

LA CUESTIÓN TURÍSTICA

Aproximaciones epistemológicas y estudios críticos sobre su práctica

Juan Carlos Picón Cruz
Esteban Barboza Núñez
Aurora Hernández Ulate
Víctor Julio Baltodano Zúñiga



UNA-REDTUR

UNA
UNIVERSIDAD
NACIONAL
COSTA RICA



338.4791

P598c

Picón Cruz, Juan Carlos

La cuestión turística: aproximaciones epistemológicas y estudios críticos sobre su práctica (recurso electrónico) / Juan Carlos Picón Cruz, Esteban Barboza Núñez, Aurora Hernández Ulate, Víctor Julio Baltodano Zúñiga. -- Nicoya: Universidad Nacional de Costa Rica : CEMEDE, 2017. 40 páginas.

ISBN 978-9968-638-27-2

1. TURISMO. 2. EPISTEMOLOGIA. 3. TURISMO ECOLOGICO.
I. Título. II. Barboza Núñez, Esteban, autor. III. Hernández Ulate, Aurora, autora.
IV. Baltodano Zúñiga, Víctor Julio, autor.

Universidad Nacional, Campus Nicoya, Guanacaste, Costa Rica

Teléfono: 2562-6200 / Fax: 2686-6262 / correo electrónico: unaredtur@una.cr

Apartado Postal es 86-3000, Universidad Nacional de Costa Rica. Sede Regional Chorotegea, Campus Nicoya.

La cuestión turística Aproximaciones epistemológicas y estudios críticos sobre su práctica

Consejo Editorial:

Dr. Antonio Álvarez Pitaluga,

Universidad de La Habana, Cuba

Dr. Marcelino Castillo Nechar,

Universidad Nacional Autónoma del Estado de México, Toluca, México

Dr. Neptalí Monterroso Salvatierra

Universidad Nacional Autónoma del Estado de México, Toluca, México

Las interpretaciones expresadas en esta obra colectiva son de exclusiva responsabilidad de los (as) autores(as). Todas las fotografías utilizadas en el texto pertenecen a los autores.

Diseño y diagramación: Jade Diseños & Soluciones, www.jadecr.com

La publicación puede ser utilizada indicando los derechos de autor. usted es libre de copiar y difundir los artículos comprendidos sin hacer un uso comercial de la obra original, ni la generación de obras derivadas.



INDICE

Introducción.....5

Crítica al paradigma del desarrollo turístico sostenible:
aproximaciones epistemológicas aplicadas al turismo en Centroamérica.....9
Juan Carlos Picón Cruz

Siete preguntas sobre el ecoturismo.....27
Aurora Hernández Ulate

La recolonización de Guanacaste, Costa Rica, por el turismo globalizado.....45
Víctor Julio Baltodano Zúñiga

Fantasías coloniales en las representaciones y promoción de Costa Rica
como destino turístico.....61
Esteban Barboza Núñez



INTRODUCCIÓN

La Red de Investigación en Turismo, Sociedad y Ambiente (UNA-REDTUR) está conformada por un equipo académico de la Universidad Nacional desde la inter, multi y transdisciplinariedad de Unidades Académicas, las cuales realizan estudios sociales, políticos, educativos, económicos, ambientales, territoriales y administrativos en materia de turismo sostenible, inclusivo y participativo tendiente a propiciar conocimiento y criticidad a fin de abordar el tema en cuestión. De ahí que se busque establecer mecanismos de articulación, socialización y fortalecimiento de las capacidades de sus miembros mediante la construcción de espacios de discusión e interacción tales como talleres, simposios, memorias, artículos y libros en torno al quehacer epistemológico y metodológico del turismo, así como su relación con la sociedad y el ambiente.

La responsabilidad de generar información científica a partir de investigaciones atinentes es una obligación de los universitarios de la región, sobre todo en momentos en que las economías de nuestros países dependen en gran medida de los ingresos del turismo. De modo que, la propuesta de la Red es congruente y responde a la convocatoria *UNA- REDES 2014*, en relación con el área estratégica sobre ambiente, territorio y sustentabilidad, y en la sub área de conocimiento sobre gestión y ordenamiento del territorio. Lo anterior se llevó a cabo reflexionando acerca de cómo el turismo impacta de múltiples formas los espacios territoriales donde se desarrolla. Además, la propuesta se articuló con el eje sobre planificación de zonas turísticas, tomando en consideración la capacidad de aportar en la planificación y conducción del turismo en Costa Rica y la manera en cómo esto puede ser un referente en Centroamérica.

Después de tres décadas de un crecimiento sostenido del modelo de desarrollo turístico tradicional, que ha generado distintas experiencias, es necesario crear el espacio para el análisis académico-científico pertinente. Debido a que la experiencia reciente en materia de turismo plantea grandes desafíos, entre ellos los relacionados con la gobernabilidad y la distribución de los beneficios, ambos agudizados por los conflictos entre actores que compiten por el patrimonio natural, cultural e histórico. De ahí que los modelos de desarrollo de carácter exógenos, tales como los de enclaves turísticos y desarrollo sostenible, muestran signos de crisis ambiental, social y económica en distintas regiones de Centroamérica, poniendo en peligro al propio turismo como actividad humana asociada al derecho universal al ocio, y los modos de vida tradicionales de las comunidades locales.

La sociedad centroamericana y, particularmente, la costarricense requieren que la comunidad académica universitaria cumpla la misión de promover el estudio crítico de la actividad turística, con el fin de generar modelos alternativos de progreso, transparentes, justos y apegados a la realidad nacional y centroamericana. Con esto se quiere decir que, así como Costa Rica ha sido pionero y modelo para el desarrollo turístico regional, debe constituirse ahora como un referente de los cambios, los cuales deben producirse en el estudio y la práctica de esta actividad en la región centroamericana.

La Red está constituida estructuralmente por una organización conformada por investigadores de todas las unidades académicas de la Universidad Nacional interesados en el campo de la *investigación en turismo*, quienes hasta el momento no han encontrado un modelo de organización que logre hacer trascender sus esfuerzos individuales en relación con el análisis de dicha actividad. En este sentido, la Red es un cuerpo académico, una comunidad epistémica y una comunidad de aprendizaje dinámico que armoniza, estimula, promueve y divulga el quehacer investigativo de la universidad en materia de turismo.

Las universidades públicas, como instituciones de educación superior, tienen la responsabilidad de contribuir con el desarrollo de las sociedades a las cuales se deben. Por ello, algunas han iniciado la creación de unidades y programas de transferencia tecnológica a través de sus proyectos académicos; tanto en lo que compete a estudios en el campo del turismo, como en la labor de extensión y de la enseñanza formal e informal. De igual manera, se empieza a vislumbrar la presencia de algunas redes para estudiar el turismo de *reciente formación*, que no ha sido considerado todavía dentro de algún rubro de fondos públicos para este fin, pero al cual es necesario fortalecer e incentivar si se quiere una investigación más profunda de la actividad turística con enfoques inter y multidisciplinarios que discutan el tema epistemológico del turismo, con carácter crítico y reflexivo.

Por lo tanto, como parte de los objetivos de la Red, se presentan cuatro estudios acerca del turismo a partir de un abordaje crítico y propositivo de este. El primer capítulo analiza el desarrollo sostenible como paradigma de desarrollo aplicado desde los países industrializados en procura de continuar los procesos de producción, consumo y movilización del capital financiero transnacional. Además, se examina el modelo de desarrollo del turismo sostenible desde una perspectiva de la teoría crítica y del enfoque de investigación constructivista. Asimismo, resume los efectos del turismo *masivo de sol y playa* en la región centroamericana y plantea la influencia del discurso del desarrollo sostenible en la estructuración de la oferta turística tradicional, los efectos en la transformación del paisaje natural y social, las principales presiones ambientales y los conflictos que se han derivado en algunos sitios de interés turístico.

El segundo capítulo tiene por objetivo reflexionar sobre el concepto y los aspectos críticos que son claves para el entendimiento del ecoturismo, sus principios y su práctica. Los aspectos críticos han sido identificados a partir de la revisión de fuentes secundarias que tratan este tema y se han agrupado en categorías como: la definición del ecoturismo, las etiquetas verdes asociadas a su práctica, la

conservación de la naturaleza, la mercantilización de la naturaleza, la mercantilización cultural y los cambios en el modo de vida; así como el papel de la escala y la educación del visitante. El estudio en cuestión concluye que considerar los aspectos anteriores desde un punto de vista crítico es necesario para visualizar qué orientaciones podría tener esta actividad en el futuro. Además, se considera que de no desarrollar el ecoturismo adecuadamente, no solo se atenta contra la legitimidad del producto ofrecido, sino que puede tener efectos adversos sobre las localidades en las que se desarrolla.

El tercer capítulo señala que en la década de los 80 Costa Rica comenzó una política de estabilización, ajuste estructural y liberalización de la economía: medidas que fueron condicionadas por el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial. Lo anterior produjo una mayor apertura de la economía costarricense y una apuesta por la inversión extranjera. En el caso del turismo, como actividad globalizada, igualmente se da un proceso similar donde grandes cadenas hoteleras dominan el mercado turístico, en detrimento de los pequeños negocios y de las empresas locales. El capital transnacional se asienta tanto en las provincias centrales, como en las de la periferia, tal es el caso de Guanacaste en donde se encuentran cadenas internacionales de hoteles; por ejemplo, el Riu, Barceló, Four Seasons, Hilton, JW Marriott, entre otras; además de desarrolladores inmobiliarios que tienen como segmento a personas extranjeras y algunos nacionales con altos ingresos. Los impactos de este *modelo de desarrollo turístico* no solo afectan a nivel empresarial, sino también en la cultura, en las pautas de consumo, en las nuevas formas de relacionarse y de vestir; así como en la construcción de un imaginario alrededor de una cultura eurocentrada, que va creando un nuevo marco de valores que aspira a lo extranjero y desdeña lo local.

Finalmente, el cuarto capítulo propone, desde la crítica postcolonial y los estudios culturales, la relación que existe entre la promoción de Costa Rica como destino turístico y el discurso colonial, específicamente en la asociación que subyace entre la representación del espacio y su narración, el retrato de los habitantes locales y la colonialidad. Se plantea que existe una persistente recreación de fantasías y mitos coloniales que circunscriben al destino, en este caso Costa Rica, a funcionar como un espacio con características coloniales que espera ser “descubierto” y colonizado por el turista-explorador a través de viajes de descubrimiento y exploración de la frontera, viajes al pasado y viajes de desenfreno. Se afirma que este tipo de representaciones descontextualizan los destinos promocionados de los ambientes en los que se sitúan. Al mismo tiempo, se generaliza un concepto de país en el que no se toman en cuenta particularidades y posibilidades alternativas de **desarrollo turístico**.

Juan Carlos Picón Cruz

Esteban Barboza Núñez

Aurora Hernández Ulate

Víctor Julio Baltodano Zúñiga

CRITICA AL PARADIGMA DEL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE: APROXIMACIONES EPISTEMOLÓGICAS APLICADAS AL TURISMO EN CENTROAMÉRICA

Juan Carlos Picón Cruz¹

“Perfecto. No olvidés la palabra mágica: el desarrollo sostenible. Hay que presentar el hotel de “Ecodólares” como desarrollo sostenible, agregó el ministro.

Y no mencionar para nada, repito, la urbanización”

(Rossi, 2007, p. 72).

Introducción

El presente artículo aborda el desarrollo sostenible como paradigma de desarrollo aplicado desde los países industrializados tendientes a continuar los procesos de producción, consumo y movilización del capital financiero transnacional en países subdesarrollados. En este sentido, se analiza el modelo de desarrollo del turismo sostenible en Centroamérica, desde una perspectiva de la teoría crítica y el enfoque de investigación constructivista, procurando resumir desde esta postura los efectos del *turismo masivo de sol y playa* en la región centroamericana.

Además, se plantea la influencia del discurso del desarrollo sostenible en la estructuración de la oferta turística tradicional, los efectos en la transformación del paisaje natural y social, las principales presiones ambientales y los conflictos que se han derivado en algunos sitios de interés turístico. Asimismo, se analiza la evolución del turismo de masas en los procesos de transnacionalización del capital financiero internacional, influenciado por la visión y un discurso colonialista desde los países que ejercieron un fuerte dominio mundial durante la época de posguerra.

Finalmente, el artículo concluye que el turismo de masas es el gran negocio del tiempo libre, controlado por corporaciones empresariales de corte transnacional y promovida por los gobiernos de países con economías emergentes que utilizan esta vía para lograr el ansiado desarrollo. En este particular, la experiencia centroamericana muestra un panorama que deja serias dudas respecto al modelo de turismo sostenible, el cual se menciona en el discurso oficial.

¹ Doctor en Desarrollo Humano y Sustentable; Master en Turismo de Naturaleza y Licenciado en Administración de Empresas. Académico universitario desde el 2002. Ha participado como ponente y conferencista en distintos eventos académicos nacionales e internacionales relacionados al turismo, ambiente y sociedad. Es miembro de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (desde diciembre del 2014). Actualmente, es coordinador de la Red de Investigadores en Turismo, Sociedad y Ambiente de la Universidad Nacional de Costa Rica. Autor y coautor de diversos artículos científicos, libros, capítulos de libros, documentales en líneas de investigación relacionadas al turismo y sus implicaciones en la sociedad y el ambiente. Correo electrónico: juan.picon.cruz@una.cr

El paradigma del desarrollo sostenible

La alerta por la crisis ambiental y social global, agudizada en la segunda mitad del siglo XX, desató reacciones en la comunidad científica mundial, en reclamo y advertencia sobre los impactos negativos de continuar con los estilos de vida que el mundo moderno está impulsando a través del modelo de producción y consumo imperante. La advertencia plantea que la vida en el planeta se encuentra en peligro, dadas las transformaciones bruscas que se manifiestan con el cambio climático global, y algunos impactos sociales y ambientales que se agravan, tales como: hambrunas, pobreza y desigualdad social, entre otros.

Los sistemas de producción y consumo impulsado por los países industrializados configuraron relaciones sociales, políticas, económicas y ambientales en todo el mundo, generando países desarrollados (industrializados y llamados “primer mundo”) y países subdesarrollados (agrícolas y productores de materias primas, llamados “tercer mundo”). Como resultado del modelo capitalista imperante, se hacen evidentes los impactos ambientales y queda al descubierto el agotamiento y destrucción de las reservas naturales del planeta tierra (gas natural, pesquería, petróleo, reserva hídrica, y masa forestal, por mencionar algunos).

Los efectos negativos de los sistemas de explotación productiva de las fuentes naturales fueron evidenciados con fuerza entre los grupos conservacionistas de la segunda mitad del siglo XX, y ya en la década de los años sesenta y setenta se plantea la necesidad de transitar hacia un modelo sostenible de desarrollo. En este contexto, se agudiza un periodo de denuncias en distintos espacios populares, de organización civil y políticos, entre las que destacan las críticas a la llamada “revolución verde”, sobre todo por la escritora estadounidense Rachel Carson en el libro *La Primavera Silenciosa* (1962) en el cual “denuncia los efectos devastadores del uso de agroquímicos en los ecosistemas y en la salud humana” (Cuello, 2011, p. 23). En 1972, en el clásico informe “Los límites del crecimiento” se ampliaron las advertencias, por lo que las primeras manifestaciones asociadas a temas ambientales y sociales señalaban que “el mundo no podía seguir viviendo como hasta ese momento, que ese estilo de vida era insostenible, que había que parar esa locura” (Cuello, 2011, p. 23).

Ciertamente, el tema ambiental se ha politizado y en la actualidad forma parte del discurso capitalista y neoliberal de los gobiernos, organismos internacionales y sectores empresariales influyentes en la política mundial. En los últimos 40 años se ha desarrollado una larga lista de eventos mundiales asociados al tema ambiental, entre las que figuran las llamadas Conferencias sobre el Desarrollo Sostenible, promovidas por las Naciones Unidas. Algunos de los eventos más destacados en este periodo son: en 1972 Cumbre de Estocolmo, en 1987 la Comisión Mundial para el Ambiente y el desarrollo de la ONU presentan el informe Nuestro Futuro Común o Informe Brundtland (se populariza el concepto Desarrollo Sostenible), en 1992 la Conferencia de la Tierra (conocida como Conferencia de Río de Janeiro), en 1998 se firma el Protocolo de Kioto, 2002 Cumbre Mundial del Desarrollo Sostenible (conocida como Cumbre de Johannesburgo o Río + 10), en el año 2012 se celebra la Conferencia Río +20 y en diciembre del 2016 se celebra en París la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático, entre otros eventos.

Es indudable que en los temas discutidos en estos foros se hilva un discurso que hace referencia a la protección del ambiente como política universal, a la superación de la pobreza y a la recuperación económica desde un modelo económico mejor gestionado. En este sentido, la llamada economía de

los recursos naturales plantea la gestión de la naturaleza como la vía para reproducir el capital sin acabar con las reservas mundiales.

En estos procesos políticos se plantea el Desarrollo Sostenible como la ruta a seguir por los países del mundo, en aras de mantener los sistemas productivos funcionando y lograr equilibrios socio-ambientales en los espacios locales donde se impulse la producción global, sin comprometer la producción y el consumo. Un ejemplo de esto es la frase “pensar globalmente y actuar localmente” propuesta por el sociólogo alemán Ulrich Beck y usada con frecuencia en el discurso de globalización impulsado desde los países ricos. “Ulrick indica el surgimiento de un conjunto de acciones propias de las sociedades mundializadas. Eso puede ser notado en la relación de los Estados nacionales con las empresas multinacionales, hecho que termina vinculado a un posible derecho transnacional” (Cruz & Bodnar, 2008, p. 15). En este sentido, se concibe una etapa de la sociedad mundial formada a partir de “la planetarización promovida por la hegemonía capitalista consolidada a partir de 1989, remite a un *nuevo mundo*, una especie de continente no investigado que se abre a una tierra de nadie transnacional” (Cruz & Bodnar, 2008, p. 15).

Desde esta lógica, el desarrollo sostenible se plantea como estrategia y discurso utilizado en los procesos de la globalización, y se consolida como un postulado o paradigma adoptado por los países en el subdesarrollo para paliar los problemas sociales, ambientales y económicos. Tal y como lo plantea Herceg (2010, p.51), los discursos responden a ideologías dominantes, en este caso a la ideología capitalista occidental.

Los países industrializados han posicionado una cultura de consumo asociada al confort, propio de un estilo de vida que favorece la reproducción del capital y, por lo tanto, justifica los empleos y el crecimiento económico del que disfruta la sociedad. Tal como se indica “el desarrollo sostenible es una respuesta a esta lógica cortoplacista y meramente utilitarista” (Cuello, 2011, p. 25). Además, con el discurso del desarrollo sostenible se avanza en un modelo que no resuelve los problemas denunciados en las últimas décadas del siglo XX; al contrario, los impactos son cada vez más evidentes. El tema ambiental es noticia en todos los medios, y la sociedad pasa por un periodo de acoplamiento y aculturación, con procesos que van desde las medidas de adaptación, mitigación y resiliencia socio ecológica en algunos casos.

A pesar de que los expertos recomiendan tomar medidas de adaptación al cambio climático global, el mercado de bienes y servicios responde y acomoda el discurso desde la oferta comercial que permite a la sociedad mantener un estilo de vida confortable. Por ejemplo, aumenta la venta de aires acondicionados, el comercio mundial de agua potable y de artículos biodegradables, entre muchos cambios que son evidentemente respuestas comerciales que no tiene como fin último mejorar el ambiente natural y social del planeta; al contrario, las brechas sociales aumentan dada la marcada diferencia entre los consumidores con capacidad de pago y los excluidos de la posibilidad de compra de bienes y servicios en los mercados.

