

FANTASÍAS COLONIALES EN LAS REPRESENTACIONES Y PROMOCIÓN DE COSTA RICA COMO DESTINO TURÍSTICO⁶

Esteban Barboza Núñez⁷

Introducción

En el turismo, una actividad sumamente compleja y ramificada en la que muchos países apuntalan sus economías, y de la cual muchos se hacen cada vez más dependientes, las estrategias para la promoción de lugares como indicados para visitar e invertir se han convertido en interesantes elaboraciones discursivas que van más allá de simples campañas publicitarias en las que se promociona un país y se muestran los atractivos que posee. Más bien, como práctica discursiva, con su propia metodología y sus consecuentes efectos, en la promoción turística de ciertas áreas se puede trazar una serie de normas que tienden a ubicar los destinos promocionados dentro de ciertas categorías. Tales categorías generalmente están relacionadas de manera dicotómica con el posible visitante y su lugar de procedencia, abarcan las expectativas que este debería crearse del lugar a visitar, el contraste entre su lugar de procedencia y el destino, y cómo este puede satisfacer su curiosidad, muchas veces enraizada en fantasías y mitos.

Tales promociones han tendido a formar un imaginario que termina recreando, tanto ante los ojos del potencial visitante, a quien va dirigida la promoción, como ante el colectivo en general que referencia, aunque sea a distancia, el destino turístico, una idea de en qué consiste el país y su gente, no solo como un posible sitio para vacacionar, sino también como un lugar con su propio estatus ontológico. En el caso específico de Costa Rica, su representación como destino turístico en las promociones, tanto a través de medios oficiales, como de la industria turística y las guías de viajes, recrea una serie de fantasías coloniales que en muchos casos se desvían del contexto en el que pretenden ubicarse, creando imágenes que no necesariamente corresponden a las realidades de las que se extraen, y que más bien se sitúan dentro de imaginarios típicos de un discurso que se acerca al sistema y a la funcionalidad del discurso colonial.

A pesar de que este discurso supuestamente tan solo haya regido la narración y documentación de las relaciones entre las metrópolis y las periferias durante el periodo en que el imperialismo europeo se expandió por el resto del orbe, desde el siglo XVI hasta mediados del XX, el hecho de que la

6 Una versión anterior de este trabajo fue presentada como ponencia, bajo el título “*Representación y contexto: fantasías coloniales en la promoción turística de Costa Rica,*” en el VII Congreso Latinoamericano de Investigación Turística en Quito, Ecuador, los días 2, 3, 4 y 5 de agosto de 2016.

7 Profesor asociado de la Universidad Nacional, Magister Litterarum por la Universidad de Costa Rica, actualmente cursa el Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura, en la misma institución. Docente e investigador en la Universidad Nacional desde el año 2002. Miembro de la Red de Investigación en Turismo, Sociedad y Ambiente, de la Universidad Nacional, Coordinador de la Cátedra Antonio Maceo, de la misma institución. Ha llevado a cabo investigaciones y publicado artículos y capítulos de libros en países como Costa Rica, Estados Unidos, Cuba, México y Ecuador. Sus líneas de investigación abarcan el análisis del turismo desde una perspectiva teórica y epistemológica, los estudios postcoloniales, los estudios culturales, la literatura costarricense y la historia local. En este último ramo, es coautor del libro *Costa Rica en Antonio Maceo: Un legado Recíproco* (Arlekin, 2016). Correo electrónico: luis.barboza@ucr.ac.cr

descolonización política de la mayor parte de las colonias se diera durante los últimos doscientos años no implica que muchos resabios de la forma de describir tales relaciones no persistan hoy en día en el modo de recrear, mediante narraciones y representaciones, las relaciones entre ambos ámbitos. En el caso que nos atañe, tal persistencia surge en las representaciones producidas a partir de la supuesta aproximación entre los potenciales turistas, mayoritariamente de América del Norte o Europa, y el paraíso tropical costarricense, una antigua periferia colonial desde su “descubrimiento” por parte de Cristóbal Colón en 1502, hasta su independencia, como parte de la Capitanía General de Guatemala, en 1821.

Ahora bien, cuando nos adentramos a discutir el turismo y lo pretendemos relacionar con discursos y representaciones coloniales, podría para algunos surgir la duda de si en realidad existe una conexión entre ambos campos, o si esta podría ser más bien forzada por la crítica. Sin embargo, al poner atención a la historia del turismo tal y como lo entendemos hoy en día, a la representación de periferias en la literatura de viajes y de exploración durante la época colonial, a la antropología decimonónica y a la naturaleza de algunas actividades derivadas del turismo moderno, especialmente del que se da entre los trópicos de Cáncer y Capricornio, es posible trazar la relación entre ciertos tipos de actividad turística y algunos remanentes del discurso colonial y del colonialismo.

Para empezar, el turismo, desde el advenimiento del *Grand Tour*, en los siglos XVII y XVIII, siempre estuvo relacionado con los estratos más privilegiados, económicamente hablando, lo mismo que a nivel social e intelectual (Rosenberg, 2012). El *Grand Tour* surge dentro de la aristocracia europea en los siglos en que florece el expansionismo económico y militar por parte de las élites coloniales del viejo continente hacia territorios de ultramar. Esto se da de la mano del establecimiento de grandes fortunas producto de actividades asociadas al colonialismo, como las grandes plantaciones, la minería y el comercio de esclavos. Ya para entonces se comienza a establecer la asociación entre turismo, ocio, placer, crecimiento intelectual y adquisición de conocimiento. Las excursiones de los jóvenes acaudalados europeos suponían, dentro del *Grand Tour*, parte de su formación académica desde su estrato privilegiado, a menudo mezclados con excesos relacionados con el juego, la bebida y la prostitución.

Más allá de las fronteras europeas surgió también la necesidad de documentar y narrar el Nuevo Mundo a través de la literatura de viajes. Quizás, en el caso de América, inaugurada por los mismos diarios de Colón, dicho tipo de escritura no solamente sirvió para presentar y catalogar todo lo encontrado por conquistadores, exploradores, viajeros y aventureros en los territorios recién descubiertos por ojos europeos, sino también para establecer una relación dicotómica entre el raciocinio, el conocimiento y los supuestos propósitos civilizatorios de los colonizadores, y la naturaleza utilitaria, el atraso y la necesidad de civilización del Nuevo Mundo, al que había que despojar de su “salvajismo” y de su invalidez económica y productiva, y ponerlo a funcionar dentro del esquema positivista eurocéntrico impulsado por el incipiente capitalismo.

