quiénes se ha consultado, la fecha, los temas tratados, los problemas principales que surgieron, los comentarios de la comunidad indígena y la respuesta de la empresa de viajes a estos problemas.

PAUTA 6

Establezca un acuerdo en torno a la cantidad de visitantes que la comunidad indígena realmente puede alojar. Este acuerdo debería reverse periódicamente y actualizarse si es necesario.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

Cuando se vincula con comunidades indígenas que son nuevas en el turismo o propone ampliar de manera significativa una experiencia existente:

- › Entable un diálogo con los líderes relevantes de la comunidad para determinar la cantidad ideal de visitantes, la frecuencia de los grupos turísticos y la relación guía turístico/huésped para garantizar que tanto la comunidad como la empresa de viajes obtengan resultados positivos y para prevenir el impacto social y ambiental negativo. Es posible que las empresas de viajes necesiten asistencia de una organización externa para realizar esta actividad, todo depende del tamaño y la escala de la colaboración.
- › Documente los acuerdos principales en el registro que guarda los diálogos con los actores e incorpore el número esperado de visitantes por año en el contrato con el proveedor o la comunidad indígena.

En el caso de relaciones comerciales existentes o iniciativas de pequeña escala:

- › La cantidad de visitantes a la comunidad por año debería reflejarse en el contrato entre el operador turístico y el proveedor, y evaluarse periódicamente en el momento de la renovación del contrato.

El acuerdo comercial

PAUTA 7

Obtenga la aprobación explícita del proveedor o la comunidad indígena para el uso de bienes naturales y culturales, tales como las costumbres tradicionales, la música, las formas artísticas, la comida, los relatos, etc. En el caso de que el proveedor o la comunidad indígena no posean los derechos de propiedad, es imperativo que los derechos de acceso se entiendan con claridad y que se consulte a todas las autoridades externas relevantes.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Confeccione un acuerdo formal, por ejemplo, un contrato de proveedor o Memorando de Asociación, que describa todos los detalles esenciales de la relación comercial, que incluyan los siguientes pero sin limitarse a ellos:
 - El uso de bienes culturales y de tierras y otros recursos indígenas.
 - El volumen de visitantes por año, la frecuencia de los grupos turísticos y la relación guía turístico/huésped.
 - Los costos y los precios justos para la rentabilidad e idoneidad de mercado.
 - La evitación de prácticas anticompetitivas.
 - Las reglas y/o el código de conducta para quienes visiten la comunidad.
- › Asegúrese de que el acuerdo sea entendido por todas las partes y traducido a la/s lengua/s indígenas y revisado juntos, si es necesario.
- › Tenga permisos y acuerdos formales.

La supervisión

PAUTA 8

Dependiendo de la naturaleza y la escala de la colaboración con la comunidad, se recomienda que las empresas se reúnan con los líderes indígenas y otras personas interesadas importantes al menos una vez al año para discutir la visión y los objetivos compartidos, así como el impacto y los beneficios del turismo.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

Cuando se vincula con comunidades indígenas que son nuevas en el turismo o propone ampliar de manera significativa una experiencia existente:

- › Registre el impacto de la relación comercial, prepare un informe resumido y comparta las conclusiones con la comunidad indígena y otras personas interesadas una o dos veces por año. Use las conclusiones de las actividades de supervisión como base para este informe. Ponga el informe a disponibilidad del proveedor o la comunidad indígena. Esto puede incluir traducir el informe a la/s lengua/s indígenas y la impresión para su difusión, si es necesaria. En los casos en los que existe un alto nivel de analfabetismo o la lengua local es oral, es importante acordar con la comunidad la mejor manera de ilustrar las conclusiones.

