

<http://dx.doi.org/10.12795/RAA.2015.i08.05>

Fecha de Recepción: 28-12-2014

Fecha de Aceptación: 23-02-2015

TURISMO LOCAL, DESIGUALDAD SOCIAL Y RELACIONES ÉTNICAS EN EL ALTO ATLAS MARROQUÍ

María Jesús Berlanga

Instituto Valenciano de Antropología (Universidad Católica de Valencia)

Observatorio de Conflictos Socioambientales (Universidad Técnica Particular de Loja)

Resumen.

En este artículo, queremos desvelar las dinámicas contradictorias que genera el turismo en las comunidades locales, a partir del caso de una comunidad rural en Marruecos (la del grupo étnico de los AïtHaddidou, que habita en el Alto Atlas Oriental). Nuestro principal objetivo es mostrar cómo el turismo puede convertirse en un mecanismo de fragmentación de la cohesión comunitaria. Lo que puede ser empleado por determinados Estados, ante el riesgo que suponen aquellos grupos que comparten una fuerte identidad étnica para la presencia de los intereses estatales en su territorio.

En nuestro caso, profundizamos en el proceso turístico que ha conducido en el seno de los Aït Haddidou a un incremento de la desigualdad social. Y también abordamos la incidencia del turismo en el patrimonio cultural comunitario, observando la manipulación del capital simbólico comunitario que realiza el Estado con fines turísticos.

Palabras clave.

Turismo, desigualdades, género, poder, Estado, Marruecos

Abstract.

In this article we want to reveal the contradictory dynamics arisen by tourism in local communities, showing the case of a rural community in Morocco (the ethnic group of the

AïtHaddidou, living in the Eastern High Atlas). Our main aim is showing how tourism can become an instrument in order to weaken the community cohesion in groups sharing a strong ethnic identity. This can be useful for some States because a strong identity can put at risk the presence of the State interests in their territory.

In our case, we deepen in the tourism process that has led the AïtHaddidou to an increase in social inequality. We also address the incidence of tourism in the community's cultural heritage, noticing the manipulation of the community's symbolic capital that the State carries out with tourism purposes.

Keywords.

Tourism, inequalities, gender, power relationships, State, Morocco.

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, numerosos países en vías de desarrollo han hecho del turismo un ingrediente vital en sus planes y políticas de desarrollo. Se parte de la idea de que la llegada del turismo contribuirá a sacar a las comunidades locales de la pobreza. Incluso diversos organismos económicos internacionales han considerado en muchas ocasiones al turismo como el recurso principal para alejar del subdesarrollo a los pueblos más desfavorecidos. Estos argumentos se ven animados ante las contundentes cifras que muestran el fuerte crecimiento del turismo internacional hacia los países más pobres¹. Sin embargo, estas políticas son planteadas generalmente ajenas a los debates teóricos, metodológicos y políticos, en torno a un concepto de desarrollo enormemente complejo y polisémico². De esta forma, la idea de que el crecimiento económico conlleva siempre desarrollo ha sido ampliamente discutida y desacreditada (Stafford, Bélanger y Sarrasin, 1996: 13; Clancy, 1999; Chambers, 2000; Cleverdon y Kalisch, 2000; Mihalic, 2002; Sharpley y Telfer, 2002; Harrison, 2004), de tal modo que cada vez más autores –así como organismos internacionales– consideran el desarrollo como un proceso global y multidimensional (UNESCO, 1994: 25; Hammar, 1997: 18; Viola, 1999: 87).

Marruecos es precisamente uno de esos países en desarrollo que, desde los años noventa, han convertido el sector turístico en el eje prioritario de su modelo económico (Berriane, 1999; 2002; 2002b). Actualmente, el impulso del turismo rural hacia las regiones más olvidadas del país, entre las que se sitúa nuestra zona de estudio, ha adquirido un carácter estratégico dentro de los planes de desarrollo.

1. Sancho (2005: 43) calcula –a partir de los datos de la OMT para 2004– que el ritmo de crecimiento del turismo internacional a los países de ingresos medios y bajos en los últimos diez años es del 97'5%, mientras que este mismo período era tan sólo de 36'7% hacia los países de ingresos altos.

2. Autores como Escobar (1999), Malgesini y Giménez (2000) o Dubois (2006) han mantenido una visión crítica frente al desarrollo, criticando su carácter evolutivo, etnocéntrico o colonizador.

La población Haddidou habita una región largamente desfavorecida del Marruecos rural, carente hasta hace poco de las infraestructuras más básicas, y cuyo aislamiento ha permitido la pervivencia de una fuerte identidad étnica. En este contexto, el turismo tiene una incidencia que tratamos aquí de determinar, como es el uso del patrimonio étnico como manipulación del capital simbólico de la comunidad receptora con el fin de atraer visitantes, con sus implicaciones en la renovación de la conciencia étnica de esta comunidad.

Asimismo analizaremos una de las principales implicaciones socio-económicas del turismo que reciben los AïtHaddidou, como es el incremento de la desigualdad social, prestando una especial atención a sus consecuencias en las relaciones de género. Este análisis lo presentaremos contextualizando este fenómeno en el entorno de las profundas transformaciones en que actualmente se halla sumida la economía del grupo, en transición desde una economía de subsistencia hacia una incipiente economía de mercado.

Nuestro objetivo principal es analizar los efectos contradictorios del turismo en una comunidad rural de Marruecos. Lo que trataremos de hacer en las páginas siguientes es, por un lado, mostrar los vínculos entre el turismo y una creciente fragmentación social, y por otro, entender cómo el turismo puede tener una incidencia en la conflictividad étnica existente entre esta comunidad bereber y el Estado marroquí.



Para ello comenzamos explicando brevemente el proceso y la metodología de recogida de los datos que aquí presentamos. Seguidamente presentamos una contextualización de la realidad del estudio. Y describimos los principales rasgos que caracterizan el turismo

en la zona. En el resto del artículo nos dedicamos a profundizar en la relación del turismo con las dos variables sobre las que gira nuestro análisis: la desigualdad social y las relaciones interétnicas. En relación a esta última variable, dedicamos nuestra atención al estudio de cómo el turismo ha venido a transformar el patrimonio cultural comunitario, y en especial, uno de los principales símbolos identitarios de la comunidad, en parte como estrategia del poder gubernamental de impulsar un progresivo debilitamiento del sentimiento identitario del grupo.

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En lo que se refiere a la metodología, este trabajo de investigación doctoral³ está basado esencialmente en el uso del método etnográfico. A través de él hemos intentado estudiar la vida social del grupo étnico de los AïtHaddidouen sus prácticas diarias, tratando de entender esta sociedad desde dentro, comprendiendo la interpretación del mundo que realizaba la población estudiada y que estructuraba sus prácticas sociales (Van Donge, 2006: 180-185). La perspectiva cualitativa por la que hemos optado, entiende que la realidad no puede ser reducida, objetivada y cosificada, sino que su estudio debe ser abordado de forma comprensiva, mediante la experiencia directa. Por esta razón hemos realizado un intensivo trabajo de campo en el Valle del AssifMelloul, con varios meses de duración, repartidos en un período de más de diez años –comprendidos entre el año 2002 y 2013-. Esta presencia prolongada en el tiempo en la región, nos ha permitido observar las principales transformaciones que han acontecido en este grupo étnico y su contexto.

Además, nuestra estrategia de investigación también ha incluido el análisis de fuentes secundarias, habiendo realizado un importante trabajo de recopilación documental y revisión bibliográfica y de archivo, sobre las materias de investigación. Para lo que hemos visitado numerosos centros de investigación y bibliotecas, ubicados tanto en España como en Marruecos.

