

La Feria de Pompeya. Mercado, indígenas y petroleras.



Informe de la investigación realizada desde la Clínica Ambiental.

Equipo de investigación:

Visitas de Campo

Angélica Muñoz

Belia Vaca

Carlos Aldaz

Carolina Valladares

Amanda Yépez

Pere Herms

Fotografías

Angélica Muñoz

Belia Vaca

Carlos Aldaz

Redacción informe

Carolina Valladares

La Feria de Pompeya. Mercado, indígenas y petroleras.

“La única verdad en el Yasuní es la nuestra”

Federico Cruz

Gerente de Relaciones externas de Repsol¹

La nacionalidad Wao ha transitado por una serie de transformaciones profundas y violentas desde que fue contactada por misiones evangélicas y empresas petroleras. Estas transformaciones, inducidas a partir del interés del mercado sobre los recursos naturales de sus territorios, han repercutido en su identidad y su cosmovisión, posibilitando que las estrategias de relacionamiento comunitario de compañías petroleras, mediante prácticas clientelares, obtengan “legitimidad” por parte del pueblo Wao para continuar operando. La combinación entre una aculturación abrupta y prácticas clientelares por parte de las empresas petroleras, han generado varios problemas, entre ellos el alcoholismo. Las comunidades en la zona de concesión de Repsol, ilustran bastante bien esta combinación, basta con asistir a la feria de Pompeya para ser testigos de las consecuencias que la unión de estos factores han tenido en el pueblo Wao.

Hay gran relación entre la dinámica que se desarrolla alrededor de asentamientos petroleros y la creación de mercados en las zonas aledañas. Lógicamente esto está ligado con las transformaciones que implican para los grupos nativos de la zona participar en relaciones desiguales de poder que propician un intercambio desigual entre empresas petroleras e indígenas: la explotación de los recursos naturales, con la necesaria pérdida del sustrato de identidad, cultura y de las fuentes de subsistencia, a cambio de prácticas asistencialistas que profundizan estas pérdidas. La aculturación y pérdida de identidad, se produce, entre otras cosas, a través de ofrecimientos monetarios y la posibilidad de

1 Esta fue la respuesta que dio el gerente de relaciones externas de Repsol a Pere Herms, español que vino al país a filmar un documental sobre conflictos socioambientales relacionados a la explotación de recursos, cuando fue a las oficinas de Repsol para pedir autorización de entrar a la zona del Bloque 16. Frente a esta petición, le respondió que no estaban interesados en que el documental recoja el punto de vista de Repsol porque la única verdad en el Yasuní era la suya.

comprar, generándose así una dependencia a la empresa, que es fuente de dinero, y un sometimiento al mercado que es la fuente de bienes materiales a adquirir. Los Wao no enfrentan una simple pérdida o sustitución de prácticas culturales tradicionales, sino la generación de una dependencia destructiva hacia el mercado y una forma de reproducción social sometida al poder que esto ejerce sobre el pueblo Wao.

Nos centraremos especialmente en los Wao habitantes de las comunidades que se encuentran dentro del área de influencia de Repsol, que no se limita únicamente al Bloque 16, sino a las comunidades cercanas a los pozos Bogui y Capiron también operadas por esta empresa fuera del bloque. Todas estas comunidades se encuentran en total custodia y control de la petrolera que tiene incluso la potestad de controlar el ingreso por al PNY desde Pompeya a través de la vía Maxus. Repsol con estrategias asistencialistas evita, en lo posible, conflictos con esta población. Por supuesto que gran responsabilidad la tiene el Estado que se ha desentendido de su deber de garantizar condiciones de vida dignas a las comunidades de zonas petroleras al haber delegado su política social a las transnacionales, cuyo objetivo es maximizar ganancias por lo que el trato con las comunidades es accesorio.

El presente estudio pretende establecer relaciones entre las dinámicas de mercado, las estrategias de relacionamiento comunitario de Repsol y la situación social, económica y ecológica del pueblo Waorani. Teniendo como espacio de estudio la feria de Pompeya, el objetivo es realizar un primer acercamiento a la situación del gran expendio de alcohol en el lugar, tomando en cuenta que se trata de uno de los mercado más importante para las comunidades quichuas de la ribera del Napo, y de los Wao que se encuentran en la zona de influencia de las operaciones petroleras de Repsol en el Bloque 16 ubicado dentro del Parque Nacional Yasuní(PNY), área protegida y el lugar más biodiverso del mundo².

Se pondrá especial atención a la comercialización de carne de monte y el consumo de alcohol por parte de indígenas Waorani, por ser manifestaciones expresas de la pérdida

2 <http://www.amazoniaporlavid.org/es/>

del uso tradicional y sustentable de sus recursos naturales y de la disfunción en su organización social.

Metodología

Para la investigación se realizaron dos visitas a la feria de Pompeya en un espacio de 15 días entre una y otra visita. A través de la etnografía se recogieron datos y experiencias relevantes al estudio a partir de la interacción con los grupos que acuden a la feria. En la primera visita, cada participante indagó sobre un tema específico: alcoholismo, carne de monte, venta de plásticos y pesticidas. En la segunda visita, estos dos últimos temas se cambiaron por los de prostitución y malformaciones genéticas en función de la bibliografía revisada y lo observado en la primera salida.

La observación de campo se acompañó con un recorrido por Shushufindi, Coca y Sacha para recabar datos sobre la distribución de cerveza en la zona. Finalmente, la información obtenida del trabajo de campo fue sistematizada y complementada con bibliografía relacionada al tema y entrevistas.

Antecedentes

La nacionalidad Wao es conocida por ser un pueblo guerrero, cuyo sistema organizativo, a diferencia de las otras nacionalidades indígenas, no es tradicionalmente comunitario sino autárquico y organizado por clanes. Es decir, se trata de una organización basada en el parentesco donde se reconoce a un ancestro como símbolo de la unidad del clan, que al ser autárquico se auto abastece sin necesidad de entablar relaciones con el entorno. A eso se debe la gran dispersión geográfica que existía entre clanes antes del contacto y la contemplación de un estado periódico de guerra en el que se perpetraban venganzas

entre grupos Wao. Varias veces fueron protagonistas también de lanceamientos a *cohuori* (no Wao) por verlos como intrusos a sus territorios.

