

## 'Vender lo propio'. Naturaleza, turismo y arroz en Isla Mayor (Sevilla) 'Selling your own': nature, tourism and rice in Isla Mayor (Seville)

Macarena Hernández Ramírez

Profesora Titular. Dpto de Antropología Social, Psicología Básica y Salud Pública. Universidad Pablo de Olavide. Sevilla  
[mherram@upo.es](mailto:mherram@upo.es)

Sherman Farhad

Doctoranda. Universidad Pablo de Olavide. Sevilla  
[sfar@upo.es](mailto:sfar@upo.es)

Miquel A. Gual

Profesor Doctor. Departamento de Economía, Met. Cuantitativos e Historia Económica. Universidad Pablo de Olavide. Sevilla  
[mgual@upo.es](mailto:mgual@upo.es)

### CLAVES DEL TURISMO DE BASE LOCAL

MONOGRÁFICO COORDINADO POR ESTEBAN RUIZ BALLESTEROS (Universidad Pablo de Olavide)

---

#### RESUMEN

La historia y desarrollo del turismo de base local en Isla Mayor podríamos decir que es la historia de una "joven promesa", tanto por el tiempo como por el potencial que encierra. El papel de la naturaleza en la construcción del producto turístico, así como el protagonismo de "lo local", son las claves para entender el proceso que supone el turismo en este municipio. Partimos del presupuesto que entiende los procesos de apropiación por parte de la sociedad local, como uno de los factores condicionantes para el desarrollo del turismo de base local. El caso etnográfico que compone la experiencia turística desarrollada en Isla Mayor (Sevilla) expone la relación naturaleza-sociedad como eje central tanto de la posible oferta turística, como de los procesos de construcción social de la realidad local. La falta de vinculación o la ruptura que parece existir en ese binomio (naturaleza-sociedad) nos ayuda a analizar y centrar nuestro objetivo en dimensionar el papel que juega la apropiación (local) dentro del desarrollo del Turismo de Base Local.

#### ABSTRACT

The history and development of local-based tourism in Isla Mayor we could say it is the story of a "young promise" as much as for the short time it accrues as for its potential. The role of nature in the construction of the tourist product as well as the role of "the local" are the keys to understand the process involving tourism in this municipality. We start from an assumption that understands the processes of appropriation by the local society as one of the determining factors for the development of local-based tourism. The ethnographic case that makes up the tourist experience developed in Isla Mayor (Seville), describes the nature-society relationship as the core of the tourist offer as much as the processes of social construction of local reality. The lack of connection or even rupture that seems to exist in this binomial (nature-society), leads us to analyse and focus our objective on dimensioning the role of appropriation in the development of this local-based tourism.

#### PALABRAS CLAVE

apropiación | naturaleza | comunidad | objetivación | arroz, | turismo de base local

#### KEYWORDS

appropriation | nature | community | objectification | rice | community-based tourism

---

## 1. Introducción

La oportunidad de estudiar el turismo como parte de la actividad humana hace ya décadas que está consolidada dentro de las ciencias sociales (Santana 1997). Los diferentes formatos en los que se presenta esta actividad componen diversos campos de reflexión, análisis e intervención y conocimiento científico. Más allá de las ya clásicas controversias ético-teóricas sobre el fenómeno del turismo en general (véase Hernández 2015), encontramos como una de esas formas de turismo, el conocido como turismo de base local (aludiendo a las siglas en inglés de *community-based tourism* CBT), ocupa además de buena parte de los intereses científicos de múltiples disciplinas, un foco importante dentro de esta polémica. Nuestro objetivo en este texto se centra en analizar el papel que juega la apropiación, como elemento conformador, de esta forma de desarrollo turístico.

Son diversas las variables que se incluyen en su caracterización, como muchos son los intentos por definir tan complejo fenómeno; bien es cierto que un buen número de autores hacen hincapié en los condicionantes históricos y de comunidad en los que surge, entendiéndolo como algo muy cercano y similar a las variedades del turismo comunitario (Gascón 2013, Murphy 1985). Se profundiza en la importancia del control de la comunidad en la gestión, en los beneficios de esta actividad (Scheyvens 1999, Mitchell y Reid 1999, y Ramsa-Yaman y Mohd 2004), y en el papel de los diferentes actores protagonistas (MacDonald y Joliffe 2003, y Wearing y McDonald 2002).

Con estos parámetros resulta complicado diferenciar entre ambas formas de practicar el turismo tal y como ha sido tratado por diferentes autores (Cañada 2012, Gascón 2013 y Ruiz-Ballesteros 2011); ahora bien, no es lo mismo turismo comunitario que turismo de base local. Más concretamente vemos cómo esta forma de turismo ha sido reciente y metafóricamente definida como “una mirada del turismo desde las personas y su forma de organizarse en colectividad, que actúan de forma estratégica para controlar recursos de un territorio y obtener de él lo necesario para vivir” (Pereiro 2015: 47).

Desde estas aproximaciones, bien podríamos inferir la dificultad para encontrar una enunciación del Turismo de Base Local que se pueda aplicar de manera universal, y que sirva para generar una definición absoluta. Las claves para entender siempre proceden de la explicación específica, de la significación local, de la adaptación al caso concreto. Aquí encontramos una de las principales razones que nos animaron a estudiar el caso de Isla Mayor para analizar el Turismo de Base Local, por las particularidades del contexto, del proceso y de la población local, en comparación con el resto de casos estudiados en la misma investigación (1), la que nos confirma en nuestro objetivo de centrarnos en el análisis de las diferentes formas de apropiación local, como eje central del desarrollo de cualquier experiencia de Turismo de Base Local.

## 2. Presupuestos y métodos

A pesar de las controversias en su definición, hemos considerado una buena guía analítica las dos cuestiones fundamentales que señala Pereiro (2015) para su análisis: la dimensión de la comunidad (para hablar de cohesión social) y la dimensión de lo local (por su anclaje al territorio). Que si bien no constituyen desde nuestra experiencia y opinión elementos “buenos y malos” (claro está que esto siempre estará en la intención de quien construya discursos -políticos, científicos, morales, etc.), sí ofrecen dimensiones analíticas que ayudan a comprender este tipo de experiencias turísticas. Así podemos aproximarnos por un lado al papel que juegan los actores protagonistas del turismo (comunidad, turistas, administración, mercado, etc.); y por otro, al proceso de definición del producto en sí, que de manera similar a lo que sucede en buena parte de los casos analizados de turismo de base local, tiene en el territorio y el medio ambiente una fuente de producción muy diversa.

De este modo la base local de esta manera de hacer turismo nos sitúa junto a la comunidad. Considerándola de manera inicial como “quizá la circunstancia más imprecisa en torno al *community based tourism* (CBT) -que la hace un contexto tan heterogéneo- es la propia consideración de “comunidad”, un concepto muy discutido en las ciencias sociales y que en los estudios turísticos se operativiza de múltiples formas. La comunidad a la que se refieren los estudios sobre CBT tiene un perfil muy variado en relación a las orientaciones teóricas de los autores y los contextos socio- culturales analizados. Todas estas circunstancias -tipos de turismo, modalidades de organización y conceptualización de comunidad- dan cierto carácter difuso al CBT” (Ruiz-Ballesteros y otros 2008: 400).

Para estos autores, “la organización y gestión turística comunitaria se convierten en el auténtico elemento distintivo del CBT: es la comunidad en el turismo y no tanto el turismo en la comunidad lo definitorio en el CBT” (Ruiz y otros 2008: 400), por lo que proponen “una rigurosa sensibilidad analítica con la comunidad y sus formas organizativas” (Ruiz-Ballesteros y otros 2008: 400). Y es lo que hemos hecho en Isla Mayor, mirar desde la comunidad para ver la experiencia turística.

Pero es precisamente este análisis de la comunidad de Isla Mayor en el turismo lo que nos traslada al otro nudo que señalaba Pererio (2015) al hablar del territorio; pues otro de los elementos centrales expuestos en buen número de casos de turismo de base local tiene el medio ambiente, y de manera mucho más laxa la naturaleza (y sus diferentes consideraciones, comercializaciones, percepciones,

apropiaciones, utilizaciones, etc.) como eje central para componer la proclamada sostenibilidad.

