

Bogumiła Lisocka-Jaegermann

TURYSTYKA ETNICZNA W AMERYCE ŁACIŃSKIEJ PRZEGLĄD PROBLEMATYKI BADAWCZEJ

Wprowadzenie

Celem niniejszego artykułu jest dokonanie przeglądu problematyki badawczej związanej z turystyką etniczną – jedną z dynamicznie rozwijających się współcześnie „niszowych” form ruchu turystycznego, w której postrzega się ogromny potencjał rozwojowy (patrz np. R. Foroohar 2002). Przedstawione w drugiej części tekstu przykłady meksykańskich i ekwadorskich ośrodków turystyki etnicznej w których autorka prowadziła badania terenowe¹ ilustrują problemy zarysowane w części wstępnej.

1. Pojęcie „turystyki etnicznej”

Pojęcie „turystyki etnicznej” (*ethnic tourism*, *ethnotourism* lub *ethno-tourism*) pojawia się coraz częściej zarówno w tekstach badaczy zajmujących się turystyką, specjalistów planujących rozwój usług turystycznych jak i w ofertach organizatorów ruchu turystycznego. Nie jest jednak jednoznaczne. Dla większości autorów turystyka etniczna oznacza wyjazdy motywowane zainteresowaniem walorami kulturowymi obszarów i społeczności etnicznych. R.E. Wood (1984) definiuje ją jako „bezpośrednie doświadczanie praktyk odmiennej kultury”. Podobnie określają ją autorzy *Encyclopedia of tourism* (Jafari 2000), w której turystyka etniczna postrzegana jest jako ta „forma turystyki, w której najważniejszą motywacją turysty jest pragnienie doświadczania inności i kontaktowania się z egzotycznymi społecznościami etnicznymi”. Jafari dodaje jednak, że turystyki etnicznej nie należy rozpatrywać wyłącznie jako pewnej formy kontaktu między odwiedzającymi i odwiedzanymi. Inicjuje ona złożone procesy wzajemnych relacji o znaczących następstwach dla tożsamości gospodarzy.

¹ Autorka uczestniczyła w badaniach dotyczących roli turystyki w funkcjonowaniu lokalnych społeczności wiejskich w Ekwadorze przeprowadzonych latem 1997 roku w ramach projektu Zakładu Badań Regionalnych Ameryki Łacińskiej IKR WGiSR (patrz: B. Lisocka-Jaegermann i in. 1999); w Meksyku prowadziła badania własne realizując projekt nt. roli rękodziela ludowego w strategiach społecznych i gospodarczych społeczności wiejskich, m.in. w 1998 i 2000 roku.

W podobnym znaczeniu posługują się terminem „turystyka etniczna” latynoamerykańskie społeczności tubylcze i metyskie². W Ameryce Północnej turystyka związana ze społecznościami indiańskimi częściej bywa określana mianem „turystyki tubylczej” (*aboriginal tourism*)³ lub turystyki plemiennej (*tribal tourism*)⁴. Według jednego z kanadyjskich przewodników dotyczących turystyki tubylczej (*Québec... 2002*) początkowo obejmowała ona swym zasięgiem przede wszystkim produkty związane z polowaniami i wyprawami wędkarskimi. Z czasem pojawiły się też „wizyty w społecznościach tubylczych, odkrywanie ich historii, poznawanie kuchni, tradycyjnych domostw, sposobów przetrwania w lesie, wyprawy kanu, wędrówki po śniegu, ekspedycje w psich zaprzęgach, obserwacje flory i fauny” (*Québec... 2002*, 5).

Valene L. Smith pisząc o Stanach Zjednoczonych posługuje się pojęciem turystyki plemiennej i określa ją za pomocą „czterech H”: *habitat, heritage, history, handicrafts* – odpowiadającym połączeniu „środowiska”, „dziedzictwa”, „historii” i „rękodzieła” (Smith 1997). Mianem turystyki etnicznej określa się natomiast w Stanach Zjednoczonych podróże mające na celu poznawanie dziedzictwa kulturowego małych ośrodków miejskich i zamieszkujących je społeczności⁵. W.W. Gaworecki, odnosząc się przede wszystkim do warunków polskich, ogranicza znaczenie pojęcia „turystyka etniczna” do „turystyki (głównie międzynarodowej) związanej z miejscem pochodzenia, urodzenia i zamieszkania w przeszłości samych turystów i ich przodków” (Gaworecki 2000, 59). Podobnie rozumieją pojęcie etnoturystyki organizatorzy wyjazdów z Nowej Zelandii do Europy – m.in. Szlakami: Dziedzictwa Celtyckiego, Hiszpańskiej Armady, Podbojów Rzymskich, czy Szekspira⁶.

Autorzy zajmujący się turystyką ekologiczną posługuje się pojęciem „ekoetnoturystyki” (*eco-ethnotourism*) (patrz n.p. D. Zaręba 2000) lub etnoekoturystyki (*ethno-ecotourism*) (Belote 2002) określając nim ten typ wyjazdów, który łączy zainteresowania środowiskiem przyrodniczym z zainteresowaniem kulturą ludzi funkcjonujących w tym środowisku. Szersze definicje turystyki ekologicznej traktują kontakty z miejscową ludnością i jej kulturą jako ważny element składowy, stąd też etnoturystyka będzie z ich punktu widzenia integralną częścią turystyki ekologicznej.

Niektórzy traktują turystykę etniczną jako jeden z nurtów turystyki kulturowej czy szeroko rozumianej turystyki poznawczej (Hughes 1996). Według autorów

² Na licznych stronach internetowych poszczególnych społeczności lub miejscowości (www.panamatours.com/ipat/ipat_home/htm; www.bolivianet.com/fundesanch/index.html) oraz w tekście deklaracji Międzynarodowego Indiańskiego Forum Turystycznego w Meksyku (Oaxaca 18-20.03.2002 r.)

(www.rethinkingtourism.org/documents/Declaracion%20de%20Oaxaca.pdf).

³ W Kanadzie działa Aboriginal Tourism Association (patrz: www.attc.ca/p), a przewodniki turystyczne oferują „pakiety tubylcze” („*aboriginal packages*”) – patrz: m.in. *Québec...2002*.

⁴ „Odpowiedzialną” turystyką w społecznościach indiańskich Stanów Zjednoczonych zajmuje się Alliance for Tribal Tourism Advocate (www.atta.indian.com).

⁵ Patrz np. www.livable.com lub www.rethinkingtourism.org.

⁶ Na rok 2004 proponują jednak Nowozelandczykom także wyjazdy śladami Marco Polo, Henryka Żeglarza, hiszpańskich konkwistadorów, co trudno już wiązać z poznawaniem własnych korzeni kulturowych (www.homepages.ihug.co.nz/~slides/ethnotourism – 27.12.2002).

Encyclopedia of tourism (Jafari 2000) granica między turystyką etniczną i kulturową jest co prawda dość płynna, ale w wypadku tej pierwszej obiektem zainteresowania jest pewna konkretna społeczność, a główną atrakcją stanowi jej egzotyka. Ludzie stoją w centrum zainteresowania turysty, gdyż życie codzienne „gospodarzy” wygląda zupełnie odmiennie od codzienności „gości”. Dla turysty „kulturowego” ludzie stanowią na ogół tło doświadczeń innego rodzaju, takich jak np. podziwianie zabytkowych budowli.

Turystyka etniczna może być także traktowana jako element szeroko rozumianej turystyki alternatywnej (Działowska i in. 2000) czy przygodowej⁷. Jest też obecna w koncepcjach agroturystyki i turystyki wiejskiej – podczas pobytu w gospodarstwach wiejskich, czy wiejskich pensjonatach mieszkańcy miast mają okazję poznać tradycyjne sposoby gospodarowania, rękodzieło i inne tradycje folklorystyczne miejscowości czy regionu. W takim kontekście pojawia się czasem pojęcie turystyki folklorystycznej.

W niniejszym artykule będę posługiwała się szeroką definicją R.E. Wooda (1984). Obejmuje ona zarówno doświadczenia kontaktów z kulturą społeczności określających swą tożsamość w kategoriach etnicznych, jak i bezpośrednie kontakty z każdą inną odmiennością kulturową. Przyjęcie jej wydaje mi się o tyle uzasadnione, iż z turystyką etniczną mamy do czynienia w bardzo różnych warunkach geograficznych, społecznych, gospodarczych i kulturowych, a poszukiwana przez turystów egzotyka sprowadza się do pragnienia doświadczenia „inności” sposobu życia, obyczajów, strojów, kuchni. Inność ta niekoniecznie musi być określana w kategoriach etniczności, „tubylczości” czy „plemienności”.