El cuestionamiento hacia el modelo de desarrollo sostenible es evidente, sobre todo en momentos en que la polarización social pone al descubierto las fallas de los determinantes macro políticos que han conducido las relaciones macroeconómicas de los países subdesarrollados. Al respecto, se dice que:

En una sociedad sostenible, la acumulación de capital y la maximización de la ganancia privada no pueden seguir siendo la prioridad principal de la producción social. Entendido de esta manera, el desarrollo sostenible requiere redefinir todos los principios de la industrialización, la producción agrícola, la innovación tecnológica, la producción científica, la urbanización, entre otros, que han dado forma a la insostenible civilización economicista, científicista, tecnocrática e individualista en que vivimos en la actualidad (Cuello, 2011, p. 26).

Al respecto se vienen proponiendo explicaciones sociológicas que demuestran los modelos culturales que inspiran un comportamiento social alienado al consumismo. Tal es el caso de Bauman, Z. (2012, pp. 12-31), quien hace referencia clara a los estilos de vida que él llama “líquida” al referirse a la superficialidad de las relaciones, a la cultura del “mostrar y decir”, la vida electrónica y cibervida, la clasificación de los seres humanos de acuerdo con su capacidad de pago, las categorías de personas que deben poner a disposición del mercado todo lo que esté a su alcance para acrecentar su valor comercial, y el producto que están dispuestos a promocionar no es otra cosa que ellos mismos. El mismo autor plantea la aplicación de toda esta clasificación comercial que reduce a los seres humanos a “promotores del producto y a la vez, el producto que promueven” (p. 19), y eso se puede ver en los sistemas de desregulación y privatización de los servicios básicos, la comercialización de la fuerza de trabajo y, en general, en la política de atracción y movilización internacional de capitales, que entrega el poder al mercado.

Ante esto, es necesario revisar con detenimiento el discurso del desarrollo sostenible, comenzando por su planteamiento filosófico, principalmente los principios y valores asociados a la solidaridad, igualdad, integralidad y derechos humanos. Desde el punto de vista regional, Latinoamérica no recibe los beneficios que se plantearon en las metas del desarrollo sostenible (mejora social, ambiental, cultural y económica). El informe ambiental anual de la Fundación Ambiente y Desarrollo Sostenible, al referirse a la región latinoamericana, indica que “el modelo imperante es altamente extractivo, con una marcada concentración de la tierra y una presión cada vez más creciente sobre los recursos naturales” (Abrecht, 2012, p. 21).

Los acuerdos mundiales, como el Protocolo de Kioto y la Agenda 21, proponen medidas voluntarias que los países deben impulsar; sin embargo, estos instrumentos no logran solucionar el problema. La práctica del reciclaje, la Responsabilidad Social Empresarial y los Programas de Bandera Azul Ecológica, entre otros, son medidas voluntarias que las empresas e instituciones adoptan frente a las presiones sociales y políticas que se gestan a lo interno de los países.

Globalización y turismo: el turismo masivo como el negocio del ocio

El turismo como negocio se impulsa desde el *siglo XVIII*, y su máxima manifestación es lo que se conoce como la era del *Grand Tour*, cuya oferta estaba dirigida a una élite económica de Europa, destinada a completar la formación de jóvenes de las familias ricas en los procesos de preparación para asumir cargos en los negocios familiares o instituciones de la realeza. “Las visitas se dirigían al Mediterráneo y pasaban por varias ciudades italianas llenas de tesoros artísticos, culturales e históricos. En general, el hijo de una familia noble viajaba con un tutor culto y reparado para aprender en tierras extranjeras” (Trigo, 2013, pág. 76). Este comportamiento del turismo continúa

consolidándose en una actividad solo accesible a la clase alta hasta finales del siglo XIX e inicios del siglo XX; sin embargo, en el período de entreguerras se incorpora la clase media europea, posiblemente como el resultado de la promoción y motivación que generaban los relatos de los viajeros y, por supuesto, por la recuperación económica de los países industrializados.

Al finalizar el siglo XIX, el desarrollo industrial y del comercio de la Europa Occidental impulsó las posibilidades de realizar turismo internacional, sobre todo para las clases sociales de mayor capacidad de pago, las cuales podían costear viajes de recreación y negocios, sobre todo entre Europa. A esta época se le conoce como la *Belle Époque*, y estuvo marcada por una diferenciación social radical, que excluía prácticamente a todo trabajador de la posibilidad de viajar.

A nivel general, al turismo de masas se le reconoce por la capacidad de sumar multitudes de personas a los viajes turísticos, comportamiento que se identifica a partir de los años 20 del siglo XX (finalizada la Primera Guerra Mundial). En este primer periodo se promueve el derecho al ocio entre la clase trabajadora, conocido como “el *derecho a la pereza*, donde se sentaba las bases de lo que más tarde se transformaría en el primer esfuerzo teórico desde la sociología por entender al ocio con el turismo” (González, 2010, p.103). En este periodo se promueve el turismo masificado como una forma de negocio del capitalismo, lo que implicaba:

Una nueva forma de control del proletariado, al promover un descanso programado en destinos turísticos controlados, con el fin de elevar la productividad del obrero; simultáneamente como un nuevo negocio del capitalismo, al explotar al trabajador de la empresa turística y a los recursos de los sitios de destinos, en beneficio de unos pocos (González, 2010, p. 103).

La capacidad de los empresarios radicó en identificar un reclamo social desde el sector laboral (derecho al ocio desde el turismo) y convertirlo en una oportunidad de negocio. De esta manera, se impulsaron empresas emisoras y receptoras del turismo masivo, logrando ganancias en ambas vías; a la vez que se atendieron las necesidades laborales y se elevaron las expectativas de consumo del sector trabajador.

El segundo período se identifica después de la Segunda Guerra Mundial. Fernández Fuster (1991, p. 26) afirma que “el turismo de masas aparece después de la Segunda Guerra Mundial”. Finalizada la Segunda Guerra Mundial inicia una etapa de bonanza económica, resultado de la reconversión productiva y de consumo que se impulsó por los países de Europa Occidental y Los Estados Unidos de América. La dinámica económica-productiva de los países industrializados forma una clase laboral, clase media y clase rica (sobre todo europea y norteamericana) capaz de sumar millones de dólares generados por la bonanza económica impulsada en la época de posguerra. Sumado a lo anterior, los cambios en la estructura de los medios de transporte provocan el auge de los viajes a sitios cada vez más lejanos de la residencia de una clase trabajadora cada vez más numerosa y con atractiva capacidad de consumo. Esta es la etapa que se podría identificar como la antesala del turismo de masas.

Distintos autores, entre ellos Fernández (1991, p. 25), hacen referencia a la historia del turismo de masas, asociando el fenómeno a los procesos de industrialización y el mundo del trabajo de la sociedad de posguerra (sobre todo después de la Segunda Guerra Mundial), indicando que “la gran ciudad y los lugares de trabajo obligan a una vida deshumanizada y anti natural. Pierde el aire puro, el panorama, el agua clara, el silencio, el pulmón natural de la creación y así surge permanentemente el *deseo de*

evasión”. Es entonces cuando cambia el concepto del viaje tal y como se conoce en la historia de la humanidad, y el fenómeno de ir a explorar sitios distintos al entorno habitual, el deseo de conocer, explorar o aprender se transforma y “el turismo pierde el concepto de ida a cambio del de salida. No es, a veces, ir a algún sitio, sino escapar del hábito y la rutina” (Fernández, 1991, p. 26).

A pesar de que el turismo de masas esta precedido por una dinámica turística propia de la “élite económica de la época de fines del siglo XIX y principios del siglo XX, se le va uniendo una clase media en el periodo entreguerras, cada vez más numerosa” (Fernández, 1991, p. 26). En este periodo se inicia el turismo de masas como una de las actividades más lucrativas de todos los tiempos. Los países emisores e impulsores del turismo de masas (países industrializados) experimentan una oleada de trabajadores que encuentran en el turismo una “válvula de escape” a la rutina y la fatiga propias del mundo moderno.

También, despierta el interés de los sectores empresariales de las metrópolis del turismo masivo, identificando opciones emergentes de inversión de capitales y, por tanto, una movilización de capitales, primero hacia el turismo y luego hacia los destinos turísticos emergentes, con climas benignos para las vacaciones en épocas de frío. Ya para los años sesenta la oferta turística se expandía y se “había desarrollado, con las vacaciones del verano, una multitud de centros receptores en playas calientes del Mediterráneo y del Caribe, que estaban consolidando su fama internacional” (Fernández, 1991, p. 25).

Es claro que las primeras inversiones empresariales en turismo se realizaron en los sitios turísticos de las regiones cercanas a los consumidores (turistas), tal es el caso de Europa con el auge turístico en el mediterráneo occidental, concretamente en España, Francia e Italia en la década de los cincuenta del siglo XX. En estos países se inició el desarrollo de una modalidad de turismo masivo llamado “turismo de aturdimiento”, asociado al “ruido de los bares, cafeterías y discotecas, el encuentro con la masa, la delectación al sumergirse en los mil idiomas que se escuchan al pasar, la familiarización con la libertad ajena representada en el abandono en el vestir...” (Fernández, 1991, p. 617). Destinos como Benidorm en la Comunidad Valenciana despertó el interés de una masa gigantesca sobre todo de jóvenes europeos de la época (ver Imagen 1).

IMAGEN 1

Vista panorámica nocturna de playa Benidorm. Benidorm es una ciudad y municipio español de la provincia de Alicante, en la Comunidad Valenciana



En la década de 1970 se reconocen tendencias europeas asociadas a la movilización masiva de turistas “que viajaban al exterior en el verano no buscaban tranquilidad sino diversión a toda costa y que con motivo de las vacaciones surge una necesidad de contacto, especialmente en aquellos que durante el resto del año sufren una represión” (Fernández, 1991, p. 618). Así nace lo que se conoce como “el principio del desmadre” y se identifican segmentos turísticos vinculados a las tendencias de liberación tanto de hombres como mujeres en Europa, sobre todo el conocido “viaje-sex” o *turismo sex*, el cual consiste en viajar solo y encontrar compañía en el destino. Se reconocían rutas especializadas en este tipo de turismo como “la llamada *ruta rosa* para los alemanes, en la costa mediterránea española, y la *ruta adriática*, para las alemanas. En este principio del turismo sexual se etiqueta esta nueva concepción de turismo de masas, identificando lo que se conoce popularmente como las S del turismo: *sun, sand, sea, sex, spirit* (Fernández , 1991, p. 618).

Entre los años de las décadas de los 70 a los 90 del siglo pasado, se experimentó una fase determinante del turismo de masas (conocida como el boom de los años 90), caracterizada por una fuerte movilidad del capital financiero transnacional hacia países periféricos, sobre todo a las regiones de influencia

colonialista por parte de los países desarrollados. De este modo, América Latina y el Caribe apuestan a modelos de desarrollo impulsados desde las máximas instancias políticas mundiales y asumidos por los gobiernos de la región en procura de avanzar al desarrollo, ahora vislumbrado desde la posibilidad de captar divisas desde la venta de servicios turísticos a una creciente demanda de turistas internacionales.

IMAGEN 2

Playas del mar Mediterráneo. Costas de Barcelona, España



El turismo de masas como modo de producción capitalista en Latinoamérica y el Caribe

La movilización del capital financiero internacional encontró en el turismo una actividad lucrativa con capacidad de expansión geográfica, aprovechando las condiciones naturales y sociales de distintos sitios con potencial de atracción del turismo de masas. Se explica entonces que el turismo de masas, como negocio del ocio y del tiempo libre, surge y se impulsa en el modo de producción capitalista, dado que “en esta etapa global neoliberal es una nueva forma de acumulación de capital y, como política de Estado, es una forma de captar divisas” (Morales, 2012, p. 306).

El modelo masivo del turismo de sol y playa inicia una etapa de internacionalización de las inversiones y encuentra condiciones favorables en los países periféricos, sobre todo Latinoamérica y el Caribe. El descubrimiento de sitios con playas inexploradas y con poca o nula capacidad de infraestructura y equipamiento turístico, presenta las primeras muestras de potencial de desarrollo para un mercado emergente capaz de pagar por el privilegio y los beneficios de un turismo que atiende sus demandas con pocas o nulas restricciones.

Los inversionistas transnacionales llevan sus propuestas a las instancias políticas y al mercado, creando un escenario prometedor para el desarrollo turístico en los países subdesarrollados. De este modo, nace un modelo de enclave turístico, donde el turista encuentra el sitio ideal de “escape”, de “evasión” y disfrute pleno (paraísos tropicales, solo naturaleza, paz, amistad, ambiente romántico, y en algunos casos estatus social, placeres, poder, entre otros).

La obra clásica sobre la geografía del turismo de masas, de Fernández Fuster (1991), identifica las etapas del surgimiento del turismo de masas y los sitios geográficos impulsados. Se explica que los centros turísticos son sitios orientados al gasto y que “han surgido como un producto del periodo neotécnico como resultado de una civilización del tiempo libre que ha creado una demanda inimaginable” (p.17).

El Caribe y otros lugares de Latinoamérica son identificados por el capital financiero internacional y se inicia una arribada de inversionistas, con los efectos que esto produce en sitios con poca regulación y experiencia en este tipo de inversiones. Fernández Fúster, en el libro *Geografía General del Turismo de Masas* (1991), indica que en estos lugares se dieron los mismos problemas que en el Mediterráneo, tales como: especulación de precios de la tierra, la drogadicción, entre otros. Al respecto, menciona que el turismo en el Caribe determinó un “aumento en las comunicaciones aéreas y marítimas, y con la afluencia de visitantes surgieron agudos problemas en aquellas comunidades en las que siempre había habido una mayoría negra y rural. También la delincuencia y la droga, en tiempos desconocidos, llegaron en tiempos del dinero” (Fernández Fúster, 1991, p. 742).

En las últimas décadas del siglo XX y con la entrada del siglo XXI, el modelo de producción capitalista entra en crisis. Se hace necesario impulsar modelos de producción y consumo que respondan a los cambios sociales y culturales de la actualidad y que permitan a las inversiones mantener los ritmos de crecimiento que se habían logrado en los años de postguerra. Por otro lado, se desarrollan nuevos escenarios de producción y consumo que amplían las opciones de inversión, con esquemas de mayor movilidad transnacional- siempre bajo la lógica del paradigma del neoliberalismo y globalización-. En este sentido, se identifican variadas estrategias de internacionalización del capital de los países centrales para superar la crisis de los años setenta del siglo pasado. “Es otra fase de reacomodo y perfeccionamiento del capitalismo en la cual se legitiman las desigualdades bajo la hegemonía de los que manejan el capital financiero mundial” (Morales, 2012, pág. 304).

En la década de 1980, se desarrolla en Latinoamérica una campaña internacional de atracción de inversiones, justificada en políticas de creación de empleos a través de la Inversión Extranjera Directa (IED). Algunas de las explicaciones del discurso se refieren a la necesidad de iniciar la fase del ciclo del desarrollo del destino turístico con capital foráneo, esperando una transferencia de conocimiento a la población local, mediante la inserción de micro y pequeñas empresas en los conglomerados turísticos (Picón, Baltodano, & Parada, 2006).

En la actualidad, 40 años después del despegue del turismo en Latinoamérica, se continúa un modelo controlado por el capital transnacional. Al respecto, se vienen desarrollando aportes académicos dirigidos a la construcción de una epistemología crítica del turismo, capaz de explicar el fenómeno de manera multi e interdisciplinaria. En este contexto de globalización, la estrategia de internacionalización de las empresas turísticas ha implicado:

La concentración del poder económico en unas cuantas megaempresas multinacionales que controlan a nivel económico su actividad [y] este modo de controlar el turismo a nivel mundial hace que muchas naciones en vías de desarrollo, subdesarrolladas o emergentes, como suele llamárseles, se sometan a una política mundial que vulnera su soberanía y autonomía (Castillo & Panosso, 2010, p. 32).

Los Organismos Internacionales (Banco Mundial [BM], Fondo Monetario Internacional [FMI], Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], Banco Interamericano de Desarrollo [BID]) han promovido el desarrollo de infraestructuras en las economías emergentes, sobre todo en aquellas con una particular riqueza natural y cultural, y con amplios espacios rurales. Esto ha permitido revitalizar el estancamiento económico de los países capitalistas desarrollados. El turismo, de este modo, se ha convertido en un motor económico tanto de países industrializados como subdesarrollados, debido a su incidencia en el crecimiento y desarrollo económico, toda vez que ha generado empleo e ingresos por medio de la inversión extranjera (Stanislav & Webster, 2006. En: Palafox, 2013,s.p.).

IMAGEN 3 Isla Margarita, Venezuela



Centroamérica en el escenario del turismo mundial: la inversión extranjera directa y el turismo sostenible

Centroamérica emerge como destino turístico en las últimas décadas del siglo XX. Es identificada por los desarrolladores del turismo internacional como una región de alto potencial para el turismo receptivo, sobre todo por algunas de sus características: ubicación geográfica estratégica para los mercados emisores, dada la cercanía del mercado norteamericano; las condiciones climáticas, ya que es una región del mundo con mayor cantidad de días y horas de sol (base para el turismo de sol y playa); dotación de recursos naturales de alta jerarquía turística (océano Pacífico y Mar Caribe, lagos, volcanes, entre otros) y riqueza cultural, principalmente asociada a la cultura Maya – Nahuatl.

Otros factores que favorecieron el desarrollo turístico en la región centroamericana fueron los acuerdos de paz en la década de los años 80 del siglo pasado con el Acuerdo Esquipulas que, a diferencia de Costa Rica, permitió el inicio de una nueva etapa social política y económica y el impulso de políticas públicas que promovieron la atracción de inversión extranjera directa, a través de sistemas y leyes de incentivos a la inversión en turismo.

Los gobiernos de Centroamérica basaron la estrategia de desarrollo en la promoción del turismo. La política de atracción de inversiones en Centroamérica resultó ser un excelente negocio para las grandes empresas transnacionales del turismo, dado que existían mecanismos fiscales favorables, poca regulación, bajos precios de la tierra, agua y mano de obra, entre algunas ventajas. Así fue ratificado en la “XVII Cumbre de Presidentes celebrada en mayo de 1996 en Montelimar, Nicaragua, que reconoce al sector turismo como una actividad estratégica y prioritaria para el desarrollo sostenible en Centroamérica” (López, 2005, p. 33). Como resultado, se estructuró una oferta dominada por la inversión extranjera que perdura en la actualidad.

La siguiente imagen muestra los procesos de transformación de uso del suelo en la costa pacífica nicaragüense. En sectores como San Juan del Sur, se desarrolló un modelo turístico basado en la atracción de inversión extranjera directa.

Cañada y Gascón (2007, p. 12) analiza la política pública de atracción turística en Nicaragua entre los años 2002-2007, donde el presidente de Nicaragua, Enrique Bolaños, dirigiéndose a un grupo de inversionistas norteamericanos en la inauguración de un complejo hotelero, en la Laguna de Apoyo, en el municipio de Catarina, y refiriéndose a la presidenta de INTUR, les decía: *“Les invito a ver Nicaragua como un buen lugar para la atracción turística. Tenemos a Lucía para vender el país al turismo. ¿Qué más decirles? Estamos tratando de hacer lo mejor para el país”*.