Y es que desde hace ya varias décadas el turismo, de manera general, ha incluido la dimensión de sostenibilidad en sus variables; la aparición del afamado informe Brundtland (World Commission on Environment and Development 1987), en el que se consensuaba la noción de “desarrollo sostenible” y sus posteriores aplicaciones en Agendas 21 locales y programas de desarrollo local y rural con financiación pública, están detrás de las numerosas propuestas encaminadas a promover la sostenibilidad o el desarrollo sostenible en el turismo.

Esta preocupación por la sostenibilidad ambiental y social, junto con una coyuntura apropiada del mercado turístico (Hernández-Ramírez 2007), promueve modalidades y productos turísticos, más o menos recientes, como el turismo de base local. Por lo que incluir la dimensión del medio, la sostenibilidad y la relación entre cultura y entorno como ejes analíticos en los estudios de turismo, no es más que la lógica continuación de una preocupación antigua dentro de las ciencias sociales (Díaz Rodríguez y otros 2012, Lisón Tolosana 1971, Martínez Veiga 1985), en general, y de los estudios de turismo en particular (Cusack y Dixon 2006, Stronza 2001, Wallace y Rusell 2004, Wunder 1996).

¿Y qué aporta a esta línea de reflexión el análisis del Turismo de Base Local? Entendemos que precisamente tener que dimensionar todas las extensiones y analizar las relaciones entre variables analíticas, hace emerger la que para nosotros (y más concretamente en el caso etnográfico de Isla Mayor) es pieza clave en cualquier experiencia de turismo de base local: la apropiación por parte de los locales. Descubrir el posible equilibrio, o no, entre los componentes de la oferta, hace emerger la fuerza (el interés, el capital, el trabajo, los sentimientos, la identidad, etc.) con la que apuesta cada uno de los actores implicados en el proceso; cómo se confecciona, se vende, se destaca, se defiende, se “cree en” el producto turístico que se oferta, acaba siendo vital para entender el turismo de dimensiones locales y conocer aspectos centrales en un análisis de la apropiación.

Una apropiación que hemos considerado como la particular forma de relación entre las comunidades y su producto turístico (Ruiz-Ballesteros y otros 2008). Una relación en el sentido más amplio y complejo que registra aspectos tanto simbólicos, como materiales:

“La apropiación es un proceso que influye poderosamente en la misma esfera perceptiva del ser humano. Supone hacer suyo o hacerse partícipe de un tiempo o un espacio, y es desde aquí que se mira y ve el mundo. La apropiación hace que la comunidad se confunda con el entorno cultural/ambiental a partir de un proceso selectivo de proyección-identificación colectiva” (Ruiz-Ballesteros y otros 2008: 411).

De aquí que sea precisamente esta dimensión de la apropiación la que nos dé la clave interpretativa para explicar lo que sucede en Isla Mayor con su propuesta de turismo, pero sobre todo para comprender cómo se unen (y se separan) comunidad y medio, en el sentido de “ecología de la vida” considerado por Ingold (2000), en esta localidad.

¿Cómo la apropiación nos ayuda a entender el turismo, la comunidad y las relaciones que entre ambos se producen? Analizar la construcción del producto, la elaboración de lo que se pone en el mercado, las estrategias y las tácticas (de Certeau 2000) empleadas, resulta fundamental de cara a entender los resultados o consecuencias. ¿Y cómo abordar este proceso de apropiación? Es algo que casi se percibe en las formas de hacer de los locales con el turismo, que resulta evidente en el caso analizado precisamente por el desapego con el que se habla, piensa y actúa en la actividad turística. La constatación la encontramos revisando el inherente proceso de objetivación que conlleva toda apropiación. Una objetivación que:

“convierte la experiencia y los elementos culturales y ambientales naturalizados por la práctica diaria, en objetos de reflexión y, potencialmente, en recursos para el mercado turístico. Al ‘objetivar’, los habitantes de las comunidades estudiadas son capaces de ver y considerar elementos de su cotidianidad ‘desde fuera’, aunque estén sumergidos en ellos cotidianamente. Solo al objetivarlos consideran la posibilidad y oportunidad de convertirlos en mercancías para el consumo de los turistas. Pero, paradójicamente, este proceso genera también nuevas formas de vinculación entre los miembros de la comunidad y esos elementos de su cotidianidad, ya objetivados” (Ruiz-Ballesteros 2010: 211).

Por eso nos planteamos el análisis de cómo se objetiviza, de cómo se construye el producto turístico en experiencias de marcado carácter local; descubriendo si la clave está en los protagonistas, en la particularidad del producto, en las exigencias del mercado, o más bien en las relaciones que se establecen entre todos estos elementos, y que acaban dando un producto. Un proceso complejo, donde no solo hay multitud de variables a controlar, sino gran diversidad de actores (internos y externos) y de intereses a ellos asociados. Así buscamos una aproximación a la apropiación en el turismo de base local de manera compleja, donde mercado, cultura, comunidad e identidad, forman parte de un mismo fenómeno legítimo (Ingold 1987), actual y complejo, que lo presentan como un excelente modo de superar dicotomías vacías (Pererio 2015) que cuestionan precisamente su autenticidad, por sus vinculaciones con lo global.

En lo que refiere al método trazado para conseguir nuestro objetivo de análisis en este caso, y antes de entrar de lleno en la revisión del mismo, debemos señalar cómo hemos hecho uso de la etnografía, combinada con otros métodos como el análisis de las configuraciones de gobernanza, como principal herramienta; una opción perfectamente acompañada con la estrategia general de estudio dentro del proyecto en que se encuadraba. Un proyecto de mayor envergadura, denominado “Retóricas de la naturaleza y turismo de base local: Estrategias de sostenibilidad”, y financiado dentro de la convocatoria de I+D del Ministerio Ciencia e Innovación, durante el período 2013-2016. El objetivo principal ha sido analizar las relaciones entre naturaleza y experiencias de Turismo de Base Local, a través del trabajo con cinco experiencias turísticas diferentes entre Andalucía y América Latina.

La elección de este caso de estudio está basada por un lado en las potencialidades que compone por su ubicación geográfica y social (en pleno Parque Nacional de Doñana, y en un territorio empleado fundamentalmente en el monocultivo del arroz) de cara a evaluar la dimensión de la naturaleza y la fuerza de las relaciones entre medio y cultura; y por otro, en el conocimiento previo que el equipo interdisciplinar encargado del caso (compuesto por dos economistas y una antropóloga) teníamos sobre la zona.

Durante este período hemos realizado una etnografía que se ha extendido desde finales de 2012, hasta ahora (verano 2016) cuando triangulamos los datos registrados y redactamos las conclusiones que entendemos aporta este caso. La observación participante de manera sostenida en el tiempo ha sido central dentro nuestro trabajo, junto con las entrevistas en profundidad y el estudio de diferentes fuentes secundarias (anuarios, archivos, etc.) que han contribuido tanto a la etnografía como al análisis del marco de gobernanza, con el que hemos podido analizar el papel de todos los actores, instituciones, normas formales e informales y prácticas cotidianas que rigen la actividad arrocera y turística de la zona (y su influencia en la creación de su producto turístico), y con el que hemos complementado el estudio etnográfico de esta comunidad.

### **3. Isla Mayor en el mapa del turismo**



Isla Mayor es un municipio ubicado a 38 km de la capital, “situado en el cuadrante suroccidental de la provincia de Sevilla, en terrenos pertenecientes a las Marismas del Bajo Guadalquivir, ubicado en pleno centro de la Isla Mayor del Guadalquivir, que se encuentra bordeada por el río Guadalquivir y el Parque Nacional de Doñana. Parte de su término municipal se incluye en el ámbito del Parque Natural de Doñana” (web municipal) (2). Debido a su situación geográfica singular dentro de la ruta de aves migratorias entre Europa y África con más de 370 especies de aves registradas, las Marismas del Bajo Guadalquivir poseen una importancia elevada para las aves acuáticas (Junta de Andalucía 2008). Tanto es así, que los arrozales de la zona contribuyen a la conservación de aves, proporcionándoles un hábitat alternativo donde alimentarse y, en algunos casos, anidar (Elphick 2000).