Asimismo, para recopilar información de campo, hemos empleado dos técnicas principales, como son la observación participante y las entrevistas. Estas últimas han sido dirigidas entre otros, a la totalidad de representantes de ONG, autoridades, actores económicos y a la población en general. A través de esta técnica cualitativa hemos intentado comprender las razones y el significado de las costumbres y prácticas del lugar, tal como sus habitantes las entienden. Por otra parte, hemos empleado la *observación participante* –intensiva y extensiva-, tratando de observar las actividades cotidianas de

3. Las informaciones incluidas en este artículo, proceden del trabajo de tesis doctoral de la autora, titulado *Efectos del turismo en el desarrollo desde una perspectiva de género. El caso de una comunidad rural marroquí y su identidad étnica*. Para profundizar sobre la metodología de este estudio, se recomienda revisar la tesis doctoral.

los AïtHaddidou, obteniendo una visión *desde dentro* de las situaciones. En nuestro caso, hemos empleado ambas estrategias como complementarias. El objetivo ha sido el de recoger información sobre el objeto de nuestra investigación, pero tratando de contrastar lo que la población nos decía con la realidad observada.

3. CONTEXTO DEL ESTUDIO. EL GRUPO ÉTNICO DE LOS AÏTHADDIDOU

Los AïtHaddidou son un grupo étnico bereber, habitantes del Valle del AssifMelloul, región ubicada en el Alto Atlas Oriental de Marruecos⁴. Se trata de una zona montañosa, en la que existen importantes macizos que rondan los 3700 metros. Que ha experimentado hasta hace poco tiempo un aislamiento severo –aunque se han mejorado en los últimos años las vías de acceso-. En ella se da una débil densidad de población y un déficit en agua. Y su clima es extremo, con un gran frío invernal y una aridez sahariana creciente.

Los AïtHaddidou han basado tradicionalmente su economía en una ganadería de ovejas extensiva, practicando la trashumancia invernal, al tratarse de una comunidad seminómada. La agricultura es para ellos un recurso complementario al pastoreo, ya que el valle ofrece pocas posibilidades agrícolas, posibilitando únicamente el autoconsumo de las familias. Desde la década de los años setenta, esta comunidad experimentó una apertura hacia el exterior, iniciando algunos de los hombres del grupo un proceso migratorio de carácter temporal hacia otras regiones del país. Sin embargo, la emigración internacional es un fenómeno novedoso iniciado en los últimos años⁵.

En la década de los ochenta, los AïtHaddidou iniciaron un proceso de sedentarización, que vino a acelerar la desestabilización de la economía de subsistencia que hasta dicho momento había estado en la base⁶, en beneficio de la introducción de una precaria economía de mercado, lo que ha conducido al impulso de importantes transformaciones socio-económicas.

Al mismo tiempo, los AïtHaddidou comparten una fuerte identidad étnica, la cual proporciona a sus componentes un importante sentimiento de pertenencia a la comunidad, al tiempo que les diferencia de otros grupos. Ésta ha sido construida y fortalecida a lo largo del tiempo por sus miembros frente a las amenazas externas –particularmente frente a los enfrentamientos que históricamente la comunidad ha mantenido con el

4. Actualmente, se calcula –ya que no existen datos oficiales al respecto– que el grupo de los Aït Haddidou contabilizaría una población en torno a los 20.000 habitantes (Fuente: Ong *Adrar*). Este grupo habita en el Valle del Assif Melloul, compuesto por 21 pueblos, ubicados en una longitud de 49 kilómetros.

5. Para comprender mejor la realidad migratoria en la región, puede consultarse el artículo de Lacomba, J. y Berlanga, M.J. (2006).

6. Es decir, que hasta ese momento la población habría basado su economía a partir básicamente del autoconsumo de los productos agrícolas y ganaderos producidos en su territorio, con escasas relaciones comerciales con el exterior.

Estado-, pues la identidad étnica ha venido funcionando como factor cohesionador de los AïtHaddidou. En este proceso las mujeres Haddidou desempeñan un papel clave, como depositarias fundamentales de la identidad étnica del grupo y como principales agentes socializadoras que son. Por dicha razón, la comunidad ha estimado necesario mantenerlas alejadas de las fuerzas aculturadoras venidas del exterior y ancladas al territorio en que habitan. Una baja escolarización femenina, el desconocimiento de otras lenguas o su fuerte enraizamiento en el territorio, las mantuvo en la periferia de las influencias exteriores. En consecuencia, podemos decir que el grado de aculturación⁷ que hasta el momento ha incidido en la comunidad ha tenido un carácter limitado, debido al papel desempeñado por las mujeres en la conservación y la transmisión cultural. Situación que, como veremos, está experimentando cambios fundamentalmente desde la última década.

4. UN TURISMO DE BASE LOCAL EN EL ALTO ALTAS MARROQUÍ

En el Valle del AssifMelloul se ha dado un proceso turístico que podría ser categorizado como de *desarrollo espontáneo*—entendido como que no se halla sujeto a una planificación, aunque este concepto ya fue empleado por Barbaza(1970)-, que se inició ya a mediados de los años setenta –aunque fue a partir de la década siguiente cuando experimentó un mayor impulso-. Como veremos, este hecho ha condicionado en buena medida la situación turística que se vive hoy en día en la zona, caracterizada entre otras cosas, por una fuerte competencia y un marcado individualismo entre los agentes turísticos, unas infraestructuras y recursos concentrados en determinados pueblos, así como por la falta de control local de esta actividad (pese a que la propiedad de los alojamientos hasta el momento sea enteramente local).

Inicialmente el turismo que espontáneamente llegaba a la región, se hallaba ligado a la fiesta tradicional del *Moussem de Imilchil*. Pero con los años, el perfil del turismo ha ido variando hasta el actual predominante turismo de paso, de carácter estacional –unánimemente, todos los agentes turísticos muestran sus recelos hacia este tipo de turismo, por su baja rentabilidad y por el contacto superficial que establece con la realidad socio-cultural, aunque es aceptado por todos ellos como un mal menor del que salen beneficiados-. Los visitantes más numerosos provienen de Europa, fundamentalmente de Francia.

En cuanto a los alojamientos turísticos, todos ellos se caracterizan por su sencillez, predominando los albergues y los *gîtes d'étape*⁸. Todos ellos son de propiedad local, cuyos propietarios en todos los casos pertenecen al sexo masculino.

7. Entendiendo por tal “el proceso de cambio cultural que se desencadena a raíz del encuentro o contacto entre dos sistemas culturales autónomos, y que produce un aumento de las semejanzas entre ambos.” (Glick, 2001).

8. Modalidad de alojamiento turístico en la que el turista se aloja en una casa familiar reconocida al efecto por el Estado.

Asimismo nueve personas de la región –todos ellos también hombres de Imilchil- tienen la titulación de guías, cuya actividad consiste en realizar un trabajo de acompañamiento a los visitantes que realizan actividades de montaña. Todos ellos, además, poseen otros negocios turísticos familiares –ya sean albergues, *gîtes* o comercios de artesanía-. Y trabajan siempre junto a otros acompañantes en las excursiones turísticas por la montaña, como son los muleros y los cocineros, quienes habitualmente son seleccionados en cada caso entre los miembros varones de la familia extensa de los guías.

Por tanto, nos encontramos un sector turístico dominado por hombres, en el que las funciones mejor remuneradas y valoradas se hallan masculinizadas. Y en el que las mujeres desempeñan numerosas tareas, pero sin recibir remuneración alguna por su trabajo –en la misma línea delineada por Urry (1990) cuando habla de la explotación laboral de la mujer-.