Asimismo, estos autores indican que un documental sobre el turismo en Nicaragua, afirmaba:

Los países tercermundistas obviamente somos ineficaces en la parte de nuestras producciones. Tenemos que buscar otros medios donde sabemos que podemos ser competitivos. Y el turismo es una de las respuestas. Y como tal, el gobierno de Don Enrique Bolaños ha decidido que es prioridad nacional el desarrollo de la industria turística en este país (Cañada y Gascón, 2007, p. 12).

IMAGEN 4

San Juan del Sur, Nicaragua



Investigaciones sobre el turismo en Centroamérica evidencian los impactos que resultaron de un modelo que no logra resolver los problemas esenciales de la región, sobre todo los altos niveles de pobreza, desigualdad social, deterioro de ecosistemas, deterioro socio cultural y socio económico. Un ejemplo es la publicación “Turismo en Centroamérica: un diagnóstico para el debate”, en donde se cuestionan aspectos específicos como: la inviabilidad del modelo turístico dominante, procesos de desposesión (agua, tierra, recursos naturales), privatización y elitización, degradación ambiental, precarización laboral e incremento de la conflictividad turística (Cañada E. , 2012).

En la experiencia de Costa Rica también se identifican distintos casos de malas prácticas ecológicas, sociales o culturales. Se reportan movimientos de tierra, falta de protección de manglares y bosques, cambios de uso del suelo e irregularidades en permisos, entre otros. En sitios de atracción turística, la ocupación de la zona marítimo-terrestre es conflictiva y desordenada. Los planes reguladores costeros carecen de visión integral y, en su mayoría, responden a los intereses de los desarrolladores de proyectos turísticos e inmobiliarios (Picón & Baltodano, 2006, pp. 169-170).

El caso de Tamarindo en Costa Rica, destino de sol y playa, atrae hoy un turismo manejado por grandes operadores internacionales que, unido al crecimiento del mercado inmobiliario, tiende a expandirse masivamente. Por la falta de regulación y por la expansión acelerada, se aleja de la “marca país” indica el Informe Estado Nación 19 (2013). Estos estudios advierten serias irregularidades, con problemas graves en las costas de Costa Rica, tales como: privatización de playas, problema con el abastecimiento de agua, favorecimiento en el otorgamiento de las concesiones, compra de tierras costeras por parte de extranjeros, usurpación del patrimonio natural del Estado y destrucción del bosque costero, como parte de la deficiente planificación costera.

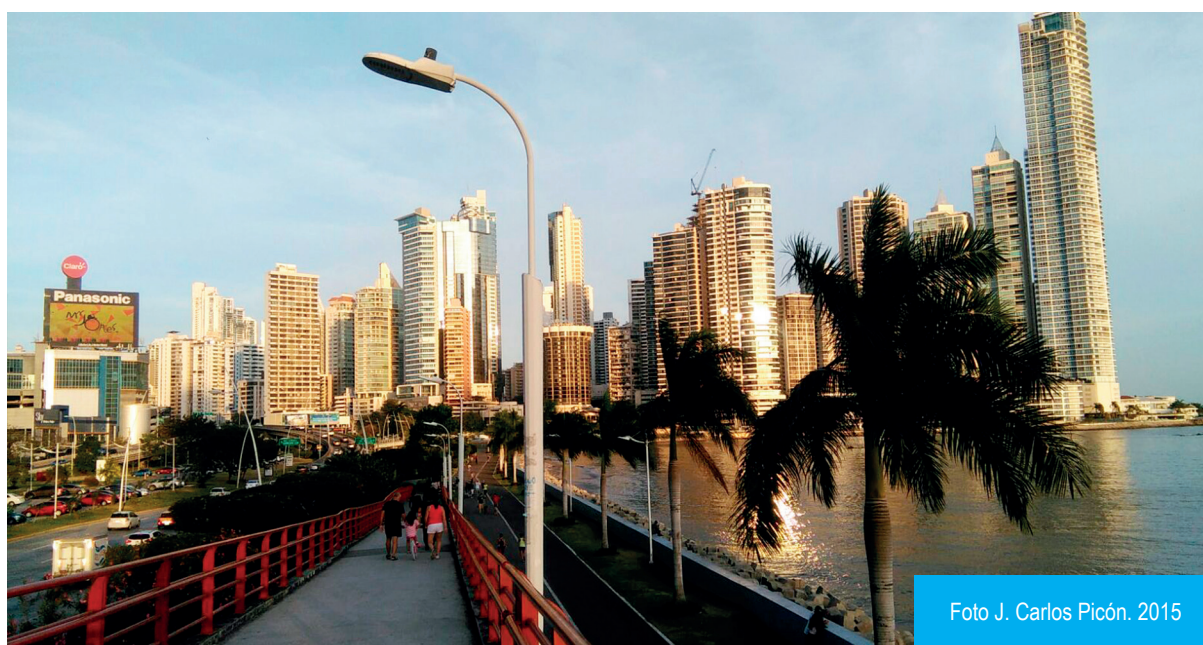
IMAGEN 5
Costa del Pacífico Norte de Costa Rica



IMAGEN 6
Turismo de sol y playa en Pacífico costarricense



IMAGEN 7
Ciudad de Panamá



Conclusiones

El desarrollo sostenible responde a las políticas internacionales que se gestaron en el último cuarto del siglo XX como una forma de conducir la dinámica económica mundial. Se fundamenta en planteamientos científicos de sectores ambientalistas no gubernamentales y gubernamentales que advierten sobre la amenaza a la vida en el planeta tierra, de continuar con las prácticas humanas de nuestro tiempo, sobre todo lo relacionado a la cultura de producción y al consumo de corte capitalista.

Como política pública internacional, el llamado desarrollo sostenible se ha introducido en la política pública de los países latinoamericanos, sobre todo por responder a las directrices emanadas de los organismos internacionales de mayor influencia en el mundo. En este sentido, el desarrollo sostenible marca la pauta sobre el nuevo modelo de desarrollo que promueve la producción, el consumo y la conservación de la naturaleza, sin sacrificar el progreso económico en una economía capitalista globalizada. Como modelo de desarrollo responde a la tendencia neoliberal que se impulsó en América Latina desde los años 80 del siglo XX, y en materia de turismo, logra posicionarse como alternativa de desarrollo turístico en el conocido *boom de los años noventa*.

El turismo masivo representó la actividad económica comercial del ocio y del tiempo libre de mayor popularidad en la época de posguerra, principalmente en la segunda mitad del siglo XX. Dado su apogeo y consecuente capacidad generadora de ganancias, se posicionó como un atractivo foco de inversión tanto en Europa Occidental como en los destinos emergentes identificados en los países periféricos del mundo desarrollado (países industrializados).

Centroamérica aparece como un destino emergente, identificado desde la perspectiva de los grandes inversionistas mundiales en los procesos de movilización del capital transnacional. Algunas de las razones de atracción a la inversión extranjera directa a la región es la ubicación geográfica estratégica para los mercados emisores, sobre todo la cercanía del mercado norteamericano; las condiciones climáticas, ya que es una región del mundo con mayor cantidad de días y horas sol (base para el turismo de sol y playa); dotación de recursos naturales de alta jerarquía turística (océano Pacífico y Mar Caribe, lagos, volcanes y biodiversidad, entre otros) y riqueza cultural, principalmente asociada a la cultura Maya – Nahuatl.

Desde el punto de vista político, el turismo se presenta como una alternativa de superación de la pobreza. Al igual que en muchas regiones del mundo con similares características de rezago social y buena dotación de recursos naturales, el modelo propuesto parte de la idea que la economía nacional y mucho menos local está en capacidad de asumir la oferta de servicios turísticos, justificado en la falta de experiencia y recursos económicos. El discurso explica y convence tanto a las autoridades locales como nacionales en algunos casos, que en los inicios de estos procesos de desarrollo es normal que las inversiones vengan de afuera, o sea de las regiones donde tienen la experiencia y los recursos económicos (países desarrollados). La promesa implícita en el discurso oficial denota que, con el paso de los años, las comunidades receptoras irán adquiriendo capacidades empresariales para aprovechar la transferencia de conocimiento y la derrama económica que el modelo turístico genera. Promesa que aún está pendiente en la mayoría de sitios turísticos masificados de sol y playa de Centroamérica.

El modelo implementado en Centroamérica es conocido como “Desarrollo Turístico Sostenible”, convertido en el paradigma que conduce las políticas internas en materia de oferta y demanda. La oferta responde y se adapta a las pretensiones del turista; es decir, es una oferta diseñada desde la perspectiva de la demanda, y poco considera los aspectos de capacidades locales, de tipo social, económico, cultural y natural. Los desarrollos turísticos intensivos transformaron paisajes naturales, a través de la artificialización del paisaje, ocasionando pérdida de biodiversidad y cultura local, alteración del drenaje y de los flujos hídricos y la alteración del relieve, entre algunos impactos. Lo anterior se justifica por las necesidades de adaptar los territorios a las comodidades y expectativas del turista, con la huella ecológica que esto conlleva.

La experiencia y el panorama en Centroamérica son preocupantes. Los inversionistas extranjeros de megaproyectos turísticos comerciales buscan afanosamente destinos con disponibilidad de recursos naturales, principalmente agua. La zona experimenta fenómenos hidrometeorológicos que amenazan con la estabilidad climática de la región (Fenómeno ENOS), en contraste con la tradicional oferta turística caracterizada por la alta huella ecológica que los modelos de turismo masivo han promovido.

La expansión del turismo de sol y playa concentrado en polos turísticos ha deteriorado los indicadores ambientales y de desarrollo humano en la región. Centroamérica experimenta el desafío de gobernanza en materia de turismo, ya que los resultados del modelo tradicional de turismo, impulsado desde el paradigma del desarrollo sostenible, no ha resuelto los problemas ambientales y sociales; por el contrario, aumentan y agudizan los conflictos, sobre todo en la competencia por el recurso hídrico, tierras, derecho a los recursos marino-costeros y la recreación.

El enfoque cuantitativo, descriptivo y estadístico de los estudios del turismo en nuestros países dan una imagen parcial de la realidad, con imágenes idílicas de lo que se quiere vender. Los gobiernos se encargan de presentar el turismo como forma de captación de divisas a partir de la atracción de inversión extranjera directa (IED), con políticas de creación de empleos, bajo la premisa de ser una región rica en recursos naturales, con abundante mano de obra barata y productiva y con políticas públicas basadas en incentivos directos e indirectos, que aseguran al inversionista una rentabilidad atractiva.

El modelo económico neoliberal y la oferta y apertura comercial del turismo han generado prácticas de competencia empresarial que, lejos de contribuir al desarrollo local endógeno, han promovido expulsión de los pobladores locales y la consecuente acumulación por desposesión de la inversión extranjera directa en Centroamérica. En consecuencia, a partir del turismo, los países desarrollados cumplen su objetivo oculto de reproducción del capital a partir de las inversiones directas en destinos emergentes, amparados en el cumplimiento del objetivo explícito de los programas de desarrollo sostenible.

Bibliografía

- Abrecht, M. (2012). *Informe ambiental anual 2012: premio de monografía*. Buenos Aires: Fundación Ambiente y Recursos Naturales.
- Bauman, Z. (2012). *Vida de consumo*. México: FCE.
- Cañada, E. (. (2012). *Turismo en Centroamérica: un diagnóstico para el debate*. Managua, Nicaragua: Enlaces.
- Cañada, E., & Gascón, J. (2007). *Turismo y desarrollo: herramientas para una mirada crítica*. Managua, Nicaragua: Enlaces.
- Castillo, M., & Panosso, A. (2010). *Epistemología del turismo: estudios críticos*. México: Trillas.
- Cruz, P., & Bodnar, Z. (20 de 05 de 2008). *Pensar globalmente y actuar localmente: el Estado Transnacional Ambiental en Ulrich Beck*. Obtenido de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=129012573002>
- Cuello, C. (2011). *Desarrollo sostenible y experiencias en Costa Rica*. Heredia, Costa Rica: EUNA.
- Ferández Fuster, L. (1991). *Historia General del Turismo de Masas*. Madrid: Alianza Editorial S.A.
- Fernández Fúster, L. (1991). *Geografía general del turismo de masas*. Madrid: Alianza Universidad Textos.
- González, A. (2010). Posturas subyacentes sobre orden y acción social en las teorías del turismo. En M. Castillo & A. Panosso (eds), *Epistemología del Turismo* (pp. 98-112). México: Trillas.
- Herceg, J. S. (2010). *Conflictos de representaciones. América Latina como lugar para la filosofía*. Santiago de Chile: FCE.
- López, A. (2005). *Integración y Turismo en Centroamérica*. San José, Costa Rica: CEMEDE. ISBN:9968-9527-3-7
- Morales, M. (2012). Turismo indígena y etnoturismo en el neoliberalismo y la globalización. El caso mexicano. En A. López, G. López, E. Andrade, R. Chaves & R. Espinoza (eds), *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación* (pp. 303-317). México: AMIT-UDG.
- Palafox, A. (2013). El turismo como eje de acumulación. *Nómadas*. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas. | Núm. Especial: América Latina (2013)
- Panosso, N.A., & Castillo, N. M. (2010). *Epistemología del turismo: estudios críticos*. México: Trillas.
- Picón, J., & Baltodano, V. (2006). Planificación Turística en Zonas Costeras de Costa Rica. Algunas Referencias a Playa Tamarindo (Santa Cruz, Guanacaste). *Inter Sedes*, Vol.VII, No.13, 149-170.

Picón, J., Baltodano, J., & Parada, M. (2006). *La inserción de la micro empresa turística en el conglomerado empresarial turístico: caso del Proyecto Turístico Golfo de Papagayo*. Nicoya, Costa Rica: CEMEDE-UNA.

Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (Costa Rica). (2013). *Estado de la Nación 19*. San José, Costa Rica: PEN.

Rossi, A. C. (2007). *La Loca de Gandoca*. San José, Costa Rica: Editorial Legado.

Trigo, L. (2013). *A Viajem: Caminho e Experiencia*. Sao Paulo, Brasil: ALEP.

SIETE PREGUNTAS SOBRE EL ECOTURISMO

Aurora Hernández Ulate ²

Introducción

El ecoturismo como concepto no es novedoso. Se originó hace varias décadas y resulta curioso que aún no existe un consenso sobre su significado y, como sería obvio pensar, tampoco en la práctica. A fines del siglo XX, Diamantis (1999, p. 93) afirmó que la investigación en ecoturismo parecía estar en su fase inicial y que su definición era deficiente en términos de alcance, de los criterios utilizados, en los aspectos referidos a su planificación y en su puesta en marcha. Sin embargo, varias décadas después existen diversas perspectivas conceptuales y de operación, que a veces se encuentran en controversia.

¿Por qué resulta tan difícil este consenso en el concepto de ecoturismo y sus principios? Se pueden argumentar básicamente dos razones desde su importancia en las economías locales y nacionales. Primero, desde una perspectiva que se relaciona con su incorporación en la vida económica de la comunidad, puede adquirir diversas características, en las que como actividad económica puede haber sustituido o poner en riesgo a otras actividades económicas locales tradicionales. También puede ser incorporado como un complemento de la economía familiar en las localidades en las que se realiza exitosamente o puede ser implementado por algunos como una forma de buscar una reactivación económica de un lugar que presenta una economía estancada o deprimida.

Segundo, desde una perspectiva nacional, también el ecoturismo adquiere muchos matices. En los países capitalistas es claro que el desarrollo de la actividad debe reflejar su incorporación en la economía de mercado, atendiendo a la generación de capital, a las demandas e intereses de los desarrolladores, a la necesidad de crear ingreso en las poblaciones, a la forma en que se concibe la conservación de la naturaleza y a un énfasis en la demanda actual y sus orientaciones futuras del ecoturismo. Por lo tanto, una política pública que ayude a incentivar la apertura de espacios y oportunidades de negocio es fundamental para el desarrollo de la actividad. Las estrategias para lograrlo pueden brindarle diversas aproximaciones conceptuales y principios al ecoturismo.

Así, cada comunidad le imprime características particulares a la actividad ecoturística, a la que se le unen las perspectivas de los desarrolladores, las organizaciones no gubernamentales, los creadores de política pública de los Estados y las personas académicas, entre otros. De manera que en la realidad no existe una forma de definir y hacer ecoturismo, sino múltiples; es decir, son tan diversas como sean sus orígenes y las realidades en las que tienen lugar los emprendimientos ecoturísticos.

² Académica de la Universidad Nacional de Costa Rica. Es geógrafa y su Doctorado es en Ciencias Naturales para el Desarrollo. Es investigadora y autora de artículos y libros académicos en temas de ambiente, turismo y geografía política. Ha laborado en proyectos internacionales con casos de estudio en América Latina, África y Asia. Es docente desde el año 2003 en programas de grado y posgrado de la Universidad Nacional, el Instituto Tecnológico de Costa Rica y la Universidad Estatal a Distancia. También fue docente en la Universidad de Costa Rica, Coordinadora de la Maestría en Relaciones Internacionales en la Universidad Nacional y Coordinadora de la Carrera de Comercio y Negocios Internacionales en el Campus Nicoya de la Universidad Nacional. Correo electrónico: aurorahernandezulate@gmail.com

En relación con el ecoturismo, es mucha la literatura que se encuentra disponible y que trabaja o aborda diversos aspectos, que van desde el estudio de los significados, la práctica, los beneficios, los aspectos críticos y los retos futuros (Diamantis, 1999; Fennell, 2015; Carter, 2006; Higham & Luck, 2007). Al respecto, Diamantis (1999) señaló que discutir sobre el ecoturismo es necesario si a la vez esto abre un espacio para tratar los problemas de esta actividad. En este documento se suscribe esta idea: el concepto es relevante en la medida en que ayude a clarificar lo que se espera de la actividad en la práctica y en la proporción que colabore en el entendimiento y propuesta de opciones ante los problemas que se originan a partir de ella.

Asimismo, se reconoce que son muchos los documentos en los que se exploran los aspectos favorables del ecoturismo como práctica económica (Nyaupane & Thapa, 2004), pero también se debe reconocer que el ecoturismo puede no conducir hacia el progreso social y económico de las comunidades, sino reproducir patrones de explotación y enajenación en los que las comunidades y el ambiente pueden ser vistos como objetos y objetivos del mercado (Carter, 2006).

Estas páginas tienen como propósito abrir un espacio para la reflexión sobre la definición, la operación del ecoturismo y la responsabilidad con las comunidades y la naturaleza que debe reflejar su desarrollo. La discusión trata de descubrir a través de estos aspectos cómo esta actividad puede ser clave o no para la prosperidad económica de las comunidades.

¿Qué es el ecoturismo?

Ecoturismo tiene muchas concepciones sobre lo que se supondría que debería ser una visión ética de la relación entre el ambiente, el desarrollo y la práctica de una actividad económica en áreas de alto valor natural. El propósito de abordar el concepto del ecoturismo es producir un acercamiento con lo que se evidencia en la realidad social. Así pues, de ninguna manera, la meta es imponer una visión de lo que es o debería ser el ecoturismo, sino invitar a profundizar en su análisis.

Iniciando por el origen del concepto, parece que fue utilizado por primera vez por Hetzer (1965), para explicar las interacciones entre turismo, el ambiente y la cultura (cit pos, Fennell, 2015). Más que como una definición, nace a partir de lo que Hetzer señaló como los cuatro pilares fundamentales para la práctica de un turismo más responsable en áreas con un alto valor natural, a saber: un impacto ambiental mínimo, el respeto a las culturas locales, el máximo beneficio para las localidades y que sea una actividad de recreo turístico que produzca satisfacción en el turista (cit pos, Fennell, 2015). Ahora bien, Fenell (2015) señala que la evidencia apunta a que fue Ceballos-Lascurain, casi dos décadas después (1983), quien acuñó la primera frase de definición.