2. Badania nad turystyką etniczną

Turystyka etniczna jest przedmiotem badań antropologicznych, socjologicznych i w nieco mniejszym stopniu geograficznych. Zdecydowana większość studiów skupia się na problematyce interakcji trzech grup:

- społeczności przyjmujących turystów
- turystów
- „pośredników” – organizatorów turystyki etnicznej, przewodników – ludzi ułatwiających kontakt między dwoma pierwszymi grupami, które dzieli znaczny dystans kulturowy.

Pierwsza spośród nich wzbudza największe zainteresowanie badaczy. Wśród poruszanych przez nich zagadnień dominują takie jak: stosunek społeczności przyjmujących do turystów oraz wpływ turystyki na te społeczności – rola turystyki w gospodarce lokalnej, wpływ turystyki na procesy społeczne i kulturowe, zwłaszcza zaś

⁷ Przewodniki dla „turystów przygodowych” wydawane przez „National Geographic”, prócz prezentowania bogatej oferty ekoturystycznej, możliwości uprawiania sportów ekstremalnych, promują także poznawanie lokalnych kultur poprzez bezpośredni kontakt z ich przedstawicielami.

związki jakie zachodzą między istnieniem turystyki i procesami tożsamościowymi. W pracach antropologów turystyki w tym kontekście pojawiają się koncepcje turystyki jako narzędzia akulturacji lub turystyki jako narzędzia rozwoju (Nash 1996).

Studia przypadków prowadzone w różnych zakątkach świata ilustrują wielość odmiennych sytuacji w które wpisuje się turystyka etniczna, ta zaś dostarcza argumentów zwolennikom różnych koncepcji badawczych. Dla jednych turystyka stanowi niekwestionowane zagrożenie dla kultur lokalnych – niszczy autentyczne kultury tubylcze zamieniając je w towar, prowadzi do dezintegracji społeczności lokalnych, podporządkowuje wszystko logice kapitalistycznej konsumpcji, narzuca obce wzorce. Inni postrzegają w niej szansę na podtrzymanie różnorodności kulturowej świata, na powodzenie endogennych koncepcji rozwoju lokalnego w oparciu o lokalne zasoby kulturowe i społeczne, wreszcie na umacnianie, a czasem wręcz konstruowanie lokalnych tożsamości. Dodatkowe dochody uzyskiwane dzięki turystyce mogą być inwestowane m.in. w podtrzymywanie tradycji. Autorzy najnowszych prac, podkreślają, że turystyka etniczna nie jest „zewnątrzną siłą wywierającą wpływ na lokalną grupę etniczną czy kulturową, lecz raczej ważnym elementem rzeczywistości tej grupy” (Jafari 2000, 205).

Rola i charakter turystyki etnicznej wiążą się bezpośrednio z postawami i oczekiwaniami turystów. Choć wiele napisano na temat turysty w świecie nowoczesnym, czy ponowoczesnym konstruując charakterystykę tzw. nowego turysty (Bauman 1993, Mac Cannell 2002), niewielu badaczy próbuje bardziej precyzyjnie odpowiedzieć na pytanie, kim są ludzie uprawiający turystykę etniczną i jakimi motywami kierują się w swych działaniach. Obserwacje poczynione w krajach latynoamerykańskich wskazują na to, że zwolennicy turystyki etnicznej nie są homogeniczną grupą o jednorodnych zainteresowaniach, gustach i potrzebach. Jedni cenią sobie wygodę dobrego hotelu i urok luksusowych restauracji, ale chętnie udają się na organizowane przez renomowanych turoperatorów wycieczki do indiańskich wiosek, czy na tradycyjne targi, oglądają pokazy tańców ludowych i kupują wyroby lokalnych rzemieślników. Inni szukają okazji, by choć na kilka dni „zanurzyć się” w „egzotycznej” rzeczywistości – szukają bliższych, bezpośrednich kontaktów z ludźmi, nawet za cenę rezygnacji z komfortu, czy ryzyka zatrucia pokarmowego. Jedni szukają powierzchownych wrażeń, „zaliczając” kolejne kultury, inni próbują poznawać je jak najgłębiej, starannie przygotowując się do każdej podróży, a jeszcze inni chcą poznawać siebie i w kontaktach z innością szukają przede wszystkim przeżyć o charakterze duchowym. Do takiego rozumienia turystyki etnicznej nawiązuje koncepcja traktująca ją jako doświadczenie przejścia (Nash 1996). Wymieniane w podręcznikach typy „nowego turysty” – takie jak np. „wagabunda”, „konkwistador”, „wędrowiec” i „pielgrzym” (Kaczmarek i in. 2002) są pomocne w rozumieniu różnorodności postaw i oczekiwań turystów, ale nie wyczerpują chyba wszystkich możliwych do zaobserwowania przypadków.

Badania przeprowadzone wśród australijskich turystów etnicznych (Moscardo, Pearce 1999) zdają się potwierdzać wspomniane wyżej obserwacje – zwolennicy

turystyki etnicznej kierują się różnymi motywacjami i w rozmaity sposób postrzegają poznawane atrakcje. W niektórych tekstach można znaleźć pytanie, czy turystyka etniczna jest pewną formą współczesnej turystyki masowej, czy też należy do nowych zjawisk pojawiających się w ruchu turystycznym (Fagence 2000). Choć nie brak opinii, że istnieją zasadnicze różnice między turystą „rekreacyjnym” a turystą „kulturowym” poszukującym możliwości samorealizacji, poszerzenia wiedzy i horyzontów (Stebbins 1997). Pojawiają się też poglądy, iż różnice te nie są w rzeczywistości tak znaczne. Ciekawych obserwacji dokonują autorki artykułu na temat „turystów plecakowych” wędrujących po Meksyku i Gwatemali, opartego na ich własnych badaniach (Działowska i in. 2000). Ich zdaniem, zwolennicy turystyki alternatywnej w coraz większym stopniu przypominają turystów tradycyjnych – zadowalają się powierzchownymi kontaktami z odmiennymi kulturami akceptując ich skomercjalizowaną, na potrzeby turystów, wersję.

Organizatorzy turystyki etnicznej odpowiedzialni za ułatwianie kontaktów między gospodarzami i gośćmi starają się zaspokoić oczekiwania turystów. Muszą znać je równie dobrze jak możliwości gospodarzy. Dlatego rolę tę pełnią przedstawiciele lokalnych czy regionalnych elit. W krajach latynoamerykańskich są to często Metysi (Van den Berghe 1994), lub osiadli na miejscu cudzoziemcy. Funkcję pośrednika mogą wypełniać także przedstawiciele organizacji państwowych czy pozarządowych i samych społeczności odwiedzanych przez turystów – ci ostatni mogą działać w imieniu i na rzecz całej społeczności lub też występować jako prywatni przedsiębiorcy. Wśród turystów modne staje się korzystanie z usług niewielkich, lokalnych agencji turystycznych zakładanych przez przedstawicieli społeczności lokalnych. Informacje na ich temat można znaleźć w przewodnikach turystycznych⁸, a niektóre spośród nich są już dość dobrze znane na rynku międzynarodowym⁹.

Ważnym tematem pojawiającym się w tekstach dotyczących turystyki etnicznej jest „autentyczność”. Poszukują jej turyści pragnący „prawdziwych” doświadczeń. Stanowi więc o atrakcyjności miejsc i zamieszkujących je społeczności. Społeczności te dostosowują się do wymogów turystów, kreują swój „autentyczny” wizerunek. Autentyczność można tworzyć lub inscenizować, w czym aktywnie uczestniczą nie tylko sami „gospodarze” ale i organizatorzy turystyki etnicznej¹⁰.

Biorąc pod uwagę fakt, iż wśród wymienionych problemów przeważają zagadnienia wymagające podejścia interdyscyplinarnego, interesującą perspektywą badawczą,

⁸ Bardzo popularne wśród turystów alternatywnych przewodniki z serii *Lonely Planet* podają sporo informacji na temat lokalnych przewodników, przewoźników, rzemieślników oraz małych organizacji świadczących usługi turystyczne. Społeczności lokalne coraz częściej oferują takie usługi za pośrednictwem stron internetowych.

⁹ Należy do nich np. Amadiba Adventures – działająca w Republice Południowej Afryki agencja etniczna Xhosa (patrz np. Foroohar 2002).

¹⁰ Pragnienie przeżywania „autentyczności” z pozycji turysty, bywa przedmiotem brutalnych żartów, tych którzy postrzegają w nim fałsz. Na stronach www.timicom.com/timitours (02.01.2003 r.) natknęłam się na „ofertę etnoturystyczną” zatytułowaną *Asylum Alley* (Aleja Uchodźstwa). Podróż żadnego autentycznych doświadczeń turysty ma polegać na przyłączeniu się do dowolnej grupy nielegalnych migrantów próbujących przedostać się do bezpiecznego kraju europejskiego.