Desde los mismos diarios de Colón y las documentaciones del Nuevo Mundo de Bartolomé de las Casas, las descripciones de los territorios virginales por parte de gran cantidad de exploradores europeos durante los siglos XVI, XVII y XVIII, el valor documental que le dio Napoleón Bonaparte al mundo egipcio en la enciclopédica y multidisciplinaria *Descripción de Egipto*, luego de su conquista en 1798, los célebres recuentos de evangelizadores, exploradores, naturalistas y antropólogos de la talla de Richard Burton y David Livingston durante la exploración y el “descubrimiento” del interior

de África en el siglo XIX y su posterior reparto entre las principales potencias europeas, siempre la escritura documental se irguió como un estandarte a la hora de presentar y catalogar, ante audiencias europeas, los territorios que se iban descubriendo y conquistando.

Por lo tanto, cabe preguntarse si algunos modos de representación devenidos de la época colonial, y que contribuyeron a la justificación ideológica de la conquista y la colonización, además de reafirmar postulados maniqueos como superioridad versus inferioridad, civilización versus barbarie, progreso versus atraso, o huella del hombre civilizado versus territorios vírgenes, tan difundidos en los tipos de escritura ligadas a la descripción de las relaciones metrópolis-periferia, ciertamente persisten en el imaginario que rige la representación de destinos turísticos hoy en día, especialmente en los tipos de turismo que se practican en Costa Rica. Esta pregunta surge, especialmente, al ver las actividades que generalmente se han promocionado en el país, como el ecoturismo, el turismo de aventura y, más recientemente, el turismo todo incluido de sol y playa, en destinos que van desde playas virginales, selvas tropicales, pueblos pintorescos y balnearios de turismo evasivo en donde el visitante puede entregarse a todo tipo de excesos carnalescos al mejor estilo bajtiniano⁸.

Discurso colonial, representación de espacios y turismo

Antes de adentrarnos más concretamente en el análisis de casos de representación y promoción turística de Costa Rica como destino turístico, es indispensable detenernos a aclarar conceptos fundamentales que nos servirán de referencia a la hora de emprender dicho estudio. En primer lugar, es importante consensuar en cuanto a la definición de discurso colonial. Se asume que el término se refiere al conjunto de prácticas basadas en el lenguaje y enfocadas en el abordaje de las relaciones coloniales. Permea dicho discurso la presunción de que, durante la era colonial, gran parte del mundo allende las fronteras de las élites europeas eran producidas por un discurso que combinaba preguntas, supuestos como respuestas a dichas preguntas, métodos de análisis, escritura e imaginación (Hulme, 1986, p. 14).

A través de varios siglos de tales prácticas lingüísticas, en las que por lo general la construcción, representación y narración de las relaciones coloniales metrópolis-periferia se dieron, la mayoría de las veces, desde una referencia fija y un nuevo mundo narrado de manera supeditada a ese punto de referencia, que no era otro que el horizonte de expectativas generado por el colonialismo europeo, se impone una gran circulación de sujetos y símbolos que al final confluyen en una totalidad reconocible y reformada. En esta totalidad, el producto final es un mundo y un sujeto colonizado como una realidad social que es, al mismo tiempo, un otro y un objeto totalmente visible bajo el lente de un sistema de representación y un régimen de la verdad estructuralmente similar al realismo (Bhabha, 1994, p. 101). Tales representaciones se convierten, entonces, en verdades con grandes efectos en la imagen del otro colonial, tanto ante el colonizador como ante sí mismo. También se establece una dependencia de la fijeza de la construcción de la otredad, la cual es un modo de representación bastante paradójico, ya que connota rigidez en el orden de representación y, al mismo tiempo, desorden, degeneración y repetición de estereotipos acerca del otro.

⁸ En *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*, Mijail Bajtin sostiene que, durante la Edad Media y el Renacimiento, en la época de carnaval se daba una profanación desmitificadora de los discursos oficiales y las jerarquías establecidas por el sistema oficial. Se construye, por un tiempo determinado, un mundo al revés en donde se revierten los valores vigentes por parte de los participantes en el carnaval; es decir, todo está permitido durante este.

Al producir mediante un discurso colonial al sujeto y al mundo colonizados como realidades sociales en la posición de la otredad, también debemos tomar en cuenta el ejercicio de poder que se establece en tales representaciones. En este caso, tenemos que prestar atención a Michel Foucault y a su idea de que el poder ya no es solamente la noción de una fuerza represiva representada; por ejemplo, por las instituciones estatales, sino que también se relaciona con la condición de producción de lenguaje (Foucault, 1972, p. 82). Entonces, al ser el poder que se ejerce desde el lenguaje, no monolítico, sino que, dispersado asimétricamente, toda enunciación estará potencialmente sujeta a usos contradictorios. De ahí que el discurso colonial pueda, no solo producir sujetos y realidades, sino, como efecto paralelo, ejercer autoridad y poder sobre tales sujetos a través de la política de la verdad que otorga el prestigio y el privilegio de narrar y documentar para terminar, como el mismo Foucault (1972, p. 49) afirma, formando sistemáticamente los objetos de los cuales habla. Por esto es importante entender el poder que ejerce el discurso y su habilidad de moldear un sujeto y un espacio más allá de la representación o la descripción.

En buena parte influenciado por las posibilidades del discurso según Foucault, y ya específicamente enfocado en el poder del discurso colonial, Edward Said (1978, p. 3) afirma que este establece una relación dicotómica entre el narrador y el objeto narrado, entre el poder y privilegio de representar, y la desventaja de verse y ser representado bajo una perspectiva ajena que, además, coloca, gobierna, autoriza, estructura y ejerce autoridad sobre el objeto escrutado. Afirma Said (1978) que la narración y la representación del sujeto colonial a través de diversas disciplinas intelectuales, de una manera u otra relacionadas con el colonialismo y el discurso colonial, producen un conocimiento ontológicamente estable. Este postulado coincide entonces con la idea del discurso colonial como una forma de realismo, de Bhabha (1994), que domina y tiene autoridad sobre el objeto examinado; y tener autoridad sobre ese objeto a través de su conocimiento significa también negarle autonomía a tal punto que solamente existe tal y como la perspectiva occidental permite imaginarlo, a través de una hegemonía de ideas acerca del sujeto colonizado que reitera la superioridad europea ante el atraso de este y que generalmente descarta la posibilidad de disenso.

Ante estas aseveraciones teóricas en cuanto a la naturaleza y los efectos del discurso colonial, y para aproximarnos al campo del turismo, lo que cabe preguntarnos es si existen similitudes entre las estrategias narrativas de dicho sistema de representación, con sus consecuentes efectos, y el modo en que Costa Rica es promocionada como destino turístico, con sus atractivos y características generales. En este caso conviene fijarse en modos de descripción más específicos que formaron parte del ensamble de prácticas discursivas que representaron y recrearon los territorios coloniales y, a la vez, justificaron su ocupación y transformación.