Podría pensarse que tras varias décadas, su definición podría ser clara, precisa y exacta como sucede con muchos conceptos; sin embargo, nada más alejado de la realidad. Hoy en día co-existen una diversidad de concepciones sobre ecoturismo (Donohoe & Needham, 2006). Las razones podrían relacionarse con que las definiciones son construidas por actores diversos y, por lo tanto, reflejan distintas dimensiones de poder, de arraigo y de conocimiento, relacionados con la cultura, el desarrollo y la naturaleza, que son incorporadas al concepto.

Algunas definiciones son construidas con pocas variables y relaciones, mientras que otras definiciones son muy complejas. Para ilustrar esto, dos definiciones cortas sobre ecoturismo las apuntan; por un

lado, Conway & Cawley (2016, p. 122) señalando que el ecoturismo se concebía como aquel basado en el entorno natural, el cual debe ser protegido y conservado y; por otro lado, West y Carrier (2004, p. 483) que consideran que son los viajes realizados a entornos naturales, causando consecuencias mínimas al ambiente. En cambio, una definición con más elementos es enunciada por la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES) que se refiere al ecoturismo como al viaje responsable a áreas naturales, que conserva el ambiente, que incorpora el bienestar de la población local e incluye la interpretación y la educación. Según esta misma organización, el ecoturismo en su práctica tiene varios principios asociados a la conservación, a la comunidad y a la actividad económica (Imagen 1)

IMAGEN 1
Principios del ecoturismo



También, las grandes transformaciones globales tienen un impacto en la definición del ecoturismo. La creciente preocupación por el ambiente en las tres últimas décadas del siglo XX, dejó su huella en el turismo, generando a modo de respuesta una nueva visión del turismo, denominada como alternativa (Fenell, 2015). El ecoturismo es parte de este turismo alternativo, que ha transformado la visión del turismo a nivel global y se ha constituido en un enfoque que da respuesta a la inquietud en torno a la relación conservación y desarrollo, por los impactos del turismo de masas y por la creciente demanda de los turistas por experiencias novedosas (West & Carrier, 2004; Carter, 2006; Kontogeorgopoulos, 2005; Nyaupane & Thapa, 2004; Fenell, 2015). Desde la década de los 90 del siglo pasado se percibe como una alternativa viable para el manejo sostenible de los recursos

naturales (Diamantis, 1999; Carter, 2006) y algunos investigadores sostienen, como resultado de estudios de caso que han comparado el turismo tradicional con el ecoturismo, que el ecoturismo produce menos impactos negativos (Nyaupane & Thapa, 2004).

El crecimiento de la actividad ecoturística en la década de los 90 del siglo XX estuvo acompañada por la proliferación de las definiciones del ecoturismo, las cuales señalan los aspectos claves que se deberían tomar en cuenta para el desarrollo de esta actividad económica (Fennell, 2001; Donohoe & Needham, 2006). Parece que el primero en realizar un estudio sobre las definiciones de ecoturismo fue Diamantis (1999), el cual encontró que en ellas había tres aspectos positivos y comunes, a saber: a) la base natural en la que se desarrolla, ya sea protegida o no, b) el manejo sostenible; es decir, se centra en la naturaleza y adopta principios acordes y c) la educación y la interpretación ambiental que tiene lugar durante las visitas a las áreas naturales.

Fennell (2001) también estudió el concepto de ecoturismo a través de 85 definiciones acuñadas en el último decenio del siglo XX. El análisis de contenido que realizó este investigador evidenció que las variables más frecuentes hacían referencia a: (1) al lugar donde se produce el ecoturismo; por ejemplo, las áreas naturales, (2) la conservación, (3) la cultura, (4) los beneficios para la comunidad receptora y (5) la educación (Fennell, 2001, p. 416). Además, señala que las definiciones deben incorporar principios como la educación, la ética, la sostenibilidad y los impactos (Fennell, 2001).

Definir el ecoturismo es necesario para orientar la práctica de la actividad. La confusión de qué es o no es ecoturismo está contribuyendo a una crisis de legitimidad en toda la industria (Donohoe & Needham, 2006; McLaughlin, 2011). Se requiere un reexamen del debate de definición para facilitar la evolución contemporánea de la política de ecoturismo (Donohoe & Needham, 2006, p. 1995). Estos investigadores también realizaron un análisis de contenido en definiciones acuñadas a inicios del 2000. En las definiciones propuestas en el ámbito académico encontraron lo que denominaron como principios claves para el desarrollo del ecoturismo, los cuales se enumeran a continuación: (1) basado en la naturaleza, (2) la preservación / conservación, (3) la educación, (4) la sostenibilidad, (5) la distribución de los beneficios y (6) la ética / responsabilidad / conciencia.

Como se puede apreciar, y también lo afirman los autores, los resultados son coincidentes con los mostrados por Fennell (2001), con la variación de que cultura cambia por ética, responsabilidad y sostenibilidad (Donohoe & Needham, 2006, p. 204). Subrayan que su análisis evidencia un conjunto de principios clave del ecoturismo que pueden considerarse la esencia de la evolución de la definición contemporánea (Donohoe & Needham, 2006, p. 206).

Por su parte, Beaumont (2011) propone que el ecoturismo puede ser definido considerando tres criterios fundamentales, que ya se encontraban incluidos en los análisis de contenidos de Fennell (2001) y Donohoe & Needham (2006, p. 201): a) basado en la naturaleza, b) la conservación y c) la educación. Estos tres aspectos los estudia para analizar cómo estos inciden en el mercadeo y la atención de la demanda de actividades en áreas naturales y el aprendizaje.

Se puede apuntar que no existe un proceso que lleve a la profundización del estudio inicial de Fennell (2001) o de Diamantis (1999) sobre las definiciones, ni un cuestionamiento crítico que refleje cómo los conceptos deberían responder a los procesos de desequilibrio ambiental, de relaciones de poder y las huellas culturales que deja la práctica en las comunidades. La investigación de Sharpley (2006) proporciona pistas sobre este asunto y encienden las señales de alarma. Así, pese

a que, las definiciones sobre ecoturismo señalan la importancia de la naturaleza y de mantener los comportamientos proambientales, los valores y los conocimientos, Sharpley (2006) sugiere como resultado de una investigación sobre las motivaciones, los valores y las prácticas de consumo de los turistas, que hay poca diferencia entre las características del ecoturista en comparación con el turista de masas. Sugiere que el ecoturismo “verdadero” es difícil de lograr, que es poco más que un nicho de mercado impulsado por la oferta (Sharpley, 2006, p. 19).

Finalmente, existe una evolución crítica del concepto del ecoturismo que permite valorar cómo este representa una forma alternativa de turismo y cómo se desenreda en él la complejidad de la relación ambiente, cultura y desarrollo; sin embargo, aunque existen aspectos en común en las definiciones, no hay todavía un consenso. La importancia de esto es que la falta de una definición incide en el desarrollo del ecoturismo y esto puede tener severos impactos sociales en las localidades en las que se lleva a cabo, pues las personas pueden perder sus inversiones, presentarse una distribución poco equitativa de las oportunidades de negocio y de sus beneficios en la comunidad (Buckley, 2009). Asimismo, puede conllevar una pérdida de la estructura social tradicional y de la cultura, cambiar los patrones de división social de las comunidades e incrementar el precio de la tierra.

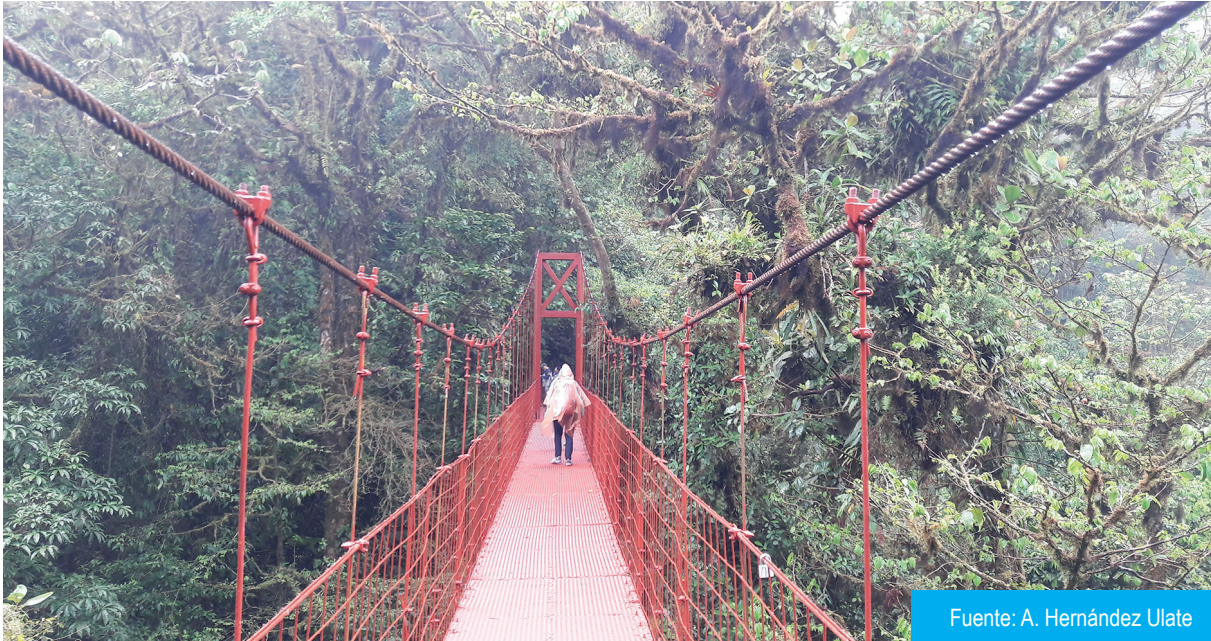
Consideraciones sobre el ecoturismo, ¿qué tenemos que preguntarnos acerca de esta actividad económica en las localidades?

El ecoturismo, desde que apareció en la economía global, es una opción para que pequeñas localidades dentro o cercanas a un lugar con un valioso patrimonio cultural y natural puedan insertarse en la oferta de servicios turísticos internacionales (Honey, 2008). Sharpley (2006) apunta que, durante el último cuarto de siglo, el ecoturismo experimentó un crecimiento vertiginoso y con su auge creó la expectativa, en lugares deprimidos económicamente, de que puede convertirse en una vía para lograr que las comunidades mejoren sus condiciones de vida (Sharpley, 2006, p. 10).

En Costa Rica; por ejemplo, el ecoturismo es una actividad económica exitosa en localidades como Monteverde (Puntarenas) y La Fortuna (Alajuela) (Imagen 2 y 3). Del mismo modo, en muchos lugares del país se desarrollan proyectos para evaluar el potencial del ecoturismo, visto como una opción de reactivar la economía local, como es el caso de la Isla de Chira y Colorado de Abangares (Puntarenas). Empero, también es importante observar que no en todas las comunidades, pese al valor de su patrimonio natural y al interés de la comunidad, el ecoturismo logra constituirse en el motor de desarrollo de la localidad.

IMAGEN 2

Puente en el bosque de la Reserva Biológica de Monteverde, Costa Rica



Fuente: A. Hernández Ulate

IMAGEN 3

Paseos turísticos en el Lago Arenal, usado como corredor lacustre que une La Fortuna con la localidad de Monteverde, dos de los nodos de ecoturismo más importantes de Costa Rica.



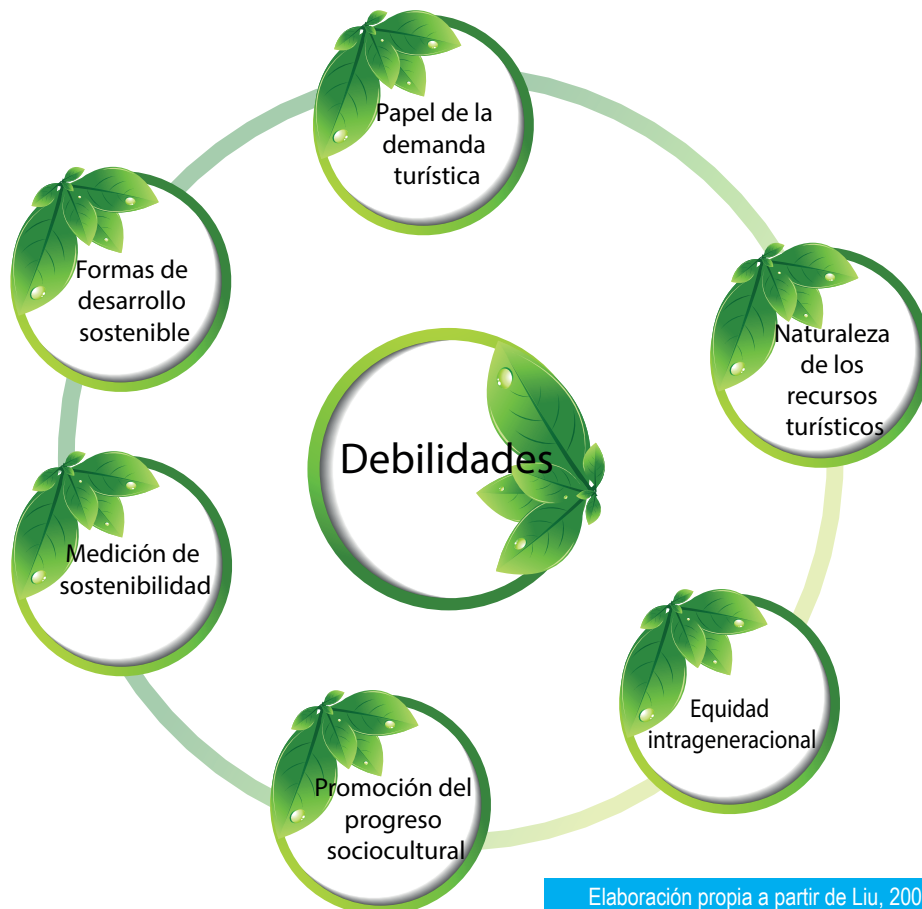
Fuente: A. Hernández Ulate

Una de las cuestiones fundamentales es que se trata de establecer una distinción entre el turismo de masas y el ecoturismo, presentando a este último como parte de las modalidades de turismo alternativo (Sharpley, 2006). En consecuencia, para el ecoturismo se señalan aspectos diferenciadores del turismo de masas, tales como que el ecoturismo se realiza a una escala menor, con actividades sostenibles y una mayor participación local (Kontogeorgopoulos, 2005). Sin embargo, en la práctica el ecoturismo puede mostrar deficiencias en la promoción de los intereses de las comunidades de acogida (Kontogeorgopoulos, 2005). Por ejemplo, puede suceder que los recorridos sean colocados por operadores turísticos fuera de la comunidad y que estos lleven a los turistas y se encarguen de la visita. De manera que la comunidad no puede colocar servicios de transporte, de alimentación o de guías. Así, aunque ocurra la actividad de ecoturismo, no se produce un beneficio ni incorporación significativa de la comunidad receptora en la actividad. Esto abre la reflexión de que junto a las potencialidades que ofrece el ecoturismo como fuente de ingresos en comunidades rurales y urbanas, es pertinente analizar una serie de aspectos críticos, algunos relacionados con su definición, sus principios y su práctica.

Liu (2003) señala seis puntos débiles en la literatura del turismo sostenible, y que pueden resultar útiles en este documento para entender el ecoturismo, que deben ser abordados en la investigación, relacionados con la naturaleza económica, social y natural (Imagen 4).

IMAGEN 4

Seis puntos débiles en la literatura del turismo sostenible



Para fines de esta discusión, se incluyen algunos de estos aspectos identificados por Liu (2003) y se incorporan otros elementos, de forma que se identifican los aspectos que dieron origen a las preguntas que guían esta reflexión, tales como: la definición, la escala, la naturaleza, las etiquetas verdes, el patrimonio natural, la cultura y la educación ambiental.

Primer aspecto. Definición: ¿Por qué es tan difícil definir qué es ecoturismo?

Como se señaló al iniciar este documento, existe una proliferación de conceptos acerca del ecoturismo que puede ser en sí misma una dificultad para clarificar qué es y qué no es ecoturismo. Además, estas variedades de definiciones no se acuñan sin que reflejen valores, principios, paradigmas y perspectivas con que los autores consideran que debe ser abordada esta actividad económica (Diamantis, 1999). La mayoría de estas posiciones reflejan relaciones de poder hegemónicas y visiones eurocéntricas del bienestar y de la expectativa de satisfacción del turista.

Se podría afirmar que no hay definición inocente; es decir, sin que refleje una concepción de partida en la que cree el autor que lo está proponiendo, lo que de ninguna forma se considera incorrecto, sino se hace referencia a esto como un aspecto que es necesario considerar al leer cualquier definición. Otro aspecto interesante es que muchas investigaciones académicas sobre ecoturismo realizan una discusión de este, pero no producen una perspectiva propia de lo que debería integrar el concepto de ecoturismo (Hernández y Picón, 2016). Así; por ejemplo, en Costa Rica, donde el ecoturismo es una actividad económica muy importante, en su mayoría los autores no proporcionan una definición que cuestione críticamente la actividad (Hernández y Picón, 2016).

De manera que, las posiciones de poder y saber con respecto a la definición del ecoturismo también pueden ser muy variadas. Por ejemplo, Carter (2006) propone una discusión política sobre el ecoturismo señalando que este es una construcción política occidental desarrollada bajo el paradigma del desarrollo y la sostenibilidad y dominada por una relación centro-periferia; mientras que Buckley (2003, pp. 77-78) atendiendo a otras preocupaciones, como definir e identificar el ecoturismo desde la perspectiva de sistemas, señaló que este puede ser visto desde el enfoque de geoturismo, que estaría compuesto por dos categorías fundamentales: a) las entradas al sistema, que son los aspectos naturales y culturales de un lugar que forman los atractivos para los turistas y b) las salidas, vistas como los costes netos o beneficios para la naturaleza y la sociedad. Además, planteó que el uso de este enfoque clarificaría el concepto de ecoturismo sin tener que entrar a realizar redefiniciones. Otros autores, como Hernández y Picón (2015), optan por desarrollar el concepto a través de tomar una posición ética con respecto a la naturaleza y la relación que el ser humano debe tener con ella al desarrollar la actividad ecoturística.

El ecoturismo en el nivel operativo es igualmente complejo, pues los actores que planifican y/o desarrollan las actividades ecoturísticas a nivel local, regional o nacional pueden realizar tantas modificaciones al término como lo consideren necesario para adaptarlo a los requerimientos locales o de la demanda y, en correspondencia con esto, seleccionan los principios y valores. Los actores pueden redefinir su operación y estrategia, e incluso pueden enfatizar distintos aspectos del ecoturismo (Russell & Wallace, 2004); por ejemplo, pueden incorporar categorías como ecoturismo fuerte, suave o de aventura (Diamantis, 1999).

De esta forma, los actores en lugares con oferta de ecoturismo pueden distribuir o competir por el espacio y por la demanda, ofreciendo una gama de productos ecoturísticos que se puede visualizar con dos extremos, que entre ambos pueden originar muchas variaciones. Así, uno de los extremos puede ser ejemplificado con una oferta para clientes que desean tranquilidad, soledad o espacios desiertos (Buckley, 2009; Diamantis, 1999 & Fennell, 2015), con o sin programas de educación ambiental, con o sin medidas de adaptación y uso racional del espacio, el agua y la energía. En el otro extremo, se puede encontrar una oferta orientada al hacinamiento de personas y actividades (Diamantis, 1999). Ambos son tipos de ecoturismo y pueden ostentar una “etiqueta verde”, pero cada actividad ecoturística en ese espectro tendría una valoración distinta de los impactos (Buckley, 2009; Diamantis, 1999).