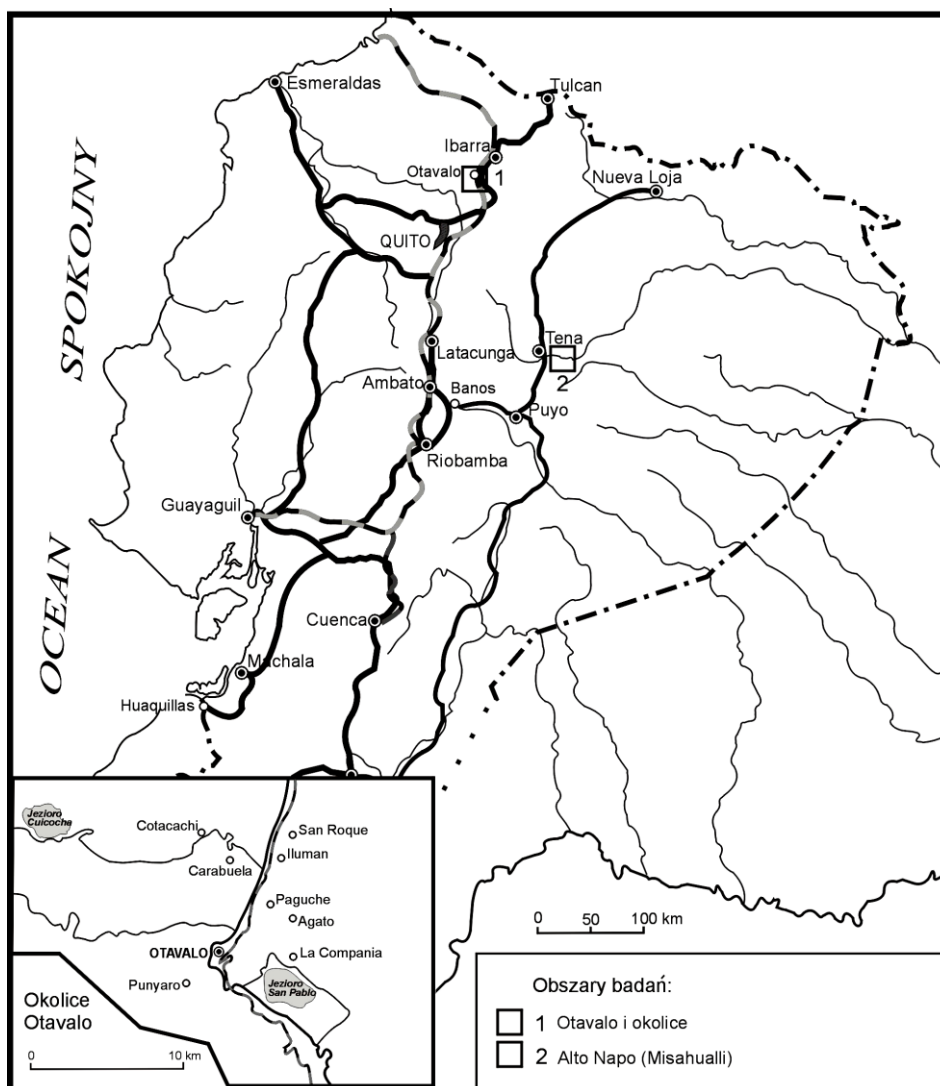
pozwalającą na zrozumienie procesów związanych z rozwojem turystyki etnicznej wydaje się być geografia humanistyczna. Doświadczenia badawcze autorki wyraźnie potwierdzają cytowaną opinię Jafariego, iż ruchu turystycznego nie można traktować jako elementu zewnętrznego, który wywiera taki, czy inny wpływ na poszczególne społeczności – turystyka wpisuje się w rzeczywistość grupy (Jafari 2000, 205), i jest jej integralną częścią. Określa nie tylko warunki gospodarowania, ale i stosunki społeczne oraz przebieg zachodzących współcześnie procesów kulturowych. W koncepcjach geografów humanistycznych poczesne miejsce zajmuje problematyka „miejsca” i tożsamości. Zainteresowania „turystów etnicznych” sprawiają, iż w odwiedzanych przez nich miejscowościach obydwie te elementy ulegają pewnemu „utowarowieniu”. Wizerunek „miejsca” jest świadomie kształtowany, a odrębności kulturowe zamieszkującej je grupy podkreślane. Komercjalizacja „miejsca” i tożsamości, nie musi jednak oznaczać iż kategorie te przestają się liczyć jako ważne elementy miejscowej kultury. Zmiany ich roli i charakteru – można śledzić łącząc badania nad procesami zachodzącymi w sferze społecznej i gospodarczej (np. nad konfliktami społecznymi i nad zmianami w strukturze dochodów ludności) ze studiami nad zjawiskami dotyczącymi sfery świadomości (np. zmianami w postrzeganiu własnej grupy i jej kultury).

W dalszej części tekstu staram się przedstawić przykłady trzech społeczności, które ilustrują przedstawione powyżej poglądy. W dwóch przypadkach: meksykańskiego miasta Oaxaca i ekwadorskiego Otavalo – mamy do czynienia z miejscami od dawna już odwiedzanymi przez turystów zainteresowanych kulturami tubylczymi Ameryki Łacińskiej i stanowiącymi ważne punkty na szlakach turystycznych zarówno „turystów alternatywnych” jak i uczestników zorganizowanych grup, które w program pobytów wypoczynkowych wpisują elementy turystyki kulturowej. „Oferta etniczna” dostosowana jest do potrzeb każdej z wymienionych kategorii – a ruch turystyczny obejmuje swym zasięgiem ośrodki regionalny i okoliczne miejscowości.

W trzecim przypadku – wioski Río Blanco położonej w ekwadorskiej Amazonii, opisuję niewielką społeczność podejmującą próbę wpisania turystyki w swoją egzystencję w ramach projektu eko-etnoturystycznego.

3. Turystyka etniczna w Ameryce Łacińskiej

Główną atrakcją turystyki etnicznej w krajach latynoamerykańskich jest kultura społeczności autochtonicznych. Ich „inności” i „egzotyce” towarzyszy znaczna różnorodność. Wiele spośród społeczności tubylczych funkcjonuje w ramach struktur wspólnotowych, prowadzi tradycyjną gospodarkę, kultywuje tradycje, wpisując się równocześnie w procesy przemian zachodzące w skali regionalnej, narodowej czy globalnej. Magnesem przyciągającym turystów jest między innymi tzw. tradycyjne rękodzieło ludowe. Przewodniki i agencje turystyczne zachęcają nie tylko do kupowania wyrobów ludowych, ale i do wizyt w warsztatach rękodzielników połączonych z pokazem tradycyjnych technik produkcji. Można też wziąć udział w prowadzonych przez lokalnych wytwórców zajęciach i opanować niektóre spośród ich umiejętności.



Ryc. 1. Obszary badań w Ekwadorze
 Źródło: *Azja, Afryka, Ameryka Łacińska*, t. 75.

Fig. 1. The areas of research in Ecuador
 Source: "Azja, Afryka, Ameryka Łacińska" (*Asia, Africa, Latin America*), vol. 75.

Na przykładzie produkcji rękodzielniczej można prześledzić wspomniany już wcześniej problem „autentyczności”. W meksykańskich i ekwadorskich społecznościach wiejskich wyroby rękodzielników nadal pełnią funkcje użytkowe: składają się na wyposażenie gospodarstw domowych (narzędzia rolnicze, gliniane naczynia, maty lub hamaki, kosze), stanowią element tradycyjnych strojów kobiecych

i męskich (haftowane bluzki, tkane spódnice, paski, poncza, kapelusze). „Autentyczność” tych wyrobów potwierdzona jest więc przez ich miejsce w codzienności wsi. Wiele spośród nich bywa też w niezmienionej formie sprzedawana turystom. Większość oferowanych turystom wyrobów jedynie nawiązuje do tradycyjnych przedmiotów. Badacze zajmujący się związkami między produkcją rękodzielniczą i turystyką, proponują posługiwanie się odrębnymi terminami określającymi wyroby przeznaczone dla turystów (Graburn 1976, Cohen 1993). „Rzemiosło turystyczne” i „sztuka turystyczna” mają, ich zdaniem, szereg cech wyróżniających je od wyrobów rękodzieła ludowego. Opierają się na jego tradycjach lecz przekształcają tradycyjne wyroby dostosowując je do popytu i zmieniających się gustów klientów. Z drugiej strony, zachowują specyficzny, „unikalny” charakter pozwalający na zachowanie związków z miejscem, gdzie powstają, świadczący o ich „autentyczności”, bądź stwarzający sugestywne pozory teje. Zmiany dostosowawcze przybierają różne formy i można tu jedynie wymienić niektóre spośród obserwowanych tendencji:

- wzornictwo i motywy wywodzące się z lokalnych tradycji bywają upraszczane i stylizowane w wypadku wyrobów typowo „pamiątkarskich”, które nie mogą być zbyt kosztowne, ale powinny być kojarzone z określonym miejscem; bywa też tak, że wzornictwo wyrobów droższych, przeznaczonych dla kolekcjonerów czy konserwatorów jest wzbogacane przez twórców odwołujących się do odległych, często zapomnianych już tradycji miejscowych; twórcy nierzadko korzystają z pomocy etnologów czy fachowych publikacji;
- materiały stosowane tradycyjnie bywają zastępowane przez nowe, łatwiej dostępne, tańsze (np. syntetyczne nici, czy włóczki zastępujące naturalne i naturalnie barwione – w tkactwie i hafciarstwie); jeśli materiały tradycyjnie stosowane są dostępne – szuka się nowych sposobów ich wykorzystania (np. rzeźby ceramiczne uzupełniają tradycyjne garnaciarstwo); wyroby „tradycyjne” mogą być też wykonywane z dostępnych na miejscu materiałów, których dawniej nie używano, a które przyciągają uwagę nabywców (np. nowe gatunki drewna wykorzystywane przez rzeźbiarzy nie malujących swych rzeźb);
- tradycyjne wyroby są miniaturyzowane – dzięki czemu można sprzedawać je taniej, a turyści nie mają kłopotów z ich transportem (małe, tkane makatki zamiast tradycyjnych dużych tkanin dekoracyjnych); w wypadku niektórych wyrobów można zauważyć tendencję odwrotną – wyroby niegdyś użytkowe „powiększa się” by stały się bardziej dekoracyjne (np. ogromne, drewniane łyżki);
- „postarzanie” wyrobów zwiększa ich atrakcyjność – czyli „autentyczność”, której poszukują turyści (ramy obrazków, czy nawet meble wykonywane ze starych, rozbiórkowych desek; patynowanie ceramiki);
- z tradycyjnych materiałów i przy pomocy tradycyjnych technik wykonuje się atrakcyjne przedmioty użytkowe, bardziej dostosowane do potrzeb współczesnych gospodarstw domowych – (np. kosze na bieliznę, koszyczki na chleb i owoce, czy

wręcz plecione podstawki pod gorące naczynia zamiast koszyków; podstawki, czy tace wykonane z malowanych kafli ceramicznych);

- wyrobom przemysłowym chętnie nabywanym przez turystów nadaje się lokalne „piętno” ozdabiając je przy wykorzystaniu lokalnych motywów (np. haftowane, bądź drukowane w lokalne motywy bawełniane T-shirty), lub opatrując je nowo opracowanymi, atrakcyjnymi plastycznie stylizacjami nawiązującymi do miejsca.

W niemal wszystkich, opisanych wypadkach wyroby i sposoby ich wykonywania otoczone są aurą „lokalności” – wydawane przez samych twórców, bądź ich zrzeszenia broszurki opowiadają o początkach i rozwoju tradycji „zakłetej” w sprzedawanych przedmiotach; opowieści o dawnych mieszkańcach i ich talentach, jakie snują miejscowi, na ogół działający nieformalnie przewodnicy, nie muszą być prawdziwe – wystarczy, że są prawdopodobne, barwne i że zapadają w pamięć. Jeśli interpretują motywy czy tematy przedstawione na nabywanych przez turystów przedmiotach – nadają im sens i przydają im dodatkowej wartości. Badacze opisujący zarysowane powyżej zachowania posługują się takimi terminami jak „tradycja odzyskana”, bądź „tradycja wytworzona” – nie traktując badanych zjawisk jako negatywne, bądź „gorsze” od tradycji, które przez wieki zachowywały ciągłość. Podkreślają, iż we współczesnych czasach, konstruowanie tożsamości grupowej, lokalnej, regionalnej często opiera się na aktywnej interpretacji historii i dziedzictwa kulturowego.

Oaxaca

Miasto Oaxaca jest stolicą meksykańskiego stanu o tej samej nazwie. O jego atrakcyjności turystycznej stanowią liczne i cenne zabytki architektury kolonialnej, bliskość znanych zespołów architektury prekolumbijskiej – Monte Albán i Mitla oraz bogactwo i różnorodność kultur tubylczych. Całości dopełniają wspaniałe krajobrazy i klimat. Miasto jest chętnie odwiedzane przez turystów meksykańskich i przez cudzoziemców. Choć władze stanowe i federalne wspierają rozwój ośrodków masowej turystyki wypoczynkowej w ośrodkach położonych na wybrzeżu Oceanu Spokojnego, takich jak Puerto Escondido czy Bahías de Huatulco, liczba gości pojawiających się w stolicy stanu systematycznie rośnie¹¹. W mieście pojawiają się nowe hotele, bary, restauracje, sklepy i galerie. Dynamika ruchu turystycznego kształtuje także popyt na wyroby rękodzieła i pamiątki a ich rynek bardzo wyraźnie się zmienia.

Odwiedziłam Oaxaca dwukrotnie – w 1979 i 2001 roku. W 1991 roku została opublikowana praca Anne-Lise Piétri Lévy oparta na badaniach prowadzonych w II połowie lat osiemdziesiątych, dotycząca m.in. produkcji rękodzielniczej w Oaxaca. W każdym z wymienionych okresów „oferta” miejscowych producentów wyglądała inaczej; odmiennie kształtowały się także sposoby ich sprzedaży. Pod

¹¹ W okresie 1994-1998 liczba turystów odwiedzających stan Oaxaca wzrosła z 650 000 do 1 081 000 osób rocznie. W 1994 roku 355 000 osób odwiedziło stolicę stanu (większość – 275 000 stanowili Meksykanie), a w 1998 r. w mieście pojawiło się aż 711 000 turystów wśród których było 479 000 Meksykanów. Liczba turystów zagranicznych odwiedzających miasto wzrosła we wskazanym okresie niemal trzykrotnie (z 80 000 w 1994 r. 232 000 w 1998 r.) – www.oaxaca.gob.mx (16.01.2003).

koniec lat siedemdziesiątych przeważały lokalne wyroby tradycyjne, sprzedawane turystom w nielicznych sklepach z rękodziełem znajdujących się w mieście, w miejscowej hali targowej i na okolicznych, tradycyjnych targach regionalnych (Diskin, Cook 1975), takie jak elementy tradycyjnych strojów poszczególnych grup etnicznych, ceramika, hafty, hamaki, blaszane ozdoby, drewniane zabawki, naczynia i zabawki z tykw. Wpływ rynku zewnętrznego widać było przede wszystkim we wzornictwie tkanin dekoracyjnych pochodzących w większości z zapoteckiej wsi Teotitlán del Valle – pojawiały się już na nich wzory rodem z malarstwa Joana Miró czy Pabla Picassa¹². W latach osiemdziesiątych znacznie poszerza się oferta wyrobów przeznaczonych na rynek „turystyczny”. Niektóre spośród nich zyskują opinię „typowych pamiątek” z Oaxaca: obok wspomnianych już tkanin z Teotitlán del Valle należy do nich także czarna ceramika z San Bartolo, hafty z San Antonio, gliniane figury z Atzompa, kosze z liści palmowych, kosze i maty z trzciny. Piétri-Lévy (1991) zwraca uwagę na wzrost znaczenia pośredników w handlu wyrobami rękodzieła – w Oaxaca powstają nowe sklepy i to one, obok hali targowej koncentrują sprzedaż. Przewodniki turystyczne i specjalne wydawnictwa poświęcone rynkowi rękodzieła (n.p. *Shopping ...*) namawiają do robienia zakupów właśnie tam, argumentując, że nawet w warsztatach producentów nie ma tak szerokiego wyboru. Następuje też formalizacja handlu pamiątkami w Monte Albán i Mitla. Pojawiają się tam stale stragany z „pamiątkami” – głównie imitacjami prekolumbijskich rzeźb i biżuterii oraz tanimi ozdobami i tandetnymi przedmiotami dekoracyjnymi.

