

“Etnoturismo Afro boliviano un Recurso Turístico del Discurso”

**SEMINARIO INTERNACIONAL Y RUEDA DE NEGOCIOS DE TURISMO  
RURAL EN BOLIVIA**

**“NUEVOS MERCADOS Y NUEVAS OPORTUNIDADES**

**TEMA:**

**“Etnoturismo Afro boliviano un Recurso  
Turístico del Discurso”**

Ponentes: Ruth Suxo Martínez  
Wilber Ramiro Maygua Pérez

**Índice**

1. Antecedentes.....	3
2. La imagen turística de Bolivia .....	4
2.1 Principales destinos turísticos .....	4
2.2 Característica de las empresas turísticas en las poblaciones rurales .....	4
2.3 Desventajas para el desarrollo turístico .....	5
2.4 Oportunidades locales para el desarrollo turístico .....	6
2.5 ¿Biopiratería – Etnopiratería? .....	7
3. La cultura afro boliviana un recurso etnoturístico en potencia.....	7
3.1 Características del potencial turístico afro boliviano.....	10
4. Conclusiones .....	13

### **Abstract**

Es necesario mencionar que el turismo no es la panacea del desarrollo regional, por tanto debe ofrecerse información real y equilibrada entre expectativa y entusiasmo de la comunidad, con su potencialidad real e identificando sus debilidades organizativas; mediante este proceso, se pretende mostrar el potencial turístico afroboliviano con la infraestructura requerida para la oferta turística gestionada a partir de un producto rural comunitario.

Las poblaciones afrobolivianas están compuestas por personas de descendencia africana y son parte del Municipio de Coroico, destino turístico en crecimiento donde se desarrolla productos y servicios de forma privada y local.

Estas poblaciones tienen la posibilidad de incorporarse en un proceso de desarrollo turístico con un producto cultural que genere beneficios y fuentes laborales para sus pobladores.

El recurso afroboliviano se constituye actualmente un producto turístico de discurso, porque en la práctica no se tiene ningún emprendimiento tangible gestionado por los mismos pobladores, promocionar toda una cultura para solamente disfrutar de su baile deja con sabor a poco para el visitante y sabor a grandes expectativas para el afroboliviano.

## **1. Antecedentes**

Las formas de promoción y comercialización de los productos turísticos en Bolivia, acude a diferentes paisajes naturales y culturales en la dinámica propagandística en muchos casos de forma integral y visión holística del país.

La reflexión releva que la propaganda del turismo en Bolivia recurre a todos los elementos de medio ambiente, pluriculturalidad y características multiétnicas en un producto diverso y complementario; sin embargo; en la mayoría de los casos, sin existencia de la planta turística o servicios específicos que dinamicen y generen el motor de una cadena productiva logrando el beneficio local por medio de emprendimientos privado-locales o comunitarios.

Un ejemplo claro es la existencia de una propaganda turística masiva de la cultura afro boliviana con varias fuentes de iniciativas no-gubernamentales, gubernamentales, prefecturales, municipales, privadas, y/o microempresas locales.

Contrariamente a esta dinámica, se ha notado que no existe la elaboración de un producto de servicios turísticos real, ningún avance para una promoción coherente de un producto afro boliviano, no existe una estrategia o plan de desarrollo turístico, proyectos de construcción o conformación de una planta turística, así como algún servicio o actividad de forma privada, comunitario o de financiamiento externo que beneficie a la población local.

El presente artículo tiene la premisa que, si se logra direccionar las energías interinstitucionales, se revaliden estudios etnográficos y etnológicos afro bolivianos, se profundicen estudios de los recursos turísticos potencialmente bajo principios de un etnoturismo endógeno<sup>1</sup> y, sobretudo se diseñen planes y estrategias de desarrollo turístico regional, se podrá insertar una opción socioeconómica que dé frente a la situación de pobreza que atraviesan estas poblaciones.

---

<sup>1</sup> Etnoturismo endógeno se entiende como el emprendimiento turístico planificado, ejecutado y monitoreado desde la perspectiva e interpretación local del grupo étnico

## 2. La imagen turística de Bolivia

### 2.1 Principales destinos turísticos<sup>2</sup>

Bolivia, a través del Viceministerio de Turismo, desarrolla el Programa de Promoción de oferta Internacional que tiene como objetivo consolidar la presencia de la oferta turística en los mercados objetivos para promocionar siete clusters turísticos identificados, facilitando las acciones de comunicación en cada mercado.