Los indicadores socioeconómicos básicos en 2013 referentes a Isla Mayor muestran un municipio de 5.948 habitantes (0,3% de la provincia), de los cuales 484 fueron registrados como desempleados, con una renta neta anual media declarada (IRPF) de 14.080,3 €, y un tejido empresarial de 290 establecimientos registrados en actividades económicas, entre los que destacan 117 dedicados a comercio al por mayor y al por menor; 32 a la hostelería, 21 a la construcción y 15 dedicados a actividades profesional científica y técnica (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (3)). Su entorno físico proporciona condiciones topográficas y climáticas privilegiadas para el cultivo (Moral 1993), lo que explica que su actividad económica principal y preponderante sea el cultivo de arroz que, con 9.711 Has representa cerca del 25% de la producción total de la provincia de Sevilla, solo después del vecino municipio de Puebla del Río (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (4)). No obstante, existen algunas actividades socio-económicas secundarias, como por ejemplo la pesca, la caza, y la incipiente actividad de turismo que estudiaremos en detalle en el presente artículo.

Lo que resulta a todas luces evidente es que en Isla Mayor la fuente principal de ingresos es el cultivo de arroz. Lo es desde sus orígenes, ya que lo que hoy es Isla Mayor nace de un proyecto colonizador que arranca a principios del siglo XX, pero que se consolida una vez terminada la guerra civil, cuando se establece un plan de fomento del cultivo de arroz en esta zona. Ante tal llamada acudieron numerosos pobladores, que asentándose en terrenos ubicados a unos 5 kilómetros del entonces único núcleo de población Alfonso XIII, comenzaron a componer el pueblo y la sociedad isleña (Rodríguez Cárdenas, 1991, 1994 y 2013) que conocemos en la actualidad. Aquí se van sucediendo las primeras instalaciones del pueblo que no será reconocido como Entidad Local Menor (dependiente del municipio de Puebla del Río) hasta el año 1953, pasándose a llamar Villafranco del Guadalquivir. En 1985, avalado por las grandes transformaciones y el desarrollo de estas primeras instalaciones y grupos de colonos, es cuando se inicia el expediente de segregación del ayuntamiento de Puebla del Río, del que consigue su independencia municipal el 24 de junio de 1994, tomando posteriormente el nombre de Isla Mayor.

En muy pocos casos de poblamiento (por lo reciente y por lo temático) se pueden vincular tan claramente el crecimiento de un lugar, de un municipio a una actividad económica. El cultivo del arroz y toda la construcción social que requiere la propia actividad (unida a una mínima producción de algodón, trigo y girasol) está en el origen del desarrollo territorial, geográfico, económico, social y cultural de Isla Mayor; de aquí que sea necesario contextualizar cualquier acción social que se produzca en este lugar a la omnipresencia del cultivo de arroz, incluido el turismo por supuesto.

A la sombra de este cultivo han ido apareciendo otras muchas actividades que suponen la adaptación de la sociedad local a su vida en este entorno, tan particularmente vinculante. Entre ellas destaca la pesca-comercialización de cangrejo rojo de río y otras especies de la zona, y muy recientemente el turismo.

#### **4. Origen y desarrollo de la oferta turística en Isla Mayor**

Hay quien pueda pensar que es pretencioso hablar de Turismo de Base Local en Isla Mayor, atendiendo al volumen y significación de sus visitas; pero quizás para ver el alcance de esta afirmación debamos analizar en profundidad los orígenes y desarrollo del mismo en la zona y sobre todo las características que presenta su oferta (tabla 1). No hay cifras que cuantifiquen el volumen de turismo en Isla Mayor; tampoco hemos sido capaces de registrar a lo largo de la duración de nuestro trabajo de campo, la existencia de algún hecho específico que nos sitúe en el posible germen del turismo en Isla Mayor. A través de la observación directa, y según se desprende de nuestro trabajo de campo, no parece existir relación directa con una actividad turística mayor en la zona. Aun así este lugar aparece dentro de algunas rutas desarrolladas desde las instituciones competentes en materia turística; intentemos comprender por qué.

Muy a pesar de ser el municipio más claramente inscrito en el entorno del Parque Nacional de Doñana, si analizamos la oferta que aparece en las principales guías oficiales de turismo, destacando la web de Turismo de Andalucía [\(5\)](#), vemos entre los municipios en los que se presenta el parque ni siquiera se nombra Isla Mayor. Tan solo aparece en una presentación general de la provincia de Sevilla, pero ni siquiera menciona el nombre del municipio; se refiere de manera secundaria al describir el paisaje: “La provincia de Sevilla es un mosaico de culturas que hunden sus raíces en el más remoto pasado. La gran cuenca fluvial del Guadalquivir, Sierra Morena y las marismas del Parque Natural de Doñana, permiten ofrecer al visitante un mapa paisajístico de grandes humedales, refugio de una variada avifauna”. Para inmediatamente después seguir con la gastronomía, y apuntar que: “Las carnes de caza, los productos derivados del cerdo que se cría en las dehesas, los arrozales de las marismas del Guadalquivir y los pescados y mariscos de la costa andaluza, constituyen la materia prima de una variada gastronomía, cuya máxima expresión es el ‘tapeo’.” (web de Turismo de Andalucía) [\(6\)](#)

En este sentido, llama la atención por cuestión de escala y significación que no aparezca como parte de Doñana, como espacio natural y sí haya una referencia explícita a la gastronomía marismeña y al arroz. Siendo así, podríamos entender que lo más destacado, lo más llamativo y sugerente para ser compartido y visitado (es decir lo más eficaz para ser convertido en producto turístico) son los platos elaborados en Isla Mayor.

Tal y como cabría esperar, tampoco se hace en otras referencias explícitas a la ubicación en el medio en otras destacadas referencias (por ejemplo para la Fundación Doñana XXI [\(7\)](#), donde sí aparece Isla Mayor, pero se habla de un “patrimonio monumental escaso”, debido a lo reciente de su creación y se resaltan las celebraciones locales centradas en la gastronomía). No se hace explícita la relación de los productos típicos con los que se elaboran esos platos, con el entorno más inmediato del que proceden. No se menciona la Marisma, pues más bien pareciera que este espacio está concebido en otras claves. Se menciona el cultivo del arroz, tan solo en relación a sus prácticas sostenibles en el capítulo de agricultura, dejando entrever una diferenciación entre este espacio natural y la actividad de los habitantes del mismo. Tan solo en la oferta turística publicitada por la Diputación Provincial de Sevilla, aparece el municipio como atractivo turístico, cuando en varios formatos se promociona el arroz, y su gastronomía como una de los principales atractivos de la provincia. Dentro de los itinerarios temáticos en los que se descompone la oferta provincial, también aparece en dos de ellos, uno dedicado a la gastronomía [\(8\)](#) y otro dedicado a elementos claramente referentes del medio natural y la marisma: los caballos y los toros [\(9\)](#).

En forma de itinerario, también destacado para el avistamiento de aves, está la recomendación por parte de SEO-Birdlife [\(10\)](#) que señala el recorrido entre Isla Mayor y el Brazo de la Torre dentro de humedales y marismas.

Fuera de estos itinerarios, en la web de Diputación también hay referencias a dos de los restaurantes de Isla Mayor dentro de la llamada “ruta del arroz”. De nuevo gana la faceta gastronómica a la hora de presentar la localidad. Y es precisamente en relación a ello donde podemos indagar los posibles orígenes de turismo en Isla Mayor cuando Enrique –el dueño y responsable del restaurante Estero–, hace treinta años (en 1986) pensó “que había que tener un buen restaurante en el pueblo” y abrió el restaurante Estero, junto con una amplísima y afamada discoteca que llevaba el mismo nombre. Así comienza a rodar este negocio. Pero lo más destacado, es que esta no fue una iniciativa pensada necesariamente para turistas. Se pensó en los clientes locales, y en su potencial como consumidores tanto del restaurante como de la discoteca. Con el paso de los años, la fama de este lugar ha ido extendiéndose llegando a componer en la actualidad, casi el único atractivo para muchos de los protagonistas de nuestro trabajo de campo. Coincidiendo con la promoción turística del contexto cercano, local, de productos “de la zona”, se ha ido consolidando como lugar de referencia para consumir productos marismeños. No en balde su propietario afirma muy orgulloso “que este restaurante “pone a la Isla en el mapa”, porque “hasta ahora nadie sabía ni donde estaba esto, ni que había aquí...y ahora la gente conoce la isla porque aquí se viene a comer”.