Obserwacje poczynione w Oaxaca w 2001 roku wskazują na kolejne zmiany. Liczba sklepów i galerii z rękodziełem w mieście nadal jest imponująca (Hancock Sandoval 1998). Oprócz nich, w okolicach katedry rozkładają swe stoiska sprzedawcy ubrani w tradycyjne, wełniane stroje. Uważny obserwator zauważy jednak, że to coś na kształt „stroju służbowego” nakładanego na zwyczajne ubranie, a na stoiskach przeważają wyroby przemysłowe, zwłaszcza stylizowana na „etniczną” bawełniana odzież zdobiona haftem maszynowy, czy też koszulki z okolicznościowymi nadrukami. W lipcu¹³, na głównym placu miasta można spotkać wytwórców z różnych regionów stanu prezentujących oryginalne wyroby – od „autentycznych”

¹² Komerccjalizacja tkanin z Teotitlán rozpoczęła się już w latach pięćdziesiątych XX w.. Tkacze stanęli wobec braku zainteresowania ich tradycyjnymi wyrobami: wełniane, tkane koce zostały wyparte z rynku przez wyroby przemysłowe. „Nowa produkcja” – tkanin dekoracyjnych została zainicjowana w ramach rządowych i stanowych programów rozwojowych – promujących turystykę i wspierających tradycyjną produkcję rękodzielniczą poprzez poprawę jej jakości i organizację zbytu (Stephen 1998). Postrzeganie w rękodziele ludowym źródła i przejawu „meksykańskości”, wywodzące się z lat dwudziestych naszego wieku dało początek państwowym instytucjom, takim jak FONART (Narodowy Fundusz Rozwoju Rękodzieła) oraz inicjowanym przez państwo przedsięwzięciom, mającym na celu „ochronę”, „zachowywanie” i „muzealne” traktowania rękodzieła ocenianego jako oryginalne. Podobne funkcje spełniają także instytucje stanowe, czy też regionalne oddziały INI (Narodowy Instytut Tubylczy) wspierające „autentycznych twórców ludowych”. Victoria Novelo wymienia 48 instytucji (państwowych, stanowych i prywatnych), które zajmują się w Meksyku rękodziełem (Novelo 1993, 43).

¹³ W lipcu odbywa się w Oaxaca ogromny festiwal folklorystyczny *Guelaguetza*. Przedstawiciele siedmiu regionów stanu prezentują swą muzykę, tańce, potrawy i rękodzieło. Tysiące turystów zjeżdżają do Oaxaca, a obchody *Guelaguetza* trwają kilka dni. Skrócona wersja festiwalu odbywa się także w stolicy Meksyku, na głównym placu dzielnicy Coyoacán.

haftów i tkanin po ich „turystyczno-pamiątkarskie”, znacznie tańsze wersje. W wielu wypadkach są przedstawicielami wspólnot indiańskich lub wiejskich spółdzielni rękodzielniczych. W okolicach odwiedzanych przez turystów miejsc kręcą się tłumy kobiet i dzieci oferujących bawełniane szale, plecionki lub drewniane zakładki do książek czy grzebienie.

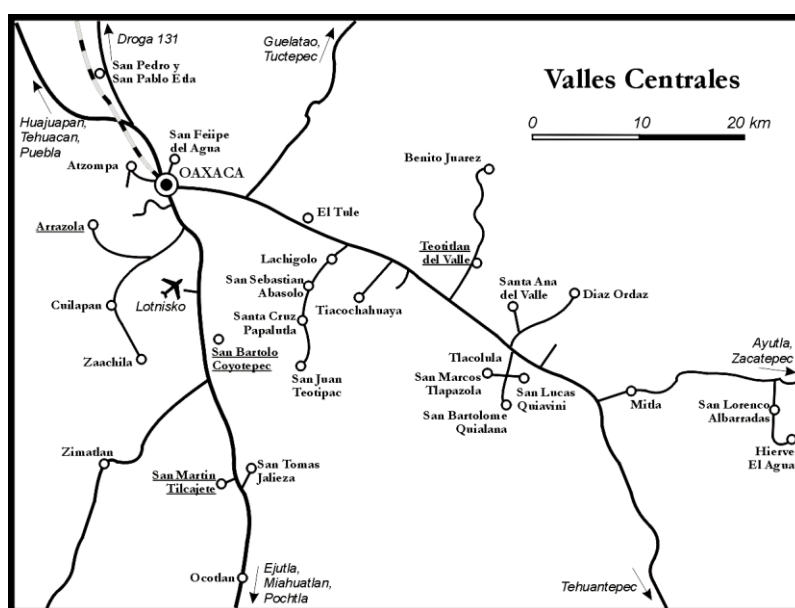
Najbardziej interesującym zjawiskiem jest jednak wyraźnie widoczna promocja miejscowości, w których powstają najbardziej charakterystyczne wyroby i które, z racji swego położenia, są dostępne dla turystów. Zarówno najnowsze przewodniki, jak i broszury rozdawane w biurach turystycznych i punktach stanowej informacji turystycznej zachęcają do podróży „Szlakiem rękodziela ludowego”. Poszczególne miejscowości „wyspecjalizowane” są w produkcji określonego typu: ceramika czarna, zielona bądź brązowa, tkaniny wełniane, tkaniny bawełniane, tkactwo, drewniane rzeźby, itd. We wsiach można odwiedzać warsztaty indywidualnych twórców przy których mieszczą się sklepy. Oprócz nich, w centralnych częściach miejscowości zlokalizowane są targi bądź stoiska z pełną ofertą lokalnych producentów. Towarzyszą im stoiska z regionalnymi potrawami, a dla bardziej wybrednych gości w niektórych miejscowościach otwarto także restauracje. Tak wygląda np. wspomniana już, znana z czarnej ceramiki miejscowość San Bartolo Coyotepec. Warsztat nieżyjącej już Doñi Rosy, prekursorki techniki wypalania ceramiki tak, by jej powierzchnia pokrywała się metalicznym, czarnym nalotem, przypomina muzeum, z ogromnym działem sprzedaży. Można tam też uczestniczyć w pokazach i zajęciach praktycznych. W budynku miejscowej szkoły czynna jest w sezonie turystycznym wystawa poświęcona tradycjom rękodziela ludowego okolic.

Podobnie wygląda Teotitlán del Valle. Ważną atrakcją miejscowości – prócz warsztatów i stałego targu z wyrobami tkaczy – jest Muzeum Wspólnotowe. Zostało założone w wyniku inicjatywy władz oraz wspólnych działań antropologów i mieszkańców, którzy dostarczyli większości eksponatów ilustrujących miejscowe tradycje. Wspólnota wyznacza spośród swych członków osoby, które odpowiedzialne są za obsługę gości i utrzymuje muzeum¹⁴. Ekspozycja poświęcona tradycyjnym technikom uprawy ziemi opatrzona jest następującym komentarzem: „*Dzisiaj ciągle jeszcze niektórzy z nas uprawiają swe pola, ale dla większości rodzin to tylko dodatkowe źródło dochodów. Zarabiamy przede wszystkim na rękodziele. Od lat 50-tych tkają nawet kobiety*”¹⁵. Autorzy muzealnej wystawy podkreślają, iż mimo daleko idących zmian w miejscowej gospodarce, nadal podtrzymywane są tradycyjne więzi społeczne oparte na pokrewieństwie i skomplikowanym systemie wymiany darów zwanym *guelaguetza*. Rewindykacje tożsamościowe współczesnych Zapoteków odwołują się m.in. do ich szeroko znanych, „tradycyjnych” wyrobów (Stephen 1998).

¹⁴ W stanie Oaxaca jest 15 muzeów wspólnotowych (www.planeta.com/planeta/98/0298oaxaca.html).

¹⁵ Wśród Zapoteków tkactwem zajmowali się tradycyjnie mężczyźni. Zmiany gospodarcze wpływają na zmianę sytuacji kobiet. W Oaxaca działa m.in. Regionalne Stowarzyszenie Kobiet-Rękodzielniczek, które ma w mieście własny sklep.

W dwóch wioskach, znajdujących się na „szlaku rękodziela”: San Antonio Arrazola i San Martín Tilcajete wyrabia się *alebrijes* - drewniane figurki fantastycznych smoków, owadów, zwierząt, malowane bardzo starannie w żywe, barwne wzory. *Alebrijes* wymyślił zmarły przed kiloma laty Juan Manuel Jiménez z Arrazola. Dziś żyją z nich niemal wszyscy mieszkańcy dwóch wsi. W Arrazola mieści się kilkanaście warsztatów, a niektóre działają niemal jak manufaktury – kilku mężczyzn rzeźbi w miękkim drewnie figurki, które malowane są przez grupę kobiet. *Alebrijes* są chętnie kupowane przez turystów, przez krajowych i zagranicznych kolekcjonerów. Można je kupić we wszystkich dobrych sklepach z rękodziełem w stolicy kraju. W Arrazola także zbudowano centralny targ z kilkoma stoiskami dla tych, którzy nie chcą trudzić się wędrowką po kolejnych domach. Jedna z mieszkanek – właścicielka rodzinnego warsztatu – powiedziała mi, że „...wszyscy są wdzięczni don Manuelowi. Gdyby nie wymyślił „alebrijes” nie mielibyśmy z czego żyć i nikt by o nas nie wiedział”.