• Clúster 1: Tocando el Cielo, Lago Sagrado, Montañas y Glaciales
• Clúster 2 : Bosques, Sabanas y Amazonía
• Clúster 3: Desiertos Blancos y Lagunas de Colores
• Clúster 4: Reuniones, Modernidad e Historia
• Clúster 5: Viñedos y Pampa Dorada
• Clúster 6: Riqueza Colonial - Plata y Dinosaurios
• Clúster 7:Grandes Parques Nacionales - La Ultima Reserva

Cada una de ellas trabajadas de acuerdo a las instituciones regionales y locales, como las Prefecturas mediante sus secretarías y las Alcaldías Municipales a través de sus unidades así como del sector de las instituciones privadas.

### 2.2 Característica de las empresas turísticas en las poblaciones rurales

El carácter mega diverso, multiétnico y pluricultural del territorio boliviano ha configurado una múltiple gama de productos de turismo donde la principal es de carácter empresarial privado - externo.

Si bien el paradigma de la mercadotecnia de moda a nivel mundial es la incorporación de sellos verdes en los productos turísticos, bajo el concepto de “ECO = CASA” y colateralmente adscrito a términos de desarrollo sostenible, reducción de impactos, participación local y beneficio equitativo; en la actualidad es un instrumento de discurso y publicidad, puesto que en la práctica estos emprendimientos sólo cuentan con un mirador, algunos jardines, piscina, caídas de agua, empleados indígenas, gastronomía local u otros detalles folclóricos, distorsionando así este concepto o utilizándola como un instrumento propagandístico en una imagen empresarial basada en íconos culturales, étnicos, folclóricos o paisajísticos, nombres con significados

---

<sup>2</sup> Viceministerio de turismo – Bolivia 2007

antropológicos (cosmológicos ó idiosincráticos) sin que exista en ello la participación tangible o real de los actores locales.

Actualmente existe una serie de disciplinas y paradigmas del turismo con prefijos Etno – Eco- Agro, por medio del cual se caracteriza actividades socio productivas, etnoculturales y naturalistas como las que se mencionan a continuación:<sup>3</sup>

Turismo Étnico	Turismo ecológico	Agroturismo
Turismo cultural	Turismo de naturaleza	Turismo en Pueblos Rurales
Turismo religioso	Turismo de salud	Turismo rural
Turismo folclórico	Turismo de aventura	Turismo Educativo
Turismo costumbrista	Turismo deportivo	Turismo Gastronómico
Turismo ritualista	Turismo de servicio ambiental o ecológico	Turismo Técnico Científico

Cada una de ellas con actividades específicas que involucran a diferentes actores insumos, especialidades que les dan el valor agregado y el sello distintivo del emprendimiento. Obviamente existe también un turismo negativo depredador e insensible al cual solo se la puede censurar y en el mejor de los casos denunciar.

### 2.3 Desventajas para el desarrollo turístico

La dinámica de la actividad turística es muy compleja por requerir de varios elementos e instituciones involucradas para una gestión positiva, no en vano se la denomina la *familia turística*, sin embargo; por el sentido real, un emprendimiento en comunidades rurales, indígenas, campesinas tienen mayores desafíos que en las ciudades como la falta de servicios básicos, sistemas de comunicación, capacitación y principalmente el crédito. Existen además otros niveles complejos que alteran el clima organizativo e influyen en los procesos de construcción de gestiones turísticas rurales de los cuales mencionamos los siguientes:

- a) Ausencia de leyes específicas para su protección.

---

<sup>3</sup> LA FORMACIÓN EN TURISMO RURAL. LA EXPERIENCIA DE LA FACULTAD DE AGRONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES ERNESTO BARRERA Coordinador de la Unidad de Turismo Rural Facultad de Agronomía – Universidad de Buenos Aires Documento preparado para ser presentado en el Seminario Internacional de Turismo Rural. 11, 12 y 13 de octubre de 2006. Santiago de Chile.

- b) Escaso ordenamiento territorial y falta de reconocimiento de sus territorios
- c) Ausencia de representación legal
- d) Políticas de desarrollo y explotación de recursos naturales
- e) Factores de ilegalidad: extracción, comercialización de madera cacería furtiva, investigación biotecnológica, cierto tipo de ecoturismo, otros.
- f) Cambio cultural, desplazamiento territorial y subordinación política.
- g) Etiquetaje étnico, exclusión social y racismo: peyorización de su fenotipo, cultura y forma de vida.<sup>4</sup>

#### **2.4 Oportunidades locales para el desarrollo turístico**

Sin la intención de caer en el paternalismo, es necesario trabajar en la posibilidad de recurrir a la cooperación de las instituciones gubernamentales y no-gubernamentales para generar el clima propicio y las condiciones positivas para desarrollarse turísticamente y de esta forma aportar al desarrollo local sostenible y sustentable de las comunidades rurales.