Está situado en la vía principal de la localidad, en lo que se puede entender como centro de la misma, de fácil acceso y visibilidad. Es un local de grandes dimensiones (con capacidad hasta para 600 personas), con varias estancias y una decoración sencilla, alusiva al entorno marismeño en que se ubica. Según siempre su dueño y responsable (y según hemos constatado en las consumiciones preferidas entre sus visitantes), la especialidad son platos elaborados con productos de la marisma (destacando camarones fritos con pimiento, el arroz con pato, albures y cangrejos). El origen de estos platos está básicamente en la experiencia en hostelería del dueño y en las materias primas con las que se abastece. Según el propietario, la mayor correspondencia está con sus aficiones y su modo de vivir (con su afición por la caza y por la pesca). En concreto hay una anécdota que él mismo relata, de un día de pesca con sus amigos, cuando ante de la escasez de condimentos, acaba improvisando el ahora afamado frito de camarones con pimientos. Así, llegaron otras innovaciones o creaciones con productos locales como base, tales como los albures en salazón, o el paté creación de la casa. Con todos estos platos, nos cuenta el dueño, ha tenido una muy buena acogida en su público de fuera, aunque reconoce “apreciar mucho más los que les gusta a la gente de aquí”.

Trabajan con productos locales, compran en el pueblo, y más concretamente a la empresa local Isla Sur (albur, dorada, y todo lo que da la Veta la Palma y de los esteros), y a particulares que se dedican a la pesca (caso de las anguilas y angulas) y carne de caza.

Actualmente trabajan tres personas en la cocina y otras en la barra, aumentando a los fines de semana. Son empleados del pueblo, algunos familiares y otros conocidos. En cuanto al perfil de cliente en su mayoría son procedentes de Sevilla “que vienen a comer y echar el día (...), pero también viene gente de Córdoba, Cádiz, de los pueblos cercanos y de las marismas” (empresario local). Su propietario dice no necesitar publicidad, pues su negocio se conoce por el *boca a boca*, por eso viene la gente a comer, “no me hacen falta las guías turísticas”. En su intento de adaptación al mercado, han activado un espacio en internet [\(11\)](#) “por el tema de las reservas”. El dueño se enorgullece de tener una clientela hecha poco a poco, por la constancia y el buen hacer del trabajo. Cada año saca un plato nuevo y dice estar muy orgulloso pues entiende que su restaurante “ha dado a conocer a la Isla y la Marisma”.

Una vez consolidada la clientela de este establecimiento, a pocos metros, abre sus puertas El Tejao, otro restaurante especializado también en platos de la marisma, y que venía a acoger todo el público que llegaba al Estero y no encontraba plaza [\(12\)](#). Ambos restaurantes mantienen en la actualidad el grueso de la oferta en Isla Mayor.

El Tejao se anuncia en su web como “una cocina inspirada en los productos de nuestra marisma, basada en la tradición heredada de nuestros antepasados y en la riqueza natural de este rincón, Isla Mayor. Los ingredientes con los que elaboramos nuestros platos provienen de la fauna y la flora silvestres de las marismas. Todo gracias a sus productos naturales y el entusiasmo de las personas que lo cocinan” [\(13\)](#).

Está abierto desde hace más de quince años, cuando según nos relata su propietario y anterior responsable ante la buena marcha de otro negocio del que era responsable, se pudo comprar un local pequeño enfrente de la discoteca y el restaurante Estero: “Muchos eran los que pasaban por el bar, preguntando si teníamos los platos que venían a buscar al pueblo (arroz)..., nos tenía encandilados lo que vendía el Estero” (empresario local). Entonces dieron el paso y se convirtieron en el restaurante El Tejao, desde el convencimiento que lo mejor que se puede ofrecer son “los productos de cada zona. Que eso es lo que mejor y más se vende. Solo se puede vender aquí”. Tiraron de familiares y de la experiencia en lo que era la forma de cocinar esos platos. Tenían doce trabajadores, entre cocineros y camareros. “No supuso un esfuerzo extra por eso, porque en mi familia se sabía cómo hacer esas cosas, la cocina típica de la comarca” (empresario local). Recibieron ayudas FEDER dedicadas al desarrollo de la cocina típica de la comarca, lo que conllevaba la contratación de personal para la cocina y que la carta tuviera explícitamente ofertado lo típico de la zona. Así fueron consolidando y ampliando el espacio hasta alcanzar el amplio local que actualmente ocupa el restaurante con capacidad para 200 comensales, y una concurrida terraza.

Los platos que señalan como especialidades son prácticamente los mismo que en el restaurante Estero: arroces, pescados y carnes de la comarca cocinados de diferentes formas. Todos los productos son adquiridos en la localidad, en especial pescados y carnes de la zona. Si bien la mayor afluencia de público se corresponde con los fines de semana, y la llegada de turistas, es de señalar que en este establecimiento siempre hay locales bien en el comedor y sobre todo en la terraza (para desayunos y meriendas en especial), que los fines de semana se mezclan con visitantes. Es más popular entre los vecinos de Isla Mayor, pues se piensa que tiene precios más asequibles, o “para la gente de aquí”. En realidad los precios son similares, pero se piensa que es “menos lujoso” que el Estero. Actualmente cuenta con ocho empleados, y puntualmente los domingos con mucha afluencia de público, pueden llegar a tener doce personas trabajando; dos cocineras, uno empleado en la barra, y el resto camareros. Cuenta con una web sencilla y presencia en las redes sociales en las que se anuncian y ofertan sus promociones. La intención de sus actuales propietarios es llegar a otro tipo de público, no solo el que viene con la familia a comer, sino a un público de pueblos cercanos, que vengan de tapas, con menos poder adquisitivo y de ahí que diseñen su carta para llegar a este sector de público.

En paralelo al desarrollo de esta nueva actividad en la localidad, surge la iniciativa de una vecina del pueblo, formada en turismo, con experiencia y contactos, que en 2009 constituye formalmente una empresa dedicada a actividades turísticas: Tourisla Doñana. Previamente había diseñado un paquete de recorrido por la zona, en el que se empieza a visibilizar el mercado turístico más cercano, como producto específico. Esta empresa se introduce en algunos circuitos importantes en el entorno, basada en la idea: “sacar turistas desde Sevilla por el río, hasta el pantalán de Isla Mínima y de ahí cruzar en 4x4 al Rocío” (empresaria local). Con ello, según esta empresaria, se potencia lo esencial del terreno: “las vistas” (otorga gran importancia al potencial visual que tienen la zona y el recorrido que propone), “el río, la marisma en su parte menos conocida, el coto, el centro de visitantes F. Valverde, el Parque y el Rocío y de ahí a Sanlúcar de Barrameda” (empresaria local). Pero el proyecto no ha ido todo lo bien que se esperaba, “no ha habido clientes, ni una apuesta clara por parte de quien la tienen que tener para que esto funcione” (empresaria local). Por problemas legales, y sobre todo económicos, Tourisla Doñana desaparece y no es hasta finales de 2013 cuando esta empresaria retoma la actividad turística (sin éxito) a través de una nueva sociedad llamada Doñana Exclusive.

Estos fueron los principales impulsos turísticos privados en Isla Mayor, con trayectorias muy desiguales; pero como en la mayoría de ejemplos estudiados de Turismo de Base Local, la colaboración externa y sobre todo el apoyo institucional, también estuvieron presentes en este caso. Se han acometido algunas intervenciones por parte de diferentes administraciones (básicamente Ayuntamiento, Diputación Provincial, Gobierno central, Junta de Andalucía y la Unión Europea) de cara al desarrollo de la actividad turística en el pueblo. Aparte de las ayudas financieras concedidas para el desarrollo de la cocina típica de la comarca y la puesta en marcha de un alojamiento, encontramos una apuesta firme por parte del poder local (mantenida en el tiempo y con diferentes actores) de apoyo al proyecto de turismo en la localidad, a través de un proyecto basado fundamentalmente en el fomento del turismo ornitológico y en el aprovechamiento de la propia ubicación del municipio en el entorno de Doñana. Así, en 2008, se culmina el proyecto “Isla de Pájaros” (14), una iniciativa consistente en el “cambio de imagen y estética de los principales edificios públicos (tales como la Casa Consistorial, el salón de usos múltiples, el Telecentro y los depósitos de agua) de Isla Mayor y Alfonso XIII. Sus paredes y fachadas presentarán



colores más llamativos y mostrarán imágenes a gran escala de las aves que viven en nuestro entorno más cercano” (palabras del entonces alcalde de Isla Mayor). Incluía, además del embellecimiento de los edificios municipales, una serie de actividades para fomentar el turismo en la zona, buscando la exposición de la dimensión urbana que aquí tiene la marisma (véase Hernández-Ramírez 2011). También por parte del ayuntamiento se procede a la mejora y embellecimiento de equipamiento de la trama urbana con diferentes medidas, destacando de manera especial “la instalación de hitos decorativos en las principales vías de la localidad donde se exponen (con imágenes y textos explicativos) diferentes especies de la avifauna de la zona; en un intento no solo estético y con fines turístico, sino de divulgación y apropiación para los propios habitantes de Isla Mayor. Se elevan a la categoría de elementos embellecedores para mostrar, con orgullo, a los turistas que lleguen algo que forma parte de la cotidianidad y la normalidad de la Isla. Una apuesta sin duda interesante de combinar la rentabilidad tanto externa (al mercado turístico básicamente) como interna (de cohesión y reforzamiento de una necesitada articulación de la identidad local)” (Hernández-Ramírez 2011: 228).