Además, y dado que lo más importante de un discurso son sus efectos, conviene entonces preguntarse si las narraciones y representaciones de los destinos turísticos más bien no contribuyen a convertir a ciertos tipos de turismo en formas de neocolonialismo. Para dilucidar tales interrogantes, es importante especificar sobre la construcción y representación del espacio en el discurso colonial y su coincidencia con los imaginarios generados a través de la caracterización de destinos turísticos por medio de su promoción. Por otra parte, se debe establecer la coincidencia entre dichas construcciones y las mitologías coloniales acerca del otro y su espacio.

En cuanto a la construcción y representación del espacio en el discurso colonial, conviene hacer referencia a algunos aportes interesantes acerca de cómo los contextos coloniales han sido formados

a través de narraciones bastante consistentes unas con otras. Partimos de la premisa de Henri Lefebvre (citado en Schmid, 2008) quien ve el espacio como un producto social, cuya comprensión requiere ir más allá de imaginarlo como una realidad material existente en sí misma. Para Lefebvre, citado por Schmid (2008, p. 28), el espacio está fundamentalmente ligado a las realidades sociales, y no debe usarse como una posición epistemológica porque que no existe por sí mismo, sino que es producido. Es producido a través de la relación del espacio y el tiempo. El espacio es, simultáneamente, el orden sincrónico de la realidad social y, al mismo tiempo, denota el orden diacrónico, y por lo tanto, el proceso histórico de la producción social (Schmid, 2008, p. 29). Es decir, el espacio es parte integral de la práctica social, y tanto este como el tiempo son el resultado de las precondiciones de las producciones sociales, y no existen universalmente, sino que deben ser entendidos en el contexto de cada sociedad específica.

Un caso evidente de la producción del espacio en contextos coloniales es el ejercicio del poder de la mirada que implica escrutar un objeto o un espacio. Afirma David Spurr (1993), elaborando en este ejercicio de poder, que quien observa se basa en un conocimiento que marca una exclusión y un privilegio: el de suponer, examinar, mirar; y que por naturaleza excluye al observador de las realidades humanas que constituyen al objeto escrutado, dado que siempre se va a basar en su propio sistema de valores para interpretar y describir un objeto. Como consecuencia, a lo que está siendo examinado se le niega el poder de la mirada; y al ser narrado, se le niega el poder de narrarse (Spurr, 1993, p. 13).

Uno de los efectos de esta asimetría epistemológica que se establece entre el narrador y el espacio que construye es que, como apunta Mary Louise Pratt (1992), en la mayoría de los casos se tiende a desterrar a los habitantes nativos de los espacios reportados. La autora afirma que en las narraciones de exploradores europeos del siglo XIX acerca de África; por ejemplo, constantemente existía la tendencia a extraer a los africanos del paisaje que habitaban. Se les extraía de la economía, de la cultura, y también de la historia (Pratt, 1992, p. 53). Así, este tipo de narración construyó un espacio vacío, sin cultura propia, y que automáticamente justificó ideológicamente su ocupación y su conquista, ya que se suponía vacante. En los casos en que los pobladores locales aparecieron en estos relatos, la misma Pratt, a través de numerosos ejemplos, traza cómo son descritos de modo que carecen de cultura y de capacidad de evolucionar.

Aparte de establecer diferencias dicotómicas como las ya mencionadas, Pratt (1992) afirma que otra de las características sumamente importantes de la construcción de espacios en la narrativa colonial es la de otorgar un valor cualitativo al lugar que se narra, y que a menudo coincide con los intereses utilitarios del sistema de valores del narrador, como reflejo del discurso colonial. Existen tres modos de otorgar tal valor. El primero es la estetización del paisaje, la descripción ordenada en términos de primeros planos y segundos planos, la búsqueda de simetrías, de oposiciones binarias en donde el placer estético de lo que se describe constituye el valor y el significado del espacio.

En segundo lugar, se establece una búsqueda de densidad de significado del paisaje, que se representa como bastante rico en esencia material y semántica. Se usa gran cantidad de adjetivos para describir el espacio, y son pocos los sustantivos sin modificar que se utilizan. Dichos adjetivos generalmente vinculan los sustantivos a la cultura del explorador; por lo tanto, la descripción pasa por un filtro referencial desde la perspectiva cultural de quien narra, y que irremediamente construye el espacio estrictamente según su visión de mundo. Finalmente, Pratt (1992) indica que se predica

una relación de autoridad, dominación y superioridad de parte de quien mira sobre lo que describe. El narrador juzga, valora y produce el espacio para los demás. Lo que este ve es lo que existe, y su perspectiva es la única que cuenta a la hora de describir el paisaje. Es decir, el espacio está ordenado con referencia a su punto de vista y es estática.

De la mano de estos modos de representación y construcción de territorios coloniales ante audiencias europeas en el discurso colonial, en el campo del turismo se han creado y esparcido tres mitos que refuerzan ciertas visiones e idearios acerca de lo que supuestamente constituyen los contextos reproducidos en la escritura de viajes y en la publicidad turística, y lo que el viajero debe esperar encontrar en su visita a un determinado lugar. Estos tres mitos demarcan el significado, para muchos observadores y viajeros, de lo que supone la otredad del sujeto colonial y su contexto en relación a la perspectiva occidental, y en estos confluyen muchas de las elaboraciones de algunos de los críticos postcoloniales más renombrados, como Said (1978), Bhabha (1994) y Pratt (1992).

El primer mito tiene que ver con lo inalterado, con lo que no ha cambiado, con ese paisaje y ese mundo que permanece enclavado en el pasado y cuya visita supone para el turista un viaje en el tiempo, siglos atrás, al mejor estilo de los exploradores, cazadores de tesoros, arqueólogos y aventureros coloniales. Charlotte Echnner y Pushkala Prasad (2003, p. 669) sostienen que este mito enfatiza, a través de sus representaciones, un pasado lleno de opulencia, misticismo y exotismo; sin embargo, sus habitantes actuales son retratados como campesinos simplones con muy poca relación con ese pasado grandioso y ahora en decadencia.

En el contexto del turismo, se espera que el visitante se encuentre con lugares legendarios, descubra sus secretos místicos y se maraville ante el exotismo de sus antiguos pobladores. El papel colonial que se espera que el visitante cumpla es el de explorador, descubridor o comerciante en playas robinsonianas o parajes prístinos. Por lo tanto, el destino debe permanecer, o al menos parecer sin cambios a pesar del paso de los siglos. Las autoras enfatizan que este mito, al igual que ya lo habían hecho críticos como Said (1978) al referirse a los binomios occidente/oriente devenidos de la narrativa colonial, refuerza las relaciones binarias de progreso/atraso, avance/estancamiento, moderno/antiguo, entre el mundo occidental que narra y presenta estos destinos, y el mundo retratado como parte de estos destinos.