En el caso de relaciones comerciales existentes o iniciativas de pequeña escala:

- › Utilice este período de contratación anual (o bianual, o de otra periodicidad, en base a la frecuencia de contratación de la empresa) para revisar la relación comercial y los beneficios para ambas partes. Los contratistas pueden hacer preguntas como:
 - ¿El turismo está causando un impacto positivo neto en la comunidad?
 - ¿El volumen de viajeros es óptimo o existen riesgos de sobreexponer a la comunidad, ya sea culturalmente o en relación al uso de recursos naturales, como el agua, por ejemplo?
 - ¿Cuáles son los costos y el flujo de caja para el negocio indígena? Y, ¿el precio es justo para ambas partes?
 - En términos de comportamiento turístico, ¿han habido inquietudes, alguna información que necesite actualizarse con respecto a las reglas o la conducta en la comunidad?
- › Determine si hay cambios que puedan ser necesarios, y cuáles son, para la relación comercial y/u operación en base al diálogo con el proveedor o los líderes indígenas.

**ALGUNAS PAUTAS PARA
OPERAR EXPERIENCIAS
TURÍSTICAS**
**ALGUNAS PAUTAS PARA OPERAR
EXPERIENCIAS TURÍSTICAS**

Borrador

La interpretación

PAUTA 9

Diseñe las experiencias turísticas, incluidos los elementos interpretativos, de una manera que presente la cultura de vida (actual), la lengua, la conexión con los recursos naturales, la historia y los sitios locales que sea coherente con el relato (en su propia voz), los protocolos y los códigos culturales (costumbres) indígenas según lo acordado que sea relevante para la experiencia turística.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Solicite los protocolos y los códigos y las normas culturales para compartir elementos culturales del proveedor turístico indígena. Por ejemplo, pregunte: "¿La comunidad está involucrada en la entrega de la programación cultural al visitante?". Debería ser desde su perspectiva y su voz, y solo debería incluir aspectos de la cultura que la comunidad desee compartir y de la manera que desee compartirlos.
- › Evalúe si la experiencia turística cumple los protocolos y/o los códigos y las normas culturales existentes diseñados por la comunidad indígena para garantizar la autenticidad y proteger sitios, costumbres y recursos sensibles culturalmente. Atienda cualquier vacío que pueda identificarse a través de la evaluación.
- › Provea una descripción de los elementos de la experiencia turística, que incluya la interpretación de aquellos elementos, a los líderes tradicionales para que los revisen y hagan sus recomendaciones para luego incorporarlas.
- › Consiga la aprobación de los líderes tradicionales para la interpretación de los bienes culturales que estarán incluidos en la experiencia turística.
- › Invite a los integrantes de la comunidad indígena a que hablen por ellos mismos y se representen [primera voz].

El empleo y el crecimiento

PAUTA 10

El objetivo de las actividades de turismo indígena debería ser un intercambio cultural significativo entre los visitantes y los anfitriones, que incluya talleres de artesanías o cocina o experiencias basadas en la naturaleza. Considere limitar el tamaño del grupo y/o dividir los grupos más grandes a fin de que las interacciones sean valiosas. Es posible que necesite brindar instrucciones tanto a los anfitriones como a los huéspedes para crear intercambios profundos.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Asegúrese de que en todo momento los viajeros estén acompañados por uno o más integrantes de la comunidad indígena anfitriona, incluido el personal, los proveedores locales y los intérpretes.
- › Ofrezca a los viajeros la oportunidad de relacionarse con varios integrantes de la comunidad, incluidos los mayores y los más jóvenes, cuando sea apropiado.
- › Cree oportunidades informales o desestructuradas, comidas, por ejemplo, para que los visitantes y los huéspedes se relacionen.

PAUTA 11

Ofrezca preferencia de empleo y contratación a los integrantes de la comunidad indígena.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

Cuando sea posible, establezca una política de preferencia de empleo y contratación indígena en todas las solicitudes. Las experiencias de turismo indígena deberían contar siempre con un intérprete indígena.

PAUTA 12

Pague salarios y precios justos al nivel de mercado o por encima de este.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Los salarios y los precios deben ser estables y estar alineados con el promedio local o ser superiores a este (cuando el promedio local es demasiado bajo y no refleja el costo de vida). Este número debería basarse en la investigación sobre las condiciones económicas locales y los salarios promedio del país.
- › Documente las investigaciones y las discusiones con las personas interesadas (vea las Pautas 1, 2, 4 y 5).
- › Cubra los costos de comida, alojamiento y equipos de los empleados y proveedores indígenas, cuando sea apropiado, para que no tengan que cubrirlos de su salario.