Del mismo modo, dentro del Plan de Turismo Sostenible Provincial, se procedió a la puesta en funcionamiento en el paraje conocido como Isla Mínima, de un pantalán para la llegada de embarcaciones. Se trata de la instalación de un embarcadero flotante situado en la margen derecha del río, sobre una lámina de agua de unos 1.300 metros cuadrados de superficie. Fue pensado para albergar embarcaciones turísticas de 120 metros de eslora, una manga de 20 metros y un calado de dos metros y medio. El proyecto preveía la construcción de otros elementos (vía de acceso, punto de información turística, etc.) que nunca llegaron a realizarse. Unas instalaciones prácticamente en desuso, casi en estado abandono, muy a pesar de constituir esta idea y esta zona, todavía hoy para los escasos empresarios turísticos y sobre todo las autoridades locales el verdadero potencial turístico de la Isla (a pesar de presentar uno de los principales escollos en la gobernanza, pues parte de la ubicación del proyecto depende del municipio vecino de Puebla del Río).

Así llegamos a la actualidad, con un turismo en Isla Mayor, básicamente concentrado en torno a la gastronomía, dotado con algunas instalaciones para ampliar aspectos del turismo, entre las que destaca la modesta y reciente oferta hotelera: apartamentos La Espiga, abiertos en 2011. Fueron construidos y abiertos por una familia dedicada a la construcción, que siendo propietaria del solar deciden ir construyendo poco a poco. No cuentan con experiencia alguna previa en el sector turístico y reconocen haber usado ayudas de los programas PRODER y LEADER para la construcción y apertura del negocio. Es un negocio modesto, sin pretensiones, con precios moderados (entre 40 y 70 euros la noche) que viene a cubrir una carencia esencial, ya que no hay ningún otro alojamiento en Isla Mayor. Este dato que nos informa del volumen del turismo, y la demanda real que hasta este momento ha habido en esta localidad. No se podía pensar en un paquete completo para los visitantes, las propias circunstancias de la oferta condicionaban las visitas diarias. Tienen un total de siete habitaciones y, según apuntan los propietarios, “son más que suficientes, pues no viene casi nadie... no se apuesta por este pueblo, por eso no hay público” (empresario local). De los visitantes “la gran mayoría son trabajadores, temporeros que vienen al municipio a trabajar. Tan solo un 10% pueden ser turistas. Hay mucho familiar de vecinos del pueblo que viene a algún acto de la familia, y que no puede quedarse en casa de los familiares y también algunos extranjeros para ver pájaros” (empresario local). Los fines de semana son los más concurridos, junto con temporadas de trabajo del arroz.

Así, haciendo una valoración general de la oferta turística en Isla Mayor vemos cómo hay un volumen importante de iniciativas (tanto privadas como públicas) a modo de discursos, pero con una falta de acción evidente. Existe un intento por parte del ayuntamiento, respaldado por la diputación, por completar la oferta gastronómica, publicitando [\(15\)](#) la práctica totalidad de los recursos turísticos: fiestas municipales todas vinculadas a la gastronomía, el modesto patrimonio monumental, etc., pero siempre se recurre y potencia el entorno enclave del municipio:

“Independientemente de nuestros monumentos son de gran interés las rutas turísticas por nuestro entorno donde se pueden apreciar la diversidad de flora y fauna y un peculiar hábitat basado en la proximidad del parque Nacional de Doñana, la cercanía al Río Guadalquivir y los humedales consecuencia del monocultivo del arroz” (web municipal) [\(16\)](#).

Se anuncian rutas por el paisaje muy relacionadas con el turismo deportivo, donde además del senderismo y el cicloturismo (especialmente aconsejado por lo llano de la marisma), se ofrecen los cotos de caza y se hace una especial llamada de atención para los pescadores, a quien se les recuerda que

pueden practicar en el río Guadalquivir y el Guadimar, así como en el Brazo de los Jerónimos y el Brazo de la Torre.

Tabla 1. Resumen de la oferta turística actual de Isla Mayor

Guías oficiales de turismo/ Proveedores	Tipo de producto o actividad turística
Web de turismo de Andalucía (Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paisaje de marisma del Parque Natural de Doñana*</li> <li>• Gastronomía y tapeo con la materia prima derivada de la zona, como por ejemplo de los arrozales de las marismas del Guadalquivir y las carnes de caza*</li> <li>* Se trata de una presentación general de la provincia de Sevilla, sin especificación del nombre del municipio de Isla Mayor</li> </ul>
Web de la Fundación Doñana XXI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrimonio monumental escaso</li> <li>• Celebraciones locales centradas en la gastronomía</li> </ul>
Web de la Diputación Provincial de Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Itinerario temático dedicado a la gastronomía</li> <li>• Itinerario temático dedicado a los caballos y los toros</li> <li>• Ruta del arroz con referencia a dos restaurantes de la localidad</li> </ul>
Web de la SEO-Birdlife (Sociedad Española de Ornitología)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruta Ornitológica de Isla Mayor-Brazo de la Torre</li> </ul>
Restaurante Estero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Platos elaborados con los productos marismeros, como por ejemplo el arroz con pato, camarones fritos con pimiento, albueros y cangrejos</li> </ul>
Restaurante El Tejao	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocina inspirada en los productos de la marisma, como por ejemplo arroces, pescados y carnes de la comarca cocinados de diferentes formas</li> </ul>
Empresa turística Doñana Exclusive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paquete de recorridos turísticos por la zona</li> </ul>
Ayuntamiento de Isla Mayor, Diputación de Sevilla y Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto Isla de Pejaros a través del cual las paredes y fachadas de la localidad y varias instalaciones decorativas en las principales vías muestran imágenes de diferentes especies de la avifauna de la zona.</li> </ul>
Ayuntamiento de Isla Mayor, Diputación de Sevilla y Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puntalón Isla Mínima destinado a embarcaciones turísticas, actualmente en desuso.</li> </ul>
Apartamentos La Espiga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta hotelera</li> </ul>
Web del Ayuntamiento de Isla Mayor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiestas municipales vinculadas a la gastronomía</li> <li>• Patrimonio monumental</li> <li>• Entorno enclave y las rutas turísticas por el entorno, incluidas las relacionadas con el turismo deportivo como por ejemplo senderismo y cidoturismo</li> <li>• Cotos de la caza</li> <li>• Pesca deportiva en el río Guadalquivir, el Guadimar, el Brazo de los Jerónimos y el Brazo de la Torre</li> </ul>

Elaboración propia con datos del trabajo de campo

Estos son los recursos turísticos que componen la oferta en Isla Mayor. Una situación que, a primera vista, nos sitúa ante una experiencia nada exitosa, donde sacando los visitantes que vienen a comer los fines de semana (mayoritariamente) no hay turistas. Un caso que nos invita a profundizar en las personas, instituciones y relaciones (en clave local) que están detrás de todos los recursos-productos encontrados, y que desde nuestro punto de vista nos hace retomar la realidad ambiental y social en la que se produce ese impulso turístico. ¿Cómo entender el devenir (por no hablar de fracaso) de toda iniciativa de desarrollo turístico en este lugar? ¿Es una cuestión del producto?, ¿de los protagonistas?, ¿del mercado y las formas de ventas? ¿Qué pasa en este lugar para que no se dé una oportunidad como la que aparentemente supone el turismo?

Para responder a estas cuestiones, vamos a retomar nuestro punto de partida en esta revisión de la oferta turística, buscando conocer el producto turístico y cómo se elabora, para de algún modo entender de manera densa (Geertz 1973) lo que sucede en Isla Mayor.