5. LAS IMPLICACIONES DEL TURISMO SOBRE LA DESIGUALDAD SOCIAL

A pesar de los indudables impactos positivos que implica la llegada del turismo a una comunidad dada, éstos no suelen afectar a toda la población por igual. Incluso resulta habitual que esta actividad incremente las desigualdades en el interior del grupo. Este fenómeno se ha producido también en el seno de los Aït Haddidou, donde el turismo no ha beneficiado de una manera homogénea a toda la población. En este proceso han incidido, entre otros factores, las desigualdades que ya pre-existían en el seno del grupo antes de la llegada de turistas al valle. Como veremos a continuación, el turismo ha venido a agravar, entre otras, la desigualdad de género, así como la existente entre fracciones de los Aït Haddidou⁹. Al tiempo que ha generado nuevas formas de inequidad, como es la aparecida entre aquellas familias y personas que se dedican a esta actividad y el resto de la población. Además veremos que ha incrementado la valoración social de las personas más jóvenes frente a las más ancianas, quienes tradicionalmente han gozado de un mayor estatus social.

Este incremento de la desigualdad social presente entre los Aït Haddidou, se halla relacionado con el proceso de monetarización que viene afectando a la comunidad. Pues el turismo ha llegado al valle en un momento en que la economía de mercado ha penetrado en sus formas más desestabilizadoras. Este proceso ha potenciado una progresiva desestructuración socio-económica del grupo que anteriormente era relativamente igualitario, y donde los conflictos de intereses se solucionaban por la propia tribu, cuando todavía existía un sentido de pertenencia a una comunidad interrelacionada por los linajes y las relaciones familiares. Con la penetración del individualismo, las relaciones socio-familiares se han visto claramente afectadas, y el turismo no viene más que a agravar

9. Los Aït Haddidou se consideran grupo tribal, el cual se subdivide en dos fracciones principales: los Aït Yazza y los Aït Bahim.

este proceso. Pues éste está generando una mayor desigualdad social, acentuando las diferencias entre aquellas familias y personas que se dedican a la actividad turística y las que no son beneficiadas por esta nueva fuente de ingresos.

La situación aventajada a partir del turismo de la que se beneficia un determinado sector de la población Haddidou, se concreta por una parte, en una desigualdad económica, ya que las familias dedicadas a la actividad turística han visto incrementado su nivel de ingresos; pero por otro lado, en una desigualdad de poder, como analizaremos a continuación.

Como hemos dicho, la llegada de la actividad turística al Valle del AssifMelloul, ha coincidido con la penetración de la economía de mercado, que ha desembocado en un proceso de empobrecimiento creciente de muchas unidades familiares, debido a la dislocación lenta de la economía y de la sociedad pastoral tradicional. En este contexto, actualmente hay un sector de la población Haddidou que se habría integrado en una mayor medida en el sector monetarizado de la sociedad –entre otros, los agentes turísticos-, mientras que paralelamente existiría una amplia franja de la comunidad que continuaría ligada a las actividades de una economía de subsistencia. Los primeros habrían incrementado su nivel de ingresos, mientras que los segundos habrían experimentado un deterioro de sus condiciones de existencia.

Los agentes turísticos constituyen uno de los sectores que han salido más beneficiados de este proceso. Entre ellos, son los guías de montaña los que han experimentado una mejoría mayor, seguidos por los propietarios de albergues y *gîtes*. Tal como Bouzama (1996: 29) expresaba para el caso de los habitantes del valle marroquí de los AïtBouguemez, también en AssifMelloul algunos de los agentes turísticos han pasado a formar parte de las familias más ricas del valle. Especialmente quienes provienen de aquellas en las que hay varios miembros que se dedican a esta actividad. Sería el caso de las familias en las que uno de los miembros trabaja como guía, mientras que hijos o hermanos gestionan el albergue familiar. Las familias que han tenido un mayor éxito, han sido aquellas que han permanecido unidas, asociando los intereses de varios hogares, en las que la repartición de tareas entre sus miembros les permite mantener varios campos de actividad (agricultura, pastoreo, comercio, turismo...) ¹⁰.

El mayor poder adquisitivo del que gozan los agentes turísticos, les posibilita mantener hábitos de consumo prohibitivos para la mayor parte de la población, debido a su coste ¹¹. Lo que se traduce en pequeñas diferencias, como sería su mayor consumo de carne, o su posibilidad de emplear a mujeres locales para que realicen el trabajo agrícola de la unidad familiar (con lo que el beneficio del turismo llega también a las esposas de los

10. Agustín Santana (1997) se ha referido a la necesaria complementariedad entre las actividades tradicionales y las actividades turísticas.

11. Hay que tener en cuenta el *efecto demostración* que a menudo conlleva la presencia de visitantes. En este sentido, De Kadt (1991: 114) lo explica como los posibles cambios de actitudes, valores o comportamientos que pueden resultar de la mera observación de los turistas.

agentes turísticos, quienes habrían empezado a vivir un poco más cómodamente). O incluso la compra de automóviles -por parte de dos de ellos- o de electrodomésticos, verdaderos artículos de lujo que resultan inaccesibles para la mayor parte de la población. Sin embargo, su contribución a la economía local y nacional resulta escasa, ya que generalmente no pagan apenas impuestos.

Pero la desigualdad no es efecto únicamente de la disparidad de ingresos entre las familias, sino que también tiene que ver con la desigualdad de poder. En este sentido, tendremos que hablar del poder de que gozan los agentes turísticos, especialmente los guías de montaña. Estos últimos son los interlocutores privilegiados entre las agencias de viaje -ubicadas tanto en las grandes ciudades del país como en el extranjero- y la población local. Son ellos los que eligen la mayor parte de los muleros, cocineros del grupo y del personal de los *gîtes* o albergues a frecuentar (generalmente pertenecientes a miembros de su parentela). Todo ello les otorga un gran poder, pues dominan el sector y son los que toman decisiones para emplear a miembros de la propia estructura familiar, incrementando así también su propia valoración social.

El incremento de los índices de desigualdad en términos de poder, se relaciona también con el efecto que ha tenido el turismo en una transformación de los criterios de valoración social dentro de la comunidad. Si tradicionalmente eran las personas más ancianas las más valoradas y respetadas entre los Aït Haddidou, actualmente la situación parece estar cambiando. Pues con la llegada de la salarización, y también del turismo, se está produciendo una progresiva revalorización de las personas más jóvenes que, debido a su mejor formación y conocimiento de idiomas, son quienes encuentran mayores facilidades para acceder a los nuevos tipos de empleo ligados a la economía mercantilizada, entre ellos los relacionados con el turismo. Esta nueva actividad laboral les permite la obtención de un salario, incrementando también su prestigio dentro de la comunidad. Estos hombres relativamente jóvenes van adquiriendo una mayor influencia en las decisiones de la comunidad. Pues son quienes mejor saben adaptarse a los nuevos desafíos que plantea la nueva economía de mercado en la región, lo que les otorga un mayor poder frente a los más ancianos, quienes han vivido toda su vida en un contexto de economía agro-pastoral de subsistencia.

Por otra parte, abordaremos otro aspecto ligado a la desigualdad de poder potenciada por la actividad turística. Nos referimos al mayor beneficio que están extrayendo de la misma los componentes de la fracción de los AïtYazza, frente a los AïtBrahim. Los AïtYazza se han mostrado reiteradamente más abiertos a los cambios que los AïtBrahim, debido fundamentalmente a que a esta última se le considera la rama noble de la tribu, habiendo mantenido tradicionalmente una situación de privilegio. Esta situación les hace ser a estos últimos más conservadores, frente a los AïtYazza, quienes consideran que el cambio no puede resultarles más que beneficioso, por lo que se habrían abierto a

otro modo de vida propuesto por la economía de mercado. De este modo, éstos han sido los primeros en acoger la actividad turística como nueva fuente económica, habiendo sido los grandes beneficiados por la misma. Frente a ello, los AïtBrahim no terminan de ver con buenos ojos la llegada del turismo, conscientes de las transformaciones del orden tradicional que éste estaría potenciando en el valle. Como consecuencia de esta situación, podemos decir que la actividad turística estaría también impulsando una transformación de la propia estratificación social del grupo -aunque simbólicamente todavía no se haya producido un cambio, pero sí a nivel material-, pues el turismo está contribuyendo a la progresiva sustitución de valores tradicionales entre los Aït Haddidou, como son el origen o prestigio, por el “valor dinero”.