Segundo aspecto. Escala y articulaciones espaciales del ecoturismo: ¿Qué tan grande puede ser un desarrollo ecoturístico? ¿Cómo funciona como articulador económico regional?

El ecoturismo en muchos aspectos se ha percibido como una actividad alternativa al turismo de masas (Diamantis, 1999); sin embargo, su demanda ha ido en aumento, lo que ha conllevado a que muchos sitios experimenten presión por el crecimiento de la actividad. En este sentido, es importante identificar medidas preventivas para evitar el “ecoturismo de masas” (Diamantis, 1999, p. 116).

El ecoturismo tiene asociado teóricamente una escala pequeña de desarrollo, pues se considera que es una condición beneficiosa para el ecosistema y las localidades (Higham & Luck, 2007). Sin embargo, al considerar la escala, existen factores determinantes como la capacidad de carga y la capacidad de acogida de los lugares. A este respecto, existen metodologías para determinar estos dos aspectos que, aunque puedan tener sus detractores, permiten tener una idea sobre la cantidad de personas que pueden hacer uso de un área natural o integrarse a una comunidad sin producir impactos devastadores.

Adicionalmente, es pertinente considerar que el ecoturismo aparece en áreas rurales, cercanas a bosques o dentro de ellos, lo cual limita la cantidad de infraestructura y servicios disponibles. Si el ecoturismo se desarrolla en áreas silvestres bajo alguna categoría de protección, esto también deriva en la aplicación de regulaciones que condicionan el volumen e intensidad de las visitas en un lugar protegido.

Por otro lado, es interesante observar que, aunque los desarrollos ecoturísticos pueden crear polos de desarrollo local muy puntuales, como es el caso de Monteverde en Costa Rica, también pueden ser localidades que funcionen como nodos de articulación ecoturística a nivel de una región, como es el caso de La Fortuna, en el mismo país. A su vez, estos nodos articulan polos como Monteverde (naturaleza y montañas), Caño Negro (humedales) e Islitas (playa y naturaleza), por ejemplo. Esta relación entre el sitio y su situación es muy importante, pues los encadenamientos de actividades y servicios producen que el impacto de la actividad no sea solo puntual, sino que tenga un alcance regional, lo que permite que más comunidades y empresas se beneficien con la llegada de los ecoturistas (Honey, 1999). Esto lleva a considerar particularmente las consecuencias en las áreas protegidas (Buckley, 2009); por ejemplo, la presión de la visitación sería parte de los procesos puntuales (Wall, 1997) y la presión por el cambio de uso de la tierra en zonas aledañas al área de protección son procesos que pueden impactar directamente al área protegida y a la región.

Tercer aspecto. La naturaleza: ¿Es el ecoturismo sostenible?

Existe una relación centro-periferia en la forma en que se desarrolla la actividad ecoturística. Se ha creado una institucionalización del ecoturismo en organizaciones supranacionales, en organismos donantes de países de occidente y en las organizaciones no gubernamentales que influyen política y económicamente en su desarrollo (Carter, 2006). Mowforth y Munt (2003: 60 citados en Carter, 2006) describen cómo las condiciones ambientales que se colocan en préstamos y donaciones occidentales promueven un proceso que han denominado “ecologización de las relaciones sociales”, que es algo parecido a una especie de ajuste eco-estructural para el Tercer Mundo. En esta relación tiene un papel fundamental la trilogía conformada por la globalización, la sostenibilidad y el desarrollo, impulsada desde los países de centro (Carter, 2006). “Basta con preguntarse ¿Quién define lo qué es la sostenibilidad? ¿Quién señala cómo es que se logra? ¿Y quién tiene la propiedad de su representación y lo que significa?” (Carter, 2006, p. 24).

La sostenibilidad se ha visualizado como un adjetivo casi imprescindible del desarrollo en la actualidad, lo que sin duda es una paradoja (Russell & Wallace, 2004) que se encuentra bien ejemplificada en el caso del ecoturismo, debido a que este se promueve en áreas con una riqueza natural significativa en las que también existe una necesidad de conservación o poseen una fragilidad de los ecosistemas (Honey, 1999). Pese a ello, los lugares cerca de esta clase de áreas naturales son alentados a promover su desarrollo (Higham & Luck, 2007). En este sentido, el ecoturismo se convierte en un motor de cambio (Wall, 1997).

La escala y forma en que se desarrolla el ecoturismo es fundamental para que este no dañe los elementos de la naturaleza que lo están potenciando. Asimismo, se promueve que la visitación colabore con la conservación (Wall, 1997). Así, por ejemplo, pueden observarse áreas protegidas, como es el caso del Parque Nacional Manuel Antonio, en el Pacífico Central de Costa Rica, que tiene un nivel de visitación alto que produce cambios en el comportamiento de la vida silvestre (Buchsbaum, 2004) y presión para el desarrollo de infraestructura de servicios orientada a la visitación. De manera que, aunque el ecoturismo como concepto y práctica puede incorporar los principios de sostenibilidad, puede resultar en una tarea difícil de lograr (McLaughlin, 2011), aunque haya un interés legítimo por hacerla una realidad.

Cuarto aspecto. Entre la moda y la oportunidad: ¿El ecoturismo es una etiqueta verde?

El ecoturismo como concepto surgió en la década de los ochenta (Diamantis, 1999; Fennell, 2015) y la oferta que se desarrolló en torno a esta modalidad encontró un nicho muy apropiado en los movimientos a favor del ambiente que potenciaron la adopción del desarrollo sostenible a fines de esa década y su consolidación en la siguiente (Wall, 1997). El crecimiento de la actividad, en mucho, fue posible por esta conjunción de su surgimiento en una época en que la actividad turística necesitaba variaciones y que el contexto de la política ambiental global lo potenciaban. Pero lo hizo sin un rigor conceptual, que puede hacer que el ecoturismo sea sustituido por otra modalidad que se origine en el futuro (Honey, 1999). De forma que, existe el riesgo de que el ecoturismo pueda verse como una moda influida por la forma en que se mercadea, tanto en su definición como en los aspectos que lo integran (Fennell, 2003; Honey, 1999).

Las ambigüedades con respecto al ecoturismo dan lugar a que se introduzcan prácticas que pueden no estar bien orientadas en su relación sociedad, ambiente y actividad económica. La consecuencia de esto es que aparecen otras formas de realizar la actividad ecoturística que son descritas en conceptos como “ecoturismo ligero” (*ecotourism lite*) y “lavado verde” (*Greenwashing*) (Honey, 1999; McLaughlin, 2011).

Donohoe y Needham (2006, p. 207) apuntan que en la práctica del ecoturismo han existido casos de “greenwashing”, “oportunismo medioambiental”, y / o “Eco-explotación”, que son tres términos que se refieren a procesos en los que los proveedores ofertan el ecoturismo sin consideraciones éticas o sin atender los principios conceptuales. Por ejemplo, el “*greenwashing*” consiste en usar “lo verde” como una fórmula para vender un producto, aprovechándose de la educación ambiental o la conciencia ambiental que han recibido los consumidores (McLaughlin, 2011).

Así, en el ecoturismo hay una promoción de negocios con etiquetas de “prácticas verdes”, “sellos verdes”, “temporadas verdes”, “certificaciones verdes” e incluso puede que hasta sus paredes y páginas web estén ilustradas con representaciones de “lo verde”, con el fin de atraer viajeros que manifiestan una preocupación por el estado del ambiente, cuando en realidad “lo verde” es usado por un negocio o una localidad como una estrategia de mercadeo (McLaughlin, 2011). En otras palabras, “lo verde” es cierto que vende, pero se convierte en un contenedor de la actividad, no es su contenido. Esto es grave, pues el mercadeo del ecoturismo en los países subdesarrollados se oferta como una panacea en la que todos ganan: el ambiente, los turistas y los prestadores de servicio (Honey, 1999, p. 4).

También existen prácticas con enfoque “minimalista”, “lite” o “pseudo”, en el que se aplican algunos principios, mientras que otros se utilizan superficialmente o no se incorporan en absoluto (Donohoe y Needham, 2006, p. 207). Honey (2008, p. 68) señala que “*ecotourism lite*” es “turismo de masas convencional recubierto de una fina capa verde”, que si bien es cierto, puede ayudar a obtener beneficios económicos, su implementación puede traer serias consecuencias naturales y culturales (Honey, 2008, p. 69).

Otra categoría que existe relacionada con el ecoturismo es la que lo define como “real”. Honey (1999, p. 6) define el “ecoturismo real” como aquel en el que las personas minimizan sus impactos ambientales y culturales, contribuyen con la conservación, con los proyectos comunitarios y con la educación ambiental y, además, son políticamente conscientes. También se hace referencia al “ecoturismo auténtico” como una forma de distinguir el ecoturismo en lo que lo natural y local se respeta, aunque advierten que es complejo asociar lo “auténtico” a lo natural y que existen muchas presiones, sobre todo en lugares muy pobres, por generar procesos de desarrollo económico, en este caso basado en la naturaleza (West & Carrier, 2004).

¿Cómo distinguir el ecoturismo auténtico? Con respecto a esto, podría suponerse que la escala de las actividades y las certificaciones pueden ayudar a identificar las actividades que son realmente ecoturísticas. Sin embargo, esto también produce una preocupación sobre las relaciones de poder que se reflejan en el acceso en dos vías: la primera relacionada con la escala de la actividad, que para mantener las condiciones naturales no puede ser masiva, lo que podría implicar un costo mayor para el ecoturista (Beaumont, 2011), y con esto resultar menos accesible para la mayoría de personas. La segunda, orientada a garantizar las buenas prácticas o la sostenibilidad ambiental de la actividad, para lo cual pueden ser necesarios procesos de certificación y acreditaciones (McLaughlin, 2011).

La adopción de criterios, lineamientos y certificaciones pueden crear separaciones entre los oferentes de los productos ecoturísticos por el costo que conlleva su implementación (McLaughlin, 2011). Por ejemplo, las micro y pequeñas empresas, las personas emprendedoras y las comunidades más débiles pueden quedar excluidas por los estándares impuestos (Carter, 2006), no solo por los costos asociados a implementar estos estándares, sino también por el nivel de conocimiento que podría estar asociado a la incorporación de estos aspectos ambientales. Sin embargo, un proceso guiado por el Estado, universidades y organizaciones no gubernamentales, que permita la participación de todos los interesados, puede aumentar las oportunidades de competir en el mercado del ecoturismo.

Quinto aspecto. Patrimonio e impacto del ecoturismo: ¿Cómo mantener el patrimonio natural y cultural en las áreas en las que se desarrolla el ecoturismo?

En todos los lugares existe una geografía histórica, unos patrones económicos regionales, que evidencian modos de vida pasados y presentes, y unos marcos étnicos y culturales diversos que le imprimen al paisaje natural y cultural una marca irrepetible. La dependencia del ecoturismo sobre estos aspectos surge como obvia, pues consiste en que esos elementos son los que hacen atractivo a un lugar como producto turístico y deben conservarse para que la actividad del ecoturismo sea sostenible en el tiempo. Esto implica que existe una necesidad de regular el impacto ambiental, cultural y social que recibe un lugar como consecuencia de la actividad ecoturística (Wall, 1997; Honey, 2008; Buckley, 2009).

Los cambios y su impacto sobre el ambiente, debido al ecoturismo, deben manejarse desde el punto de vista tecnológico y de la ética. Buckley (2009) señala que la disminución del impacto ambiental del ecoturismo puede lograrse a través de la incorporación de elementos del diseño y la tecnología. Así, aspectos tales como: la arquitectura de bajo impacto, uso de tecnologías para la producción y/o un manejo eficiente de la energía, tecnologías para el ahorro de agua, para disminuir los impactos sónicos y las emisiones (Buckley, 2009) potencian formas de uso sostenible de los recursos y también la posibilidad de recibir certificaciones y reconocimientos.

Sin embargo, ni el diseño ni la tecnología pueden minimizar el impacto ambiental si los desarrolladores del ecoturismo no asumen la responsabilidad de trabajar proambientalmente y se comprometen a trasladar ese mensaje a los clientes (Buckley, 2009). En otras palabras, los desarrolladores ecoturísticos deben ser personas ambientalmente educadas y comprometidas con la preservación de las características naturales y culturales del lugar donde se produce el desarrollo ecoturístico.

Los bienes públicos que conforman parte de los bienes patrimoniales de un Estado, como las áreas protegidas silvestres del Estado, las playas (mar y zona pública), el cauce de los ríos y los paisajes, entre otros, forman el pilar sobre el cual se fundamenta el ecoturismo (Buckley, 2009), pues se utilizan como principal atractivo para los turistas. Los que impulsan el ecoturismo afirman que este es capaz de crear beneficios económicos que permiten el mantenimiento de las áreas en conservación. No obstante, se debe tener presente que la naturaleza se convierte en un producto que puede ser disfrutado e intervenido y muchas veces se coloca más énfasis en las características del producto que en la experiencia como tal que es ofrecida al turista (McLaughlin, 2011).

Finalmente, en el desarrollo del ecoturismo existe una transformación de los elementos de la naturaleza, la cual no puede ser vista como un producto de consumo. Por lo tanto, no puede considerarse ecoturismo el acoso a los animales, el excederse en la capacidad de carga, la cacería o golpear animales simulando la cacería, la pesca, no respetar las fechas de veda, períodos de apareamiento o anidada. El ecoturismo implica una nueva ética centrada en lo natural y en la preocupación genuina en la conservación del ambiente.

Sexto aspecto. Cultura y modo de vida: ¿Cómo afecta el ecoturismo la cultura de una localidad?

Existen casos de comunidades que, por interés propio o estimulado por organizaciones, tratan de descubrir sus atractivos y desean diseñar productos ecoturísticos con el fin de reactivar la economía local y generar empleo. Se supone que esto es deseable, porque potencialmente el ecoturismo puede colaborar con la conservación de los espacios naturales, disminuir la pobreza, crear opciones de empleo y educación, promover el bienestar general de las comunidades y, en relación con el turismo tradicional, tener un impacto menor que este (Fennell, 2001, Nyaupane & Thapa, 2004, Donohoe & Needham, 2006, Honey, 2008, Sameer Ahmad Khah et al., 2011). Pero, se abren cuestionamientos, sobre cómo el ecoturismo se enlazará con las actividades tradicionales, cómo se incorporarán las personas de la comunidad en la actividad y cuáles serán sus impactos en el modo de vida de la localidad en general.

Con la llegada de los turistas, el patrimonio cultural puede ser susceptible a erosionarse por las fuerzas culturales externas o a mercantilizarse; es decir, la cultura y sus representaciones se convierten en un producto real o potencial; por ejemplo, la representación del trabajo del Sabanero Guanacasteco (en el Pacífico Norte de Costa Rica) (Baltodano y Badilla, 2015) o del Baile de los Diablitos (en las comunidades indígenas Rey Curré y Boruca en el Pacífico Sur de Costa Rica) (Arauz & Bermúdez, 2012). En este sentido, hay una mercantilización de dos vías; por un lado, la comunidad o región receptora que comercializa sus tradiciones y su modo de vida es impactada por la alta demanda de recursos como energía, tierra y agua. Además, es excluida de la posibilidad de acceder a la tierra por la especulación del precio y por el encarecimiento de los servicios y productos básicos, entre otros; y por otra parte, la capacidad de explorar estas áreas naturales es excluyente, pues dado su costo no se convierte en una experiencia inclusiva para los pobladores locales en términos económicos (Carter, 2006).

Adicionalmente, existen otras críticas que unen el ecoturismo con los procesos neocolonizadores, pues muchos de los turistas provienen de los países occidentales (Carrier & MacLeod, 2005, Dorsey et al., 2004, Munt, 1998, West & Carrier, 2004) y la oferta y su orientación futura se desarrolla en función de lo que el mercado exterior puede tener como expectativa. También existen otras perspectivas de la situación: podría ser abordada desde el marco teórico que ofrece la Nueva Ruralidad como paradigma de desarrollo rural, en el cual podría observarse en la naturaleza y en el modo de vida rural un recurso potencial para vincularse al mercado regional, nacional e internacional, a la vez que se fortalece la autogestión y la participación de la comunidad en los procesos de desarrollo.

Carrier y MacLeod (2005) señalan que esta mercantilización del patrimonio cultural y natural de un lugar genera un fenómeno que se ha denominado “burbuja turística”. Este concepto se refiere a presentar una imagen o producto fabricado en el entorno, es una especie de escenario donde

los desarrolladores presentan el ecoturismo (Carrier & MacLeod, 2005). Este entorno turístico en muchas ocasiones funciona como un enclave, como sucede en varios desarrollos turísticos en el Pacífico Norte de Costa Rica, orientados a satisfacer la demanda de productos turísticos de naturaleza a una élite y en proyectos turísticos que se diseñan para esa demanda. Estos factores son una combinación que crea y recrea (de acuerdo con las necesidades del mercado) un producto turístico vendible, que se encuentra separado de las relaciones sociales, económicas, políticas, culturales y ambientales que son responsables y necesarias para su existencia y rentabilidad (Carrier & MacLeod, 2005, MacLeod, 2011).

Sin embargo, no solo los sitios como tales son parte de la burbuja construida como producto ecoturístico. Es importante señalar que puede existir una imagen del país fabricada para corresponder a esta clase de producto turístico, que también puede encontrarse dissociada de la realidad que se vive en las comunidades rurales. Por ejemplo, un país puede venderse como un destino verde, pero es evidente fuera de los complejos turísticos que existe una contaminación visual del paisaje, por desechos sólidos, marginalidad social y pocas posibilidades de desarrollo de las comunidades.

En la actualidad, propuestas conceptuales como “ecoturismo auténtico” y “ecoturismo basado en la comunidad” son un intento por establecer una diferencia entre las formas mercantilizadas del ecoturismo y aquellas que incorporan las necesidades de las comunidades locales (Kontogeorgopoulos, 2005). El ecoturismo auténtico apuesta por un desarrollo de la actividad que lleve a la práctica los principios; mientras que el “ecoturismo basado en la comunidad” se define como una forma de ecoturismo donde la comunidad local tiene un control sustancial sobre la actividad y la participación en su desarrollo y gestión. Cabe destacar que, una porción importante de los beneficios se mantiene dentro de la comunidad (Kontogeorgopoulos, 2005).

Sétimo aspecto crítico: ¿Educación de la persona visitante?

En muchas de las definiciones de ecoturismo se argumenta que la educación ambiental del visitante es uno de los propósitos o aspectos clave en la realización de las actividades ecoturísticas. Como señala Higgins-Desbiolles (2009), el ecoturismo potencialmente puede impulsar transformaciones en la conciencia ecológica. Dada la importancia que se le confiere al aprendizaje en la actividad ecoturística es válido cuestionar qué se le enseña al visitante, qué aprende y cuánto aprende en realidad. En este sentido, Walter (2013) apunta que la teorización y la investigación sobre el aprendizaje de visitantes se han limitado a las tradiciones conductistas del aprendizaje y la educación en solo el ecoturismo de vida silvestre. Señala este autor, que es necesario incorporar el aprendizaje en otras formas de ecoturismo e incluir otros modelos de educación, pues hasta ahora se aborda dentro de las tradiciones filosóficas de la educación ambiental para adultos.