## 5. A results del turismo de Base Local en Isla Mayor

Para conocer el producto que se vende, y máxime para comprobar si la forma en que se oferta contribuye al resultado final, hemos de detenernos en conocer cómo es ese proceso de objetivación del que hablamos más arriba. ¿Cuál es el producto? ¿Qué es lo que tiene Isla Mayor para vender como producto turístico? La naturaleza, el medio, el entorno... Inicialmente, por el hecho de estar en el entorno de un Parque Nacional, podemos pensar que Isla Mayor tiene en la naturaleza (en sentido amplio) la fuente de su producto turístico. Para objetivar, quizás debamos ser más precisos y preguntarnos ¿qué de esta naturaleza se puede objetivar para hacerse deseable (esta es una de las dimensiones más relevantes y protagonistas de la apropiación) ante los ojos de posibles visitantes?

Desde el análisis de los componentes de la oferta, lo primero a revisar es precisamente quién establece y selecciona cuál es el producto a vender. Así vemos cómo la gran mayoría de los discursos turísticos provienen del exterior (Administración Provincial, Local, Autonómica) que de manera forzada (recordemos lo ya expuesto en relación a la forma de anunciar este municipio) incluyen a Isla Mayor como destino turístico básicamente en relación a la gastronomía, a su potencial paisajístico y ornitológico.

En el ámbito de los discursos es así como se elabora el producto. Una lectura lógica y en consonancia con el contexto “natural” más inmediato, donde se dibuja una naturaleza todo lo prístina que se pueda: río, luz, paisaje, sol, pájaros, etc. Una argumentación impecable para construir un producto; pero ¿qué pasa cuando este mensaje se mezcla con la cotidianidad de los habitantes de la zona? ¿Qué sucede en las prácticas diarias en las que locales se relacionan no solo con esa naturaleza, sino con los visitantes (como parte esencial de la particularidad del TBL y variable central o principio de apropiación)? Pues que muy poca gente de Isla Mayor pagaría “por llegar hasta aquí”, donde “se acaba el mundo” “para que te piquen los mosquitos”. Frases como estas jalonan cada página de nuestro diario de campo, y aplicadas a modo de ejemplo al análisis de uno de los ejes de las proyecciones turísticas trazadas de manera clara en la zona, el río, nos muestra esta falta de sintonía. El río Guadalquivir que se ofrece como el gran elemento natural es fundamental para comprender la lectura histórica (véase Rodríguez Cárdenas 2013) compartida en la zona sobre la ubicación de la localidad y la consideración como “tierra límite”, como la barrera natural. Por eso “esto es el fin del mundo”, por eso “aquí la gente solo viene a comer, esto no está de paso”, “aquí se acaba todo” (anotaciones del diario de campo).

Y no es que los isleños sean insensibles a las bondades de esa naturaleza, tan solo es que para ellos la cotidianidad es esa naturaleza, donde trabajan, donde celebran, donde mueren, donde viven, de donde son... Este río es un continuo con sus días, con el arroz y los cangrejos, con moritos, garcetas, con mosquitos, con el humo de la siega, con los turistas que vienen a comer pato, etc. No es solo un objeto (producto) turístico.

Existe un desencuentro entre el producto de naturaleza que se elabora desde el exterior (básicamente pensando en las riquezas naturales del entorno: paisaje, río, aves, etc.) con el que se experimenta desde el interior, donde aparece la acción humana en esa naturaleza, o lo que es lo mismo la vida de esta población en el entorno. Encontramos dos proyectos de turismo en Isla Mayor: el deseable o deseado, e incluso planificado, y el que se da de verdad, que reduce esa relación de los locales con los turistas exclusivamente a través de la gastronomía y algo de turismo ornitológico. Dos modelos de turismo, dos maneras de percibir el medio y un proceso desigual de objetivación. Encontramos un turismo no bien planificado (según la totalidad de actores implicados contactados), y sobre todo escasamente valorado. De nuevo aparece la percepción y actitud de los habitantes de la localidad, que a todas vistas no se presenta con orgullo y esmero; una población poco cuidadosa con lo que se ve y se ofrece al visitante. Una población que no parece haberse hecho, apropiado, con el producto turístico que sobre su entorno se vende. Un desencuentro que situamos como causa central en la no apropiación.

Una apropiación que implica un proceso de objetivación, de “reflexividad sobre las prácticas y entornos cotidianos (...) que influye poderosamente en la misma esfera perceptiva. Supone hacer suyo o hacerse partícipe conscientemente de un tiempo o un espacio, y es desde aquí que la actividad turística tiene lugar... que hace que la comunidad se confunda/defina con el entorno cultural/ambiental a partir de un proceso selectivo de proyección-identificación colectiva” (Ruiz-Ballesteros y otros 2008: 411). Ello nos ayuda a entender por qué para los habitantes de Isla Mayor su entorno merece expresiones del tipo: “Se pierde la vista en el infinito de este paraíso”, “no hay puestas de sol más bonitas que las de la Isla” o “la isla es única” o “es un lujo salir a la calle y ver estas imágenes” (17), que serían potentes argumentaciones para un producto turístico en un modelo de TBL, aparecen ligadas a la imagen de naturaleza más extendida entre ellos: los campos de arroz, sus gentes y el rastro que su acción (su historia y esfuerzo) deja en este paisaje.

Esta última idea, la omnipresencia del arroz y su cultivo han presidido todo nuestro trabajo de campo y encabeza cada una de las reflexiones que este caso nos provoca. Incluso en el planeamiento turístico se habla de generar actividades que dejen beneficios, siempre en consonancia con el entorno, en referencia al arrozal, siempre presente.

Este aspecto nos hace buscar de cara a nuestro análisis de la apropiación, explicaciones más complejas

de entender por qué la población de Isla Mayor no participa en la construcción de su producto turístico, no encuentra la mediación (Martin Barbero 1987) requerida para hacerlo suyo; al tiempo que nos sitúa ante una práctica en la relación con la naturaleza distinta a la que se genera en la acción turística.

En Isla Mayor hay que rastrear muy detenidamente los puntales de la propia comunidad. Más concretamente hemos de considerar el peso de la historia en la sociedad local (véase González Arteaga 1993 y 1995, Rodríguez Cárdenas 1991, 1994 y 2013, Sabuco 1997 y 2005). Ser una población de aluvión, las trayectorias y orígenes tan diversos entre sus pobladores iniciales, el momento histórico en que se produce, las condiciones socioeconómicas del mismo, etc., sin duda han contribuido a esa falta de consolidación de una comunidad local visible y viva. Isla Mayor como grupo social no ha madurado ni simbólicamente, ni orgánicamente en algo que no sea buscar el máximo beneficio para el arroz y los arroceros, en el más de medio siglo de historia que tiene; todo ello a pesar de lo que dicen (testimonios de esos primeros colonizadores) unen las dificultades con las que tuvieron que batallar para la domesticación del inhóspito e insalubre medio al que llegaron.

Han pasado ya varias generaciones nacidas y criadas en el terreno, con coyunturas tanto políticas (entre las que destaca el proceso de segregación de Puebla del Río en 1985), económicas (sequías, reconversiones al mercado europeo, producción en cooperativas, etc.), como sociales y culturales, que bien podrían haber propiciado, buscado o necesitado el fortalecimiento del grupo humano, de la sociedad local. Al margen del colectivo de arroceros, podemos afirmar que la comunidad en el sentido amplio, continuado, latente y como referente con el que identificarse, no se manifiesta en Isla Mayor. Hay individualismo manifiesto entre los isleños (o puntaleños [\(18\)](#), que es el gentilicio que entre ellos utilizan) que indudablemente se manifiesta a la hora articularse como sociedad, y desde luego al momento de elaborar un producto turístico específico con el que situarse en el mercado.

Y ¿por qué? ¿Qué hace que no despegue este producto, con los avales que inicialmente presenta como producto de la naturaleza? ¿Es el medio? ¿Es el grupo humano? O de nuevo la relación entre ambos elementos.