La educación de los visitantes

PAUTA 13

Las empresas de viajes deberían proveer información actualizada acerca del tipo de visitantes esperado y sus expectativas a los gestores de empresas, los guías turísticos, los anfitriones y los proveedores indígenas. Por ejemplo: ¿Son mochileros que viajan con presupuesto reducido que son flexibles y cuyas demandas son modestas o es probable que exijan un nivel de comodidad y servicio superiores? ¿Qué idioma hablan? ¿Cuánto saben sobre la cultura indígena?

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Durante la interacción inicial, las empresas de viajes deberían compartir con el proveedor o la comunidad descripciones claras de quiénes los visitarán, así como los estándares de servicio esperados y las necesidades.
- › Los guías y las oficinas que cobran las reservas deberían ofrecer advertencias por adelantado directamente a la comunidad o el proveedor con respecto a las preferencias de comidas, los requisitos de hospedaje, los cambios en la cantidad de visitantes, las cancelaciones, etc., para que puedan anticipar y gestionar las expectativas.

PAUTA 14

Las empresas de viajes deberían establecer un código de conducta para su personal, así como para los visitantes, en una consulta con la comunidad indígena. Supervise y actualice el código de conducta a lo largo del tiempo junto con el proveedor o la comunidad indígena.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Establezca un código general de conducta que puedan usar el personal y los visitantes que se relacionan con las comunidades indígenas.
- › Defina el protocolo que debe emplearse en caso de que ocurra un incumplimiento del código de conducta y comuníquelo al personal y los visitantes.
- › Para cada comunidad, solicite al/los proveedor/es indígena/s o a los líderes tradicionales un código de conducta que pueda entregarse a los guías turísticos con observaciones específicas para el viaje, que incluya orientación acerca de los siguientes temas:
 - Fotografía, grabación, filmación y dibujos
 - Vestimenta
 - Religión
 - Residuos
 - Regateo/negociación
 - Propinas
 - Transacciones comerciales
 - Entrega de obsequios
 - Souvenirs
 - Artefactos
 - Uso del agua y la electricidad
 - Muestras de afecto en público

- Estructura social y respeto a los mayores
- Contacto visual y gestos
- Drogas y alcohol
- Normas durante las comidas

- Comportamiento en las actividades culturales
 - Exploración independiente
 - Áreas sin acceso
- › Incluya códigos de conducta en los manuales y las sesiones de capacitación del personal y exija la confirmación por escrito de su comprensión y cumplimiento. La declaración firmada puede incorporarse a los contratos de los empleados junto con las políticas de la empresa.
- › Comunique los códigos de conducta a los visitantes en forma clara durante la reunión informativa del tour y solicite un compromiso oral o escrito de que los visitantes han entendido y están dispuestos a cumplir el código.

PAUTA 15

Reconozca el conocimiento y las costumbres tradicionales de la comunidad indígena, en especial en lo que respecta a lo religioso, lo medicinal, los conocimientos de plantas y animales y trabaje activamente con la comunidad para prevenir el mal uso, la apropiación y la explotación culturales.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Asegúrese de que la experiencia turística cumpla los protocolos y/o códigos y normas culturales existentes diseñados por la comunidad indígena y que los sitios, las costumbres y los recursos sensibles culturalmente estén representados con precisión y protegidos
- › Familiarice al personal local con los protocolos y los códigos, e implemente un sistema anónimo para reconocer y reportar violaciones observadas o sospechadas del código a los líderes indígenas.



Algunas integrantes de la comunidad Wiwa de Colombia muestran artesanías a los visitantes.



Una integrante de la Cooperativo de Tejido de Mujeres de Ccaccacollo en Perú muestra las técnicas artesanales tradicionales.

ALGUNAS PAUTAS PARA COMERCIALIZAR LAS EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

Esta sección ofrece orientación para los profesionales de comercialización que promocionan experiencias con comunidades indígenas. Estas pautas corresponden a todas las situaciones en las que se representa una comunidad indígena a un público externo.