Además, es importante referirse a los resultados de investigación de Beumont (2011) sobre el supuesto de que los ecoturistas están preocupados por el ambiente y, por lo tanto, en la sostenibilidad y que ambas constituyen un factor en su toma de decisiones a la hora de escoger los destinos y las actividades que van a realizar. Esta autora obtuvo como resultado, que no existen diferencias significativas en las actitudes pro-ambientales entre los ecoturistas y los que no lo son. También señala que, aunque en la actualidad persiste una demanda de la naturaleza y de las experiencias de aprendizaje, el cumplimiento del criterio de sostenibilidad parece que no es un factor en la toma de decisiones ni para los ecoturista ni para los turistas convencionales. Esto conduce a reflexionar

en cuál es el papel de la educación y la sostenibilidad en el futuro del ecoturismo, considerando que ambos aspectos, al parecer, no son factores claves para el mercadeo y el posicionamiento de los destinos y las actividades.

Para finalizar, es posible que el apoyo de organizaciones estatales y no gubernamentales hacia el ecoturismo se deba a la presunción de que el ecoturista solicita al turismo una forma más responsable y respetuosa de relacionarse con el ambiente; sin embargo, existe poca evidencia para sustentar esta afirmación (Sharpley, 2006).

Conclusiones

El ecoturismo aparece en muchas definiciones fundamentado en el patrimonio natural, la sostenibilidad, la educación y, en los últimos años, en el desarrollo preferiblemente orientado hacia lo comunitario. Se ha tratado de crear alrededor de una actividad económica un supuesto de que es más que eso, incluso elevándolo a la categoría de modelo de desarrollo y se le ha vislumbrado como una forma de alcanzar el desarrollo sostenible en las zonas de destino. Sin embargo, el ecoturismo, como cualquier otra actividad económica, no es en sí misma un modelo de desarrollo ni puede encargarse de ajustar las disparidades entre el desarrollo y el ambiente. El ecoturismo es susceptible, como lo es cualquier otra actividad económica, a ocasionar exclusión social, no generar los ingresos que tanto esperaba una comunidad, con el agravante de que puede tener impactos adversos en el patrimonio natural y cultural de una comunidad. También puede evidenciar y/o potenciar serios desequilibrios en las relaciones de poder, acceso y saber en las comunidades.

Es un espejismo tratar de ver el ecoturismo como una fórmula para la sostenibilidad y creer que lo que tiene un fundamento teórico y conceptual refleja en todos los casos lo que es la práctica del ecoturismo en la realidad y cómo lo interpreta cada uno de los actores que participan en el desarrollo de la actividad. Se reconoce que existen casos de éxito en ecoturismo, pero también debe reconocerse que existe una ambigüedad en la definición del ecoturismo y una modificación de este según el interés de los estados, instituciones, desarrolladores y agentes locales, lo que está originando otras formas de ecoturismo menos sostenibles.

No se trata aquí de desconocer las bondades del ecoturismo, sino avanzar hacia preguntarnos ¿cuáles son las consecuencias de no reflexionar sobre estos aspectos? Sin ánimos de proponer una respuesta exhaustiva, se puede apuntar que no preocuparse por cuestionar continuamente la autenticidad del producto ecoturístico produce, como principal desventaja, una pérdida de los valores relacionados con la conservación de la naturaleza y la generación de oportunidades laborales en las comunidades que hacen que un destino de ecoturismo se encuentre imposibilitado para mantener las condiciones naturales y sociales que potenciaron su desarrollo y, por lo tanto, generar un polo de desarrollo ecoturístico de largo plazo. La ambigüedad atenta contra la sostenibilidad de la actividad en sí misma y de la comunidad que la alentó.

Adicionalmente, existe la creencia de que el turista que busca esta clase de destinos y actividades se encuentra impulsado por actitudes proambientales. Es necesario cuestionar este supuesto para dejar entrever que puede que los ecoturistas no tengan un interés profundo en la naturaleza y la educación. En este sentido, el ecoturismo, en la práctica, puede potencialmente ser como cualquier otro tipo de actividad turística. Reconocer que esto puede ocurrir o que está ocurriendo permite buscar

respuestas que compensen este cambio: como trabajar en fomentar el interés por la sostenibilidad ambiental del promotor, el desarrollador y las comunidades, porque posiblemente sobre ellos recaiga la responsabilidad de la conservación del ambiente y no sobre el mercado y el ecoturista. Por ello, se debe ahondar en el fortalecimiento de espacios para el aprendizaje comunal y empresarial sobre sistemas de gestión ambiental y de educación ambiental.

El ecoturismo necesita convertirse en una actividad inclusiva de la comunidad, que a través de un correcto manejo de su patrimonio natural y cultural, las personas sean capaces de impulsar el ecoturismo como una fuente adicional o complemento de su ingreso tradicional y no su sustituto. En este sentido, es necesaria una definición política y operativa consensuada que permita distinguir qué es y qué no es ecoturismo y que posibilite, finalmente, hacer coincidir el enunciado teórico con la práctica. Dentro de este aspecto es necesaria la participación de los Estados que orientan las estrategias de conservación y las posibilidades de desarrollo rural y de todas las personas en las comunidades para orientar su visión local de desarrollo.

Bibliografía

- Arauz, I., & Bermúdez, M. (2012). El Baile de los Diablitos un atractivo turístico como medio de fortalecimiento a un modelo territorial en turismo. El Caso de la Reserva Indígena de Boruca. Municipio de Buenos Aires, Región Brunca de Costa Rica. En: Martínez Cardenas, R. (coord.) et al. *Turismo Espiritual II, Una Visión Iberoamericana* (pp.118-137). Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1238/index.htm>.
- Baltodano, V y Badilla, C. (2015). Transformación en la cultura del sabanero y turismo en Guanacaste, Costa Rica. En: R. Martínez (coord.) et al., *Turismo Cultural y Accesibilidad* (pp.35-52). Universidad de Guadalajara: México.
- Beaumont, N. (2011). The third criterion of ecotourism: are ecotourists more concerned about sustainability than other tourists? *Journal of Ecotourism*, 10(2), 135-148.
- Buchsbaum, B. D. (2004). Ecotourism and sustainable development in Costa Rica. Major Paper Submitted to Virginia Polytechnic Institute and State University. Recuperado de: <http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-05052004-171907/unrestricted/EcotourismCostRica.pdf>
- Buckley, R. (2003). Environmental Inputs and Outputs in Ecotourism: Geotourism with a Positive Triple Bottom Line? *Journal of Ecotourism*, 2(1), 76-82.
- Buckley, R. (2009). *Ecotourism: Principles and Practices*. Oxford, UK: CABI.
- Carrier, J. G., & Macleod, D. V. L. (2005). Bursting the bubble: The socio-cultural context of ecotourism. *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, 11(2), 315-334.
- Carter, E. (2006). Ecotourism as a Western Construct. *Journal of Ecotourism*, 5(1-2), 23-39.
- Conway, T., & Cawley, M. (2016). Defining ecotourism: evidence of provider perspectives from an emerging area. *Journal of Ecotourism*, 15(2), 122-138.
- Diamantis, D. (1999). The Concept of Ecotourism: Evolution and Trends. *Current Issues in Tourism*, 2, 93-122.
- Donohoe, H., & Needham, R. (2006). Ecotourism: The evolving contemporary definition. *Journal of Ecotourism*, 5(3), 192-210.
- Fennell, D. A. (2001). A content analysis of ecotourism definitions. *Current Issues in Tourism*, 4(5), 403-421.
- Fennell, D. A. (2015). *Ecotourism*. Fourth edition. New York, NY: Routledge.
- Hernández, A. & Picón, J. C. (2015). Protected wild areas and eco-tourism in Costa Rica. En Panosso Netto, A. y Trigo, L (eds.), *Tourism in Latin America. Cases of Success*. Springer (127-141).
- Hernández, A., y Picón, J. C. (2016). Ecoturismo en Costa Rica: Estado del arte a partir de investigaciones publicadas en las revistas de las universidades públicas costarricenses. *Revista de análisis turístico*, (21), 11-21.

- Higgins-Desbiolles, F. (2009). Indigenous ecotourism's role in transforming ecological consciousness. *Journal of Ecotourism*, 8(2), 144-160.
- Higham, J., & Luck, M. (2007). Ecotourism: Pondering the paradoxes. En J. Higham (ed.), *Critical issues in ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon* (pp. 116 - 134). Oxford, UK: Elsevier Ltd.
- Honey, M. (1999). *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?* Washington, DC: Island Press.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?* (2nd ed). Washington, DC: Island Press.
- Kontogeorgopoulos, N. (2005). Community-Based Ecotourism in Phuket and Ao Phangnga, Thailand: Partial Victories and Bittersweet Remedies. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(1), 4-23.
- Liu, Z. (2003). Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
- McLaughlin, M. (2011). *Ecotourism Assessment: Applying the Principles of Ecotourism to Paddle-Based Recreation in St. Lawrence Islands National Park and Environs*. (Thesis submitted to the Graduate Program in School of Environmental Studies). Queen's University, Ontario, Canada.
- Munt, I. (1994). Eco-tourism or ego-tourism? *Race & Class*, 36(1), 49-60.
- Nyaupane, G. & Thapa, B. (2004). Evaluation of Ecotourism: A Comparative Assessment in the Annapurna Conservation Area Project, Nepal. *Journal of Ecotourism*, 3(1), 20-45.
- Russell, A., & Wallace, G. (2004). Irresponsible ecotourism. *Anthropology Today*, 20(3), 1-2.
- Sameer Ahmad, Khah, Rao, R.J., & Khursheed Ahmad, Wani. (2011). Ecotourism and the impact of the conventional tourism on the fragile ecosystems. *International Journal of Science and Nature*, 2(3), 432- 442.
- Sharpley, R. (2006). Ecotourism: A Consumption Perspective. *Journal of Ecotourism*, 5 (1-2), 7-22.
- The International Ecotourism Society (TIES). (2016) ¿Qué es el ecoturismo? <https://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>.
- Wall, G. (1997). Is ecotourism sustainable? *Environmental Management*, 21(4), 483-491.
- Walter, P. (2013). Theorising visitor learning in ecotourism. *Journal of Ecotourism*, 12 (1), 15-32.
- West, P., & Carrier, J. (2004). Ecotourism and authenticity. *Current Anthropology*, 45(4), 483-498.

LA RECOLONIZACION DE GUANACASTE, COSTA RICA, POR EL TURISMO GLOBALIZADO

Víctor Julio Baltodano Zúñiga³

Introducción

La tesis central de este escrito es que a partir de la década de los noventa, con la globalización, se da una recolonización de Guanacaste mediante el turismo como nuevo eje de acumulación de capital. Desde la década de los 80, Costa Rica comienza un periodo de cambio en su economía que va a configurar una nueva estructura productiva, la cual también repercute en la provincia de Guanacaste.

Este proceso es llamado ajuste estructural (PAE's) y es impuesto por el Banco Mundial, el cual buscaba volcar la producción hacia nuevos mercados internacionales. A partir de los PAE's, la inserción del país en el mercado internacional fue exitosa, si se toma en cuenta la cantidad de nuevos productos que se exportan actualmente y la diversificación de los mercados.

La primera parte del escrito se dedica a su dimensión teórica apoyada en los estudios de Fornet Betancourt (1999) y González Casanova (2004) que son del criterio de que esta globalización es un proceso de apropiación y dominación del mundo. Coincide con la llegada de empresas globales de alta tecnología que comienzan a maquilar sus productos. Empresas farmacéuticas e Intel son ejemplos de ellas.

La segunda parte del escrito está dedicado a estudiar la apropiación y dominación de Guanacaste por el capital transnacional. El capital extranjero y las cadenas de empresas hoteleras se dirigen hacia el lugar incentivadas por medio del Estado, el cual empieza a invertir en el mejoramiento de la red vial, electrificación, aeropuerto y adecuación del marco legal para que puedan operar sin mayores contratiempos. Es así como comienza a tomar forma el turismo como una actividad globalizada. Grandes cadenas internacionales se asientan en la región y la economía regional se ve impulsada y dinamizada bajo el turismo como motor. Por lo tanto, se llega a una nueva colonialidad, a una nueva forma de conquistar el mundo, mediante el capital y las empresas trasnacionales.

La tercera parte del artículo se centra en estudiar los efectos socioculturales del turismo globalizado. La actividad turística, entre otros factores, tiene influencia social-cultural que se manifiesta en el viraje hacia un nuevo marco de valores muy ligado al mercado y al ideario estadounidense. Por supuesto que se produce una fragmentación cultural de aquella que estuvo ligada a la tierra y a la figura emblemática del sabanero.

³ Economista. Doctor en Ciencias Sociales. Ha sido director de la Sede Regional Chorotega de la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA). Director Académico del Campus Nicoya de la UNA, actualmente es el Vicedecano de dicha sede. Es catedrático de la UNA y la Universidad de Costa Rica (UCR). Ha sido conferencista y ponente en numerosos congresos de América Latina y Estados Unidos. Par Evaluador Externo Titular para el Sistema Centroamericano de Acreditación y Evaluación de la Educación Superior (SICEVAES) y Primer Suplente por Costa Rica ante el Consejo Centroamericano de Acreditación (CCA). Integrante de la Red de Investigación en Turismo, Sociedad y Ambiente de la Universidad Nacional. Es autor de más de cuarenta publicaciones entre libros, capítulos de libros, artículos científicos y anales de congreso. Sus líneas de investigación son turismo, cultura y economía cultural. Correo electrónico: victor.baltodano.zuniga@una.cr

Por último, se plasman las conclusiones donde se evidencia cómo se da una recolonización de Guanacaste por medio de las grandes empresas hoteleras que encuentran el entorno propicio para reproducir el capital. De este modo, explotan los recursos y provocan una fragmentación social y cultural. En otras palabras, se apropian del espacio e introducen un nuevo marco de valores propio de los destinos maduros. Es decir, de esos mercados que han sido sobreexplotados.

La globalización como proceso de apropiación y dominación del mundo: hacia una colonialidad

Fornet-Betancour (1999) es del criterio de que lo que se suele llamar globalización, especialmente a nivel económico:

No es más que el manto con que se quiere ocultar la dura realidad de una nueva colonización del mundo por el capital. Y que por el hecho de que los centros impulsores de esta nueva colonización no sean ya imperios con contextura de estados nacionales sino empresas multinacionales o consorcios internacionales, no por ello deja de ser la misma la consecuencia histórica para el resto del mundo, a saber, someter los pueblos a la lógica del mercado capitalista (1999, p.18).

En otras palabras, hay una nueva colonización del mundo por medio del capital y de las empresas multinacionales, pensamiento que coincide con el de González Casanova (2004). Ahora bien, Fornet-Betancour va más allá al indicar que es el modo de producción capitalista el que se globaliza y constituye una forma de vida que ve al mundo como una mercancía. A este respecto, la crítica trata de “mostrar que el término mismo de globalización responde hoy a las exigencias de una ofensiva ideológica del sistema capitalista para ocultar precisamente la hegemonía imperial de los países capitalistas del Norte o de las grandes empresas y centros” (Houtart, 2000, s.p).

Para Dierckxsens (2000, p. 90), la globalización es un proceso de recomposición de la acumulación de capital “a escala mundial basado en la concentración de la riqueza a costa del desarrollo, y no, como sus defensores plantean, un modelo que sería parte del proceso tecnológico, en el campo informático y de la comunicación”. Por tanto, la globalización no es solamente un asunto de cambio tecnológico, sino que responde a la misma lógica de acumulación del capital y a su recomposición en los nuevos tiempos.

Por su parte, Gandarilla (2000, s.p.) concibe la globalización como proceso histórico-objetivo (como contexto), como ideología y en su dimensión político normativa, en donde se relaciona con los bloques regionales y las políticas de ajuste estructural. Desde lo ideológico, se resalta la existencia de un pensamiento único expresado por los intereses de un conjunto de fuerzas económicas: las del capital internacional, que actúan como principios formadores de conceptos en medios políticos, intelectuales, gubernamentales, privados, entre otros. Desde la dimensión normativa, los procesos subregionales tienden a ser subsumidos por el proceso mayor de regionalización y mundialización capitalista.

La perspectiva de Fornet Betancourt (1999) posibilita explicar la globalización actual como un proceso fundamental de expansión de la economía capitalista y como lógica del capital que engendra transformación en todos los otros niveles de la vida humana: el político, el social, el

religioso, el cultural, entre otros. En la globalización, el capital apunta a acaparar el mercado a través de inversiones en fusiones y adquisiciones y promueve la desregulación comercial; el capital transnacional es altamente favorecido en este entorno. Sin embargo, no genera riqueza sino que propicia la concentración.

Para comprender mejor esta dinámica de la globalización y cómo lleva a la exclusión, es importante comprender la lógica del capital ya que, de acuerdo con lo que establece Marx (2008:p.43) la mercancía es “la forma elemental de la riqueza” del sistema capitalista y esta ha sido concebida primordialmente para realizarse como valor de cambio. De aquí que el trabajo, socialmente necesario para producir una mercancía, dependa cada vez más de los avances tecnológicos y de las formas de organizar la producción. Por lo tanto, las empresas deben ser eficientes, invertir cada vez más en capital constante (maquinaria, edificios, tecnología de punta, entre otros) e idear nuevas formas de organizarse y de expandirse.

Con la globalización neoliberal, y la liberalización de los mercados, el capital busca países, regiones y sectores donde pueda generar y realizar la ganancia, y para ello no importa que deba adquirir otras empresas y fusionarse. Por lo tanto, tiende a la concentración. De esta forma, fomenta la exclusión del trabajo para negociar salarios bajos. Esta dinámica de la lógica del capital y de la globalización, en particular, necesita revitalizar la ganancia y lo hace incrementando la plusvalía, ya que es la base de esta. Por ello, el nivel de explotación es mayor, o se buscan otras formas de hacerlo mediante la flexibilidad laboral, la baja de los salarios y el incremento de un ejército industrial de reserva, o lo que es lo mismo, el desempleo. Consabido es que esto lleva a la exclusión, a mayores desigualdades y al incremento de la pobreza. Reafirma lo que Osorio denomina una exclusión por inclusión. De acuerdo con este autor:

...La exclusión en el capitalismo no es sino una cara particular de la inclusión en la valorización y dominio del capital y expresa el exceso de una universalidad que integra expulsando. Esta exclusión por inclusión tiene como trasfondo en el capitalismo el ejercicio de un poder soberano que pone la vida de los trabajadores en entredicho (Osorio, 2010, p.90).

Por lo tanto, la lógica del capital y de la globalización excluye a una masa creciente de trabajadores que engrosan las filas de los desempleados. Parece contradictorio que siendo la fuerza de trabajo, el trabajo vivo, el creador de valor se cree un excedente de obreros. Desde la lógica de la globalización, esta contradicción se da por la incesante búsqueda de la productividad que implica la reinversión en maquinaria, equipos, edificios y mejoras tecnológicas; es decir, en capital constante, lo que cada vez es más necesario para poder competir. Pero también la globalización, al fragmentar la producción, puede ejercer presión sobre los salarios mediante amenazas de traslado hacia otros lugares con fuerza de trabajo más barata y garantías laborales más beneficiosas para el capital. Este fenómeno está siendo recurrente en Costa Rica y se ha tomado como una forma de amenazar no solo al gobierno sino a los mismos trabajadores.

El paso de la dimensión económica a la dimensión política de la globalización es explicado por Diercksesns (2000), indicando que esta ha privilegiado el comercio internacional frente al nacional y local, viéndose un crecimiento en el primero que lamentablemente no repercute en el segundo, pues beneficia sobre todo a las empresas transnacionales. Esta dominación de sociedades y mercados, que

incluye a los pueblos de los países que aparecen en una situación de desventaja, como lo plantea González Casanova (2004), es ejercida en términos político-militares, financiero-tecnológicos y socio-culturales. En este planteamiento más apegado a la realidad socio-histórica, se pone el acento en que la globalización, antes que un fenómeno “técnico-económico”, es primordialmente del capital y, por lo consiguiente, es de naturaleza sobre todo financiera; las herramientas técnicas de la informática y la innovación en general están en función y al servicio del capital financiero especulativo y estratégico militar.