Ryc. 2. Okolice Oaxaca

Fig. 2. The region of Oaxaca

W wymienionych powyżej miejscowości rękodzieło stało się więc podstawowym źródłem dochodów wielu rodzin. Jest istotnym elementem wizerunku miejsca i ważnym elementem współczesnej tożsamości jego mieszkańców. Jego rola i znaczenie szybko się zmienia. Do podstawowych czynników zmian należałoby zaliczyć zarówno złożone procesy modernizacyjne zachodzące na wsi meksykańskiej od lat pięćdziesiątych, jak i politykę państwa meksykańskiego promującą

turystykę i „obejmującego opieką” niektóre działy wytwórczości oraz samą dynamikę ruchu turystycznego i zmiany jego charakteru. Nie bez znaczenia jest też pojawiająca się na rynku globalnym moda na produkty „etniczne”. Zarysowane powyżej tendencje zmian wskazują na coraz większe dążenia do odzyskania podmiotowości przez wytwórców, uniezależniających się od państwowych i prywatnych pośredników¹⁶.

Otavallo

Otavallo¹⁷ jest miastem położonym w północnym Ekwadorze – stolicą kantonu o tej samej nazwie. Stanowi stały punkt tras wycieczek po krajach andyjskich. W mieście, w każdą sobotę odbywa się największy w Ameryce Łacińskiej targ rękodzieła, pełniący także funkcje targu regionalnego. Spotykają się na nim mieszkańcy okolicznych wsi i tłumy turystów. Choć na targu pojawiają się dziś wyroby pochodzące z różnych regionów kraju, a także z innych krajów latynoamerykańskich, jego dzisiejsza rola związana jest z lokalnymi tradycjami tkactwa. W wioskach położonych w pobliżu Otavallo można odwiedzać warsztaty tradycyjnych rękodzielników i przyglądać się poszczególnym etapom produkcji – od przedzenia wełny, barwienia jej, aż po ręczne wykonywanie tkanin na prostych warsztatach. Agencje turystyczne oferują jednodniowe wycieczki do takich miejscowości jak Peguche, Ilúman, Agato. W samym mieście na głównym placu handlowym (*Plaza de Ponchos*) handel rękodziełem toczy się przez cały tydzień¹⁸. Są też należące do Indian Otavallo przedsiębiorstwa rodzinne, zatrudniające pracowników i wyposażone w najnowocześniejsze maszyny tkackie – przy których na ogół zlokalizowane są sklepy prowadzące zarówno handel detaliczny, jak i hurtowy. Przedsiębiorstwa tkackie z Otavallo sprzedają nie tylko na miejscu – eksportują swoje wyroby do wielu krajów świata. Mężczyźni zajmują się handlem wyjeżdżając, często kilkakrotnie w ciągu roku, do Europy, Stanów Zjednoczonych i Kanady. O rozmiarach zjawiska świadczy choćby sam fakt, iż w niewielkim mieście ma swe przedstawicielstwa pięć dużych linii lotniczych (KLM, Lufthansa, Iberia, Delta, Avianca) oraz kilka agencji transportowych oferujących wysyłkę wyrobów rękodzieła „do wszystkich krajów świata”. W wielu wypadkach zarządzaniem bieżącym funkcjonowaniem firmy zajmują się kobiety.

Producenci z Otavallo doskonale przystosowują się do wymagań rynku – oferują wyroby zaspokajające potrzeby zarówno koneserów¹⁹ jak i turystów szukających drobnych i tanich pamiątek. Ubrania szyte na sprzedaż z tradycyjnych tkanin

¹⁶ W Oaxaca działa przedsiębiorstwo należące do władz stanowych zajmujące się skupem i sprzedażą rękodzieła o nazwie Artesanías e Industrias Populares de Oaxaca – ARIPO – patrz: www.oaxaca.gob.mx/aripo

¹⁷ Na temat turystyki w Ekwadorze – w tym także w Otavallo autorka pisała już wraz z J. Makowskim i M. Skoczek (Lisocka-Jaegermann i in. 1998, 1999); Społeczeństwo i kultura Otavallo jest tematem prac polskich etnologów (Śniadecka-Kotarska 1997a, 1997b, 1999; Posern-Zieliński 1999)

¹⁸ Kupcy-produccenci zrzeszeni są w Związku Indiańskich Rękodzielników Stuletniego Targu w Otavallo (UNAIMCO) reprezentującym ich interesy

¹⁹ Niektórzy wytwórcy znani są w świecie jako wybitni artyści ludowi – należy do nich np. Miguel Andrango z Agato, założyciel Warsztatu Tkactwa Tahuatisuyo.

krojone są zgodnie z aktualnie panującą modą, zmienia się także ich kolorystyka. Sprzedawane na targu barwne portmonetki i portfele są miejscową adaptacją wyrobów egipskich i marokańskich sprzedawanych w Europie (Śniadecka-Kotarska 1997b). Nie brak możliwości nabywania wyrobów z Otavalo za pośrednictwem internetu²⁰.

Środki pochodzące z produkcji i handlu wyrobami rękodziela w dużej mierze reinwestowane są w miście. Hotele i pensjonaty (ponad 50), restauracje, bary i kawiarnie, galerie i agencje turystyczne należą w znacznej części do miejscowych Indian. Oni też inwestują w infrastrukturę turystyczną w okolicznych wsiach²¹ (Lisocka-Jaegermann i in. 1998, 1999).

Umiejętne przekształcenie własnej tradycji w „produkt turystyczny”²², aktywność i ruchliwość Indian Otavalo są najważniejszymi czynnikami zmian społecznych i kulturowych w kantonie. Sukcesy gospodarcze i mobilność społeczna grupy wpłynęły na zmianę jej wizerunku, zarówno wśród samych Otavalo, jak i wśród Metysów, zwłaszcza, że towarzyszy im wyraźna duma z własnej odrębności, dążenie do jej podtrzymywania, przejawiające się m.in. powszechnym noszeniem tradycyjnych strojów (Meisch 1987) nawet przez wykształconych członków grupy, czy uroczystym celebrowaniem miejscowych świąt (Śniadecka-Kotarska 1997a). Fakt, iż wśród antropologów badających kulturę współczesnych Otavalo są naukowcy pochodzący z tej grupy i identyfikujący się z nią stanowi niewątpliwie ewenement w skali całej Ameryki Łacińskiej. Pojawienie się „indiańskiej klasy średniej”, ogromna rola kobiet w zarysowanych powyżej przemianach to kolejne, nowe zjawiska, będące w znacznej mierze następstwem sukcesu rękodziela z Otavalo (Meisch 1995, Śniadecka-Kotarska 1999).

Río Blanco

Władze Ekwadoru, liczne krajowe i międzynarodowe organizacje pozarządowe oraz działający w sektorze usług turystycznych przedsiębiorcy i społeczności lokalne angażują się aktywnie w rozwój turystyki ekologicznej. W niektórych przypadkach obszarów o wysokich walorach przyrodniczych, trudno mówić o istnieniu jakichkolwiek lokalnych tradycji rękodzielniczych wśród napływowej i czasem słabo zintegrowanej ludności. Mimo, że członkowie zbiorowości, czy społeczności lokalnych wiedzą, iż magnesem przyciągającym turystów jest fauna i flora, starają się włączyć w programy pobytu turystów także prezentację wyrobu rękodziela połączoną z możliwością jego nabycia. Z tego typu „atrakcją” zetknęłam się w wiosce Río Blanco, położonej w prowincji Napo w południowo-wschodnim Ekwadorze, w dorzeczu górnego biegu rzeki Napo. Większa część dorzecza górnej Napo porośnięta jest lasem, który częściowo zachował swój

²⁰ patrz np. www.craftsotavalo.com, www.tejidos-ecuador.com

²¹ patrz np. www.geocities.com/peguchetio

²² Informacja, że firma należy do Indian Otavalo traktowana jest często jako element jej reklamy – patrz np. quiteński hotel La casa del Sol (www.lacasasol.com)

pierwotny charakter. Wilgotny las równikowy (*selva*) występujący na Nizinie Amazonki i świat zwierzęcy są najważniejszą atrakcją turystyczną tego obszaru. Prowincja Napo jest słabo zaludniona – zgodnie z danymi spisu z 1990 roku, 103 387 osób zamieszkiwało obszar 33 930 km². Mieszkańcy Alto Napo to przede wszystkim ludność tubylcza, z przewagą Indian Quichua oraz metyscy osadnicy.