Del mismo modo, el turismo que estaría llegando a AssifMelloul estaría teniendo una incidencia en una significativa desigualdad de género, tal como presentamos en el siguiente apartado.

6. TURISMO Y RELACIONES DE GÉNERO

La actividad turística posee también implicaciones de género. Pues el sistema turístico se halla impregnado de todo un sistema de estratificación de género, ya que se halla envuelto en procesos sociales contruidos, donde las relaciones de género son jerárquicas y desiguales (Kinnaird, Kothari y Hall, 1996: 95). Por tanto, éste convive dentro de un sistema que otorga más poder a los hombres, entendiendo por tal, la capacidad de decidir sobre la vida de otras personas o sobre el mundo exterior en general (Gregorio Gil, 1998: 100). De este modo, deberemos tener en consideración que el turismo ha penetrado en la comunidad Haddidou, una sociedad patriarcal y patrilocal, en la que impera todo un sistema normativo de género. Dichas normas prohíben el trabajo remunerado de las mujeres del grupo, limitando su aportación económica a la economía de subsistencia¹². Además, también minimizan el contacto de las mujeres con personas ajenas a la comunidad. A lo que debemos añadir que el turismo llega a una sociedad en la que la autoridad es detentada únicamente por los hombres. Por tanto, se trata de “un sistema de organización social que produce desigualdades entre hombres y mujeres o cuyas desigualdades vienen sustentadas en la construcción cultural del género” (Gregorio Gil, 1998: 80).

Tras la llegada de la economía de mercado a la región, las mujeres habrían continuado con su trabajo tanto reproductivo como productivo dentro de la economía de subsistencia.

12. Sin embargo, históricamente y hasta hace relativamente poco tiempo, habría existido una distribución sexual del trabajo en la comunidad, que disponía que las mujeres fueran las encargadas de todas las tareas de producción y reproducción dentro de la economía de subsistencia imperante en esa época, siendo las encargadas principales de la manutención familiar. Los hombres, en cambio, debían encargarse de la defensa del territorio.

Frente a ello, los hombres se habrían apropiado de aquellos trabajos que implican la percepción de un salario con una mayor valoración social. Y la aparición de la actividad turística en la comunidad habría venido a consolidar este proceso. Como bien expresa Bourdieu (2000: 121) las actividades asociadas a la reproducción biológica encomendadas a las mujeres, son aparentemente reconocidas y a veces ritualmente celebradas, pero sólo lo son en la medida en que permanecen subordinadas a las actividades de producción, las únicas en recibir una auténtica sanción económica y social, y ordenadas de acuerdo con los intereses de los hombres. Para Carmen Gregorio (1998: 83-84) –en referencia a otros diversos contextos geográficos–, esta infravaloración del papel que desempeñan las mujeres como productoras y generadoras de ingresos, se debe fundamentalmente a que el trabajo que las mujeres producen dentro del hogar, aunque sea productivo, se considera de *naturaleza femenina*, y por tanto, débil y de poco valor; y a que el trabajo que las mujeres desempeñan fuera del grupo doméstico, aunque genere un ingreso monetario, se considera como una *ayuda*. Pues a las ideologías de género se añaden las de parentesco, que definen todo desempeño de la mujer, madre y esposa, en el marco de las relaciones afectivas de carácter altruista con los diferentes miembros del grupo doméstico. Como consecuencia de esta ideología, la aportación económica realizada por las mujeres a sus hogares, no es reconocida, ni por ellas mismas ni por su sociedad. Mientras la aportación monetaria de los hombres se sobrevalora y constituye una fuente de prestigio. Con ello, podemos afirmar que son los hombres quienes más se han beneficiado del trabajo en el sector turístico, ocupando los mejores puestos y en condiciones más favorables que las de las mujeres, y como bien expresa Regina Scheyvens (2000: 234) “monopolizando los beneficios procedentes del turismo”.

En el sistema turístico, a la mujer Haddidou le corresponde la realización de aquellas tareas que implican un casi nulo contacto directo con los forasteros (como hacer las camas, cocinar, hacer el pan, limpieza, etc). Mientras que los hombres son los encargados de la atención directa a los visitantes. Para legitimar esta práctica se argumenta, entre otras cosas, que las mujeres no poseen conocimientos de idiomas ni se encuentran preparadas para ello. Sin embargo, en los albergues existen ocasiones en las que las mujeres tienen oportunidad de interrelacionar directamente con los turistas (momentos casi todos ellos en los que los hombres de la familia se hallan ausentes y se ven obligadas a atenderlos ellas mismas). Y en los *gîtes* estas ocasiones son mucho más habituales, teniendo en cuenta que los visitantes se alojan en la vivienda familiar, espacio privado de la familia donde el control social disminuye ostensiblemente. Estos contactos incipientes estarían motivando a las mujeres a aprender algunas expresiones idiomáticas, lo que les facilita cada vez más el contacto con el exterior.

Pero en los últimos años han aparecido también las primeras mujeres que ofrecen resistencia activa a este sistema que discrimina al sector femenino. Como es el caso de la

única mujer Haddidou que gestiona directamente uno de los albergues de Imilchil, en el que sus tres trabajadoras remuneradas también son mujeres. Esta transgresión normativa encuentra una fuerte resistencia en la sociedad Haddidou—es fuertemente criticada y se le niega el acceso a servicios y recursos que se facilita al resto de agentes turísticos—. Además existen otros ejemplos femeninos de transgresión de las normas comunitarias, como es el hecho de que, en los últimos años, algunas mujeres han comenzado a trabajar de manera remunerada en servicios turísticos. Una mujer Haddidou trabaja como camarera en uno de los cafés de Imilchil. Y otras se hallan empleadas en los albergues. Anteriormente esta situación hubiera resultado impensable, debiendo recurrir a la contratación de mujeres foráneas. Actualmente los límites parecen haberse flexibilizado, y cada vez más mujeres realizan funciones rechazadas por la tradición. Asimismo existen muchachas que ubicadas en espacios en los que el control social es menor, esperan la llegada de turistas masculinos, con los que tratan de establecer conversaciones y que incluso al cabo de pocos minutos les llegan a pedir que se casen con ellas. Estas jóvenes desean marcharse a vivir a Europa —escapando así de unas duras condiciones de vida y de trabajo, tal como nos explicaban— y al no disponer del conocimiento de idiomas ni de los medios económicos necesarios, ven en el matrimonio con forasteros una posible solución —una joven Haddidou logró casarse con un turista belga, con quien lleva una vida gratificante, lo que ha animado todavía más a otras jóvenes a querer imitarla—. Estos hechos presentados nos informan, por tanto, de los cambios que se están produciendo en este sentido.

Si abordamos las implicaciones del turismo en relación a las desigualdades de género, debemos profundizar en la cuestión de si esta actividad es generadora de empoderamiento, independencia y autonomía para las mujeres, tal como han afirmado numerosos autores (Hashimoto, 2002; Chambers, 2000; Chant, 1992; Leontidou, 1995; Wilkinson y Pratiwi, 1995; Fairbairn-Dunlop, 1995; Cukier, 2002). En nuestro caso de estudio, la situación se muestra un tanto paradójica, por lo que deben realizarse numerosas matizaciones. El elemento que vendría a marcar una mayor diferencia con otros muchos casos, es que las mujeres de esta comunidad no perciben un salario por sus servicios, pues su trabajo es considerado como una ayuda familiar. Sin embargo, nos atrevemos a afirmar que pese a todo, las mujeres Haddidou cuyas familias gestionan alojamientos, han podido acceder a ventajas que, de no haber trabajado en el ámbito del turismo, no habrían podido disfrutar. De este modo, como hemos visto, la actividad turística ha conllevado un mayor margen de libertad para las mujeres implicadas en el proceso turístico, una mayor valoración social, una mayor capacidad adquisitiva o una mayor implicación en la toma de decisiones familiares. Al mismo tiempo, algunas de las mujeres que se dedican al turismo se benefician ahora —y cada vez en mayor medida— de comodidades impensables para la mayor parte de la población femenina de la comunidad, como son gozar de electrodomésticos que les facilitan considerablemente su trabajo o poder desatender

determinadas tareas agrícolas que resultaban duras, para pasar a concentrarse en las derivadas del turismo.