Los ejemplos son claros y precisos ya que no se conocen emprendimientos turísticos indígena o comunitaria exitosa desarrollada de forma individual, por ejemplo; en el Suroeste potosino existen hospederos en las comunidades que ya reciben beneficios reales de la actividad turística, sin embargo; no hubiera sido posible sin la existencia de turoperadoras en los puntos de ingreso, difusión realizada por entidades como el Viceministerio de turismo, la Prefectura del departamento de Potosí, la Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa - REA y las Organizaciones No-Gubernamentales con quienes se desarrollaron procesos de planificación, capacitación y monitoreo que se han conferido desde la gestión 2002 aproximadamente, un verificador de lo expuesto es que en comunidades donde no se iniciaron estos procesos no se han desarrollado emprendimientos o no se tienen conceptos de calidad.

Reiteradamente se menciona que no existen emprendimientos turísticos *COMUNITARIOS* exitosos surgidos de forma independiente, con ello se ratifica la noción de la necesidad de realizar alianzas empresariales y planificar sistemáticamente el desarrollo turístico, si bien existen emprendimientos

---

<sup>4</sup> INFORME SOBRE LA SITUACIÓN DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS AISLADOS Y LA PROTECCIÓN DE SUS CONOCIMIENTOS TRADICIONALES UICN-SUR Alex Rivas Toledo Abril de 2007

COMUNITARIOS, no han sido posible sin la inversión de programas, financiamientos, o proyectos específicos de desarrollo turísticos, como los casos que se conocen y son el puntal del turismo comunitario en Bolivia y que por lo general existen preferentemente en áreas protegidas de Bolivia.

Un sector importante de los productos “ETNOTURÍSTICOS” o “ECOTURÍSTICOS” son de propiedad privada de externos o locales quienes apostaron bajo los riesgos y cambios que conlleva cualquier actividad económica, ésta es al parecer el grueso de la población emprendedora quienes se han ajustado, acondicionado y creando estrategias de mercadeo para la sobre vivencia empresarial.

### **2.5 ¿Biopiratería – Etnopiratería?**

Desde la visión emic<sup>5</sup> del turismo, en las poblaciones rurales se tiene el precepto que quienes ingresan al territorio para realizar estudios, conseguir muestras, registrar datos, completar información, todo ello sin respetar las pautas procedimentales, informar a sus autoridades locales del ingreso, permanencia y salida o, en el mejor de los casos realizar procesos de devolución de información, es directamente condenada como *Biopiratería* o *Etnopiratería*, del mismo modo; la actividad turística oferta el recurso paisajístico, florifauna, cultura, historia, folclore y convivencia con las poblaciones étnicas, negocio por el cual generan sus ingresos sin aportar recursos, fuentes laborales reales o beneficios tangibles entre los pobladores locales; desde este punto de vista se considera en una categoría similar.

Contrariamente al sentido empresarial, las poblaciones locales desconocen el valor turístico que representan sus culturas así como ser parte de una oferta turística por internet. Asimismo, se desconoce los ingresos económicos que se produce y que podría aprovecharse ordenada, sosteniblemente y equitativamente.

### **3. La cultura afro boliviana un recurso etnoturístico en potencia**

Las características multiétnicas del territorio boliviano han identificado una serie de recursos potenciales, ejemplo de ello es la cultura afrodescendiente quienes

---

<sup>5</sup> Dar sentido desde la visión interna del imaginario local. El enfoque emic es la perspectiva del actor local, este enfoque fomenta la visión de los originarios.

## “Etnoturismo Afro boliviano un Recurso Turístico del Discurso”

por su aislamiento han conservado y retroalimentado las características culturales, tradicionales y cotidianas de gran valor para un etnoturismo creciente.

Cultura afro boliviana
Historia y relatos orales de afrodescendientes
Interés de mayores y jóvenes
Clima Sub-tropical agradable
Diversidad de paisajes y florifauna
Lugares paradisíacos sin intervención

Asimismo, el entorno interinstitucional para el desarrollo etnoturístico afro boliviano es propicio por las siguientes características:

Ordenanza Municipal, Resolución Prefectural y Resolución Ministerial han declarado como el 1er municipio turístico de Bolivia.
Crece la demanda turística en Coroico particularmente del ecoturismo
Involucramiento de grupos étnicos en turismo
Acceso de La Paz por carretera Cotapata-Santa Bárbara
Entrada al PN-ANMI Madidi y RB-TCO Píllon Lajas

Uno de los elementos clave para la propuesta es la puesta en el ciberespacio información especializada del grupo étnico afro boliviano, asimismo, existen agencias y turoperadoras que ofrecen visitas a las poblaciones negras aunque no existan algún servicio de oferta al turista, como los que se señalan a continuación.