Aquí emerge nuevamente el arroz, y todo lo que hemos determinado en llamar construcción socioeconómica del producto, en relación al tipo de relaciones y de sociedad que genera su producción y venta. Un producto con beneficios económicos considerables, con un proceso de trabajo muy tecnologizado, con protocolos muy establecidos, que favorecen la gestión individualizada del producto. Es verdad que la inmensa mayoría de arroceros de Isla Mayor son miembros de la cooperativa arrocera existente en el municipio, y están federados en la Federación de Arroceros de Sevilla. Una situación paradójica desde nuestro punto de vista, pues si bien se organiza estratégicamente desde la cooperativa y la federación el cultivo de cada cosecha (gestión de semillas, abonos, ayudas de la PAC [\(19\)](#), secado y venta de arroz, etc.), las tácticas en las que se produce corresponden a cada uno de los agricultores. No hay objetivos comunes fuera de los requerimientos estratégicos que suponen la actividad económica principal del cultivo de arroz; el objetivo principal es que cada uno -como sepa y pueda- alcance el mayor número de kilos posible en su cosecha. Es el modelo de producción y la actividad agrícola, que dibuja un contexto socioeconómico muy distinto al que normalmente se asocia al desarrollo del turismo de base local y la tan perseguida complementariedad. La actividad arrocera mayoritaria en Isla Mayor no propicia -ni social, ni económicamente- que el turismo destaque, y ofrezca una fuente real y deseable de ingresos para sus habitantes.

En palabras de un informante “aquí cada uno va a lo suyo, y mira para su bolsillo”. Esta circunstancia unida a los orígenes de la propia sociedad local, y al doble modelo de naturaleza (vía proyecto turístico), nos puede ayudar a entender lo que hemos determinado como discontinuidad en la comunidad. O lo que es lo mismo, la emergencia de una comunidad de manera muy funcional, en contadas ocasiones y que difícilmente ofrece vínculos sociales (fuera del grupo de arroceros) con los que desarrollar identificaciones y mucho menos con los que creer y vender algo propio.

Con todo ello confirmaríamos otro de los elementos que la mayoría de autores establecen como esenciales para el éxito del turismo de base local: la presencia (en sus diferentes manifestaciones simbólicas, operativas, etc.) de la comunidad en los procesos de apropiación. Una apropiación que “supone hacer suyo o hacerse partícipe de un tiempo o un espacio, y es desde aquí que se mira y ve el mundo” (Ruiz-Ballesteros y otros 2008: 441).

Es difícil encontrar en Isla Mayor un proceso de identificación colectiva, ni siquiera con los condicionantes a priori tan favorables como puede ser la ubicación y relación con el medio natural en el que se ubica esta comunidad; mucho más complicado resulta por tanto rastrear esa ya referida ecología de la vida propuesta por Ingold (2000), y que tan útil nos hubiera sido de cara a descubrir las relaciones entre cultura, medio y comunidad.

## 6. Consideraciones finales

Inicialmente puede parecer una contradicción emplear el caso del turismo en Isla Mayor de cara a mostrar la relevancia de la variable apropiación dentro del desarrollo turístico en contextos locales; pero a poco que nos adentremos en el proceso comprobaremos como la negación sirve para evidenciar lo condicional de su existencia, o lo que es lo mismo, para confirmar la hipótesis inicial que encuadraba nuestro objetivo en este artículo, centrado en conocer el papel de la apropiación (local) en el proceso y el producto turístico

Las significaciones expuestas en Isla Mayor nos confirman la ausencia de esta apropiación en este caso, así como la falta de desarrollo turístico. Para entenderlo, comenzamos recordando algunas frases que nos han acompañado en todo el trabajo de campo, en torno a las cuales giran algunas de las reflexiones que podemos plantearnos referentes al turismo de base local en Isla Mayor: “Aquí hay que venir, por aquí no se pasa”. “Si no eres arrocero no eres nadie”, “A la isla la puso en el mapa el estero” (Registros del diario de campo).

Vemos como la propia situación geográfica de este municipio nos alumbró en su condición liminal. “Aquí hay que venir, por aquí no se pasa”. Esta frase registrada en todos y cada uno de los isleños con los que hemos hablado de turismo en Isla Mayor, dice mucho más que una simple referencia geográfica. Por un lado, nos pone sobre la pista de la inserción o no, en una comarca (tanto a nivel geográfico, económico, cultural y de paquete turístico) y por otro nos expone el punto de partida que tienen los habitantes de este municipio sobre sí mismos, sobre su propia existencia y, por ende, en la potencialidad de su producto turístico. Por otro lado, vemos como estando en pleno Parque Nacional de Doñana, la apuesta por distinguirse en su oferta dentro del denominado “turismo gastronómico”, pareciera obviar el potencial que “la naturaleza” circundante ofrece. ¿Qué hay detrás de esta situación?

La primacía de la actividad arrocera de Isla Mayor orientada al mercado global ha dado todavía poco espacio al desarrollo de su actividad turística. Los datos que barajamos nos informan como en Isla Mayor se confirma una de las principales características reconocidas en la caracterización y desarrollo del turismo de base local: la complementariedad de actividades. No se entiende esta experiencia desde otra perspectiva. Y es precisamente donde reside lo paradójico de este caso, y su potencial comparativo con otras muchas experiencias de turismo de base local: hablamos de complementariedad y de sostenibilidad social no en el contexto de sociedades en vías de desarrollo o en comarcas deprimidas socioeconómicamente (desde donde se comenzó a hablar de turismo de base local), sino desde una economía inserta plenamente en el mercado global. La particularidad de esta sociedad, el horizonte socioeconómico más inmediato, y la necesidad (de recursos y desde el punto de busca de cohesión social e identidad) pueden argumentar el poco desarrollo y la poca expectativa que genera el turismo en Isla Mayor. Debemos esperar el paso del tiempo y los acontecimientos para conocer su evolución y alcance.

La particularidad de la composición social (y procedencia) de esta comunidad, junto con la omnipresencia del cultivo del arroz (como referente económico, sociocultural, simbólico, etc.) dentro de la sociedad, ofrecen claves interpretativas. A este respecto, el análisis de las configuraciones de gobernanza, realizado dentro de nuestro trabajo de campo en la localidad, pone de manifiesto la baja concentración de actores y normas involucradas en la gestión de la actividad turística, en comparación con los flujos existentes en la actividad arrocera (Farhad y otros 2015).

Este proceso de no apropiación, entendemos que pasa por no apropiarse de algo tan cercano, cotidiano, limitante o determinante como es el estar y vivir en un entorno natural fronterizo. De aquí, la percepción particular de lo que es el medio, lo que es Doñana y la marisma. Una naturaleza doméstica, un entorno con el que se batalla, con el que difícilmente se entiende el disfrute, la valoración, el orgullo y la

necesidad de mostrar a los demás... de elaborar un producto en el complicado mercado turístico.

Un estudio de caso que, por su ausencia, entendemos confirma la apropiación como factor, indudable y central, en el desarrollo del turismo de base local; al tiempo que nos reafirma la idoneidad que destacábamos al principio del texto del uso de la etnografía (como estrategia principal de análisis y conocimiento) para el estudio de las especificidades que ofrece cada experiencia, particular, de turismo de base local. Quizás sea esta la clave interpretativa para poder caracterizar o definir este modelo de turismo.

El caso Isla Mayor nos confirma como para que exista apropiación, no son necesarios solo los discursos que establezcan cual es el producto, sino sobre todo que de manera tanto excepcional como cotidiana, forme parte de las relaciones (entre sujetos y objetos) de los actores del turismo de base local.

---

## Notas

1. Tal y como tendremos oportunidad de ampliar en la sección de referencias metodológicas, la etnografía de la que surge el presente artículo forma parte del proyecto “Retóricas de la naturaleza y turismo de base local: Estrategias de sostenibilidad”, dirigido por Esteban Ruiz Ballesteros y financiado por el Ministerio Ciencia e Innovación, durante el período de 2013-2016 (código CSO2012-33044).
2. <http://www.islamayor.es> Hemos considerado oportuno usar algunas de las descripciones que utiliza la web oficial del municipio en temas como este y posteriormente sobre la oferta turística, por considerarlo parte de la documentación etnográfica. [Consultas varias 23 de octubre 2013, 8 de noviembre 2013, 31 de enero 2014, 27 y 20 de febrero 2014, 13 de marzo 2014, 22 de mayo 2014, 19 de junio 2014].
3. <http://www.juntadeandalucia.es> [Consulta: 20 de octubre de 2014].
4. <http://www.juntadeandalucia.es> [Consulta: 20 de octubre de 2014].
5. <http://www.andalucia.org> [Consulta: 15 de enero de 2015].
6. <http://www.andalucia.org> [Consulta: 15 de enero de 2015].
7. <http://www.donana.es> [Consulta: 15 de noviembre de 2014].
8. <http://www.turismosevilla.org> [Consulta: 21 de marzo de 2015].
9. <http://www.islamayor.es> [Consulta: 21 de marzo de 2015].
10. <http://www.seo.org> [Consulta: 21 de marzo de 2015].
11. <http://www.restaurantestero.com> [Consulta: 30 de mayo de 2015].
12. Según reconocen los promotores de ambos establecimientos.
13. <http://www.restauranteejtejao.es> [Consulta: 30 de mayo de 2015].
14. Esta actuación forma parte del proyecto “Planiturio”, fruto de la colaboración administrativa y económica entre la Diputación de Sevilla (concretamente su sociedad instrumental de “Prodetur”) y la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. EL presupuesto final fue de 198 000 (según informantes procedentes de dichas instituciones).
15. <http://www.islamayor.es> [Consulta: 19 de junio de 2014].
16. <http://www.islamayor.es> [Consulta: 19 de junio de 2014].
17. Todas estas opiniones, así como las imágenes que las acompañan han sido seleccionadas en un grupo creado en una red social al que pertenece una de las investigadoras. El seguimiento de dicho