El pueblo Wao es contactado por primera vez en la década de los 50 por misioneros evangélicos del Instituto lingüístico de Verano(ILV), y más tarde por los trabajadores petroleros de la empresa Texaco, primera en operar en el país una vez descubiertas grandes reservas del hidrocarburo y cuyo acceso a la zona fue posibilitado justamente por el ILV³. Con la llegada de las misiones evangélicas (presentes en el Ecuador desde 1952, hasta 1981 cuando Jaime Roldós los expulsa) disminuye la hostilidad entre clanes, pero también inicia la curiosidad y afición por artículos y objetos de fuera y el hábito de exigir algo a cambio a los *cohuori*. Varias empresas han operado en el bloque 16 desde 1986, inició la estadounidense Conoco hasta 1991 cuando el bloque fue transferido a Maxus, que construyó una carretera que atraviesa el territorio Wao dentro del Parque Nacional Yasuní. En 1996 Maxus es adquirida por la empresa argentina YPF que tres años después formaría un consorcio con la española Repsol que actualmente opera el bloque. Todas estas empresas han trabajado bajo una estricta restricción sobre su área de concesión, haciendo casi imposible el acceso de alguien a la zona, pues así estipula el contrato firmado, con el argumento de protección del Parque Nacional:

En la investigación realizada por Yost entre los años 74 y 77, cuando los Wao estaban acoplándose al hecho de que el 90% de su población fue reubicada en un protectorado creado por las misiones evangélicas de esa época, ya se sugieren algunos cambios culturales y políticos del contacto y su relación con los *cohuori* (no Wao). A raíz del protectorado, las matanzas entre clanes cesaron y la densidad demográfica se redujo drásticamente, lo que posibilitó relaciones interpersonales entre otros grupos Wao, y comunidades quichua, colonos e incluso extranjeros. A partir de los primeros contactos los Wao se sentían atraídos por las mercancías y regalos que los visitantes hacían cuando entraban a sus comunidades; según su sistema de reciprocidad esperan que los foráneos les provean de bienes a los que tienen acceso por ser *cohuori*.

3 Trujillo Jorge, Los oscuros designios de Dios y el imperio, Quito, 1981

Yost en un primero momento afirma que la estructura social del pueblo Wao ha permanecido casi intacta porque, a pesar de los cambios en la tecnología y relaciones de poder, los Wao no han perdido la capacidad de satisfacer sus objetivos. Afirmó que no había peligro de que sentimientos de privación y desorientación los lleve a la desmoralización porque no han ocurrido cambios que afecten su subsistencia⁴. Sin embargo, en el epílogo que hiciera el autor al visitar la zona dos años después de su estudio (1979) indica con preocupación que el aumento de la interacción de los Wao con los *cohuori*, especialmente por el empleo en petroleras y el manejo de grandes sumas de dinero, empieza a generar sentimientos de privación y frustración, y señala como determinante para superar esta condición que los Wao puedan mantener sus territorios y sus recursos. Diez años después, en 1989, advierte que bajo ninguna circunstancia se debe permitir el ingreso de alcohol al territorio Huaorani. Su presencia en los grupos río arriba ha sido devastadora.

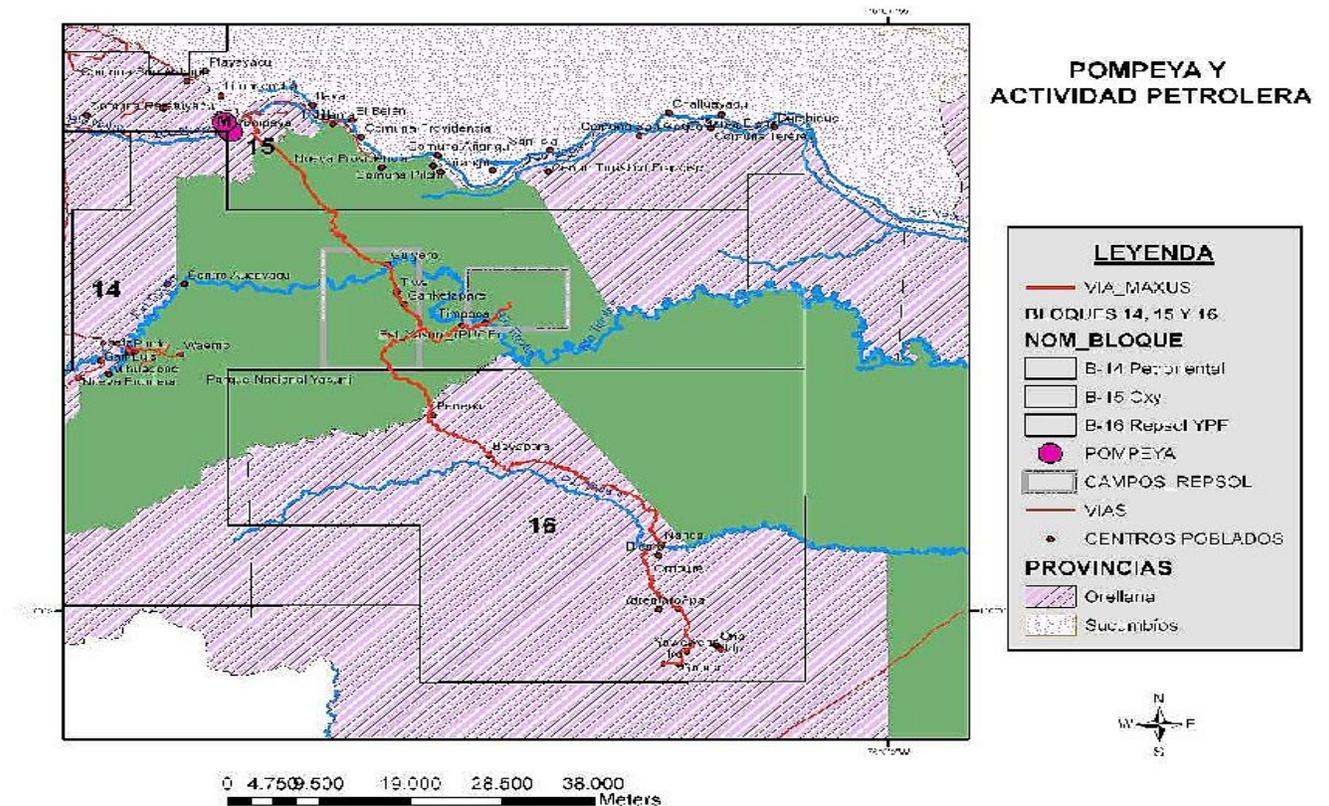
En otro estudio del 1999 realizado por Flora E-Shen Lu⁵ ya se encuentran prácticas no sustentables de cacería, y disfunciones sociales por maltrato a las mujeres, enfermedades venéreas, y sentimientos de inferioridad ante otros grupos poblacionales como los quichuas y colonos por la ansiedad de obtener objetos modernos.

En la primera década del siglo XXI, en nada ha cambiado el comportamiento frente a los Wao por parte del Estado ni de las empresas petroleras. Los efectos culturales y sociales se han agravado.