La apropiación y dominación en Guanacaste por el capital transnacional

Autores como González Casanova (2004) argumentan que la globalización es un proceso de apropiación y dominación del mundo y, entre otros aspectos, destaca el poder que ejercen las grandes empresas, entre ellas las farmacéuticas, las petroleras y otras que influyen las políticas de los gobiernos para su beneficio.

En el caso del turismo, como actividad globalizada, igualmente se da un proceso semejante donde grandes cadenas hoteleras dominan el mercado turístico, en detrimento de los pequeños negocios y de las empresas locales. La globalización y las políticas neoliberales en América Latina constituyeron un escenario idóneo para que muchas de estas empresas deslocalizaran sus actividades y entraran de lleno en estos países y, dentro de ellos, en zonas con gran riqueza natural. Este capital transnacional fue ayudado por las condiciones creadas por los organismos internacionales que obligaron a la mayoría de los países de América Latina a la desregulación de sus mercados, a la liberalización de estos y a crear condiciones para la inversión extranjera. Costa Rica no escapó a esa vorágine neoliberal y adoptó ese modelo para fundamentar sus políticas públicas.

El redescubrimiento de Guanacaste por el capital y el establecimiento de las grandes cadenas hoteleras internacionales

El capital transnacional se ha asentado en Guanacaste mediante cadenas internacionales de hoteles, tales como el Riu, Barceló, Four Seasons, Hilton, JW Marriott, entre otras; además de desarrolladores inmobiliarios que tienen como segmento a personas extranjeras y algunos nacionales con altos ingresos. Uno de los motivos de la expansión de estas cadenas es el continuado agotamiento del turismo de sol y playa en sus países de origen. Sin embargo, también está dentro de estas razones la búsqueda de mayores rentabilidades de su portafolio de negocios y la competencia de otras cadenas, sobre todo estadounidenses (Berbel, 2008). Por ejemplo, a partir de 1985, con la apertura de un hotel en Bali por parte de Sol Meliá, las cadenas españolas comienzan su recorrido por el mundo, principalmente en América Latina donde explotan los segmentos tradicionales de sol y playa con algunas incursiones en hoteles urbanos, buscando el segmento de negocios.

Estas grandes cadenas normalmente están dirigidas a segmentos de altos ingresos, los llamados clientes Premium; pero también captan segmentos de medianos ingresos con el sistema “todo incluido” donde el contacto con las comunidades aledañas resulta mínimo, como mínimo son los posibles encadenamientos. Esa falta de ligamen con las comunidades y las empresas locales conlleva a que este modelo de desarrollo turístico, basado en megaproyectos, no dinamice la economía regional y los resultados sean menos de los esperados, desde el punto de vista de la generación de empleos bien remunerados y de los encadenamientos que ayuden a las pequeñas empresas a generar sus

ingresos. Por el contrario, grupos hoteleros, como el Meliá Hotels International S.A, cuentan con un departamento internacional de compras desde donde se garantiza “el aprovisionamiento al conjunto de establecimientos del grupo independientemente de su ubicación. La sede de este departamento se encuentra en Palma de Mallorca y desde ella, se firman todos los acuerdos, evitando así que los establecimientos de ultramar tengan que buscar sus respectivos proveedores” (Munuera y Rodriguez, 2006, p.271).

Las grandes cadenas hoteleras en Guanacaste acaparan los segmentos de mayores ingresos, dominan los diferentes eslabones del negocio y tienen gran experiencia en la gestión de cadenas centralizadas: desde la gestión de las reservas, de compras y existencias, gestión de clientes, la contable y administrativa, así como la gestión de datos de inteligencia. Estas ventajas hacen que estas hoteleras sean depredadoras de las pequeñas empresas locales, ya que las excluyen en lugar de establecer cadenas con ellas. La mayoría de las compras de estos hoteles no se hacen en la región, con lo cual no ayudan a la generación de encadenamientos que incidan positivamente en la creación de otros empleos a excepción de los suyos.

Un aspecto relevante es que Costa Rica, principalmente en la provincia de Guanacaste, facilitó la entrada de capitales que explotan la naturaleza y, al mismo tiempo, creó un ambiente propicio para la llegada de cadenas hoteleras internacionales. Los incentivos gubernamentales para la atracción de estas cadenas hacia la provincia de Guanacaste ha implicado inversiones importantes para las comunidades con vocación turística pero, por otro lado, ha impulsado la importación de un modelo basado en megaproyectos con tendencias parecidas a Cancún en México, Islas Baleares en España y otras regiones latinoamericanas, con consecuencias funestas en la explotación de los recursos naturales que podría llevar a:

- La pérdida de suelo.
- La pérdida de arenas costeras.
- La degradación del paisaje.
- La sobreexplotación y/o contaminación de acuíferos.
- Aumento exagerado del consumo de energía.
- La contribución al cambio climático debido a los viajes en avión y el transporte de alimentos y otros insumos (Rel-UITA, 2008, p.70).

Otro aspecto que se debe referenciar en esta recolonización de Guanacaste por el capital turístico es la elitización de los territorios y la fragmentación de estos por parte de las cadenas hoteleras internacionales. Por un lado, el segmento de mercado de estas firmas excluye casi por completo a la población costarricense y, aún más, a los pobladores locales que solamente pueden observar, si acaso eso puede, a los turistas pasar hacia los hoteles de 4 y 5 estrellas. Acceder a ellos les es casi imposible, no solo por los precios sino también por impedimento físico. La mayoría no permite el paso hacia las playas por sus propiedades y prefieren construir diminutos accesos obligados por la presión de los pobladores locales y la ley. De lo contrario, las playas serían totalmente privatizadas y sin acceso para los nacionales. Por otro lado, se fragmenta el espacio entre aquellos que pueden pagar y los locales que no tienen el dinero para hacerlo. Estos son excluidos y expulsados de sus

territorios, ya sea mediante la compra de sus terrenos o socialmente mediante la presión de los empresarios que no desean que los turistas vean sus humildes viviendas.

Este modelo de desarrollo basado en megaproyectos ha comenzado a encontrar resistencia en Guanacaste mediante protestas de los nuevos movimientos sociales, que se agrupan en la lucha a favor de algún objetivo muy puntual y específico. En Guanacaste muchos de estos nuevos movimientos sociales se enfrentan a las grandes cadenas hoteleras por el recurso hídrico y el acceso a la playa, así como por la contaminación ambiental que generan.

La llegada de grandes cadenas hoteleras es un claro ejemplo de cómo la transnacionalización del capital está presente en Guanacaste mediante la explotación de los recursos naturales y de una fuerza de trabajo con niveles salariales que no son los mejores. Muchos de estos hoteles operan bajo el sistema “todo incluido” que tantas críticas suscita entre los economistas y pobladores, por el bajo nivel de encadenamiento que provoca. Así pues, a partir de la década de los 90 la explotación de la mano de obra asume nuevas características como la superexplotación de la fuerza por medio de bajos salarios, sobre todo en el turismo, aún con personas capacitadas.

El desarrollo del turismo globalizado y sus efectos en Guanacaste

Estudiosos del sector turístico, como Buades, Cañada y Gascón (2012), han investigado estas cadenas hoteleras internacionales, con énfasis en las españolas, y sus efectos sobre las regiones y el ambiente. En algunos casos, se les ha acusado de competencia desleal con las pequeñas empresas locales de las comunidades donde se asientan. En Costa Rica, en particular en Guanacaste, estas firmas también se han asentado y desarrollado sus negocios para segmentos privilegiados de la sociedad costarricense, pero muy especialmente para el mercado internacional de altos ingresos.

En el caso costarricense, los gobiernos han creado incentivos e inversiones para la atracción de estas, en otras palabras, han preparado un clima de inversiones favorables para aumentar la posibilidad de entradas de estos capitales. Buades (2012, p. 26), refiriéndose a algunos estados latinoamericanos, que se pueden asimilar al costarricense, apunta que: “las autoridades promueven ingentes inversiones en infraestructuras muy costosas para fomentar la expansión turística (aeropuertos, puertos, autopistas y carreteras, centrales eléctricas y potabilizadoras) a costa de inversiones en desarrollo social (educación, sanidad, servicios sociales, cultura, etc.)”. La premisa de la que se parte es que las inversiones en estos proyectos van a posibilitar el mejoramiento de las condiciones de vida de los pobladores de estas regiones, como los de la provincia de Guanacaste. Además del impacto positivo que se tiene en relación con la generación de divisas, empleo, el desarrollo, y algunos más optimistas, en el ambiente mediante la reforestación de áreas.

Sin embargo, muchas de estas empresas tienen una repatriación de capitales que erosionan las bonanzas que otrora se les reconocía, mediante, según Buades:

La asignación ficticia de pagos de deudas de las filiales en el Sur de las ETN o se efectúa a través de la compra de bienes de equipo y mercancías exclusivas en el Norte para la satisfacción en América Latina de las “necesidades” del turismo nórdico” (2012, p.27).

En otras palabras, se cuestiona el grado de retorno tan elevado de estas inversiones, donde solamente una parte pequeña de los ingresos se queda en el país anfitrión.

La forma de entrada de estas cadenas internacionales se repite en la mayoría de los países. Una de ellas es mediante la especialización en la gestión hotelera, las formas de arrendamiento, construcción, adquisición o estableciendo contratos de gestión de establecimientos. Este es el caso de Sol Meliá que cuenta con más de 350 hoteles en 35 países “segmentados mediante branding en diversas marcas (Meliá, Tryp, Sol, Paradisus, entre otros)” (Gascón, 2012, p. 29) en Europa, América, África y Asia.

Asimismo, existen otras formas de introducción y crecimiento del sector hotelero mediante la integración en varios eslabones de la cadena de valor, lo cual permite controlarla. De esta forma muchas de estas cadenas hoteleras también están integradas con tour operadores, compañías aéreas, agencias de viajes, alquiler de autos, inmobiliarias, entre otros eslabones. Quizás esto las haga más eficientes; pero el efecto sobre las empresas locales, principalmente para las micro y pequeñas empresas ligada al sector turístico, es devastador.

El control de los diferentes eslabones de la cadena de valor podría llevar a la concentración de mercados y a prácticas que expulsan a empresas locales. Ahora bien, estas dinámicas forman parte de la lógica de la internalización para mantener el control de los procesos y para no difundir las fortalezas que estas han acumulado durante largos periodos de experiencia. Por supuesto, lo anterior lleva a que haya poco encadenamiento con las empresas locales, bajo el pretexto de no difundir las prácticas administrativas, las innovaciones tecnológicas y todo el *know how* empresarial.

De acuerdo con datos aportados por Berbel (2008), el 53% de las entradas de esas cadenas fueron mediante contratos de gestión, un 22% fueron mediante propiedad total; es decir, inversión directa; un 9% propiedad compartida, un 8% fue mediante franquicia y otro 8% mediante arrendamiento. Los contratos de gestión, que son los proferidos por estas cadenas, trasladan parte del riesgo a otros e inclusive ciertas responsabilidades.

Otro punto relevante a destacar es que muchas de las cadenas presentes en Guanacaste trasladan la experiencia de los destinos maduros hacia destinos no maduros y buscan ciertos atractivos que permitan la reproducción y la acumulación del capital sin mayores problemas. De esta forma se interesan mucho por las ventajas que pueda tener el lugar donde se van a instalar. Esta localización está condicionada en un país “por la disponibilidad de inputs primarios e intermedios abundantes y baratos, especialmente la mano de obra y los recursos naturales y por la distancia física del país respecto de los lugares de procedencia de los turistas”(Groizard y Jacob, 2004, p.18).

Guanacaste es un excelente lugar para que el capital transnacional asociado al turismo se reproduzca, las condiciones que este tipo de capital busca están dadas. La concepción que los inversionistas de este sector tienen se puede extraer de Groizard y Jacob:

Uno de los recursos más utilizados en el servicio otorgado por los hoteles es el medio ambiente. Una parte creciente de la demanda turística reclama el consumo de productos y servicios que incorporen elementos presentes en la naturaleza, como por ejemplo, playas vírgenes, parajes con cierto atractivo ecológico y en buen estado de conservación, o lugares donde habiten especies flora y fauna autóctonas. La provisión de estos recursos permite la diferenciación del producto que ofrece el destino turístico frente a otros y la empresa hotelera trata de obtener ventaja de ello asegurándose su adecuada provisión. La provisión de estos recursos no es costosa

para la empresa, pues estos recursos que provee la naturaleza son gratuitos, y una de las maneras de acceder a ellos es elegir una óptima localización del establecimiento (2004, p.18).

¿Será debido a lo anterior que muchas de estas cadenas han incursionado en Guanacaste? Encontraron mano de obra barata, y para bajar aún más los salarios, la migración es incentivada, sobre todo en la industria de la construcción; hay parques nacionales, playas hermosas, se acondicionó el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber, en Liberia, entre otros elementos. En algunos casos, algunos hoteleros tienen la impresión de que todos estos recursos son gratis y que su apropiación sin límite es permitida. Luego de haber agotado paulatinamente los recursos naturales de los lugares donde nacieron y desarrollaron, apuestan por la internacionalización como medio para seguir reproduciendo el capital a costa del ambiente.

Lo anterior introduce un elemento que es fundamental: el marco jurídico debe estar muy claro para que estas cadenas no deterioren esos recursos que se apropian por la creencia de que son gratis. Estos negocios deben pagar por el uso de la naturaleza y de los atractivos que hacen que puedan obtener ganancias. El pago de ello no significa que puedan disponer de esos recursos y explotarlos: lo que pagan es su conservación, la belleza escénica que ella da, la pureza del aire que provee, entre otros.

Por otro lado, merece detenerse un poco en la tendencia que se está dando en el sector hotelero y que podría denominarse como una hotelería virtual. Es decir, la tendencia a gerenciar solamente la marca y la renuencia a invertir en activos físicos. Esto les da la flexibilidad, si es el caso, de abandonar rápidamente el país sin mayores consecuencias en sus activos del grupo. Según la Regional Latinoamericana de la Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación (Rel-UITA) “todo apunta a que en un futuro próximo buena parte de las cadenas hoteleras prestará sus servicios sin tener hoteles propios. Tampoco tendrán personal propio, ya que el mismo será -en un buen porcentaje ya lo es- tercerizado, es decir contratado a terceros.” (Rel-UITA, 2008, p.68)⁴. El proceso de tercerización conlleva para estas cadenas eximirse del pago de las prestaciones sociales y trasladar a otras empresas el riesgo y la inversión en capacitación, así como el manejo de los trabajadores.

Igual a las nuevas formas de explotación de la fuerza de trabajo, que se ha venido describiendo, por parte del capital turístico se da un proceso de flexibilización laboral que conduce a la precarización. Marini (2015, pp. 56-57), al estudiar este proceso en América Latina es claro al señalar que:

Las empresas recurrieron en gran escala a la tercerización de su personal, que implica el despido de trabajadores y su posterior recontractación a través de pequeñas empresas prestadoras de servicios, lo que las exime de gastos por concepto de prestaciones sociales. Paralelamente adoptaron medidas enmarcadas en la llamada flexibilización, procedimiento que obliga al obrero, a cambio de la estabilidad en el empleo, a aceptar modificaciones que afectan desde el puesto de trabajo y el salario hasta la jornada laboral, en su duración e intensidad. Finalmente, acentuaron la diferenciación existente en los mercados de mano de obra, interponiendo una

4 Para Marini (2015, p.256, nota a pie 19), la tercerización “se trata de un procedimiento tan viejo como el capital. Así, al estudiar el salario a destajo, Marx observa: “[...] este régimen de salarios constituye la base [...] de todo un sistema jerárquicamente graduado de explotación y opresión. [...] el destajo facilita la intervención de parásitos entre el capitalista y el obrero, con el régimen de subarrendamiento del trabajo (subletting of labour). La ganancia de los intermediarios se nutre exclusivamente de la diferencia entre el precio del trabajo abonado por el capitalista y la parte que va a parar a manos del obrero”.

distancia creciente entre el trabajador y el proceso material de producción, lo que ha contribuido a aumentar la jerarquización existente entre ellos según el grado de su calificación, tanto desde el punto de vista del empleo como de la remuneración.

Otro punto que se quiere destacar en la estrategia empresarial de la mayoría de las grandes cadenas hoteleras con presencia en Guanacaste es el sistema “todo incluido”, que es una versión del fordismo aplicado al turismo, apto para firmas con más de 150 habitaciones. Es un negocio que solo beneficia a unos pocos y mantiene el mínimo contacto con la realidad y la cultura del país donde el turista se desplaza. Pero a su vez, tiene un efecto pernicioso sobre las empresas locales, los pequeños empresarios, taxistas, entre otros. Asimismo, incide en la cultura, ya que se imitan formas organizativas y de consumo en exceso en un solo lugar. Aún más, “la escasa inversión de las empresas en la calificación del personal permite su explotación, ya sea en su retribución como en la obligación de realizar largas jornadas.” (Rel-UITA, 2008, p.68). Y, además, lleva a la reducción de la cantidad de trabajadores contratados por el sistema de autoservicio y estilo buffet.

Efectos socioculturales del turismo globalizado

Es preciso ahora preguntarse, a raíz de lo que se ha venido exponiendo, cómo ha influido el turismo, y en particular, bajo la dinámica de las cadenas hoteleras internacionales, en lo social y cultural en una provincia como Guanacaste.

Lo primero a apuntar es que muchas de las pautas culturales son difundidas mediante las tecnologías de la información y comunicación (TIC) por la vía empresarial, desde “sociedades desarrolladas” hacia las “subdesarrolladas”. Las primeras son representantes de las sociedades de consumo, introducen una cosmovisión diferente en las segundas, que van desde nuevas formas de pensar y sentir, de interactuar y de convivencia hasta la aspiración personal y colectiva. La imitación de las pautas de consumo de esas sociedades se manifiestan en los ambivalentes “malls” que proliferan en las ciudades más importantes de Costa Rica, entre ellas Liberia, cabecera de la provincia de Guanacaste, hasta los lujosos hoteles cuatro y cinco estrellas de las más importantes cadenas de carácter global. Esta provincia es reconocida por sus manifestaciones culturales, entre ellas, las ligadas a la culinaria, la tierra, la hacienda ganadera y al sabanero, entre otras.

El turismo se ha considerado una actividad globalizada, y desde ese ámbito, moviliza los capitales internacionales en busca de la reproducción ampliada. La movilización de las personas en el viaje corporal (Urry, 2008) tiene fuerte impacto en la construcción, el transporte, en la generación de divisas, el empleo, “en la penetración de empresas transnacionales y modelos culturales exógenos” (Serrano, 2010).

De acuerdo con Monterrubio (2011, p.184), “el turismo es un evento sociocultural tanto para el viajero como para la comunidad local” dado que es un encuentro de individuos donde el viajero mediante ese desplazamiento corporal se encuentra con individuos con estructuras sociales, culturales, económicas y políticas diferentes. Para el viajero son encuentros temporales-espaciales de corta duración, pero para el local se convierte en algo cotidiano, de tal forma que los estilos de vida y los valores culturales de esos cuerpos en movimientos van fragmentando su cultura y consolidando nuevas formas de comportamiento. Muchos de estos turistas se desplazan de sociedades que tienen hábitos de consumo y estilos de vida que contrastan con la de la comunidad receptora:

Y estos tienden a acentuarse durante su estancia vacacional, buscando placer, gastando grandes cantidades de dinero y en ocasiones adoptando comportamientos que ni siquiera ellos mismos aceptarían en su lugar de origen. Esto, indudablemente, tendrá una consecuencia en las formas de vida tanto de las comunidades locales como de los turistas mismos” (Monterrubio, 2011, p.184).

Gran parte de esos efectos socioculturales tiene que ver con el efecto demostración. De acuerdo con Monterrubio, citando a Burns, este efecto se refiere:

(...) a los procesos a través de los cuales las sociedades tradicionales, especialmente aquellas que son susceptibles a la influencia externa tales como los jóvenes, buscarán “voluntariamente” adoptar ciertos comportamientos (y acumular bienes materiales) asumiendo que la posición de estos los guiará al logro del estilo de vida hedonista demostrado por los turistas (Burns, 1999, p.101, citado por Monterrubio, 2011, p.202).

Lo anterior podría implicar el opacamiento de los beneficios del turismo por las disfunciones socioeconómicas como consecuencia de la imitación local de los patrones de consumo occidentales, producto de la modernización, la globalización y del mismo modelo de desarrollo turístico. De tal forma que, en muchas ocasiones, se observa la conformación de una nueva cultura producto de los elementos anteriores, incentivando migración rural hacia las ciudades y dándole al dinero un lugar central en la conformación del estatus en la comunidad. En otras palabras, muchas de las costumbres y prácticas sociales como el trueque o el intercambio no monetario de sociedades agrícolas pasaron a un segundo plano o simplemente desaparecieron.

De acuerdo con Monterrubio (2011), la modernización y el turismo podrían llevar hacia una monocultura basada en vestimenta, música, bienes e idioma (inglés) entre miembros de la comunidad. En este sentido, Monterrubio (2011) concluye que el desvanecimiento de su propio idioma y transformación de valores religiosos también han sido efecto de la modernización y del turismo (p. 206).

Otro aspecto a tomar en cuenta en relación con el impacto del turismo como actividad globalizada, y que tiene que ver con la cultura, es que el consumo turístico de experiencias culturales se da, en la mayoría de los casos, por disfrute más que como experiencia de aprendizaje, aumentando la posibilidad de que los elementos de la cultura sean modificados para ese consumo, lo cual puede ser positivo si se revitaliza como rasgo local. No obstante, por otro lado, puede llevar a la transformación de su esencia y al de su significado. Esto sucede cuando el significado que es intrínseco a las manifestaciones culturales adquiere una importancia que está por debajo del objetivo de ganar dinero por producción y venta.

En otras palabras, se da un proceso de “commoditisation” o mercantilización que vacía la esencia de esa manifestación cultural y la convierte, solamente, en un producto para la venta sin significado y autenticidad cultural. Por ejemplo, en el caso de una artesanía, esta bien podría haberse fabricado en China pero venderse como parte de la cultura Guanacasteca, fabricada en San Vicente de Nicoya. Al respecto, Cohen (2004, p. 100) anota que la “mercantilización presuntamente cambia el significado de los productos culturales y de las relaciones humanas, haciéndolas finalmente insignificantes”.

En el caso de las grandes cadenas hoteleras internacionales podría traer consigo una nueva colonialidad y se podría establecer un paralelismo con lo que expresa Díaz Rivel (1997) cuando anota que la población indígena fue disminuida por los colonizadores, por las condiciones de trabajos a que fueron sometidos, el despojo de sus alimentos, la destrucción de las actividades productivas que eran acorde a sus necesidades y la quema de sus viviendas. “Todo esto provocó el cambio de costumbres (...) la colonización destruyó la cultura aborigen...” (Díaz Rivel, 1997, p.12).

La colonialidad que se expresa en estas nuevas relaciones dentro del proceso de la globalización trae consigo nuevos actores sociales. Pero las relaciones de poder y dominación son las mismas: el centro impone sus condiciones a la periferia, un centro ubicado en el norte que condiciona las políticas del sur, relaciones de dominación sobre las personas y la naturaleza que podrían ir configurando un nuevo marco de valores alrededor de ideales de otras sociedades, las cuales han entrado en crisis por la explotación indiscriminada de sus recursos anclados a una sociedad de consumo promovida por la necesidad de realización de la ganancia y de reproducción del capital.

Estas son las señales que emiten las nuevas relaciones empresariales basadas en los megaproyectos y las cadenas hoteleras internacionales y que, definitivamente, están modificando la cultura guanacasteca. Muchas de las prácticas productivas autóctonas han sido destruidas para darle paso al turismo de sol y playa y a los sistemas “Todo Incluido”. En este proceso, las mejores tierras han sido vendidas por la presión de los empresarios creando una ilusión monetaria que luego desaparece porque el que vendió era agricultor y no financista.

De tal forma que aquel Guanacasteco que estuvo ligado a la tierra, que era agricultor, ganadero, pescador, entre otras actividades, ha ido desapareciendo producto de la modernización, la globalización y del turismo como catalizador de estos cambios; es decir, ha pasado ahora a los nuevos trabajos, entre ellos, a los generados por el turismo. De pescador a guías de turismo, de sabanero también a guía de turismo, bartender, jardinero, cuidador de piscinas, cocinero, entre otros. El problema de estos nuevos empleos es que son estacionarios, de baja remuneración y de jornadas extensas.

El sabanero guanacasteco, el jinete de la pampa, que estuvo muy ligado a las haciendas; es decir, a un modo de producción ligado a la tierra, es un tipo social en vías de extinción⁵. Queda casi poco de él, de todo lo que se construyó a la par de este arquetipo de la cultura guanacasteca: la marimba, la literatura, las fiestas, la música, entre otros; para constituirse una cultura que solo fragmentos rescata bajo los intereses del turismo. En su mayoría, son las grandes cadenas hoteleras internacionales las que ofrecen el espectáculo con “sabaneros auténticos” que varía desde los paseos en caballo por la pampa con turistas vestidos con pañuelos y sombreros de los vaqueros hasta espectáculos que incluyen al ganado. Podría pensarse que hay un rescate del sabanero por parte del turismo, ya que revive al mítico jinete; sin embargo, en realidad no son sabaneros los que venden estos servicios, sino peones de fincas contratados para estas labores muy puntuales. El significado de esta actividad perdió su sentido y solamente se le vende ahora como parte de un programa que el turista disfruta. Ahora bien, es digno de rescatar, que por lo menos se mantiene vivo en el imaginario turístico.

5 No se defiende con esta afirmación una posición esencialista, sino más bien se desea mostrar cómo el capitalismo y el capital turístico explota al sabanero que vive en el imaginario. En mi tesis doctoral denominada *Transformaciones en la Cultura del Sabanero Guanacasteco en una Sociedad Posmoderna y Globalizada*, UNA, Doctorado en Ciencias Sociales, abril de 2015, muestro cómo no se debe hablar del sabanero sino de sabaneros en plural, dado que coexisten diferentes tipos en la provincia de Guanacaste.

De lo anterior podría deducirse que las alternativas empresariales armónicas con la naturaleza y la cultura son escasas. Sin embargo, hay esfuerzos importantes, pero no ligados a los grandes proyectos ni a las empresas transnacionales. Morales describe las relaciones de solidaridad que se dan alrededor de empresas de hospedajes pequeñas como el Cabinas Las Olas, “el cual es un complejo turístico de mediano tamaño y que maneja, según los entrevistados, un concepto de desarrollo ambientalmente sostenible y cuyo dueño, quien es a la vez el gerente, posee un compromiso importante con la comunidad local” (Morales, 2011, p.43). Los lazos de solidaridad y los contactos entre ellos se hacen mediante el establecimiento de redes que solidifican los sentimientos de pertenencia y que los llevan a ayudarse mutuamente a conseguir empleo. Además, la valoración del desarrollo turístico bajo este modelo es positiva, a pesar de que reconocen que tienen menos tiempo para dedicarse a otras actividades, entre ellas el ocio, como sí lo podían tener antes cuando se dedicaban más a labores agrícolas.

Por último, autores como Cañada (2012) consideran que el turismo rural comunitario podría ser una buena opción frente al turismo desarrollado por las cadenas hoteleras internacionales. Este tipo de turismo podría traer oportunidades de enriquecimiento cultural, reconociendo las dificultades que este ha tenido para su desarrollo, principalmente las ligadas a los aspectos de rentabilidad. Para Cañada:

El desarrollo de actividades turísticas en el campo y en las que el principal motivo de atracción tiene que ver con la propia vida rural ha sido una oportunidad para la revalorización y reconocimiento de lo rural, su cultura material (arquitectura, trabajos, cocina...) y sus distintas expresiones culturales artísticas (música, bailes, canciones...). En demasiadas ocasiones la población urbana vive de espaldas a la cultura rural. El turismo pone en valor aspectos de la vida cotidiana de las comunidades que suponen un motivo de reconocimiento y autoestima. Por otra parte, el contacto con población de otros lugares y países ha sido una oportunidad especial para la gente del campo para enriquecerse culturalmente. Las formas de turismo más vinculadas al voluntariado y a la solidaridad internacional han sido especialmente propensas a la generación de este tipo de procesos.” (Cañada, 2012, p.120).

Conclusiones

Las grandes cadenas hoteleras internacionales han encontrado en Costa Rica, y particularmente en Guanacaste, un entorno propicio para realizar sus inversiones y reproducir el capital. Ese entorno se comenzó a construir desde mediados de la década de los 80 cuando las políticas económicas comenzaron a ser condicionadas por los organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, y se dirigieron hacia la privatización, la liberalización de la economía y los llamados Programas de Ajuste Estructural (PAE).

A partir de la década de los 90, con una economía más abierta, y la profundización de lo que se comenzó a llamar “globalización”, muchas empresas encontraron el terreno fértil para insertarse y explotar las ventajas que las nuevas políticas económicas les ofrecía, desde incentivos creados por leyes especiales (incentivos turísticos, certificados de abono tributario, entre otras) hasta inversiones

del estado en infraestructura vial, aeroportuaria, electrificación y agua. Es decir, infraestructura básica para poder operar sin mayor problema.

Es así como las grandes cadenas hoteleras internacionales comienzan a arribar a Costa Rica buscando los recursos que han agotado en sus países de origen: la naturaleza, las playas vírgenes, los parques nacionales y una cultura diferenciada. Guanacaste es tierra propicia y comienza a ser explotada. Muchas de estas cadenas hoteleras globalizadas, prácticamente se apropian de las playas, de las escenas naturales, del mar, de los bosques y los explotan vendiéndolo a un segmento de altos ingresos. A esto es lo que hemos denominado la recolonización de Guanacaste por el turismo globalizado.

Lo anterior ha implicado una fragmentación, no solo del territorio sino también de los aspectos socio- culturales. En el territorio, estas empresas construyen o gestionan grandes hoteles de más de 150 habitaciones inaccesibles para los locales y amurallan las entradas, separando a los pueblos de los turistas. Desde el punto de vista social también hay una separación entre los que pueden pagar y los que solo pueden observar desde fuera. Además, se crea una diferenciación social con base en si se es o no turista nacional o internacional.

Por lo tanto, tal como anota González Casanova (2004), estas cadenas internacionales explotan una actividad globalizada como es el turismo, con lo cual se da un proceso de apropiación y dominación del mundo. De esta manera, las grandes compañías son las que imponen las condiciones a los gobiernos y muchas veces presionan para que se tomen decisiones y legislaciones de acuerdo con su conveniencia.

Por último, el impacto en la cultura de la región es innegable. Desde las pautas de consumo, las nuevas formas de relacionarse, el vestir y la construcción de un imaginario alrededor de la cultura euro centrada van creando un nuevo marco de valores que aspira a lo extranjero y desdeña lo local. Por ejemplo, pueblos como Tamarindo no tiene prácticamente residentes originales y la cultura local ha desaparecido.

Bibliografía

- Berbel, J.M. (2008). La Internacionalización de las cadenas hoteleras españolas en América Latina. *TEC Empresarial*, 2 (3), pp.8-16.
- Buades, J. (2012). Turismo, la Globalización Invisible. En J. Buades, E. Cañada, & J. Gascón, *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*, (número 3, pp. 25-27). Madrid, España: Foro de Turismo Responsable, Red de Consumo Solidario, Picu Rabicu y Espacio por un Comercio Justo.
- Cañada, E. (2012). Organización sindical frente a las cadenas hoteleras españolas en América Latina. En J. Buades, E. Cañada, & J. Gascón (eds), *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces* (número 3, pp. 37-40). Madrid, España: Foro de Turismo Responsable, Red de Consumo Solidario, Picu Rabicu y Espacio por un Comercio Justo.
- Díaz Rivel, F. (1997). La Guanacastequidad. *Revista Ciencias Sociales*, (75), 11-22.
- Diercksesns, W. (2000). *Del Neoliberalismo al poscapitalismo*. (1er ed). San José, Costa Rica: DEI.
- Fornet-Betancour, R. (1999). Aproximaciones a la Globalización como Universalización de Políticas Neoliberales. En: *Revista Pasos, mayo-junio 83*. San José, Costa Rica, DEI.
- Gandarilla, J. (2000). ¿De qué hablamos cuando hablamos de globalización?: Una incursión metodológica desde América Latina. *Revista Herramienta*. Recuperado de: <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-18/de-que-hablamos-cuando-hablamos-de-la-globalizacion-una-incursion-metodolog>
- Gascón, J. (2012). Empresas transnacionales turísticas de capital español: el neocolonialismo discreto. En J. Buades, E. Cañada, & J. Gascón (eds), *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*, 3, pp.26-30. Madrid, España: Foro de Turismo Responsable, Red de Consumo Solidario, Picu Rabicu y Espacio por un Comercio Justo.
- González Casanova, P. (2004). *Las nuevas ciencias y las humanidades. De la academia a la política*. Barcelona: Anthrohos/Rubí – IIS /UNAM- Editorial complutense Madrid.
- Groizard, J.L. & Jacob, M. (2004). Innovación, transferencia de tecnología y desarrollo en empresas hoteleras de origen balear a las economías latinoamericanas. En: *Fundación Càtedra Iberoamericana, n° 5*. Palma de Mallorca, España: Universitat de les Illes Balears. Recuperado de: http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:zGy6O_28dVoj:scholar.google.com/&hl=es&as_sdt=0
-
- Harvey, D. (2004). *El nuevo imperialismo*. España: Akal.
- Hinkelammert, F. (s.f). *La globalidad de la Tierra y la Estrategia de Globalización*. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/campus/marxis/P3C3Hinkelammert.pdf>
- Houtart, F. (2000). Las Alternativas Creíbles del Capitalismo Mundializado. En: *Pasos*, n° 89. DEI,

San José, Costa Rica. Recuperado de: <http://deicr.org/IMG/pdf/pasos89.pdf>

Manuera, J.L. & Rodríguez, A.I. (2006). *Estrategia de Marketing. De la Teoría a la Práctica*. Madrid, España: ESIC Editorial.

Marini, R.M. (2015). *América Latina, Dependencia y Globalización*. Compilador, Carlos Eduardo Martins. Bogotá: CLACSO y Siglo del Hombre Editores.

Marx, K (2008) El Capital. Vol.1. México: Siglo XXI Editores.

Monterrubio, J.C. (2011). *Turismo y Cambio sociocultural. Una perspectiva conceptual*. México: Plaza y Valdés.

Morales, L.C. (2011). De lo Tradicional a lo Turístico: El Caso de los Trabajadores de Los Pargos, Guanacaste. *Reflexiones*, 90 (1), pp. 37-50.

Osorio, J. (2010). La Exclusión desde la lógica del capital. En: *Revista Migración y Desarrollo*, (14), pp.89-114. Recuperado de: <http://rimd.reduaz.mx/revista/rev14/5.pdf>

Paz, F. (2005). Neoimperialismo y neoliberalismo. *Contaduría y Administración*, (216), pp. 101-118.

Rel-UITA. (2008). *Cadenas Hoteleras Españolas en América Latina y las Libertades Sindicales*. Consultado de http://www.turismo-responsable.org/Investigacio_debate/0810_hoteles_reluita.pdf

Saxe Fernández, J. (1999). Globalización e Imperialismo. En John Saxe Fernández (coordinador), *Globalización: crítica a un paradigma*. México: UNAM/Plaza & Janés.

Serrano, R.C. (2010). *Globalización, turismo armónico y desarrollo local, una visión desde la complejidad*. 4º Congreso de la Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT). Puerto Vallarta, Jalisco, México.

Urry, J. (2008). *La globalización de la mirada del turista*. Barcelona: Metrópolis. Consultado de http://ciutatinvisible.org/images/Jornades/Articles/Barcelona_Metr%C3%B3polis___John_Urry___La_globalizaci%C3%B3n_de_la_mirada_del_turista.pdf

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 Eghtner 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).

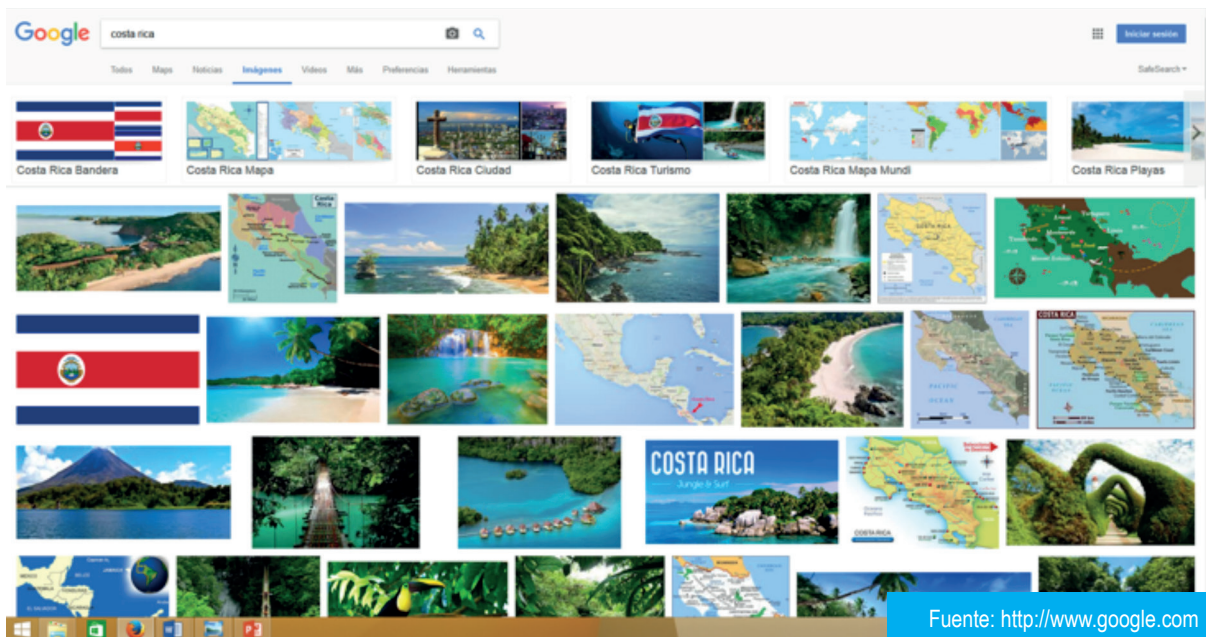
Existe también la tendencia a enfatizar la biodiversidad del país. Abundan los porcentajes de especies de aves, plantas, peces o mamíferos en relación al tamaño del país: 0.03% de la superficie terrestre albergando un 4% de sus especies, rezan la mayoría de las fuentes. La cultura humana en todas estas 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 medido 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 hartas 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.



UNA
UNIVERSIDAD
NACIONAL
COSTA RICA