Otro mito que deviene de la representación de espacios es el del desenfreno, relacionado especialmente con los destinos turísticos que combinan el sol, la arena y las construcciones de lujo que invitan al visitante a ser autoindulgente y a considerar los recursos del destino a visitar a su total disposición para la satisfacción de todo tipo de placeres sensoriales. Este mito representa los destinos como totalmente disponibles para los indulgentes. Los turistas tienen acceso total a una abundante naturaleza, infraestructura bien equipada y a anfitriones serviles, en un modo de utilización de recursos que se asemeja a una visión romantizada del colonialismo.

Al igual que en el mito anterior, los habitantes locales, sus condiciones de vida, sus lugares de habitación y sus medios de producción son obviados, como también sucede con componentes del paisaje que no estén relacionados con el idílico *resort* de lujo o la playa prístina que se requiere promocionar. Es evidente que también se obvia el posible impacto ambiental, urbanístico e inmobiliario que generalmente este tipo de turismo genera en los lugares donde se practica y promociona. Al igual que el mito anterior, en este también se establecen oposiciones binarias entre el mundo del visitante

y el lugar a visitar, y que abarcan, entre otros, los opuestos progreso/estancamiento, industrializado/subdesarrollado, disciplinado/desenfrenado y amo/siervo, entre otros.

El tercer mito es el de lo incivilizado, en el cual el turista viaja a lugares primigenios donde la civilización está casi completamente ausente y la naturaleza es salvaje. El paisaje es supuestamente virgen, cubierto de vegetación inhóspita que alberga animales extraños y peligrosos, siendo perfecto para que el turista se embarque en viajes de descubrimiento, reviviendo la nostalgia del explorador colonial, y en muchos casos, la razón principal para la preservación de la naturaleza en estos parajes es para que pueda ser visitada y “descubierta” por el turista-explorador. En este caso, la oposición binaria que se establece es la de civilizado/salvaje, y aunque en la mayoría de los casos los pobladores nativos casi no aparecen representados, cuando lo son se convierten en salvajes infantilizados y atrasados.

Representaciones, destierro y mitos descontextualizados

Costa Rica como destino turístico, desde finales del siglo pasado, se ha caracterizado por la promoción, primero, de sus parajes naturales, sus destinos prístinos y de aventura. Más recientemente se han añadido otros atractivos como el turismo de sol y playa, que se impulsa de la mano de la exposición del país como apto para atraer inversiones extranjeras, tanto en el área del desarrollo turístico como en otros campos. Esloganes como “sin ingredientes artificiales” o “Costa Rica esencial” han sido utilizados para divulgar una marca país, según sus proponentes, como un reflejo de su identidad, o como “un sistema vivo que conforma una red compleja de diferentes conceptos, interacciones y determinantes. . . [que] no es algo que se le agrega a un producto, [más bien] es un elemento vivo” (Martínez, 2007, p. 82). Asimismo, constituyen una promesa básica del reencuentro del turista con la naturaleza, de experiencias nuevas y liberadoras, que son reales y alcanzables en Costa Rica (Segura, 1998, p. 3).

En otras palabras, en la promoción que se ha hecho del país a nivel turístico y, más recientemente, a menudo relacionado con el turismo como foco de inversiones extranjeras, se ha puesto atención, supuestamente, a incluir lo más esencial y característico del país. Páginas web como la del Instituto Costarricense de Turismo y la del Ministerio de Comercio Exterior; por ejemplo, comparten el mismo eslogan “marca país”, que en la actualidad es “Costa Rica esencial”, como eje caracterizador.

Es de suponer, entonces, que para un individuo que, desde una perspectiva externa quiera hacerse de una idea de lo que es Costa Rica, qué atractivos posee como destino a visitar o qué la caracteriza como nación o como lugar apto para invertir, a través de medios oficiales que en gran medida tienen como parte de sus funciones la de servir de portales o vitrinas a nivel internacional, esloganes como “Costa Rica esencial” o “sin ingredientes artificiales,” le va a llevar directamente a echarle un vistazo a la supuesta esencia como elemento vivo del país como tal. Al analizar esta “esencia,” o al menos como es caracterizada a través de canales como el Instituto Costarricense de Turismo, el Ministerio de Comercio Exterior o el mismo sitio web de “Costa Rica esencial,” se pueden trazar algunas características de la representación de espacios y de los mitos coloniales asociados al turismo característicos del discurso colonial.

El aparato promocional del Instituto Costarricense de Turismo abrumadoramente ilustra la aplicación de muchos de los supuestos teóricos explicados anteriormente. Además del uso de marca país “Costa Rica esencial,” que advierte al visitante que ante sus ojos está la esencia de la nación, la promoción que se da en este lugar utiliza, en su versión en inglés, una reciente estrategia cuyo título es “Save

the Americans,” y cuyo subtítulo reza: “*Costa Rican animals for overworked Americans*,” o “animales costarricenses para estadounidenses agotados.” (s.f. p. 1). En esta estrategia se da una inversión de papeles. Los animales que participan en un video publicitario se vuelven antropomorfos y cantan una versión del clásico sudafricano “*The Lion Sleeps Tonight*,” de Solomon Linda, a los habitantes de la jungla, que no es la suya, sino la jungla de concreto en la que viven estadounidenses inmersos en labores de oficina y ansiosos por cambiar de panorama.

Los animales presentan su país como un santuario donde aquellos que han sido puestos en peligro por sus hábitos laborales poco saludables pueden “recuperarse y rehabilitarse.” La campaña de rehabilitación de estadounidenses ha sido diseñada, y es puesta en práctica, según indica la promoción, por los mismos animales. Además, se muestra, por medio de un mapa interactivo, los destinos a visitar, todos acompañados por descripciones cortas, videos y galerías fotográficas.

Evidentemente nadie en su sano juicio pensaría que alguien se pueda tomar de modo literal lo que indica la campaña; por lo tanto, no nos enfocaremos en ese punto. Sin embargo, es interesante cómo tanto en la descripción de esta, en la canción y en las galerías fotográficas del mapa interactivo, Costa Rica se presenta como casi totalmente carente de trazos de cultura humana. Es decir, se destierra casi por completo al ser humano del país, siendo los animales los principales agentes publicitarios, y su hábitat el principal atractivo. De este modo, el mapa interactivo que acompaña la estrategia remite a lugares en los que los seres humanos se convierten en símbolos folklóricos estáticos como el boyero, el sabanero o el montador de toros; también hay componentes pintorescos pero secundarios del paraje turístico, como el vendedor de artesanías y la sonriente cocinera del mercado; o bien, como sucede en la mayoría de los casos, están totalmente ausentes, como si no existieran o como si Costa Rica estuviera mayoritariamente despoblada.