4 YOST, James, "Veinte años de contacto: Los mecanismos de cambio en la cultura huao" en el libro WHITTEN, Norman et al, "Amazonía ecuatoriana, la otra cara del progreso", Abya-Yala, 3ra edición, Quito.

5 SHUEN LU, Flora E, "Cambios en los patrones de subsistencia y uso de los recursos de los indígenas Waorani en la Amazonía ecuatoriana", University of North Carolina, 1999

La feria de Pompeya



La feria tiene alrededor de 14 años, según indicaron varias personas que participan en ella, y surgió a partir de la llegada de la compañía petrolera al bloque 16. Antes, el mercado más importante estaba en el Coca, hasta que la dinámica de la explotación petrolera marcó la apertura de un mercado cercano. Instalación de campamentos, llegada de trabajadores foráneos, dinero para alguna gente local a través de trabajos temporales o bonificaciones, venta de servicios para los trabajadores petroleros, etc marcaron una característica particular en la manera de acercarse al mercado.

A la feria, que tiene lugar los días sábado, asisten sobretodo las comunidades quichuas río abajo del río Napo, Wao que viven en la zona de influencia del bloque 16, y colonos de Shushufindi, Coca, Sacha, Loreto, Lago Agrio, que llegan a vender sus productos. Es un lugar donde todo es simbólico del “desarrollo” disponible para esas zonas y muestra escenarios grotescos: indígenas ebrios; canoas llenas de cientos de jabs de cerveza para

ser distribuidas a comunidades quichuas río abajo; tráfico de especies del Parque Nacional Yasuní (PNY()); mujeres indígenas alimentando a bebés lactantes con biberones llenos de Coca cola; Waos vendiendo carne de monte al menor precio o intercambiándola por alcohol; personal de petroleras, militares y policías merodeando la feria; Todo esto acompañado por el sermón de un predicador cristiano que a todo volumen invita a los asistentes a participar de la misa.

Alcoholismo

Aunque en varias culturas el alcohol cumple con una función integradora, es también potencialmente un instrumento de control social, pues tienen un efecto de desmovilización entre quienes desarrollan adicción. De una u otra manera, el consumo de alcohol por parte de una colectividad manifiesta elementos y prácticas que dan cuenta de los procesos que atraviesa ese colectivo. Para este estudio nos interesa analizar el consumo de alcohol más allá del individuo, para ir a las relaciones sociales, económicas y culturales que se generan alrededor.

Si bien no contamos con un estudio a fondo de la función que tenía el alcohol en la cultura tradicional Wao, Blomberg (1996) relata el testimonio de Joaquina (mujer capturada por los Wao en la década de los 50 y obligada a vivir con ellos) que cuenta que los Wao no consumen alcohol, y nunca vio a ninguno bajo sus efectos.⁶ Esto ha cambiado. En la feria de Pompeya los Wao son conocidos por las grandes cantidades de alcohol que consumen en pocas horas.

Por lo general los Wao empiezan a llegar desde las 7 am e incluso antes. Salen de sus comunidades a esperar el bus de Repsol que recoge a quienes van a salir a la feria. El recorrido empieza en el Km 35, les deja en el centro poblado de Pompeya y les espera hasta que salgan de la feria al otro lado del río. Ellos no pagan por el transporte porque

⁶BLOMERG ,Rolf,Los Aucas Desnudos. Una reseña de los indios del Ecuador,Abya- Yala, 1996.

este es un “servicio” de la empresa como pago a su presencia ahí. Los dirigentes tienen carro.

Quienes cruzan el río hasta la feria aprovechan haciendo todo lo que tengan que hacer hasta las 12 pm hora en que el bus de Repsol les lleva de regreso. Tal vez por esto se ve a los Wao tan apurados en consumir la máxima cantidad de alcohol que puedan. Antes de las 10am ya hay algunas personas en estado etílico. En los puestos de la feria se vende cervezas, pero en algunos se vende alcohol fuerte de manera clandestina para evitar sanciones de la policía que además siempre asiste a las ferias. Un Wao indicó que suele comprar trago fuerte para tomarlo sólo en su casa, sin que nadie le moleste.

Los Wao vivían de la cacería y algo de recolección, pero ahora afirman recibir bonos mensuales de alrededor de 350- 500 dólares que la empresa les paga puntualmente cada 30 de mes, algunos como pago por machetear la vegetación de los caminos. Debido a que culturalmente y por su mismo espacio de reproducción de vida no necesitaban del mercado, el dinero que la compañía entrega a cada familia no les sirve dentro de sus comunidades, por lo que salen a la feria a comprar productos como sal, azúcar, arroz, galletas y Coca-cola y el resto en alcohol. Un Wao ya borracho contaba que a él le pagan sin trabajar, y le dan ropa cuando el pide.

Claramente, los Wao pueden pagar por jabs enteras de cerveza con el dinero que la compañía les paga. Llama la atención la cantidad de dinero que tiene, en relación al resto de grupos que acuden a la feria, y los quichuas lo explican: “la empresa les da todo lo que piden porque sino les matan, en cambio nosotros somos más tranquilos”. Todos en la feria saben la relación de los Wao con las petroleras. No sólo en Pompeya es común ver Wao borrachos, en la zona de Tihuino los Wao reciben alrededor de 800 dólares por familia, suelen gastar en pocos días el dinero cuando salen a Coca para consumir alcohol e incluso ir cabarets y no regresan durante días a sus comunidades⁷.

⁷ Según Silvia Alvarez, miembro del equipo del Plan de Medidas Cautelares del Ministerio de Ambiente, en el 2008 Petroamazonas pagó 1200 dólares a cada familia de Ñoneno por compensación por inicio de sismica en la zona. Durante una semana hombres y mujeres no volvieron a la comunidad. A los hombres se les encontraba borrachos por Coca y las mujeres compraron vestidos y artículos caros. Al final de la semana ninguno tenía dinero ni para

A la feria llegan 3 camiones de cerveza, cada uno con 550 jabas. Los choferes de los camiones distribuidores nos contaron que venden todo el producto del camión. Se consumen alrededor 1650 jabas, es decir 19800 botellas, de las que 7200 botellas (600 jabas) se llevan en canoa para distribuir por la ribera hasta Tiputini y Nuevo Rocafuerte para la semana, es decir que cada sábado en la feria de Pompeya se bebe alrededor de 12.600 botellas de cerveza.