En definitiva, la salarización acelerada por el propio proceso turístico, es un fenómeno que ha beneficiado principalmente a los hombres, mientras que las mujeres han permanecido en la esfera de la economía de subsistencia y no remunerada. De esta manera, la mujer progresivamente ha sido desposeída de su función productiva, quedando en un lugar de subordinación. Y como bien expresa Kasriel (1989: 72-73), al mismo tiempo, con estos cambios las mujeres han perdido también una parte de su identidad.

Esta situación actual del turismo que privilegia a los hombres, tenderá a intensificarse con el tiempo. Pues la mayor parte de las ganancias derivadas de esta nueva actividad, están siendo reinvertidas en la ampliación y mejora de los proyectos turísticos iniciales, lo que tenderá a incrementar cada vez más los beneficios y el poder de los actuales propietarios masculinos de los establecimientos turísticos, mientras que las mujeres sólo percibirán sus beneficios de una forma indirecta, generalmente a través de los hombres de sus familias.

A todo ello se debe añadir el hecho de que actualmente sólo ellos pueden mejorar su cualificación a partir de las acciones formativas lanzadas por las ONG, lo que con el tiempo contribuirá a mantener a las mujeres en los puestos de trabajo de menor cualificación y valoración social. Este proceso se convierte de este modo en un círculo vicioso, pues como afirman Kinnaird y Hall (1996: 96), los mejores puestos de trabajo se hallan relacionados con una mayor acumulación de capital humano, quedando así las mujeres en situación de desventaja.

7. EL TURISMO COMO DECISIÓN POLÍTICA. LA MANIPULACIÓN DEL PATRIMONIO

Podemos afirmar que el tipo de desarrollo turístico del Valle del Assif Melloul se halla relacionado, en cierto modo, con la especial conflictividad que los Aït Haddidou han mantenido históricamente con el poder gubernamental de Marruecos. Y es que este grupo es una buena muestra de la complejidad de las relaciones existentes entre el Estado, lo árabe y lo bereber en Marruecos. La identidad étnica de este grupo tribal, ha desempeñado un papel clave en su devenir histórico, funcionando como aglutinador de la comunidad pues, como bien expresan Comas y Pujadas (1991: 35), ésta es una clase de sentimiento de pertenencia que vincula al individuo con la colectividad a la que pertenece, y que sólo se torna comprensible si la entendemos como expresión de las relaciones entre identidades diferenciadas (Bartolomé, 1997: 43-46), en contraste, fundamentalmente con el elemento árabe presente también en Marruecos.

Anteriormente mencionábamos que en los años ochenta se inició un importante proceso de transformación en el Valle del AssifMelloul, que vino a transformar las relaciones sociales del grupo. De hecho, fue en esta década cuando se intensificó la llegada de turistas al valle, aunque inicialmente se tratara de una actividad estacional y poco importante.

Estos cambios económicos estuvieron precedidos por un acontecimiento político de primer orden. A mediados de la década de los setenta tuvo lugar un golpe de Estado contra la monarquía que, aunque fracasó, tendría importantes implicaciones para la vida de los Aït Haddidou, ya que este grupo tuvo una fuerte participación en esta rebelión. A partir de este hecho, progresivamente se fueron imponiendo nuevas estrategias de control hacia esta comunidad (se da más importancia a la *comuna*¹³desempoderando a la *jema'a*¹⁴, se establecen nuevos representantes del Estado en el valle, se instala un destacamento de la Gendarmería Real en Imilchil y en otras localidades de la región, se impone todo un nuevo sistema de sanciones frente al derecho consuetudinario por el que los Aït Haddidou se habían regido hasta ese momento, etc). Paralelamente el Estado intensificó los esfuerzos para fomentar la aculturación de este grupo rebelde (multiplica el número de funcionarios provenientes de las ciudades –algunos encargados de la educación de los niños en las escuelas-, pasa a nombrar directamente al *imam*¹⁵ de la mezquita, etc.).

La llegada del turismo al Valle del AssifMelloul es, en buena parte, consecuencia de la apuesta del Estado marroquí por el turismo. Éste –junto a las ONG que intervienen en la región- plantea el turismo como estrategia fundamental para luchar contra la pobreza de las comunidades rurales. Sin embargo, la llegada de esta actividad forma parte de una estrategia de desarrollo que no ha sido debatida en el seno de la comunidad local y que ha venido a mejorar su contacto con el exterior, con un fuerte impacto aculturador, conllevando efectos sobre la identidad étnica. Este modelo de desarrollo viene a fragmentar los intereses del grupo, erosionando así la cohesión comunitaria. Por tanto, el impulso de la actividad turística viene a sumarse a esa estrategia del gobierno marroquí que ha conllevado un fuerte efecto aculturador para la comunidad.

Para el Estado, la llegada de turistas supondría la modernización de esta comunidad, una estrategia para el cambio social y económico, y su acercamiento a una realidad más acorde a los intereses nacionales. El turismo es un importante motor de cambios socio-culturales y de homogeneización, conllevando importantes desafíos cuando se trata de grupos étnicos que poseen fuertes identidades, como ocurre en nuestro caso de estudio. A menudo, transforma y reconstruye el patrimonio cultural de las comunidades locales, mercantilizándolo y adaptándolo a los gustos de los turistas, ya que en el sistema turístico

13. Institución política equivalente a un ayuntamiento.

14. Asamblea tradicional bereber, que reúne a un representante de cada linaje, para tomar decisiones que afectan a la comunidad.

15. Representante religioso que dirige las oraciones de la comunidad musulmana.

el patrimonio es ofrecido como producto fundamental con el que atraer visitantes, llegando incluso a ignorar el uso social que tenía en su origen, aislándolo del contexto social en el que tenía un significado (Aguilar, 2003: 406-420; Santamarina, 2005: 46). De este modo el capital simbólico de la comunidad se manipula, adaptándolo a las necesidades del momento, pero intentando conservar la autenticidad (Álvarez Sousa, 2005: 74), pues la identidad étnica no es algo inmutable, sino que como construcción, puede evolucionar y transformarse.

Este hecho resulta fundamental en algunas minorías étnicas –como es el caso que nos ocupa- que históricamente han mantenido posiciones de resistencia ante el poder y la lógica estatal, y que han basado su lucha en el mantenimiento y fortalecimiento de su identidad como grupo. En este proceso, el patrimonio cultural de las comunidades ha cobrado una fuerte relevancia, convirtiéndose en un campo de disputa simbólica. De esta manera, las autoridades gubernamentales emplearían diversos mecanismos dirigidos al debilitamiento de la identidad étnica, convirtiéndose el patrimonio en un elemento fundamental dentro de este proceso –como bien expresan Goulding y Domic (2009), la reconstrucción del patrimonio se realiza de un modo parcial y lleno de prejuicios-. Así, a menudo, la actividad turística es impulsada por el gobierno central (produciéndose una mercantilización del patrimonio étnico) en las comunidades más conflictivas, pues supone una integración de la planificación estatal y la expansión de discursos ideológicos acerca del *desarrollo* apropiado para determinados espacios” (Roseman, 2003: 404), además de constituir una estrategia política para despolitizar las relaciones raciales (Almeida y Yan, 2008). Como expresa Santamarina (2005: 44) no podemos referirnos al patrimonio sin una alusión directa al poder, como forma de imponer significaciones al mundo, pues es necesaria una activación del mismo para que éste exista”. Y es que el turismo es un poderoso factor de homogeneización cultural, y las minorías étnicas se muestran especialmente vulnerables ante sus efectos negativos, al hacerles perder buena parte del control sobre sus propios asuntos (Chambers, 2000: 100-102).