The image shows a website interface for Coroico, Bolivia. At the top left is the logo for 'visitbolivia.org'. To the right of the logo are three navigation icons: 'inicio' (home), 'imprimir' (print), and 'buscar' (search). Below these icons is the text 'Fundación para la Gestión del Destino Turístico La Paz - Beni'. The main content area is split into two parts: on the left, a dark blue box contains the text 'Coroico' in large white font, with 'primer municipio turístico de Bolivia' in smaller white font below it. On the right is a photograph of a mountain valley with a town at the bottom, partially obscured by mist or clouds.



### Saya Afro-Boliviana

La influencia de los Afros descendientes yungeños se adentra más allá de los confines de sus comunidades de Tocaña, Chijchipa y Mururata. El ritmo candente y singular de la “saya” se baila y canta en todos los festivales folklóricos locales, regionales y nacionales.

Viceministerio de Turismo

[Inicio](#) :: [Noticias](#) :: [Contacto](#) :: [Libro de visitas](#) :: [Recomiende este sitio](#) :: [Comparta su experiencia](#) :: [Libros](#) ::



[Bolivia](#) [Llegar a Bolivia](#) [Conozca Bolivia](#) [Información útil](#) [Imágenes](#)

Lo auténtico aún existe

→ [CONOZCA BOLIVIA](#) : [Actividades](#) : [Cultural](#) : [Cultura afro boliviana](#)

lunes 27 de octubre 2008

Actividades



#### LA CULTURA AFROBOLIVIANA

Este grupo humano llegó a Bolivia durante la época colonial para trabajar extrayendo la plata convirtiéndose en capataces, personal de servidumbre y peones agrícolas. Actualmente una parte de los Yungas (a corta distancia de la ciudad de La Paz).

#### Lugares sugeridos

- Coroico (a 95 Km. de la ciudad de La Paz)
- Irupana (a 135 Km.)
- Coripata (a 118 Km.)
- Chicaloma (a 139 Km.)
- Chulumani (a 119 Km.)
- Yolosa (a 88 Km.)
- fincas aledañas a Nor y Sud Yungas

[noticias.info](#)

agencia internacional de noticias

notas de prensa

[publicar](#)

[24 horas](#)  
[mapa](#)  
[noticias gratis](#)  
[RSS](#)



Fuente : Ayuda en Acción  
<http://www.ayudaenaccion.org/>

#### Una lanza por la cultura afroboliviana

/noticias.info/ La pasada semana se inauguró el primer centro cultural de Tocaña, que forma parte del importante circuito turístico para la comunidad negra de la zona. Tocaña (a 96 km de La Paz) es una comunidad cercana a Coroico en Yungas (La Paz) que se caracteriza por sus bailes en ritmo de saya y su población de origen africano. Y es precisamente en esta zona, y gracias al nuevo centro cultural, donde Ayuda en Acción ha querido trabajar en la preservación y difusión de la historia, bailes y tradiciones de las familias afrodescendientes.



## “Etnoturismo Afro boliviano un Recurso Turístico del Discurso”

Semana Santa, costumbre de intercambiar comida			XX									
Pascua, S. Benito coronan Rey afro			X									
costumbre de haciado de plantas (no se trabaja porque no producen)				XX								
Espiritu, costumbre de Quachas					X							
San Juan se atiza y sirven ponches					24							
Se juega con agua					25							
desfile de teas						15						
desfile escolar y cívicas						16						
Fiesta del Tata Santiago Mururata						25						
Desfiles cívicos por fiestas patrias							6					
Mes para pagos a la tierra							XX					
Virgen de la merced, fiesta Chijchipa								24				
Aniversario de Coroico									20			
Fiesta de Todos Santos										2		
Navidad												25

### c. Costumbres locales

Las actividades culturales locales son de gran convocatoria entre sus pobladores, por tanto efusivos en la convivencia entre sus actores, este es el recurso de gran valor para un etnoturismo programado de los cuales mencionamos los siguientes:

- Costumbre de la coronación del Rey
- Los matrimonios son rituales de raíces africanas
- Los entierros, en el caso de mayores son con cantos del Mauchi y en jóvenes con cantos del huayño negro
- La Samba era bailada por el Rey como apertura al festejo y dar recomendaciones al pueblo; es también la danza de la fertilidad
- El Baile de Tierra, se expresa en el matrimonio afro, es una especie de “cueca negra” con cantos de contrapunteo y coro, toques de tambores con la mano y se baila en pareja.
- El Huayño Negro, es seguido del baile de tierra, se baila en conjunto.