Turystyka ekologiczna²³ zarządzana przez wspólnoty miejscowych Indian pojawiła się w Alto Napo w 1989 roku, kiedy to wspólnota Indian Quichua ze wsi Capirona, zbudowała własny kompleks prostych bungalowów dla turystów. Ponieważ projekt Capirona okazał się sukcesem, w 1994 roku wspólnoty Quichua utworzyły stowarzyszenie RICANCIE (Sieć Wspólnot Indiańskich Alto Napo ds. Kontaktów Międzykulturowych i Rozwoju Turystyki Ekologicznej). Do 1995 przystąpiło do niego 20 wspólnot (Wesche 1995), a w lipcu wchodziło w jego skład 30 wspólnot, jednak jedynie 10 spośród nich aktywnie uczestniczyło w realizacji projektów turystycznych. Projekty RICANCIE z założenia mają niewielką skalę i zarządzane są na zasadach wspólnoty, a ich główne cele to ochrona wilgotnego lasu równikowego oraz zachowanie „tubylczego sposobu życia”. Stowarzyszenie ma w Tena własne biuro²⁴, oferujące wycieczki trwające od 1 do 8 dni. Oprócz tych punktów programu, które znajdują się w ofercie większości innych miejscowych biur RINCANCIE stwarza turystom możliwości nawiązania bliższych kontaktów z miejscową ludnością. Autorka odwiedziła miejsca realizacji trzech różnych projektów RICANCIE: najnowszy kompleks bungalowów *Runa Huasi*, zbudowany w atrakcyjnym i stosunkowo łatwo dostępnym z Tena miejscu, przez grupę rodzin Quichua z miejscowości Ahuano; bardziej odległą wspólnotę *Las Galeras*, gdzie projekt został właśnie zawieszony z powodu problemów organizacyjnych, oraz *Río Blanco* – wspólnotę Quichua w której bungalowy oddalone o 1 km od wioski zostały zbudowane w ramach tradycyjnych prac wykonywanych przez wszystkich dorosłych mężczyzn na rzecz wspólnoty zwanych *minga*. Projekt realizowany i zarządzany jest przez całą wspólnotę – kobiety na zmianę gotują dla turystów, a decyzje dotyczące podziału zysków i inwestycji podejmowane są na zebraniach wspólnotowych. W 1996 roku Río Blanco

²³ Zgodnie z oficjalną definicją Państwowej Komisji ds. Środowiska (CAAM), sformułowaną w 1994, termin „turystyka ekologiczna” powinien być rozumiany w Ekwadorze jako „przemieszczanie się na obszary środowiska naturalnego, w celu poznawania go w całej złożoności obejmującej zarówno przyrodę, jak i miejscową kulturę, przy zachowaniu niezbędnych środków ostrożności koniecznych, by nie naruszać całości środowiska: ekosystemów i związanych z nimi kultur. Tak pojęta turystyka powinna generować środki materialne, dzięki którym ochrona przyrody przynosić będzie korzyści miejscowym społecznościom lokalnym, które wraz z turystami i organizatorami ruchu turystycznego ponoszą odpowiedzialność za środowisko”.

²⁴ RICANCIE (siedziba biura: Calle Atahualpa y 9 de Octubre #35, Casilla #243, Tena, Napo) oferuje programy, które zazwyczaj dostosowywane są do zainteresowań i potrzeb turystów: od kilkugodzinnych spacerów po lesie z miejscowym przewodnikiem wyjaśniającym zastosowanie roślin leczniczych połączonych z wizytą w *Amazoonico* – ośrodku, gdzie zwierzęta konfiskowane przemytnikom przystosowuje się do życia w lesie, po kilkudniowe pobyty wypełnione takimi atrakcjami, jak płukanie złota, produkcja tradycyjnego lokalnego napoju alkoholowego *chicha*, pokazy polowania z użyciem dmuchawki, poznawanie miejscowych technik upraw, zwyczajów, wizyty w domostwach i rozmowy z mieszkańcami. Jednodniowy pobyt z noclegiem kosztuje około 35 USD od osoby.

odwiedziło około 300 gości: Amerykanów, Ekwadorczyków i Europejczyków, z których większość spędziła tam od 1 do 3 dni, wędrując po równikowej puszczy, poznając rośliny lecznicze zgromadzone w zaimprovizowanym w wiosce ogrodzie botanicznym i uczestnicząc w programie „wymiany międzykulturowej”, który obejmuje pokazy miejscowego rzemiosła (wyplatanie koszyków i siatek, pozyskiwanie włókien z agawy potrzebnych do wyrobu sznurów) a także wieczór pieśni i tańców folklorystycznych, który goście i miejscowi mieszkańcy spędzają wspólnie. Projekt Rio Blanco opisany został przez Davida Schallera (Schaller 1996) na podstawie obserwacji i badań dokonanych w 1995 roku. Jego zdaniem turyści, na ogół zadowoleni z przyrodniczej części programu, twierdzili, że imprezy kulturalne były przedstawieniem i brakowało w nich „autentyzmu”. Podczas naszego pobytu odnieśliśmy wrażenie, że powstała w 1975 roku wspólnota ciągle jeszcze tworzyła własną tradycję i zarówno przedstawienie jak i pokaz rzemiosł stanowiły ważny element tego procesu. Były też wyraźnie okazją do wspólnego spędzenia czasu przez mieszkańców wioski i wspólnotowych domostw oddalonych od niej. Podczas pokazu folklorystycznego jeden z członków wspólnoty opowiada historię jej założenia i rozwoju; wykonywana jest także powitalna pieśń w języku quichua skomponowana specjalnie dla gości²⁵. Tancerze pokazują tradycyjny taniec weselny oraz choreograficzną inscenizację ilustrującą konflikt między Indianami Quichua przenoszącymi się na obszary leśne i zamieszkującymi te tereny Indianami Huaorani. Prosi się także gości o zademonstrowanie własnych pieśni i tańców.

Inaczej niż opisuje to Schaller, wyglądała też w dwa lata po jego pobycie kwestia percepcji projektu we wspólnocie – nasi rozmówcy podkreślali, iż jest on najlepszym sposobem na poprawę warunków życia i zapewnienie lepszej przyszłości dzieciom. Zachowanie w niezmiennym kształcie miejscowego środowiska, zwłaszcza fragmentów lasu pierwotnego między wsią i rzeką Napo, a także dbanie o czystość we wsi i w domostwach (różnice między Rio Blanco, gdzie są pojemniki na śmiecie i kompostownik, a sąsiednią wsią Las Galeras były w tym względzie bardzo wyraźne), mają także wymiar materialny. To las i miejsce przyciąga turystów, a ich pobyt to znaczne dochody. Choć są one jeszcze ciągle reinwestowane (budowane są nowe bungalowy, powstał budynek wspólnotowy, zakupiono łódź motorową i konie juczne) odczuwalny jest już ich wpływ na poziom życia wspólnoty. Posiadanie łodzi znacznie ułatwia transport produktów rolnych do Misahualli i na piątkowy targ w Punta Ahuano, i pozwala na zwiększenie dochodów z uprawy kawy. Program „etniczny” pozwala na pewne zbliżenie między światem gospodarzy i gości. Podczas wspólnych spotkań przy wyplataniu koszyków czy podczas wieczoru „folklorystycznego” toczą się rozmowy m.in. o tym, co turystom się podoba, a co nie, co chcieliby jeszcze poznać czy zobaczyć – a to pomaga w dalszych działaniach.

Tubylcze projekty turystyczne realizowane są z powodzeniem przez wspólnoty tubylcze, ale przynoszą miejscowej ludności także problemy. Aktywny udział

²⁵ Pieśń skomponowaną dla turystów usłyszeliśmy przypadkiem w sytuacji, gdy mieszkańcy śpiewali ją wyraźnie dla siebie, przy okazji wizyty składanej dorocznie w sąsiedniej wsi.

członków lokalnych społeczności w działaniach na rzecz zachowania lasu, a także w kontaktach z gośćmi wyraźnie odróżnia społeczności uczestniczące w projekcie od tych, które nie mają takich doświadczeń. Inaczej postrzegają same siebie i odmiennie planują własną przyszłość.

4. Turystyka etniczna w wielokulturowym świecie. Rzeczywistość i perspektywy

Przedstawione przykłady wpisują się w dyskutowane przez współczesnych antropologów zjawiska odbudowywania, czy wzmacniania lokalności w zglobalizowanym świecie, które są coraz częściej także przedmiotem zainteresowania geografów. W turystyce etnicznej ogniskują się zarówno tendencje globalne – do nich należy m.in. popyt na „etniczne produkty turystyczne”, jak i procesy o wymiarze lokalnym – poszukiwanie nowych strategii gospodarczych w zmieniających się warunkach zewnętrznych, pozwalających na pozostanie w miejscu zamieszkania, waloryzacja własnych tradycji i świadome kształtowanie tożsamości grupowej. Turystyka etniczna nie może być traktowana ani jako uniwersalne rozwiązanie problemów bytowych społeczności lokalnych, ani jako bezwarunkowe zagrożenie dla ich tożsamości. Może przybierać różnorakie formy, rozwijać się w odmiennych warunkach, różne bywają też interesy jej promotorów. Wydaje się, że im większy udział społeczności lokalnych w podejmowaniu decyzji dotyczących rozmiarów i form ruchu turystycznego, im większa ich podmiotowość, tym większe szanse na powodzenie przedsięwzięć z zakresu turystyki etnicznej. Powodzenie to wymaga jednak nie tylko aktywności „gospodarzy” i ich umiejętności organizowania wspólnych działań, ale i zmiany postawy wielu „gości”. Nie mogą oczekiwać wyłącznie demonstracji „zastygłych w czasie”, „oryginalnych” tradycji, skazując się na obcowaniu z „inscenizowaną autentycznością”.