Analizando el caso concreto de los Aït Haddidou, podemos observar cómo la llegada del turismo ha implicado toda una serie de transformaciones en su patrimonio comunitario. Tal sería el caso de la comercialización de las relaciones humanas que ha implicado la llegada de visitantes a la comunidad, en un contexto donde la hospitalidad constituye una obligación -como comunidad musulmana que son, pues tradicionalmente en las sociedades musulmanas la hospitalidad es un deber (Aziz, 2004: 152-153)-.

Igualmente, en este sentido debemos citar las adaptaciones al gusto de los turistas que ha experimentado la artesanía local¹⁶, priorizando la venta de *tahendirts*¹⁷ foráneas. Y que habría implicado una desvalorización y abandono de la misma por parte de un amplio

16. En este sentido, Aguilar (2003: 407) profundiza en esta adaptación que las poblaciones locales a menudo realizan, adaptando sus artesanías a los gustos de los visitantes, las cuales luego son vendidas bajo el sello de su tradicionalidad y de su autenticidad.

17. Manta de lana tradicional con que visten las mujeres Haddidou.

sector de las jóvenes pertenecientes a los AïtYazza, con las implicaciones que este hecho posee, ya que la vestimenta étnica constituye un signo de la identidad cultural, cuyas características sirven no sólo para destacar la filiación étnica, sino incluso la adscripción comunitaria (Bartolomé, 1997: 94)¹⁸. O modificando la simbología presente en las alfombras tradicionales, en función de los gustos turísticos. Y es que, como bien expresa Aguilar (2003: 419-420), el mercado turístico es la causa de las continuas modificaciones formales de la artesanía tradicional, las cuales terminan por ignorar el uso social que los objetos poseían en su origen, aislándolos del contexto social en el que eran creados y donde tenían un sentido.

Asimismo, la actividad turística habría conllevado una espectacularización de su patrimonio no material, como en el caso de los *ahidous*¹⁹. Pues si para los Aït Haddidou representaban un medio de expresión colectiva en relación a los acontecimientos más significativos del grupo, actualmente son utilizados también para atraer a los turistas, ofreciendo su música y danza como animación en algunos albergues. Pues el turismo también puede favorecer cambios que despojan las manifestaciones culturales de su significado y sólo salvaguardan los elementos más visibles, siendo tratados como un espectáculo teatral (Gascón y Cañada, 2005: 83).

Del mismo modo, la arquitectura tradicional construida en adobe, habría sufrido el impacto del turismo. Ya que los agentes turísticos fueron los primeros pobladores en adoptar el cemento y ladrillo como técnicas de construcción de los albergues, lo que fue imitado posteriormente en las viviendas de la élite local de Imilchil, para la que las construcciones de tipo occidental pueden ser, como afirman Turner y Ash (1991: 220), “motivo de orgullo”, pues piensan que se acerca más a la modernidad.

En consecuencia, observamos cómo la llegada del turismo se convierte en un poderoso instrumento de aculturación en la región, que estaría transformando la simbología del grupo. La desaparición de los símbolos Haddidou de sus formas artesanales, el creciente desprecio hacia sus formas culturales o el abandono de su vestimenta étnica, constituyen signos que muestran el fuerte proceso de cambio que actualmente estarían experimentando los Aït Haddidou. La actividad turística, fomentada en las dos últimas décadas por el propio Estado, se habría convertido en un poderoso mecanismo impulsor de cambios que van a tener una incidencia importante en la identidad étnica del grupo. En este sentido, es preciso analizar en el siguiente apartado cómo el gobierno marroquí estaría tratando de convertir en un atractivo turístico de primer orden, una de las fiestas populares más importantes de los Aït Haddidou, que a su vez constituye uno de sus máximos símbolos identitarios como bereberes que son.

18. Los diseños de la vestimenta étnica varían entre los Aït Haddidou, en función de que se pertenezca a la fracción de los Aït Brahim o a la de los Aït Yazza.

19. Cánticos y danzas tradicionales que constituyen un medio de expresión colectiva en relación a los acontecimientos más significativos del grupo.

8. LAS TRANSFORMACIONES EN EL MOUSSEM DE IMILCHIL, SÍMBOLO IDENTITARIOBEREBER

El Moussem de Imilchil es una fiesta que anualmente celebran los Aït Haddidou²⁰. Diremos que la palabra *moussem* hace referencia a un peregrinaje colectivo que se practica periódicamente en determinada época del año alrededor de la tumba de un santo. Sin embargo, como afirma Berriane (1992: 88), el *moussem* tendría un carácter sagrado, pero al mismo tiempo otorgaría un gran peso a las actividades recreativas. Y durante su celebración también tendría lugar un extenso mercado, una de las actividades comerciales más importantes del año. Con todo ello, el *moussem* se convierte también en lugar de encuentro multitudinario de bereberes de distintas tribus y regiones, convirtiéndose así en una celebración de la identidad bereber.

Asimismo, durante esta fiesta se celebra la firma de las actas de las bodas colectivas – distintas parejas ataviadas con su vestimenta tradicional, formalizan al mismo tiempo su unión matrimonial ante un juez, acto que se acompaña por música y danzas tradicionales-, acto que por su peculiaridad y exotismo atrae la atención y curiosidad tanto de bereberes como de otros turistas nacionales y extranjeros. Además a este evento acuden personalidades del gobierno marroquí y de la Casa Real, así como algunos embajadores extranjeros.

El *moussem* es el acontecimiento de la región de Imilchil que atrae un mayor número de turistas. Y es el propio Estado el que ha realizado mayores esfuerzos en convertir esta fiesta tradicional en un evento turístico. Este hecho ha implicado la realización de importantes adaptaciones de esta fiesta, como veremos a continuación, con el fin de atraer el mayor número de visitantes posible. Este fenómeno se inició en 1965, cuando el *Agdoud de AïtAmeur*²¹ pasó a llamarse *Moussem de Imilchil* como fruto de la política turística impulsada por el Estado (Kasriel, 1989: 10).

El Estado interviene de otros diversos modos en el *moussem*. Para comprenderlo, debemos tornar a hacer mención a las relaciones conflictivas que a lo largo de la historia esta tribu bereber ha mantenido con el *makhzen*²², las cuales todavía hoy perduran. Por esta razón no resulta casual la vigilancia y control que el Estado dirige hacia este evento, así como la apropiación progresiva de la organización de la fiesta por parte de éste.

El *Moussem de Imilchil* –como ocurre con la mayoría de los *moussems*- nunca había tenido una fecha fija, sino que se celebraba cuando tenía lugar la recogida de la cosecha, en función por tanto del calendario agrícola y cuando se disponía de los medios necesarios. Sin embargo, en la última década el Estado ha desposeído del poder de decisión sobre su

20. Para profundizar sobre el *Moussem de Imilchil* puede leerse el artículo de Berlanga, M.J. (2004).

21. Lugar de devoción y zoco.

22. Palabra con que se designa al gobierno central del Estado.

propia fiesta a los Aït Haddidou, al fijar su celebración en el último fin de semana del mes de agosto de cada año, de acuerdo a los intereses turísticos –pues las agencias de viajes argumentaban que no podía organizar visitas turísticas al *moussem* si no se conocía con suficiente antelación la fecha de su celebración-.