### d. Gastronomía

La alimentación para la comunidad afro boliviana son recreadas cotidianamente ya que no tienen grandes variaciones o alienaciones con productos industriales o la influencia gastronómica urbana, sin embargo en la mayoría de los casos

este arte culinario es la identidad de toda la región yungueña de los que podemos mencionar los siguientes:

- Sopa de guineo verde con mani
- Ají de racacha con charque o conejo
- Ají de misillo (parecido al poroto o frijol)
- Ají de Zapallo
- Laguna de Choclo
- Ají de papa walusa
- Charque con plátano (phuti)
- Rosquetas de yuca
- Phatasca de maíz

#### e. Cuentos y Leyendas

Por las características históricas y etnohistóricas que atravesaron esta población existe en el imaginario colectivo una infinidad de historias orales potenciales para ser recuperadas y transmitirles a los visitantes, el siguiente cuadro es un ejemplo de algunos relatos locales.

- Encanto del Perolani
- Don Efraín y el venado
- El Yuste
- El Mauchi
- La cruz de Yuca

Entre las actividades potenciales a desarrollarse en las comunidades negras se identificaron las siguientes:

- Visita a los pueblos de Chijchipa y Mururata
- Disfrutar de la música Saya afroboliviana
- Disfrutar de la gastronomía local
- Visitar el mirador de la cascada del Perolani
- Visitar los cocales y el secado de la coca
- Visita a la hacienda de Sánchez de Lozada anterior pueblo de Chijchipa
- Visitar el mirador de los yungas en el cerro Pajonal y tumba del Rey B.Pinedo
- Paseos a Caballo
- Compartir los conocimientos sobre la historia oral afroboliviano
- Comprar artesanías
- Participar de sus festividades y costumbres tradicionales

Complementariamente a las actividades identificadas en estas comunidades, se propone desarrollar infraestructura turística y actividades que demanden fuentes laborales e ingresos para los pobladores.

#### **4. Conclusiones**

A partir del análisis realizado se concluye lo siguiente:

- Según los datos emitidos por la Prefectura de La Paz, mediante la Dirección Departamental de Desarrollo Productivo y la Mancomunidad de Municipios de Los Yungas de La Paz, se calcula que 50.000 turistas entre nacionales e internacionales llegan a Coroico sin tomar en cuenta los turistas que llegan mediante la actividad de baking quienes en gran porcentaje retornan a La Paz desde Yolosa.
- El municipio de Coroico se ha consolidado como uno de los destinos importantes a nivel nacional, regionalmente es el que recibe mayor población de visitantes y turistas en los Yungas.
- Los emprendimientos tanto privados como de las comunidades responden de acuerdo a sus posibilidades tanto económicas como empresariales.
- A pesar de obtener información especializada del grupo étnico afroboliviano, a través de medios de comunicación e Internet, también hay agencias y turoperadoras que ofrecen visitas a estas poblaciones sin contar con la presencia de algún servicio de oferta al turista.
- Se cuenta con un sistema de promoción de la cultura afroboliviana solo para verlos bailar saya, sin que exista el producto afro boliviano y sin infraestructura adecuada en las comunidades.
- Se considera que desarrollar un producto ecoturístico afroboliviano permitirá conocer una cultura viva con características étnicas, históricas y culturales, que puede llegar a consolidarse como una actividad exitosa en Bolivia.
- Las poblaciones afrobolivianas poseen gran potencial turístico, cuentan con atractivos naturales prístinos, paisaje yungueño, patrimonio arquitectónico y

## “Etnoturismo Afro boliviano un Recurso Turístico del Discurso”

cultural, además de ser parte del municipio turístico de Coroico y su cercanía a la ciudad de La Paz.

- El producto afroboliviano se constituye en una oportunidad para diversificar el producto en la zona con carácter real, ampliando la estadía de visita en la región de los Yungas.
- Se puede constatar que no existe ningún emprendimiento de familias negras, a pesar del interés en desarrollar la actividad turística que genere algún beneficio en estas comunidades.
- Al contar con un producto afroboliviano, se considera que brindara la oportunidad de crear fuentes laborales, incrementar opciones de desarrollo local, generar un efecto multiplicador de la actividad turística en el resto de la población, reducir los niveles de pobreza, frenar los índices de migración de sus pobladores y alimentar el orgullo de la cultura afro boliviana.