Considerando que en la feria de Pompeya se vende a \$1 cada cerveza, y que se consume cada sábado alrededor de 12.600 botellas, tenemos que ese día circulan en la feria más de 12 mil dólares, sólo en cerveza. Esto sin tomar en cuenta las 7200 cervezas que se distribuyen río abajo, con lo que el negocio de la cerveza tendría una ganancia semanal



cercana a los 20 mil dólares sólo por el consumo de waos y quichuas de la zona de influencia petrolera. Calculando, a grandes rasgos, que asisten a la feria alrededor de 600 personas, resulta que cada persona bebe en promedio \$21 dólares de cerveza, sin contar las botellas de trago fuerte que se venden a escondidas y que lo compran principalmente los Wao.

Podría decirse que el alcoholismo se ha convertido en un problema de la cultura Wao que está en la zona de influencia de las empresas petroleras. Frente a esto, es necesario

comer. Se habían gastado en alcohol, cabarets, y ropa cara.

considerar, además del factor salud, cuáles son los roles psicológicos y sociales que el alcohol desempeña en esta cultura⁸.

Podría representar, hasta cierto punto un espacio de trasgresión, puesto que en su vida habitual la ingesta de alcohol está prohibida dentro del bloque,(aunque algunos logran ingresar botellas a sus comunidades), pero a la vez estimulada a través del dinero en efectivo que obtienen. Incluso, el estado etílico puede ser una especie de catarsis de la violencia que a partir del contacto, quedó limitada para este pueblo guerrero. El consumo de alcohol podría ser, entre otras razones, la forma de evadir la responsabilidad de enfrentar y pelear con otros Waos de su grupo. Según lo que las mujeres Wao explicaron, los hombres cuando están borrachos siempre se pelean.

El uso del dinero tiene varias implicaciones en la vida de los Wao y en el consumo de alcohol. Al ser sociedades que se proveían ilimitadamente de todo aquello que la selva les daba para satisfacer sus necesidades, culturalmente no conciben la escasez. Por eso, exigen a las petroleras que les den todo lo que piden, cambiaron a la selva por las petroleras como su fuente de subsistencia. Esto trastocó además el manejo del poder dentro de los Wao, que antes era igualitario. Ahora goza de más poder o prestigio quien tiene mayor acceso a bienes y objetos modernos, tiene mayor influencia para obtener recursos de las petroleras y/o habla español o quichua. Aunque nunca se manejaron comunitariamente sino por clanes, el uso del dinero y el cambio en la concepción de poder los ha individualizado.

El alcoholismo de los Wao ha sido provocado por el contacto y asistencialismo de las empresas petroleras. A finales de la década del 70 se evidenciaba lo potencialmente destructivo de la interacción con los cohuori, especialmente al ser empleados por petroleras y el manejo de grandes sumas de dinero, que empezaba a generar sentimientos

8 MENENDEZ, Eduardo, Antropología del alcoholismo en México, Ciesas, México DF, 1991

de privación, frustración y desorientación en los Wao⁹. La conducta alcohólica reduce la ansiedad que genera, según Malinowski, la sensación de que las condiciones reales de manejar la naturaleza para satisfacer las necesidades son inciertas o inadecuadas, según los requerimientos de la civilización¹⁰.

Ya lo había advertido Yost en 1989: bajo ninguna circunstancia se debe permitir el ingreso de alcohol al territorio Wao. Su presencia en los grupos río arriba ha sido devastadora. Los Wao, al igual que todas las poblaciones amerindias, tienen una deficiencia de las enzimas deshidrogenadas del alcohol, que hace imposible que sus organismos metabolicen el alcohol.¹¹ A pesar de los efectos negativos que pueda tener la ingesta de alcohol, sobretodo en grupos como los Wao, a los interesados en la riqueza natural de los territorios indígenas, les favorece la función de control, discriminación y dependencia que tiene el alcohol.



“El alcohol es el principal instrumento de discriminación social(...) y tiene entre otras funciones, la de control social , ideológico y político, y la dependencia social e ideológica. Un mecanismo para la apropiación y despojo de tierras; como desplazador de cultivos alimenticios; como producto nocivo en función de su deficiente elaboración; como instrumento de diferenciación, discriminación o estigmatización racial, étnica, ocupacional, clasista”¹²

9 YOST, James, Veinte años de contacto: Los mecanismos de cambio en la cultura Huao. En WHITTEN, Norman et al, Amazonía ecuatoriana. La otra cara del progreso. Abya-Yala(3ra edición), Quito, 1989.

10 Malinowski en MENENDEZ, Eduardo, Antropología del alcoholismo en México, Ciesas, México DF, 1991

11 Yost, James, Evaluación sobre el impacto de la construcción de carreteras y la extracción de petróleo sobre los huoranis que viven en Yasuní, 1989

12 MENENDEZ, Eduardo, Antropología del alcoholismo en México, Ciesas, México DF, 1991

Además, el alcoholismo es causa de la aparición de violencia intrafamiliar en la nacionalidad Wao, algo que según estudios realizados¹³ no existía, justamente por las tradicionales relaciones igualitarias entre género y edad, que hacían inconcebible la violencia marital o parental ¹⁴. El estudio de Flora E-shen Lu, menciona que en todas las historias que escuchó de mujeres Wao abusadas por sus esposos, habían dos puntos en común: sus esposos habían consumido alcohol y habían aprendido ese comportamiento de un hombre no Wao.



El alcoholismo de los Wao responde a los procesos que están sucediendo dentro de su cultura. Han cambiado las relaciones de poder, la suficiencia de la selva para satisfacer sus necesidades, y el manejo y control sobre sus territorios porque entró a su pueblo la ambición por los recursos de su suelo. Ahora no tienen certezas, no controlan su existencia. Deslumbrados por objetos y productos modernos no tienen otra forma de obtenerlos que presionando a la petrolera para que les provean o vendiendo los recursos de su selva para poder comprarlo en el mercado.

La feria constituye para los Wao un espacio de reunión, de comercialización y consumo, por lo tanto de afianzamiento del “estatus” que consideran obtienen del estar integrados al mercado. El manejo de esta idea por parte de los Wao, es funcional a las actividades petroleras que sostienen la forma de vida moderna y las desigualdades a nivel mundial.

13 El estudio de Shuen Lu cita los estudios de : Rival(1992), Robarchek(1987), Miriam Gibb(1983)

14 RIVAL, Laura, 1992. Citado en SHUEN LU, Flora E, “Cambios en los patrones de subsistencia y uso de los recursos de los indígenas Waorani en la Amazonía ecuatoriana”, University of North Carolina,1999

Distribuidores y vendedores de cerveza

En averiguaciones hechas a la Cervecería Nacional, en mayo del 2010, nos informaron que las venta de franquicias en Lago Agrio y Coca están abiertas, según explicaron esto responde a que estudios de mercado han determinado necesario abrir una franquicia o crear otra debido a la demanda de la zona. La inversión para la compra de una franquicia es de medio millón de dólares, que cubrirán la compra de 4 ó 5 camiones, 60 mil dólares en producto y local. Cada franquicia dura de 4 a 5 años renovables.