Trudno powiedzieć czy otwarcie na żywą, współczesną odmienną kulturę da się wpisać w panoramę turystyki etnicznej, czy też raczej zaistnieje w nowych formach „niszowych” zjawisk w ruchu turystycznym. Obserwowana obecnie popularność turystyki etnicznej pozwala sądzić, że stała się trwałym elementem wielokulturowego świata. Badania nad jej formami z pewnością pozwolą nam lepiej zrozumieć skomplikowaną sferę kontaktów międzykulturowych.

Literatura

- Bauman Z., 1998, *Etyka ponowoczesna*. PWN, Warszawa.
- Belote J., Belote L., www.saraguro.org/tourism.htm, grudzień 2002.
- Cohen E., 1993, *Introduction. Investigating tourist arts*. *Annals of Tourism Research*, 20, 1, 1-8.
- Cooper Ch., Wanhill S., red., 1997, *Tourism development: environmental and community issues*. John Wiley and Sons, Chchester, New York, Wieniem, Brisbane, Singapur, Toronto.
- Diskin M., Cook S., 1975, *Markets in Oaxaca*. University of Texas, Austin.
- Działowska K., Filocha M., Kielczewska M., 2000, *Turismo alternativo en México y Guatemala*. *Actas Latinoamericanas de Varsovia*, 23, 125-133.
- Fagence M., 2000, *Ethnic tourism in developed countries: Special interest or specialized mass tourism?*. *Tourism Recreation Research*, 24, 2.

- Farooq R., 2002, *Getting off the beaten track*, „Newsweek”, July 29, 2002, 34-38.
- Gaworecki W.W., 2000, *Turystyka*, PWE, Warszawa.
- Graburn N., 1976, *Ethnic and tourist arts: cultural expressions from the Fourth World*. Cambridge University Press.
- Graburn N., 1984, *The evolution of tourist arts*. *Annals of Tourism Research*, 11, 2, 393-419.
- Hancock Sandoval J., 1998, *Shopping in Oaxaca*. SEDETUR, México.
- Hughes H.L., 1996, *Redefining cultural tourism*. *Annals of Tourism Research*, 23, 3, 707-709.
- Jafari J., red., 2000, *Encyclopedia of tourism*. Routledge.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2002, *Produkt turystyczny, albo jak organizować poznanie świata*. Wydawnictwo UŁ, Łódź.
- Lisocka-Jaegermann B., 1998, *El turismo cultural en América Latina – las sociedades locales frente a la fascinación y al mercado*. *Actas Latinoamericanas de Varsovia*, 21, 89-107.
- Lisocka-Jaegermann B., Makowski J., Skoczek M., 1998, *Tourism and the local economy in Ecuador*. *Miscellanea Geographica*, 8, Warszawa, 197-212.
- Lisocka-Jaegermann B., Makowski J., Skoczek M., 1999, *Turystyka a gospodarka lokalna w Ekwadorze*. Azja, Afryka, Ameryka Łacińska, tom 75, 77-101.
- Mac Cannell D., 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy prężniaczej*. MUZA, Warszawa.
- Meisch L. A., 1987, *Otavalo: Weaving, Costumes and the Market*. Libri Mundi, Quito.
- Meisch L. A., 1995, *Gringas and Otavaleños. Changing tourist relations*. *Annals of Tourism Research*, 22, 2, 441-462.
- Moscardo D., Pearce P.L., 1999, *Understanding ethnic tourists*. *Annals of Tourism Research*, 26, 2, 416-431.
- Nash D., 1996, *Anthropology of Tourism*. Elsevier, New York.
- Novelo V., 1993, *Las Artesanías en México*. Gobierno del Edo de Chiapas Mexico.
- Piétri-Lévy A-L., 1991, *L'objet d'enature. Art populaire. Fonction sociale et orientation commerciale*. Presses Universitaires du Mirail, Toulouse.
- Posern-Zieliński A., 1999, *La fiesta del Yamor: etnicidad, tradición y conflictos étnicos en Otavalo, Ecuador*. [W:] Koonings K., Silva P., red., *Construcciones étnicas y dinámica sociocultural en América Latina*. Abya Yala, Quito, 107-124.
- Przeclawski K., 1997, *Człowiek a turystyka, Zarys socjologii turystyki*. Al Bis. Kraków.
- Québec Aboriginal Tourism Guide 2002 – A World to be Discovered* STAQ. Canada Economic Development.
- Schaller D.T., 1996, *Indigenous Ecotourism and Sustainable Development. The case of Río Blanco*. www.eduweb.com/schaller/index.html (02.01.2003).
- Silver I., 1993, *Marketing authenticity in Third World Countries*. *Annals of Tourism Research*, 20, 2, 302-318.
- Shopping in Oaxaca, English, Français, Deutsch*. s/f SEDETUR, Gobierno de Estado de Oaxaca, México.
- Smith V., 1976, *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Blackwell, Oxford.
- Smith V., 1997, *The four Hs of tribal tourism: Acoma – a Pueblo Case Study*. [W:] Cooper C., Wanhill S., red., *Tourism development: environmental and community issues*. John Wiley and Sons, Chchester, New York, Wienhiem, Brisbane, Singapur, Toronto, 141-152.
- Stebbins R., 1996, *Cultural tourism as serious leisure*. *Annals of Tourism Research*, 23, 4, 948-950.
- Stebbins R., 1997, *Identity and cultural tourism*. *Annals of Tourism Research*, 24, 2, 450-452.
- Stephen I., 1998, *Mujeres Zapotecas*. Instituto Oaxaqueño de Culturas, Oaxaca.
- Śniadecka-Kotarska M., 1997a, *Implicaciones socio-culturales de las migraciones indígenas en el norte de Ecuador*. *Actas Latinoamericanas de Varsovia*, t. 20, 15-30.
- Śniadecka-Kotarska M., 1997b, *Ekwador. Procesy modernizacji i kształtowania nowej tożsamości na przykładzie Indian Otavalo i Saraguro*. CESLA, Documentos de Trabajo 26, Varsovia.
- Śniadecka-Kotarska M., 1999, *Antropología de la mujer andina: biografías de mujeres indígenas de clase media y su identidad*. PTSL, Warszawa.
- Van den Berghe P.L., 1994, *The Quest for the Other: Ethnic Tourism in San Cristobal, México*. Seattle, University of Washington Press.

- Van den Berghe P.L., 1995, *Marketing Mayas. Ethnic tourism promotion in Mexico*. Annals of Tourism Research, 22, 3, 568-588.
- Wesche R., 1995, *Developed country environmentalism and indigenous community controlled ecotourism in the Ecuadorian Amazon*. Geographische Zeitschrift, 3-4, 157-168.
- Wood R.E., 1984, *Ethnic tourism: the state and cultural changes in Southeast Asia*. Annals of Tourism Research, 11, 353-374.
- Zaręba D., 2000, *Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje*. Wyd. Naukowe PWN.

Bogumiła Lisocka-Jaegermann

ETHNIC TOURISM IN LATIN AMERICA A REVIEW OF RESEARCH ISSUES

S u m m a r y

This paper aims to offer a review of research issues related to ethnic tourism – one of the dynamically developing “niche” forms of tourist traffic, considered to have a great potential for development. The examples of ethnic tourism centres from Ecuador and Mexico, where the author conducted field research, and discussed in the second part of the paper, illustrate the problems outlined in the introduction. The presented examples seem to prove the phenomenon of rebuilding, or reinforcing localness in the globalized world, which is debated by contemporary anthropologists, and more and more frequently discussed by geographers. Ethnic tourism shows in a focus both global tendencies, e.g. demand for “ethnic tourist products”, and for processes having a local dimension, such as seeking new economic strategies in the changing external conditions which would permit the local residents to stay in the original place of residence, appreciation for the local traditions and consciously shaping the group identity. Ethnic tourism cannot be treated either as a universal remedy for the subsistence problems of the indigenous population or as a universal threat for their identity. It can take various forms; it can develop in different conditions and support various interests of its promoters. It seems that the larger the share of local communities in taking decisions on the dimensions and forms of tourist traffic, the greater their ownership, the better the chances for the success of projects in the sphere of ethnic tourism. However, this success requires not only the engagement on the part of the hosts and their ability to organise joint activities, but also to change the attitude of many “guests”. Visitors should only expect to see “petrified in time”, “original” traditions, thus being limited to “staged authenticity”. It is difficult to say whether an attitude of openness to live, contemporary cultural diversity may become a part of the spectrum of ethnic tourism or whether it will find its place in new forms “niche” of phenomena in tourist traffic. The currently observed popularity of ethnic tourism may imply that it has become a permanent feature of multi-cultural world. Studying its forms will certainly allow for a better understanding of the complicated sphere of contacts between various cultures.