Borrador

PAUTA 16

Ofrezca a las partes interesadas de la comunidad indígena la oportunidad de aprobar el uso de imágenes y textos relacionados con sus bienes culturales con fines de comercialización.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Obtenga el consentimiento por escrito de la comunidad para publicar o exhibir fotografías, videos, textos y entrevistas.
- › Obtenga pautas de uso de los líderes indígenas para usar dichas imágenes y textos haciendo hincapié en la difusión y el uso de imágenes y arte indígenas.
- › Ofrezca a la comunidad ejemplos del tipo de imágenes y textos usados en los materiales de comercialización de la empresa.
- › Debería obtenerse la aprobación explícita para un artículo destacado; por ejemplo, si una persona será usada en la promoción de un tour en Internet, impreso, etc., debería obtenerse la aprobación de esa persona. En el caso de que haya niños involucrados, el consentimiento para obtener las imágenes y el uso de las imágenes debería pedirse a los padres o los tutores legales o los cuidadores. Vea las pautas específicas sobre niños en *El bienestar de los niños y la industria turística: Pautas de buenas prácticas internacionales*.

PAUTA 17

Eduque a los visitantes antes de su llegada a fin de informales acerca de la comunidad anfitriona para eliminar los estereotipos y promover el respeto mutuo.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Solicite que la comunidad indígena anfitriona provea información, que incluya la historia, las costumbres, algunas frases básicas en la lengua local, un código de conducta, y cualquier otra información que los líderes deseen compartir con los visitantes. Esta información debería incluirse en las observaciones de viaje del guía turístico para ser tratadas con los viajeros antes y/o al arribar.
- › Las costumbres y las reglas específicas que los turistas deberían tener en cuenta, como el código de vestimenta, deberían proveerse en itinerarios en línea y/o distribuirse antes de la visita a la comunidad.

PAUTA 18

Todo el material promocional que esté disponible a través de los operadores turísticos debería representar con precisión y respeto la cultura de vida, la lengua, la conexión con los recursos naturales y la historia de la comunidad de una manera coherente con el relato indígena.

LAS MEDIDAS ELEMENTALES

- › Las empresas de viajes debería solicitar protocolos y códigos y costumbres culturales para compartir la información del proveedor o la comunidad indígena.
- › Compare el material de comercialización con los protocolos y los códigos culturales, en particular con relación al lenguaje usado para describir la historia, la cultura y los nombres de los lugares.
- › En los casos en que los que no hay disponibles protocolos ni códigos culturales, las empresas de viajes y los proveedores debería consultar el material de comercialización disponible al público producido por la comunidad y/o el proveedor para obtener orientación. Documente las fuentes utilizadas.

GLOSARIO

Turismo indígena

Las actividades que se llevan a cabo en comunidades indígenas o en torno a ellas con el propósito de exponer a los visitantes a las costumbres tradicionales y que proveen a las mismas comunidades con los recursos y el incentivo de preservar sus recursos culturales y naturales.

Empresa de turismo basada en la comunidad

Un negocio de servicios operado por una comunidad con la finalidad de proveer a los visitantes experiencias de aprendizaje auténticas. Aunque estos negocios pueden desarrollarse con apoyo público y privado, el objetivo es que se vuelvan autosustentables y generen valor económico para la comunidad.

Comunidad indígena

Una comunidad que ha heredado y continúa practicando un conjunto de tradiciones culturales únicas, las que son diferentes de las de la sociedad predominante que las rodea y se caracterizan por sus normas sociales, culturales y económicas particulares.

Proveedor indígena

Un negocio que es propiedad de los integrantes de una comunidad indígena y está operado por ellos, que ofrece bienes y servicios, tales como comida o actividades y visitas guiadas.

Códigos culturales

Los símbolos y los sistemas de significado relevantes para los miembros de una comunidad indígena en particular.

Apropiación cultural

Tomar o adoptar aspectos de una cultura indígena sin la consulta, el acuerdo y/o el permiso adecuado de esa comunidad.

Actor, persona o parte interesada

Un individuo, grupo u organización con un particular interés y/o inquietud acerca de la planificación, el impacto y los beneficios de los proyectos y las actividades turísticas.



International Institute
of Tourism Studies

THE GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY