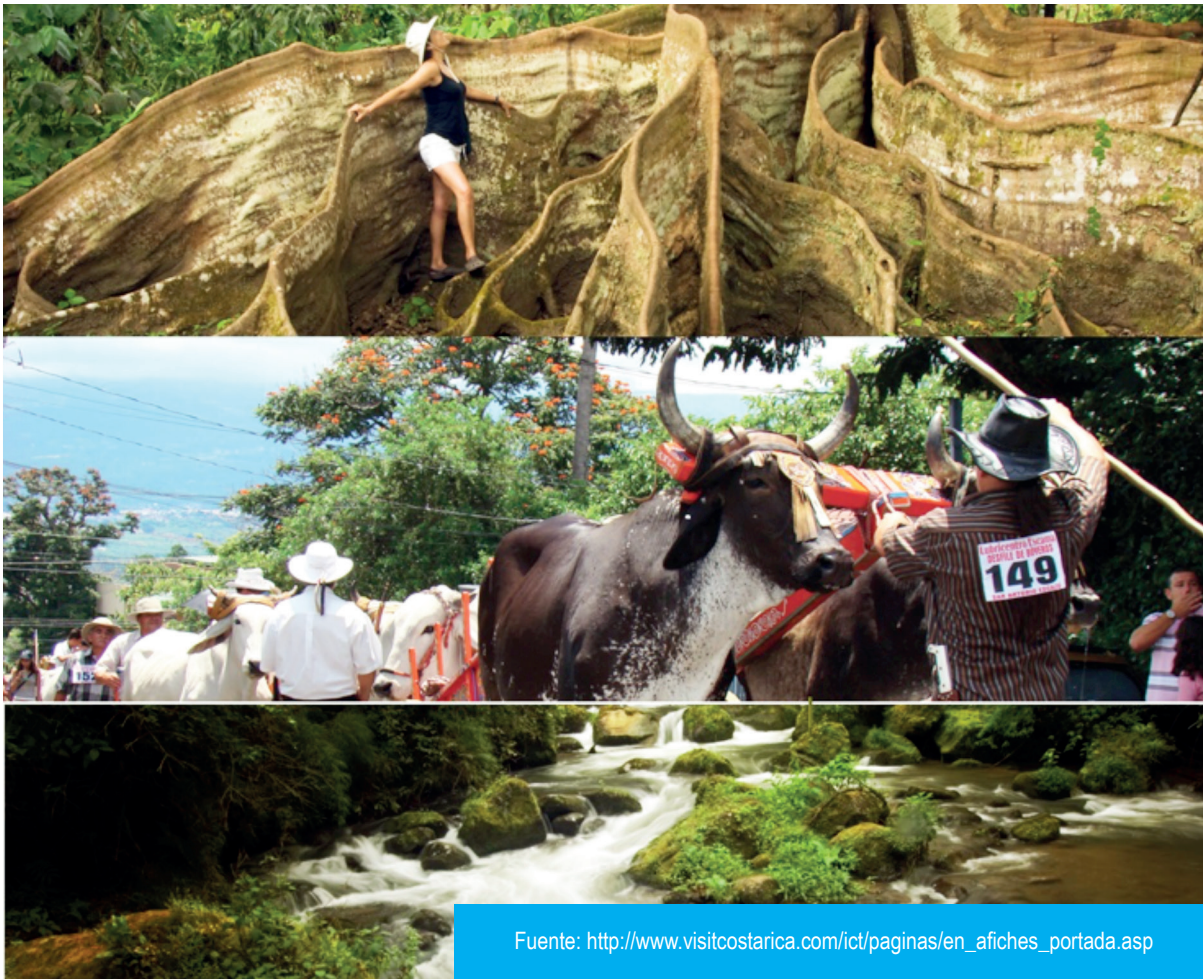
Además de esta estrategia para atraer turistas dando la idea de un país prístino y presto a ser explorado y “descubierto,” en la misma página se pueden observar espectaculares galerías fotográficas que retratan al país y sus principales atractivos. Como portada de la página del Instituto Costarricense de Turismo, y como galería principal, se visualizan veinte fotografías en las cuales solamente en dos aparecen seres humanos. Uno de ellos es un turista y el otro es un boyero que desfila con su carreta en una celebración específica que no refleja cotidianidad alguna, sino más bien una folklorización cuidadosamente orquestada. En una sola fotografía se aprecian trazos de civilización en la figura de una pequeña iglesia colonial del siglo XVIII en el Valle de Orosi, en la provincia de Cartago. Las demás fotografías son de animales salvajes e impresionantes paisajes totalmente prístinos como playas, volcanes, bosques, canales naturales y ríos.

Más allá de la portada, en la galería del sitio, cientos de fotografías reafirman la tendencia que aparece en la galería de inicio. Dominan los paisajes inalterados, que a primera vista parecieran prístinos y que nunca han sido tocados por el ser humano. Muchos de esos parajes supuestamente vírgenes en realidad no lo son, o están rodeados de poblaciones humanas que cuidadosamente son extraídas del foco del lente, o bien no retratadas deliberadamente. Así pues, el poder de la mirada que escruta puede decidir qué reportar y qué obviar, y en este caso se extraen los elementos humanos del paisaje, se les extrae de la economía, la cultura y también de la historia. Ideas en torno a lo vacante y lo vacío se vuelven recurrentes al observar estas fotografías.

En aquellas en que se retrata seres humanos, curiosamente, y como si se quisiera enfatizar la idea del destierro o del territorio vacío, los turistas son mayoría. En un rango casi de dos fotografías en las que aparecen turistas por cada fotografía en la que aparecen habitantes locales, se puede observar al visitante practicando alguna actividad de aventura, como rafting, buceo, deslizamientos en cable por el dosel del bosque o a través de acantilados o cañones, caminatas en la selva o alrededor del cráter de un volcán, avistamiento de aves u otros animales salvajes, pesca, surf, o simplemente en posiciones relajadas tomando el sol en una playa en la que no hay más personas, al menos retratadas.

IMAGEN 1

En estas ilustraciones se puede apreciar, en la primera imagen a la turista-exploradora maravillada ante el escenario natural, como principal componente humano del paisaje retratado; en la segunda, un componente humano local que; sin embargo, ha sido folklorizado en un evento específico y que no muestra la cotidianidad local; finalmente, un paisaje descontextualizado a través de un plano medio que no permite ver el contexto del que se extrae.



Fuente: http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/en_afiches_portada.asp

En la mayoría de los casos, estas imágenes remiten al mito de la frontera, del encuentro del turista con el paisaje virginal, con los animales salvajes y con la ausencia de grupos humanos. En cuanto a los habitantes locales que son retratados, generalmente están ajenos a las actividades realizadas por los turistas; es decir, no son turistas, dando la idea de que no son parte de la industria, o bien están al servicio del visitante en forma de guías, guarda parques, choferes, artesanos, niños que sonríen para la cámara o personal que atiende en hoteles y restaurantes.

En la galería del mismo portal, la infraestructura como producto de las actividades humanas locales también es escasa. Las construcciones más retratadas son las que hacen referencia a iglesias coloniales, o bien sus ruinas, monumentos y vestigios de civilizaciones aborígenes, remitiéndonos a viajes temporales al pasado con poca alteración del tiempo. Cuando se retrata el presente, dominan los planos cerrados de ciudades, o de algunas edificaciones emblemáticas como el Teatro Nacional o el Mercado Central, bastante descontextualizadas y que no permiten ver el entorno en el que están inmersas. Como en el mito del viaje al pasado, donde quien observa funge el papel de explorador, descubridor o comerciante, se da la sensación de que las ruinas o las edificaciones coloniales son lo que más abunda como evidencia de actividad humana, y lo poco que se observa del presente no alcanza para obtener la menor idea de cómo viven los habitantes actuales, cuáles son sus cotidianidades, cómo son sus pueblos, sus ciudades, centros de trabajo, hábitos alimentarios, religiosos, artísticos o su interacción diaria.

En otros sitios promocionales con alto número de visitantes, el patrón parece repetirse. Sitios como <http://www.tourism-costarica.com/>, <http://turismocostarica.com/>, <http://www.conozcacosatarica.com/>, <http://www.costaricaviajes.com/>, <http://www.canatur.org/>, algunos pertenecientes a organizaciones específicas como la Cámara Costarricense de Turismo, otros dedicados a la promoción de actividades turísticas, todos importantes por su alto número de consultas, muestran patrones bastante similares entre sí. Las galerías fotográficas, o cuando no las tienen, las fotos ilustrativas de regiones o actividades promocionadas, demuestran un claro dominio de una Costa Rica salvaje, sin humanos.

En cuanto a la información escrita que se puede hallar en estos sitios, dominan las frases que parecen hechas a base de fórmulas que se repiten una y otra vez, y que aplican al pie de la letra la construcción de espacios y los mitos del discurso colonial. De este modo, Costa Rica no es más que “el paraíso tropical ideal para sus vacaciones”, donde los turistas pueden disfrutar “playas prístinas y ver delfines y ballenas jugar. Para los amantes de la naturaleza existe una gran variedad de vida silvestre exótica y plantas tropicales. Mariposas y orquídeas, cocodrilos y tiburones, tortugas marinas y tucanes están por todos lados.”. Además “la vida es buena en Costa Rica, un país amigable, democrático y pacífico”, y para la aventura se puede “surfear, hacer senderismo, rafting, canopy, buceo, pesca submarina... y para relajarse, canchas de golf únicas y spas de lujo en hoteles con todas las comodidades modernas en los ambientes más privados y aislados” (s.f., p. 1).

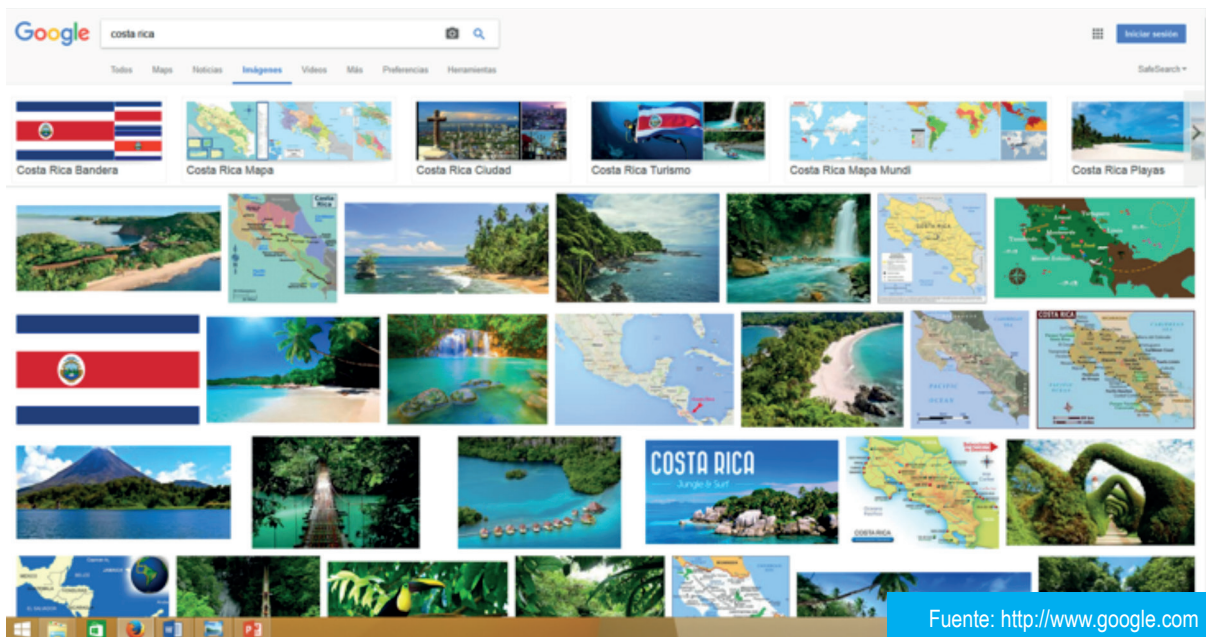
Existe también la tendencia a enfatizar la biodiversidad del país. Abundan los porcentajes de especies de aves, plantas, peces o mamíferos en relación al tamaño del país: 0.03% de la superficie terrestre albergando un 4% de sus especies, rezan la mayoría de las fuentes. La cultura humana en todas estas descripciones se convierte en algo así como un pie de página, y a menudo consta de repetición de lugares comunes como país pacífico, democrático, de gente sencilla y trabajadora, y otros calificativos que realmente no contextualizan nada de lo que describen; más bien remiten a frases prefabricadas y, de paso, bastante desfasadas de la realidad costarricense actual, que lo que

hacen es enfatizar la idea de un paraíso tropical a descubrir, explorar y domar. Se presenta al país, una y otra vez, como “un destino formidable para viajeros activos, [que ofrece] una gran variedad de deportes extremos y oportunidades de aventura en una superficie territorial diminuta” (s.f. p. 1). Con parques nacionales, como “escenario de un sinfín de actividades para los adictos a la adrenalina, así como para excursionistas más calmados, que prefieren disfrutar de la tranquilidad de los maravillosos paisajes.

Podríamos seguir citando pasajes que describen, a modo general, la esencia del país, según el ideario turístico, o que se ha fabricado acerca de este, yendo de un sitio web a otro, mas siempre encontraremos patrones parecidos. Lo que queda claro es que el destierro de los habitantes, según apunta Pratt (1992) en sus observaciones en cuanto a la literatura colonial, las descripciones en donde el placer de lo estético priva, con gran densidad, riqueza material y semántica, según el sistema de valores, gustos y preferencias que se espera que tenga el visitante, y en donde la autoridad de quien narra se impone porque solo presenta una cara, o una versión específica del país, se vuelven una constante.