Las rutas de venta son definidas por la cervecería y son exclusivas para cada franquicia en caso de existir más de una en la provincia. Los precios del producto, así como las dimensiones de los camiones transportadores son confidenciales hasta que el interesado en la franquicia sea entrevistado por la empresa y presente sus referencias laborales, comerciales, bancarias y personales. Aunque nos indicaron que los precios pueden tener ligeras variaciones por factores como distancia del lugar de distribución y número de consumidores, entre otros que consideren los estudios de mercado, los distribuidores en Orellana afirman que el costo es el mismo sin importar el volumen vendido.

En la sede de distribución de Orellana, en la ciudad de Coca nos informaron que se venden 2.500 jabs diarias de cerveza y se distribuye a Sacha, Loreto, Coca y Shushufindi. Cada botella que se vende desde aquí tiene un costo de 0.75 a 0.85 centavos.

Parece no haber una estrategia directa de la empresa en subsidiar, ni inducir directamente el consumo de alcohol a las comunidades indígenas que habitan en la zona de su concesión. En lo posible la petrolera prohíbe a los Wao la entrada de bebidas alcohólicas porque suelen ponerse violentos y arman pleitos entre ellos. Sin embargo, el programa asistencialista que les provee no sólo de dinero en efectivo sino de comodidades, accesorios y servicios, genera e incentiva este tipo de hábitos de consumo en los Wao.

Además de los Wao, llama la atención el gran consumo de alcohol por parte de los indígenas quichuas. Las canoas que parten semanalmente desde Pompeya cargadas con

aproximadamente 600 jabas, para ser repartidas por las comunidades de la ribera hasta Tiputini y Rocafuerte, dan cuenta de la cantidad de alcohol que se consume en estas zonas. Una de las mayores distribuidoras de cerveza en Shushufindi, indicó que Pompeya y Limoncocha son los lugares donde más se vende cerveza. Un importante número de quichuas participa en la feria, llegan de las comunidades río abajo pero también de otras zonas más cercanas a Pompeya para comprar. Aunque los wao son los que llaman la atención, incluso de los quichuas, por su manera de consumir alcohol y quedar en estado etílico, la mayoría de los asistentes a la feria son quichuas y consumen también grandes cantidades de cerveza.

El dueño de una tienda de Pompeya, que vive en la zona desde inicios de la feria, indicó que aunque antes se consumía alcohol, ahora se consume mucho más porque con las petroleras la gente maneja más dinero. Sin embargo, no es el uso del dinero en sí mismo lo que explica el alcoholismo en comunidades Waos y quichuas de la zona petrolera, sino que el dinero viene acompañado con otras situaciones, como la incapacidad de manejo de su territorio, de interrelacionarse, de satisfacer sus necesidades, que han hecho a los indígenas perder su autoestima y su identidad.

Sin necesidad de ser inducidos directamente al consumo de alcohol, los Wao obtienen de la petrolera los medios económicos para comprarlo y sobre todo el entorno agreste que les hace “desearlo”.

Carne de Monte y tráfico de especies



Cada sábado cruzan hasta la feria de Pompeya Waos provenientes de las comunidades dentro del bloque 16, para vender en pocos minutos la carne de monte que cazan en el área protegida que es también su territorio. Una vez vendida o intercambiada la mercadería, se dedican a hacer compras y beber

cerveza, o tal vez algo más fuerte, hasta que es hora de regresar en los buses de Repsol, antes del medio día.

Los compradores usuales de la carne son intermediarios que a su vez venden la carne en restaurantes de Sacha, Coca, Tena, Loreto, Lago, Shushufindi. La demanda de la carne de monte es tan alta, que en cuestión de minutos se vende toda, por eso los compradores se tiran al agua para alcanzar primeros a la canoa donde llegan los Wao con la



carne. También los indígenas quichuas compran carne de monte a los Wao. Uno de ellos dice: “*Antes habían animales en mayor cantidad. Crece la población, hay mucha cacería y por eso los quichua ya no tienen, y compran a los Wao*”.

En la feria se vende carne de huangana (*Tayassu pecari*), sahino (*Tayassu tajacu*), guanta (*Cuniculus paca*), guatusa (*Dasyprocta fuliginosa*), danta (*Tapirus terrestris*), monos, venado, tortuga, pavas, pujiles (*Crax rubra*). Los precios varían de 2,5 dólares la libra de guanta o sahino, hasta 1,5 la libra de paujil. La carne más cara es de \$2,5 la libra. Los Wao ganan por feria aproximadamente \$20 dólares. Los compradores estafan a los Wao diciéndoles que la carne pesa menos o regatean los precios y les pagan menos de lo que piden. En la misma feria se revende la carne que recién compraron a los Wao, por ejemplo una guanta que compraron a 2,5 la revenden a \$3,25.

Desde la década del 80, investigadores observaron que había una cacería intensiva que estaba provocando cambios ecológicos en la zona. Este aumento en la cacería se dio principalmente por el cambio de cerbatana y lanza por escopeta y además por la venta de carne de monte a los campamentos petroleros. Alrededor de 1978, el 51% de los animales cazados por Huaorani fueron con escopeta y explican que se debe al difícil acceso a una

caja de perdigones por precio y distancia. Generalmente se compraba una caja de perdigones por feria¹⁵.

Entre el 77-78 se cazó en promedio 14,2kg por cacería (con una escopeta y cartuchos escasos) En 1980 esta cifra aumentó un 33%, (ya contaban con varias escopetas y cartuchos más accesibles) pero el tiempo dedicado a la cacería no disminuyó, por lo que se deduce que se incrementó el consumo de carne y por lo tanto la presión sobre la reproducción de los animales.

Actualmente, en la feria de Pompeya se venden municiones, balines, fulminantes, pólvora y cartuchos, y aunque se venden camuflados entre otros objetos para evitar que los militares que rondan la feria confisquen la mercadería, evidentemente el acceso a estos implementos es mayor que hace 30 años. Según la información recabada en nuestras visitas, se vende aproximadamente entre 14 y 70 libras de carne de monte, es decir un promedio de 38 Kg. Después de los controles a la carne de monte establecidos en el 2009, no se puede sacar más de 1 quintal por persona, por eso ahora cada una saca hasta 70 lbs. Esto significa alrededor de 1824 Kg. anuales de carne de monte.