Del mismo modo, si tradicionalmente era la población Haddidou la que se encargaba de organizar este evento, ahora es el Estado quien lo hace, pese a que se permite una muy limitada participación de representantes del movimiento asociativo de la región. Este fenómeno ha llevado al disgusto de la población, que progresivamente va sintiendo que le han usurpado su propia fiesta.

Además, pese a que en el *moussem* han estado presentes las autoridades estatales desde hace décadas, en los últimos años su presencia se ha multiplicado. Con ello, el Estado se asegura de informar a este grupo tradicionalmente rebelde hacia su figura, de la existencia de un control y vigilancia gubernamental permanente de los asuntos de su comunidad. No obstante, conocedor de la actitud de rechazo local ante ello, el Estado y las autoridades internacionales presentes en el mismo se comprometen a invertir cada año una cantidad de dinero destinado al desarrollo de la región, en parte como estrategia de calmar y atenuar esta actitud de hostilidad hacia su presencia en este evento identitario..

Asimismo, durante la última década, se ha producido una relegación de la población local frente a los visitantes en buena parte de los actos festivos relacionados con el *moussem*. De este modo, se puede ver a la población confinada tras las vallas en un segundo plano, mientras que cualquier visitante –nacional o extranjero- tiene libre acceso a todo el espacio, pudiendo ser espectadores en primera fila de todos los eventos.

Todos estos cambios impulsados por el Estado han llevado a una progresiva desvinculación de la población de su propia fiesta tradicional, hasta el punto que hoy en día ya no hay bodas colectivas, ni tampoco bodas particulares, ni se producen apenas registros de actas matrimoniales durante las fechas del *moussem* –de hecho, en los últimos años el Estado ha optado por pagar cierta cantidad de dinero a las parejas que registran su matrimonio durante el mismo, con el fin de que no desaparezca este ritual atractivo del turismo-. Por una parte, las bodas colectivas desaparecieron ya a mediados de los años 80. Por otra, actualmente las parejas deciden cada vez más casarse una vez finalizado el *moussem* – muchas de ellas esperan al día siguiente del fin de la fiesta-, tratando de escapar de la visión de los visitantes y de las autoridades. Y del mismo modo, se registran los matrimonios a lo largo de todo el año en la oficina de juzgados instalada en Imilchil.

Para concluir, podemos decir que las transformaciones que el Estado ha ido introduciendo en esta fiesta tradicional, que constituye un símbolo identitario bereber real para los Aït Haddidou, se hallan acordes a la política que históricamente el *makhzen* ha desplegado en la región. Ésta habría ido debilitando progresivamente sus instituciones tradicionales,

ante su temor y desconfianza hacia las formas de autoorganización bereberes. El *Moussem de Imilchil* constituye un evento en el que se manifiestan elementos tradicionales de los Aït Haddidou, y el Estado habría realizado diferentes intentos históricos de acabar con esta tradición. Así por ejemplo, en la época del Protectorado franco-español –tuvo lugar entre 1912 y 1956- prohibió las bodas colectivas en la región, ante lo que Kasriel(1989) plantea que este hecho se hallaba relacionado con el temor que suscitaban estas grandes reuniones multitudinarias bereberes que se producían con la celebración de las bodas colectivas.

Actualmente, el interés turístico por el *moussem* divide los intereses de la población local. La presencia de turistas en esta fiesta se convierte en indispensable para los actores del turismo. Mientras que para el resto de la población, el turismo no ha representado más que la transformación de sus tradiciones y una mayor presencia del Estado en la zona. Podría pensarse, pues, que el turismo se convierte de este modo en otro medio de fraccionamiento y debilitamiento del poder de los AitHaddidou, así como de transformación de su modo de vida y reducción de su cultura hacia sus aspectos más folclóricos.

9. CONCLUSIONES

Analizar el turismo exclusivamente como un poderoso factor de creación de empleo y riqueza para las comunidades locales, es como tratar de invisibilizar la complejidad de las dinámicas que esta actividad implica. Como ocurre en el caso que hemos presentado, los impactos del turismo pueden ser perniciosos si éste no ha sido suficientemente debatido y correctamente planificado por el conjunto de una comunidad, formando parte de un plan participativo de desarrollo integral.

En pequeños grupos étnicos, como el que hemos presentado, el turismo puede funcionar como un factor de empoderamiento si éste es gestionado comunitariamente, distribuyendo sus beneficios entre todos los sectores sociales –existen variados ejemplos de experiencias de Turismo Comunitario en América Latina en este sentido-. Sin embargo, en nuestro caso de estudio, esta actividad ha potenciado una fragmentación y división de intereses entre sus miembros, incrementando al mismo tiempo el poder del Estado en la región –los Aït Haddidou en otras épocas históricas se caracterizaban por sus niveles de relativa igualdad y por existir un fuerte sentimiento de comunidad, cohesionado en buena medida por una fuerte identidad étnica compartida, así como por su fuerte oposición y enfrentamiento con el Estado marroquí-. El turismo ha incrementado la desigualdad social, desempoderando a los sectores sociales más vulnerables. Al mismo tiempo, ha facilitado el contacto con nuevos modelos culturales –incluidas las mujeres, que tradicionalmente habían sido aisladas de las influencias foráneas-, que estaría

provocando un efecto de desvalorización y desprecio hacia sus propias formas culturales y, por tanto, una importante aculturación entre sus miembros. La influencia de los visitantes, como ejemplo, habría favorecido un progresivo abandono de la vestimenta étnica de las jóvenes AïtYazza, lo que supone un importante renunciamento cultural, ya que la vestimenta informa de la filiación étnica de quien la porta.

La cohesión comunitaria de otro tiempo, podría haber sido de utilidad para la gestión comunitaria del turismo, y más globalmente de su modelo de desarrollo. Pero los Aït Haddidou no han sido capaces de hacer frente cohesionadamente a los retos que se les han ido presentando. Y es que el turismo ha llegado a una sociedad en transformación, en tránsito desde una economía de subsistencia a una incipiente economía de mercado, que ha monetarizado las relaciones y convertido el individualismo y la competencia en valores imperantes.

Al mismo tiempo, el Estado muestra gran interés en el impulso de esta actividad –lo que contrasta con su ausencia durante décadas en el ámbito del desarrollo-, convirtiendo en atractivos turísticos determinados símbolos identitarios del grupo. Por tanto, con la aparición del turismo, se estaría produciendo también una manipulación del patrimonio cultural comunitario, ante una comunidad cada vez más desempoderada y dividida. La identidad étnica, que en otros tiempos habría funcionado como factor de cohesión comunitaria, se ve cada vez más debilitada. En este nuevo contexto, el Estado habría logrado introducir sus intereses en una región tradicionalmente contestataria hacia sus políticas.

Como resultado de todo ello, la comunidad ha ido perdiendo el control sobre su propio modelo de desarrollo. Y actualmente se ve abocada a un modelo que le impone nuevos valores, contrarios al sentimiento comunitario. Y si hasta el momento el grado de aculturación del grupo habría resultado limitado -debido principalmente al importante rol desempeñado por las mujeres Haddidou en la conservación y transmisión de la identidad étnica-, ahora las influencias culturales llegan también hasta el colectivo femenino –a través de los visitantes, pero también a través de otros canales como la televisión, instalada en casi todos los hogares a partir de la llegada de la electricidad normalizada desde el año 2007-. Lo que desembocará en una aceleración de este proceso aculturador en el que ya se hallan inmersos, que les conducirá a una creciente desestructuración social, con dramáticas consecuencias para los colectivos más desfavorecidos de la comunidad, que deberán buscar respuestas individuales a los problemas que les acechan con sus escasos recursos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar Criado, E. (2003) "La cultura como recurso en el ámbito de la globalización: la nueva dinámica de las industrias artesanas". En Bueno, C. y Aguilar, E. (coords.) *Las expresiones locales de la globalización*, México y España: CIESAS y Universidad Iberoamericana, pp. 405- 423.