IMAGEN 2

Resultados en Google.com de la búsqueda en imágenes del término “Costa Rica”. Nótese el predominio de espacios prístinos y descontextualizados, con poca o nula huella humana.



Los párrafos descriptivos e informativos construyen, además, una frontera, un mundo perdido con cocodrilos, tiburones, tortugas marinas y tucanes por “todos lados”, o bien los lujosos resorts aislados del resto de un país, principalmente de todo aquello que no encaja con lo que meticulosamente se quiere mostrar o promocionar, replicando el mito de la frontera y en menor medida el del viaje en el tiempo y el desenfreno.

En cuanto pasamos las fronteras de la promoción turística formulada desde Costa Rica y le echamos un vistazo a cómo es percibido el país desde el exterior, a través de prestigiosas guías de viajes de circulación y consulta global como *Fodor's*, *Lonely Planet*, o *Frommer's* vemos que el panorama no varía mucho, y que al igual que los sitios consultados desde Costa Rica, estas empresas perpetúan los esquemas de construcción y representación espacial y los mitos turísticos del discurso colonial. Según la guía *Fodor's* (s.f.),

Costa Rica lo tiene todo: en ningún otro lugar se puede mirar un volcán mientras te sumerges en aguas termales en un mismo día, caminar por el bosque lluvioso al día siguiente y terminar el viaje aprendiendo a surfear en un hotel de lujo junto al mar. Kilómetros de playas prístinas en las costas del Pacífico y el Caribe, fabulosos parques nacionales con abundantes oportunidades para ver la vida salvaje, y hoteles ecológicos de fama mundial que han hecho de este el destino más importante en el área. La gente amigable de Costa Rica y su meloso estilo pura vida agregan calidez a su visita.

La riqueza semántica de la descripción es evidente. La abundancia de adjetivos como prístino, fabuloso, abundante, salvaje o ecológico, le da valor cualitativo a lo que se describe, siempre según un horizonte de expectativas prefabricado desde afuera, acorde con lo que espera el visitante y según el valor utilitario que el paisaje pueda brindarle a sus expectativas. Aparte de la utilización de esta técnica descriptiva tan característica del discurso colonial, también cabe resaltar el hecho de que el componente humano una vez más es solamente un pie de página en la descripción, y la complacencia del turista con la “gente amable” se introduce cuidadosamente en el párrafo. El habitante local, dentro de lo poco que aparece, tiene la función de ser “amable” para que el turista pueda incrementar su placer con las bondades del paraíso tropical que se le ofrece. La frase “Costa Rica lo tiene todo”, que abre el párrafo, no deja de ser irónica, dado lo selectivo de los elementos que se incluyen en la descripción y todos los que quedan fuera.

Acompaña la guía *Fodor's* una galería de 42 fotografías, de las cuales los parajes naturales desiertos dominan abrumadoramente. En las pocas que aparecen personas, en tres aparecen turistas. Dos son de recolectores de café, que posan para la fotografía en una versión bastante sanitada y orquestada, con un chonete o sombrero tradicional del campesino del Valle Central, un pañuelo rojo al cuello, símbolo folklórico por excelencia, un canasto de recolectar café completamente vacío, y con las manos limpias sobre las ramas de un cafeto con frutos totalmente verdes, lo que demuestra que se tomó fuera de la temporada de recolección, ya que los frutos maduros son de color rojo carmesí. Estas fotografías poco o nada tienen que ver con el ambiente real de la recolección de café, hoy en día principalmente llevada a cabo por migrantes nicaragüenses o panameños. Tres fotografías son de resorts de lujo de turismo de sol y playa y las demás, como se dijo anteriormente, paraje a explorar, descubrir y a saborear con los sentidos, como un descubridor.

Lonely Planet, otra guía de circulación global, parece seguir el mismo patrón de *Fodor's*. Abundan las descripciones con dos o hasta tres adjetivos para representar casi exclusivamente parajes primigenios sin alteración alguna que remiten, una vez más, a la frontera y a la dicotomía de lo civilizado versus lo salvaje. Expresiones como “*misty crater lakes*”, “*jungle-fringed, deserted beaches*”, “*brisk high-altitude trails*”, “*rushing white-water rapids*”, “*squeal-inducing rush of a canopy zip line*” o “*sun-dazed afternoons at the beach*” (s.f. p. 1) evidencian una estética exagerada de lo que se describe, siempre

según la óptica y las sensaciones que se esperan de quien va a visitar el lugar, a quien va dirigida la descripción.

La abundancia de adjetivos también apunta a la densidad y a la riqueza material de lo descrito, como norma recurrente en la construcción de espacios según la literatura de viajes colonial, sin dejar de lado, por supuesto, la autoridad y la superioridad del conocimiento de quien narra, quien es el que determina lo que existe, en este caso, exuberancia natural con pocos trazos de presencia de civilización, la cual se excluye por ser de poca importancia para los propósitos publicitarios. Cuando aparece, según se aprecia en la misma guía *Lonely Planet*, no es más que un conglomerado difuso y poco visible con una función específica: ser gente “orgullosa de su pequeña porción de paraíso, invitando al visitante a zambullirse en su ritmo relajado de pura vida, que es una mezcla entre un lema y un mantra imperecedero” (s.f. pág. 1). El ser humano, como en el mito del buen salvaje del descubrimiento del otro, está supeditado y existe para las funciones que quien descubre y describe le asigne, en este caso, el de servicio al turista, exclusivamente.

Esquemas como los de estas dos guías de alta difusión se repiten constantemente una y otra vez, tanto a la hora de construir y representar los atractivos turísticos como al país en general. Algunas guías como *Frommer's* incluso van más allá y les aconsejan a los turistas “alejarse de San José tan rápido como sea posible,” describiendo la ciudad como un “revoltijo caótico de automóviles, buses, edificios y gente,” con un centro en el que existen embotellamientos casi constantes. Buses anticuados producen contaminación y una falta de control de emisiones ha creado una nube marrón sobre el cielo de la ciudad. Con aceras sin mantenimiento y claustrofóbicas, y crimen callejero como un problema serio. La mayoría de los visitantes buscan el refugio de sus hoteles y la primera oportunidad para escapar de la ciudad (Frommer's, s.f. p. 1).

Aunque luego la guía se torna más benévola y menciona la activa escena nocturna de San José, los museos, las galerías, los teatros, los conciertos y otros eventos culturales, predomina la idea de prescindir de la ciudad y de casi todo lo que tenga que ver con esta, ya que no calza con el imaginario que se quiere promocionar. Se utiliza de paso el recurso de enfatizar la otredad del ambiente en términos negativos, reafirmando el sistema de valores de quien describe, en muchos casos con supuestos que no necesariamente pueden ser confrontados con la cotidianidad del lugar que se representa.