Para tener idea de lo la cantidad de carne de monte vendida antes de esta restricción, en el 2009 la *WCS (Sociedad para la Conservación de la Vida Silvestres)* reportó que se vende cerca de 14.000 kg de carne de pecarí al año en el mercado de Pompeya, proveniente de la reserva¹⁶. Es decir 97 Kg de carne cada feria y sólo de pecaríes. Tratando de establecer equivalencia de este dato con el dato de Yost, de 14,2 Kg de carne obtenida en una cacería en 1978, suponiendo que se caza una vez a la semana para la feria, tenemos un dato inicial de que la cacería ha aumentado por lo menos un 683%. Esto sin contar con el resto de especies cuya carne se vende. No pudimos determinar si los Wao continúan cazando fuera de temporada de reproducción de los animales, que en algo reduciría la fuerte presión sobre la selva.

15 KELLEY, Patricia, YOST, James, "Consideraciones culturales del terreno. El caso huaorani, cuadernos etnolingüísticos nº20, ILV, 1992, Quito.

16 El Comercio, Un ecuatoriano trabaja desde EEUU para la conservación del Jaguar, 19 marzo/2010

Habría que ver cuánto de esta carne es consumida por los Wao y cuánto es vendido en la feria o campamentos petroleros. Para 1979, el promedio diario de consumo de proteínas era de 250 gramos. Los Wao tienen alto nivel de salud y nutrición, su ingesta diaria de proteínas está muy por encima de lo que se recomienda adecuado¹⁷. Según testimonio de Pera Herms, documentalista español que visitó la feria y las comunidades Wao dentro del bloque, en el mismo período en que realizamos esta investigación, parece ser que siguen consumiendo grandes cantidades de carne de monte. Sin embargo, los cambios en su alimentación son evidentes.

La alimentación habitual en las comunidades es carne de monte y víveres que la empresa les provee. Dicen que la compañía les da víveres como arroz, azúcar, enlatados y galletas, medicinas y agua. El dinero que obtienen de la venta de carne de monte (aproximadamente \$20) y la del dinero que reciben de Repsol (entre \$350- \$500) lo gastan en la feria comprando sal, azúcar, arroz, pan, dulces, chitos, gaseosa, galletas, enlatados, fideos, unos se sientan a comer alguno de los platos comida que preparan en la feria y el resto se lo gastan en cerveza.

Comparando \$20 dólares de ganancia por venta de carne de monte, con el dinero que la compañía les paga a finales de cada mes, vemos que la venta de carne de monte no les es imprescindible para obtener ingresos. La venta de esta carne puede ser complementaria al pago que les hace Repsol. Un Wao nos contó que cazan cuando se les acaba el dinero que la compañía les da. En una de las visitas a la feria realizadas el primer día del mes, casi no hubo venta de carne de monte, y nos indicaron que una de las razones era que el día anterior habían cobrado el pago mensual. Incluso, en la feria una señora quichua de San Francisco Shicta nos enseñó una tortuga grande de río que un Wao le había dado a cambio de tres cervezas y 1 trago de puro. Es decir, la venta de carne de monte parece ser otro puente para continuar participando de lo que el mercado les ofrece.

17 KELLEY, Patricia, YOST, James, "Consideraciones culturales del terreno. El caso huaorani, cuadernos etnolingüísticos n°20, ILV, 1992, Quito.

Además de la venta de carne de monte también se venden especies vivas nativas como loros, cusumbo (*Nasua nasua*) y monos. El precio de los loros oscila entre 10 dólares los más pequeños a 50 los más grandes. Un cusumbo se vende a 15 dólares y el mono Titi (*Callithrix pygmaea*) a \$5.



La Ley forestal y de conservación de áreas naturales y vida silvestre, establece que corresponde al Ministerio del Ambiente la conservación, protección y administración de la flora y fauna silvestre, para lo cual ejercerá las funciones de: controlar la cacería, recolección, aprehensión, transporte y tráfico de animales y otros elementos de la fauna y flora silvestres; proteger y evitar la



eliminación de las especies de flora y fauna silvestres amenazadas o en proceso de extinción; cumplir y hacer cumplir los convenios nacionales e internacionales para la conservación de la flora y fauna silvestres y su medio ambiente. La ley incluye sanciones a quien comercialice productos de la fauna silvestre, sin la respectiva autorización.¹⁸

A pesar de que militares asisten a la feria, indican que su función allí es controlar la repartición de gas (máximo 2 tanques por familia). En la feria no hay control frente al tráfico de especies que se sacan del Parque Nacional Yasuní y que luego son revendidos en las ciudades.



¹⁸Ley forestal y de conservación de áreas naturales y vida silvestre. Capítulo II , artículo 73 y literales a,c,f.

La vida silvestre, cuando ya no es para consumo de las comunidades sino para la venta, aumenta el volumen de cacería y por lo tanto pone en riesgo la subsistencia de otras especies que se alimentan de los animales cazados y de los propios animales cazados. Un ejemplo de esto es que la excesiva caza de pecaríes compromete la subsistencia de los jaguares del Parque Nacional Yasuní¹⁹.

Tanto la cacería para venta de carne de monte como el tráfico de especies son actividades enfocadas al mercado, por lo que el rédito monetario, a pesar de ser mínimo, distrae del daño ecológico que se genera. La ruptura de la relación ancestral de los Wao con la naturaleza aparece con la llegada del dinero y el deslumbramiento por artículos modernos (propiciado por las actividades extractivas en sus territorios), que posibilita un dominio legitimado y además deseado por el mismo dominado. Esto se manifiesta en la comercialización desmesurada de los recursos de la selva.

Prostitución

En el antes citado estudio de Flora E- shen Lu, se menciona que aunque las tasas de esterilidad entre los Wao eran bajas, la tendencia está cambiando dramáticamente como consecuencia del desarrollo petrolero que ha resultado en que hombres Wao sean trabajadores asalariados que visitan los pueblos petroleros. Las enfermedades venéreas como gonorrea y clamidia van en aumento entre los Wao.²⁰

Muchos Wao visitan trabajadoras sexuales, e incluso hay mujeres Wao trabajando como prostitutas en Coca y otros pueblos de la Amazonía (Lu, Holt y otros, 2003).

19 El Comercio, Un ecuatoriano trabaja desde EEUU para la conservación del Jaguar, 19 marzo/2010

20 SHUEN LU, Flora E, "Cambios en los patrones de subsistencia y uso de los recursos de los indígenas Waorani en la Amazonía ecuatoriana", University of North Carolina, 1999

Estudios hechos por la Cruz Roja Suiza asocian la incidencia de Hepatitis B en la zona, con las actividades petroleras ²¹. Los resultados del estudio junto con los testimonios de los habitantes de los poblados donde se identificaron los enfermos, sugieren una fuerte relación entre los casos de Hepatitis D y prostitución en ciudades petroleras. La epidemia de Hepatitis en las comunidades Wao detectada en 1998, evidenció que la hepatitis B es una enfermedad endémica de alto nivel entre los Huaorani. Se encontraron también casos de Hepatitis D, que tiene entre las causas de contagio: relaciones sexuales, saliva, agujas contaminadas.