Almeida Santos, C. y Yan, G. (2008) "Representational politics in Chinatown: the ethnic other" en *Annals of Tourism Research*, 35 (4), pp. 879-899.

AlvarezSousa, A. (2005) "La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectosteórico-metodológicos;*Política y Sociedad*, 42 (1), pp. 57-84.

Aziz, H. (2004) "The journey: an Overview of Tourism and Travel in the Arab/Islamic Context". En Harrison, D., *Tourism and the Less Developed World: Issues and Case Studies*. Oxon: CABI Publishing, pp. 151-160.

Barbaza Y., (1970)"Trois types d'intervention du tourisme dans l' organization de l'espace littoral". *Annales de Géographie*, 434, pp. 446-469.

Bartolomé, M. A. (1997) *Gente de costumbre y gente de razón. Las identidades étnicas en México*. Madrid: Siglo XXI.

Berlanga, M.J. (2004) Turismo y Poder. Las transformaciones de una fiesta popular en Marruecos.*Pasos*, 2(1), pp. 25-45.

Berriane, M. (1992) *Tourisme national et migrations de loisirs au Maroc*. Rabat: Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines - Université MohammedV.

Berriane, M. (1999) "Tourisme national et tourisme international au Maroc: concurrence ou complémentarité?". En VV.AA. *Le tourisme en question* (1999) Meknés: Faculté de Lettres et des Sciences Humaines, pp. 5-22.

Berriane, M. (2002) "Le tourisme au Maroc". En Troin, Jean-François et al. *Maroc. Régions, pays, territoires*. París: Maisonneuve & Larose, pp. 322-324.

Berriane, Mohamed (2002 b) "Les nouvelles tendances du Développement du Tourisme au Maroc". En <http://xxi.ac-reims.fr>

Bourdieu, P. (2000) *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.

Bouzama, N. (1996) "Crise, action et mutations: le Haut-Atlas marocain et les effetsd'uneprogrammation du tourisme". En VV.AA.,*La montagnemarocaine: développement et protection.Revue de Géographie Alpine*, 84(4), pp. 25- 36.

Clancy, M. (1999) "Turismo y desarrollo. El caso de Méjico".*Annals of Tourism Research en Español*, 1(1), pp. 1-23.

- Cleverdon, R. and Kalisch, A. (2000) "Fair Trade in Tourism". *International Journal of Tourism Research*, 2, pp. 171-187.
- Comas, D. y Pujadas, J. J. (1991) "Familias migrantes: reproducción de la identidad y del sentimiento de pertenencia". *Papers*, 36, pp. 33-56.
- Cukier, J. (2002) "Tourism Employment Issues in Developing Countries: Examples from Indonesia". En Sharpley, R. y Telfer, D. (coords.), *Tourism and Development. Concepts and Issues*. Clevedon, Buffalo, Toronto, Sydney: Channel View Publications, pp. 165- 201.
- Chambers, E. (2000) *Native tours. The Anthropology of travel and tourism*. Illinois: Waveland.
- Chant, S. (1992) "Tourism in Latin America: perspectives from Mexico and Costa Rica". En Harrison, D. (ed.), *Tourism and the Less Developed Countries*, Belhaven, London, pp. 85-101.
- De Kadt, E. (1991) *Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo*. Madrid: Endymion
- Dubois, A. (2006) "Orígenes de la propuesta de Desarrollo Humano: El enfoque de las necesidades básicas". En Boni y Pérez, *Construir la ciudadanía global desde la universidad*, Barcelona: Intermó-ISF, pp. 18-24.
- Escobar, A. (1999) *El final del salvaje. Naturaleza, cultura y política en la Antropología contemporánea*. Santafé de Bogotá: CEREC
- Fairbairn-Dunlop, P. (1995) "Gender, culture and tourism development in Western Samoa" En Kinnaird, V. y Hall, D. (eds.) *Tourism: A gender analysis*. Chichester: John Willey&Sons, pp.121-141.
- Gascón, J. y Cañada, E. (2005) *Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria.
- Glick, T. (2001) "Aculturación". En Barfield, T. (ed.) *Diccionario de Antropología*. Barcelona: Bellaterra, p. 21.
- Goulding, Ch. y Domic, D. (2009) "Heritage, Identity and Ideological Manipulation: The Case of Croatia". *Annals of Tourism Research*, 36 (1), pp. 85-102.
- Gregorio Gil, C. (1998) *Migración femenina. Su impacto en las relaciones de género*. Madrid: Narcea.
- Harrison, D. (2004) "Less Developed Countries and Tourism: the Overall Pattern". En Harrison, D., *Tourism and the Less Developed World: Issues and Case Studies*. Oxon: CABI Publishing, pp. 1-22.
- Hashimoto, A. (2002) "Tourism and Sociocultural Development Issues". En Sharpley, R. y Telfer, D. (coords.) *Tourism and Development. Concepts and Issues*. Clevedon, Buffalo, Toronto, Sydney: Channel View Publications, pp. 202-230.

- Kasriel, M. (1989) *Libres femmes du Haut Atlas. Dynamique d'unemicrosociété*. Paris: L'Harmattan.
- Kinnaird, V y Hall, D. (1994) *Tourism: A gender analysis*. Chichester: John Willey & Sons.
- Kinnaird, V. Kothari, U. y Hall, D. (1994) "Tourism: Gender perspectives". En Kinnaird, V. y Hall, D. (eds.), *Tourism: A gender analysis*. Chichester: John Willey & Sons, pp. 1-34.
- Lacomba, J. y Berlanga, M.J. (2006) "Movilidad, desarrollo y subdesarrollo. Emigración y permanencia en una comunidad del Alto Atlas marroquí". *Migraciones Internacionales*, 3(3), pp. 135-154.
- Leontidou, L. (1995) "Gender dimensions of tourism in Greece: employment, subcultures and restructuring". En Kinnaird, V. y Hall, D. (eds.) *Tourism: A gender analysis*. Chichester: John Willey&Sons, pp. 74-105.
- Malgesini, G. y Giménez, C. (2000) *Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad*. Madrid: Catarata.
- Mihalic, T. (2002) "Tourism an Economic Development Issues". En Sharpley, R. and Telfer, D., *Tourism and Development. Concepts and Issues*. Clevedon, Buffalo, Toronto, Sydney: Channel View Publications, pp. 81-111.
- Roseman, S. R. (2003) "Poniendo la artesanía gallega y el turismo rural gallego en el mapa global: políticas administrativas y propuestas locales". En Bueno, C. y Aguilar, E. (coords.) *Las expresiones locales de la globalización*. México y España: CIESAS y Universidad Iberoamericana, 381-404.
- Sancho, A. (2005) *Turismo y desarrollo*. Valencia.
- SantamarinaCampos, B. (2005) "Una aproximación al patrimonio cultural". En Hernández, G.M., Santamarina, B., Moncusí, A. y Albert, M. (coords.), *La memoria construida. Patrimonio cultural y modernidad*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 21-52.
- Santana, A. (1997) *Antropología y Turismo*. Barcelona: Ariel.
- Scheyvens, R. (2000) "Promoting women's empowerment through involvement in ecotourism: experiences from the Third World". *Journal of sustanaible tourism*, 8(3), pp. 232-249.
- Sharpley, R. and Telfer, D. (2002) *Tourism and Development. Concepts and Issues*. Clevedon, Buffalo, Toronto, Sydney: Channel View Publications.
- Turner, L. y Ash, J. (1991) *La horda dorada*. Madrid: Endymion.
- Urry, J. (1990) *The Tourist Gaze. Leisure and travel in contemporary Societies*. London: Sage.
- Wilkinson, P. and Pratiwi, W. (1995) "Gender and Tourism in an Indonesian Village". *Annals of Tourism Research*, 22 (2), pp. 283-299.