Conclusiones

Si bien es cierto, el número de fuentes incluidas en este trabajo para su análisis no ha sido muy extenso, este hecho no tiene que ver con la falta de exhaustividad de la examinación, sino con que las fuentes repiten una y otra vez las mismas fórmulas casi indefinidamente, por lo que de incluir más fuentes sería repetitivo a la hora de enfatizar las mismas ideas. No se está sugiriendo tampoco que esta sea la única tendencia representadora del país en el campo turístico; no obstante, si bien es cierto, existen publicidades menos maniqueas y estereotipadas, estas son minoría y para nada pueden competir, en difusión, con la imagen generalizada del país en los medios como los analizados en este trabajo.

Es evidente, al contrastar la teoría utilizada con las fuentes consultadas, y al comparar estas fuentes con representaciones coloniales en libros de viajes, exploración, narrativa colonial y otros documentos que reprodujeron las periferias ante los ojos de las metrópolis, que técnicas y modos de construcción de espacios, orquestaciones de mitos como el descubrimiento y la exploración de la frontera, el viaje al pasado y, en menor medida, pero cada vez más incipiente, el del desenfreno, siguen dominando la manera de representar a Costa Rica como un destino turístico.

Si ponemos atención a la idea de Foucault que enfatiza la importancia de los efectos del discurso, no podemos dislocar el discurso que rige y norma la representación del destino turístico con los efectos o consecuencias de este, en el caso de estudio, no solo ante quien se representa un destino, sino también quien es representado, o sistemáticamente excluido de dichas representaciones. La reproducción del destino turístico tiene que ir más allá de la repetición de lugares comunes y debe ser sustentado por un análisis más mesurado de lo que se quiere representar, cómo se pretenden atraer turistas, hacia qué tipo de turista se apunta, qué aspectos del país pueden ser valiosos a la hora de atraer turistas y cómo esa representación puede incidir en el mejoramiento del nivel de vida y de la imagen del país más allá de la obtención de divisas.

Es imprescindible el trabajo multidisciplinario que incluya no solamente aspectos de marketing o publicidad, sino también el conocimiento y aplicación de teoría que pueda ayudar a superar la representación del país según las normas del discurso colonial y sus consecuencias. Tampoco se trata de negar o minimizar los recursos naturales con que cuenta el país y su aprovechamiento en el turismo, pero ciertamente, si se quiere diversificar la industria e incluir otros actores para que también puedan participar y beneficiarse de esta, se debe también trabajar en representaciones más equilibradas y sofisticadas, menos estereotipadoras y, sobre todo, más inclusivas de la población local, sus estilos de vida, sus poblaciones, su economía, cultura e historia, no solamente para el conocimiento del turista, sino para impulsar su papel de posibles empresarios o emprendedores turísticos, de turistas locales, y no solamente de facilitadores de servicios. En una época en la que incluso las políticas oficiales tratan de impulsar una idea de Costa Rica diversa y multicultural no podemos permitirnos seguir transmitiendo una imagen de paraíso tropical en estado puro, sabiendo las consecuencias que tal imagen puede acarrear en la idea del país.

La evidencia ha demostrado que las fórmulas utilizadas en todas las fuentes consultadas, y en otras que por motivo de espacio no aparecen en el texto, están hartamente superadas. Además, a través de siglos estas han servido de justificación ideológica para el emprendimiento de empresas devastadoras, saqueadoras y que han creado desposesión, falta de oportunidades, y que de alguna u otra forma, pueden reflejarse en la industria turística, no solo en casos evidentes como el impacto ambiental y social bastante cuestionable del turismo de sol y playa en regiones de Guanacaste y el Pacífico Central, en donde se han establecido enclaves casi coloniales donde domina la especulación inmobiliaria, el uso indiscriminado de recursos naturales que a veces son escasos, la segregación sistemática de las poblaciones locales, cada vez con menor acceso a territorios que han ocupado por generaciones y con modos de vida cada vez más alterados dramáticamente, sino también en tipos de turismo supuestamente más amigables con la naturaleza que; sin embargo, también han provocado desplazamiento de poblaciones locales, sobre explotación y alteración de parajes naturales e incluso contaminación y daños ambientales serios. Todo esto se da la mano de la proyección de una imagen del país que promueve este tipo de turismo aunque, en algunos casos, a primera vista muchos no noten la conexión, pero como se ha tratado de demostrar, está ahí y tiene sus efectos evidentes.

Bibliografía

- Echtner, C. et al. (2003). The Context of Third World Tourism Market. *Annals of Tourism Research*, 30 (3), 669-677.
- Bajtin, M. (1999). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: El contexto de François Rabelais*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bhabha, H. (1994). *The Location of Culture*. Londres: Routledge.
- Costa Rica Tourist Information (s.f.). Recuperado de [_ http://www.tourism-costarica.com/](http://www.tourism-costarica.com/)
- Fodor's Costa Rica Travel Guide (s.f.). Recuperado de:
<http://www.fodors.com/world/mexico-and-central-america/costa-rica>.
- Foucault, M. (1972). *The Archeology of Knowledge*. Londres: Travis.
- Frommer's Costa Rica (s.f.). Recuperado de:
———<http://www.frommers.com/destinations/costa-rica>.
- Guía Turística de Costa Rica: Información y mapas. (s.f.). Recuperado de:
<http://www.costaricaviajes.com/>
- Hulme, P. (1986). *Colonial Encounters: Europe and the Native Caribbean, 1492-1797*. Nueva York: Methuen.
- Lonely Planet Costa Rica (s.f.). Recuperado de: <http://www.lonelyplanet.com/costa-rica>
- Martínez, S. (2007). “Sistema de gestión comunicacional para la construcción de una marca ciudad o marca país”. *Signo y pensamiento*, XXVI (51), 80-97.
- Pratt, M. (1992). *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*. Nueva York: Routledge.
- Rosenberg, M. (2012). The Grand Tour of Europe: The Travels of the 17th and 18th Centuries. Recuperado de:
<http://geography.about.com/od/historyofgeography/a/grandtour.html>
- Segura, G. (1998). “Comentarios acerca de la campaña de promoción de Costa Rica en Estados Unidos 1996-1997.” Centro Latinoamericano de Competitividad y Desarrollo, INCAE. 1-12
- Said, E. (1978). *Orientalism*. Nueva York: Vintage Books.

Save the Americans: Costa Rican Animals for Overworked Americans (s.f.). Recuperado de: <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/home.asp?ididioma=2>

- Schmid, C. (2008). Henri Lefebvre's Theory of the Production of Space: A Three Dimensional Dialectic. En G. Kanishka. (2008). *Space, Difference and Everyday Life: Reading Henri Lefebvre* (28-45). Nueva York: Routledge.
- Spurr, D. (1993). *The Rhetoric of Empire: Colonial Discourse in Journalism, Travel Writing, and Imperial Administration*. Londres: Duke University Press.