Evidencias anecdóticas sugieren que ciertos hombres Wao pudieron haber sido infectados mientras estaban viviendo y trabajando en un campamento petrolero, y que luego llevaron el virus a sus comunidades. En la comunidad de Ñoneno algunos hombres Wao en el 2008, gastaron en una semana en alcohol y cabarets \$1200 que recibieron como compensación de la empresa Quality cuando inició los estudios sísmicos en su territorio²².

La cantidad de dinero no se traduce en mejoras en la calidad de vida de estos pueblos. Sin identidad, ni autoestima el dinero se vuelve el mecanismo de destrucción silenciosa y legitimada de las comunidades mediante el cual pueden adquirir productos y hábitos que los ayudan a evadirse.

Relacionamiento Comunitario²³

Las relaciones comunitarias como una línea de acción de empresas petroleras, surge en la década del 80's y se fortalece en los años 90 después de la Cumbre de Río de Janeiro (1992), como respuesta a la creciente presión de grupos de indígenas y ecologistas que comienzan a llamar la atención sobre los impactos culturales y sociales que afectan a las

21 Proyecto emergente frente a la epidemia de hepatitis B y D en las comunidades huaorani de la Amazonía ecuatoriana. 2000. Cruz Roja Suiza

22 En el 2008, las 22 familias de la comunidad Wao de Ñoneno recibieron \$1200 cada una como compensación de Petroamazonas(a través de su contratista Quality) por inicio de sísmica en la zona incluyendo territorio ancestral Wao próxima a la zona de amortiguamiento del PNY.

23 Entrevista a Paola Colleone. Antropóloga

comunidades cuyos territorios son intervenidos por actividades extractivas como la petrolera.

El Estado ha delegado a las compañías petroleras el desarrollo social de las comunidades de las áreas concesionadas, a través de las negociaciones y compensaciones que los relacionadores comunitarios de petroleras pactan con ellas. En la zona del Bloque 16, las estrategias de relacionamiento comunitario iniciaron con la entrada de la petrolera Maxus , a partir de esto parece haberse establecido todo un sistema de manejo de conflictos donde grupos de profesionales interceden a nombre de la compañía para intentar neutralizar la conflictividad socio ambiental propio de las actividades extractivas. Repsol continua con la misma estrategia y aunque su conocido hermetismo y control sobre el Parque Nacional Yasuní impide la entrada a investigadores, periodistas e incluso a organismos fiscalizadores del Estado, la muestra de la degradación a la que el pueblo Wao ha sido y es inducido, se hace visible en la feria de Pompeya.

Las empresas solicitaron los servicios de la consultora Daimiservices frente a la necesidad de que los actores involucrados lleguen a concertación. Su gerente Milton Ortega trabajó para Maxus como relacionador comunitario, donde desarrolló estrategias de relacionamiento y negociación que, en vista de su éxito , dieron pie a la creación de la Daimiservices, que ahora también funciona en otros países de América del Sur donde hay conflicto entre indígenas y empresas extractivas²⁴. Esta consultora, se especializa en gestionar programas de relacionadores comunitarios para compañías petroleras que operan en territorios indígenas, cuyas estrategias involucran actividades de comunicación, diseño de proyectos y planes comunitarios, establecimiento de redes organizativas en apoyo a los proyectos extractivos, y revitalización cultural(citado del libro “ El Oriente es un Mito”, CEP).

²⁴En campos petroleros peruanos donde hay presencia de pueblos en aislamiento, la empresa ha puesto grabaciones hechas por Wao ecuatorianos en su idioma nativo, en caso de contacto.

Para esto aplican psicología y teoría del conflicto y estudian qué actitud psicológica debe tener un buen relacionador comunitario, cómo negociar con los Wao y los actores del conflicto. Sus estrategias responden a una visión economicista y tienen por objetivo evitar la escalada de conflicto en las comunidades aledañas para así poder garantizar la operación de la petrolera. Todo en base en cálculos de costo beneficio entre invertir en lo que los afectados demandan y lo que costaría la paralización de la producción.

El éxito de Daimiservices con los Wao fue que se dieron cuenta inmediatamente de la estructura social Wao, que se manejan por clanes y en autarquía social. Por lo tanto, sabían que una organización como estas no representa a nadie. Así incidieron en la ONHAE (Organización de la nacionalidad Huaorani de la Amazonía Ecuatoriana), con el fin de firmar convenios y acuerdos a nombre de la nacionalidad y legitimar sus acciones. Además la empresa anualmente paga hasta 1 millón de dólares anuales a la NAWE (Nacionalidad Waorani del Ecuador, antes ONHAE) manejados por ENTRIX.

La relación de la empresa con los Wao es sumamente paternalista. Cuando pasan las camionetas de los relacionadores comunitarios, todos les siguen para pedirles que arreglen o reparen algún objeto de su vida civilizada de Wao: focos, TV, casa, etc. La percepción de la empresa es que ellos no tendrían por qué hacer todo eso, por lo que tendrían que agradecerles. Además los líderes comunitarios son asistentes de relaciones comunitarias y, por ser más cercanos a las empresas, tienen casas de 2 pisos, generador eléctrico, altavoces, aire acondicionado, karaoke y en las comunidades hay colegio y buses provistos por la empresa. Es un caso donde la empresa reemplaza al Estado.

Las relaciones con la empresa cambian el rol y poderes de líder local. Antes el poder era igualitario, el “jefe” era justamente un jefe sin poder, capaz de defender a todos y sólo asume su poder en la guerra. Lo mismo sucedió en las relaciones de género porque la empresa les ofrece trabajo a los hombres (aunque hay algunas mujeres trabajando). Aunque el poder sigue redistribuyendo el poder en el clan, todos respetan al jefe de la comunidad por la influencia que tiene en la empresa.

La forma de actuar del jefe va en función de cuánto puede obtener de la empresa, más que de denunciar los efectos nocivos de esta en el territorio. Por ejemplo, Lorenzo líder de Kawimeno documentó el derrame de petróleo y a la vez que denunciaba tenía lista la compensación que pedía a la empresa por el daño. Esto, tratado de entenderse en su cosmovisión resulta en que “Aceptan a la petrolera en la medida en que sepan cuál es su nuevo árbol para cosechar”²⁵

Algunas de las estrategias para el éxito del relacionador comunitario son:

- Identificar al líder y tratar de aislarlo.
- Nunca enfrentar al líder delante de la comunidad, para no empoderarlo.
- No dejar espacios físicos entre el líder y el relacionador .Para eso es necesario acercarse, ponerse alado de él tocarle el hombro. Tener una relación casi amistosa.
- Hablar con los otros de la comunidad.
- Aprender qué posturas físicas y tonos de voz se debe tener en las negociaciones.