grupo ha permitido registrar de primera mano estas opiniones, así como participar en la lectura que de la naturaleza se tiene dentro de un grupo de habitantes de Isla Mayor. En concreto son testimonios recogidos durante los meses de mayo y junio de 2016, en fechas de siembra del arroz, cuando se volcaron imágenes por parte de los participantes en el grupo de otras fechas previas, básicamente a la siega del año anterior, y la preparación de las tierras en la primavera de 2016.

18. En referencia a la toponimia del lugar desde tiempo romanos, y más concretamente a la denominación de uno de los principales poblados constituidos en tiempo de Alfonso XIII. El Puntal, que es como se refiere esta localidad entre la mayoría de sus pobladores.

19. PAC: Política Agrícola Común de la Unión Europea.

---

## Bibliografía

Cañada, Ernest

2012 "Perspectivas del turismo comunitario: cómo mantener vivas las comunidades rurales?", en Joan Buades, Ernest Cañada y Jordi Gascón (coords.) *El turismo en el inicio del milenio. Una lectura crítica a tres voces*. Madrid, Foro de Turismo Responsable: 119-122.

De Certau, Michel

1990 *La invención de lo cotidiano. El arte de hacer*. México. Universidad Iberoamericana, 2000.

Cusack, D. (y L. Dixon)

2006 "Community-based ecotourism and sustainability: Cases in Bocas del Toro province, Panama and Talamanca, Costa Rica", *Journal of Sustainable Forestry*, nº 22 (1-2): 157-182.

Díaz Rodríguez, Pablo (y otros)

2012 "Fundamentos del paradigma ecológico en las ciencias sociales", *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, vol 1, nº 1: 167-172.

Elphick, Chris S.

2000 "Functional equivalency between rice fields and seminatural wetlands habitats", *Conservation Biology*, nº 14: 181-191.

Farhad, Sherman (y otros)

2015 "Linking governance and ecosystem services: The case of Isla Mayor (Andalusia, Spain)", *Land Use Policy*, nº 46: 91-102.

Gascón, Jordi

2013 "The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: the value of the Social Vocation of the Territory concept", *Journal of Sustainable Tourism*, nº 21 (5): 716-731.

Geertz, Clifford

1973 *La interpretación de las culturas*. Barcelona. Gedisa, 1983.

González Arteaga, José

1993 *Las Marismas del Guadalquivir: etapas de su aprovechamiento económico*. Coria del Río, CP, Antonio Cuevas.

1995 "Valencianos y arroz en las marismas del Guadalquivir", *Revista de Estudios Andaluces*, nº 19: 67-97.

Hernández- Ramírez, Macarena

2007 "Comprar y vender. De la cultura el mercado turístico en Tunibamba" en Esteban Ruiz y Doris Solis (eds.), *Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito: Abya Ayala: 179-218.

2011 "Naturaleza, turismo y aves en Doñana", en J. Escalera (coord.), *Consumir naturaleza. Productos turísticos y espacios protegidos en Andalucía*. Sevilla, Aconcagua Libros: 207-230.

Hernández Ramírez, Javier

2015 "Turismo de Base Local en la globalización" [en línea], nº 8, marzo de 2015.

<http://www.revistaandaluzadeantropologia.org/pdf> [Consulta: 30-05-2016]. ISSN: 2174-679.

Ingold, Tim

1987 *The appropriation of nature*. Iowa: University of Iowa Press.

2000 *The perception of the environment*. London, Routledge.

Junta de Andalucía

2008, *Guía del Espacio Natural de Doñana y su entorno*. España, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Lisón Tolosana, Carmelo

1971 *La antropología social en España*. Madrid, Siglo Veintiuno de España Editores.

MacDonald, R. (y L. Jolliffe)

2003 "Cultural rural tourism: Evidence from Canada", *Annals of Tourism Research*, nº 30 (2): 307-322.

Martin Barbero, Jesús

1987 *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona, Gustavo Gili.

Martínez Veiga, Ubaldo

1985 *Cultura y adaptación*. Barcelona, Anthropos.

Mitchell, R. E (y D. G. Reid)

2001 "Community integration: Island tourism in Peru", *Annals of Tourism Research*, nº 28 (1): 113-139.

Moral, Leandro del

1993 "El cultivo del arroz en las marismas de Doñana: situación actual y perspectivas", *Agricultura y Sociedad*, nº 67: 205-233.

Murphy, Peter

1985 *Tourism: A Community Approach*. New York, Methuen.

Pereiro, Xerardo

2016 "Turismo de Base Local en Galicia: ecoagroturismo arqueixal o la excepción cultural como modelo [en línea], *Revista Andaluza de Antropología*, nº 8, marzo de 2015.

<http://www.revistaandaluzadeantropologia.org/pdf> [Consulta: 17-07-2016].

Ramsa-Yaman, A. (y A. Mohd)

2004 "Community-based ecotourism: A new proposition for sustainable development and environmental conservation in Malaysia", *Journal of Applied Science*, nº 4 (4): 583-589.

Rodríguez Cárdenas, Matías

1991, *La Isla Mayor del Guadalquivir a través de sus personajes*. Colegio Florentina Bou.

1994 *Historia de la Isla Mayor del Río Guadalquivir (desde su formación a nuestros días)*. Colegio Florentina Bou

2013 *Páginas arrancadas en el municipio sevillano de Isla Mayor. Miserias, esperanzas y olvido. Marismas de la imagen derecha del Guadalquivir (1923-1945)*. Ayuntamiento Isla Mayor.

Ruiz-Ballesteros, Esteban (y otros)

2008 "Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad", *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, nº 6 (3): 399-418.

Ruiz-Ballesteros, Esteban (y Macarena Hernández)

2010 "Tourism that empowers? Commodification and appropriation in Ecuador's turismo comunitario", *Critique of Anthropology*, nº 30 (2): 201-229.

Ruiz-Ballesteros, Esteban

2011 "Social-ecological resilience and community-based tourism: an approach from Agua Blanca,



Ecuador”, *Tourism Management*, nº 32: 655-666.

Sabuco i Cantó, Assumpta

1997 “La colonización de Isla Mayor del Guadalquivir. Representaciones territoriales y sistemas identitarios”, *Trabajo. Revista Andaluza de Relaciones Laborales*, nº 3: 53-70.

2005 “De colonos a ciudadanos: el caso de Isla Mayor”, *PH. Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, nº 52: 52-53.

Santana, Agustín

1997 *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona, Ariel.

Scheyvens, Regina

2007 Exploring the tourism-poverty nexus”, *Current Issues in Tourism*, nº 10 (2+3): 231-254.

Stronza, Amanda

2001 “Anthropology of tourism: forging new ground for ecotourism and other alternatives”, *Annual Review of anthropology* , nº 30: 261-283.

Wallace, G. (y A. Rusell)

2004 “Eco-cultural tourism as a means for the sustainable development of culturally marginal and environmentally sensitive regions”, *Tourist Studies*, nº 4 (3): 235-254.

Wearing, S. (y M. McDonald)

2002 “The development of community-based tourism: Re-thinking the relationship between tour operators and development agents as intermediaries in rural and isolated area communities”, *Journal of Sustainable Tourism*, nº 10 (3): 191-206.

Wunder, Sven

1996 *Ecoturismo, ingresos locales y conservación. El caso de Cuyabeno*, Ecuador. Quito: Abya-Yala/UICN.