Los relacionadores ya saben qué pueden ceder y qué no. Para eso tienen un plan “B” que podría incluir represión, aunque se intenta no llegar a esto porque no hay ventaja económica en generar conflicto, más bien eso significaría una pérdida.

“El valor de la vida deja de fundamentarse en la noción del valor intrínseco y comienza a medirse de acuerdo con la idea utilitaria de lo que un cuerpo puede producir”²⁶

Las estrategias de relacionamiento comunitario trabajan en función de lo que los Wao podrían impedir producir a las empresas. Se trata de un cálculo económico donde pesa la rentabilidad sobre la responsabilidad. La gente en la zona es más bien un obstáculo con el que lidiar para poder desarrollar sus actividades y los relacionadores comunitarios trabajan

25 Entrevista a Paola Colleone. Antropóloga

26 LAZZARA Michael, “Estrategias de Dominación y resistencias corporales: La biopolítica del mercado en Mano de Obra, de Damiela Eltitn”. En CARREÑO, Rubí, Damiela Eltit: redes locales, redes globales, Iberoamericana, 2009, Madrid

para garantizarles esto al menor costo y mantener, en lo posible, una imagen de empresa responsable.

Irónicamente, Repsol en su página web dice “Somos conscientes de las oportunidades que podemos crear para que las comunidades indígenas participen y se beneficien de nuestros proyectos, que pueden contribuir a lograr sus aspiraciones de desarrollo económico y social”. La empresa influye en lo que los Wao conciben como desarrollo económico y social.

Conclusiones

En la zona de influencia de la operación petrolera del Bloque 16, tanto colonos, quichuas y Waos, están sumergidos en el tipo de “desarrollo” que se genera alrededor del petróleo. Se hace necesaria una investigación a fondo sobre el alto consumo de alcohol por parte de las comunidades quichuas río abajo, para establecer causas, responsabilidades y relación con los puntos planteados en el presente estudio.

En el caso de los Wao, una característica visible de este tipo de desarrollo es el aumento del consumo de alcohol, prostitución y la sobre explotación de recursos de la selva para participar del mercado que aparece con la llegada de esta industria en la zona. Pero lo invisible es aún más devastador, porque se trata de la dependencia y el control que ejerce la petrolera a partir de la pérdida de referentes culturales y organizativos, y la interacción de la cosmovisión Wao con las prácticas clientelares de la empresa.

Según la cosmovisión Wao , la selva les pertenece y por lo mismo pueden tomar todo lo que hay en ella. La empresa petrolera es una extensión de la selva y por eso creen que pueden pedirle todo lo que se les ocurra²⁷ , de manera que Repsol actúa reforzando su cosmovisión al darles todo lo que piden. Esto también ha configurado la manera que tienen los Wao de relacionarse con los *cohuori* y con el mercado, pues piensan que los otros les deben regalar los objetos que ellos piden y, al no tener noción del dinero, hablan

27 LABAKA, Mons. Alejandro, *Crónica huaorani*. Vicariato de Aguarico: CICAME, 1988

de cifras desproporcionadas, unas veces astronómicas y otras veces mínimas, para sus proyectos y planes en la selva.

El discurso de las empresas petroleras sobre el desarrollo y de los beneficios para las comunidades, siempre están en función del mercado, pero la única forma de integrarse es subordinándose a él. Las comunidades Wao son el claro ejemplo de que el dinero no significa bienestar, pero el tipo de dominación que ejercen las petroleras con su discurso hace que sean los mismos dominados los que desean continuar e incluso profundizar esta situación.

La aculturación drástica, el asistencialismo como estrategia neutralizadora de conflictos, la contaminación del ambiente, el cambio en las relaciones de poder, pérdida de autoestima, identidad y control de territorios, el inicio de relaciones mercantiles generadoras de dependencias, afecta la vida de las poblaciones. Ahora hay incertidumbre en el desarrollo de las comunidades, hay ansiedad de obtener lo que la modernidad ofrece pero no entrega fácilmente. Mientras tanto, se pierden los modos de subsistencia tradicional que permiten cierto margen de autonomía a las comunidades que participan del mercado.

Todo esto cambia la seguridad con que las poblaciones viven el presente y se enfrentan al futuro, y el autoestima de los grupos que se ven deslumbrados por las mercancías e incluso por la posibilidad de convertirse en una de ellas al convertirse en trabajadores asalariados de las empresas.

En este contexto podríamos entender al alcoholismo en los Wao como manifestaciones de sentimientos de frustración, desorientación y angustia que necesitan ser evadidos a través del consumo de alcohol. Obtienen grandes pagos pero ya no controlan sus vidas construidas alrededor de objetos modernos y la avidez por consumir. El alcohol entonces se convierte en un símbolo de estos procesos: da status a quien tiene dinero para acceder a su consumo en la feria, pero también representa las condiciones en que los indígenas y grupos de campesinos son permitidos de participar en esta "modernidad". No es coincidencia que quienes consumen mayor cantidad de alcohol en la zona estudiada, son los grupos indígenas Wao y quichuas. La ingesta desmedida de alcohol por parte de esta

población ha devenido en la pérdida de independencia, en la pérdida de solidaridad y organización en sus comunidades, y la funcionalidad ante la realidad negativa que viven por estar más interesados en consumir que en actuar frente a lo que les afecta. o

Todo esto evidencia que los impactos negativos de la industria petrolera no se limitan a daños ambientales, sino que hay pérdidas culturales y deterioro social que también tiene que visibilizarse y denunciarse para evitar que sigan ocurriendo. La gravedad de la situación contrasta con la irresponsabilidad por parte de las instituciones y autoridades estatales llamadas a proteger zonas ecológica y culturalmente frágiles y garantizar el bienestar de sus habitantes.

“¿Entregamos (el bloque 16) con indios y todo?”

Vinicio Valarezo, Subsecretario del Ministerio del Ambiente 2004, a su asesor²⁸.

28 Frente a la protesta de la Misión Internacional de Verificación 2004, por haber sido expulsada del bloque 16 por el Ejército, en cumplimiento de órdenes de Repsol, a pesar de contaba con la autorización del Ministerio de Ambiente para ingresar, el Subsecretario respondió sobre la Reserva entregada a Repsol “es que esa es su casa”, y cuando le preguntaron sobre el pueblo Wao preguntó a su asesor “¿Entregamos con indios y todo?”