

Etnoturismo

(Mercantilización de la naturaleza)

LEONARDO GUAYÁN JARAMILLO

Egresado del TEUC, estudia la maestría Culturas y Literatura en la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

Todo lo que llamamos 'cultura superior' se basa en la espiritualización y la profundización de la crueldad.

FRIEDRICH NIETZSCHE

Los sistemas de significación establecidos a partir de la globalización han adquirido un dominio que, más allá de fortalecer el desarrollo de bienes materiales, reconfiguran, canalizan y acumulan capital simbólico. La intención de estandarizar diversas formas de valor desde lo inmaterial ha creado otros espacios y tiempos, en los que se pretende reajustar no solo las formas de proyectar y consumir, sino las de pensar y sentir.

Manuel Castells (1999), en *La era de la información*, aclara cómo el capitalismo y sus nuevas dinámicas exigen e implementan estrategias para la reorganización social, la transformación de los lenguajes, y la creación de nuevas necesidades y riquezas. La cultura, más allá de ser una 'urdimbre' que tiene como objeto la explicación e interpretación de expresiones sociales (Geertz, 1987, p. 20), es un ente que impulsa la economía global y reorganiza diversos lenguajes con otras dimensiones de espacio y tiempo.

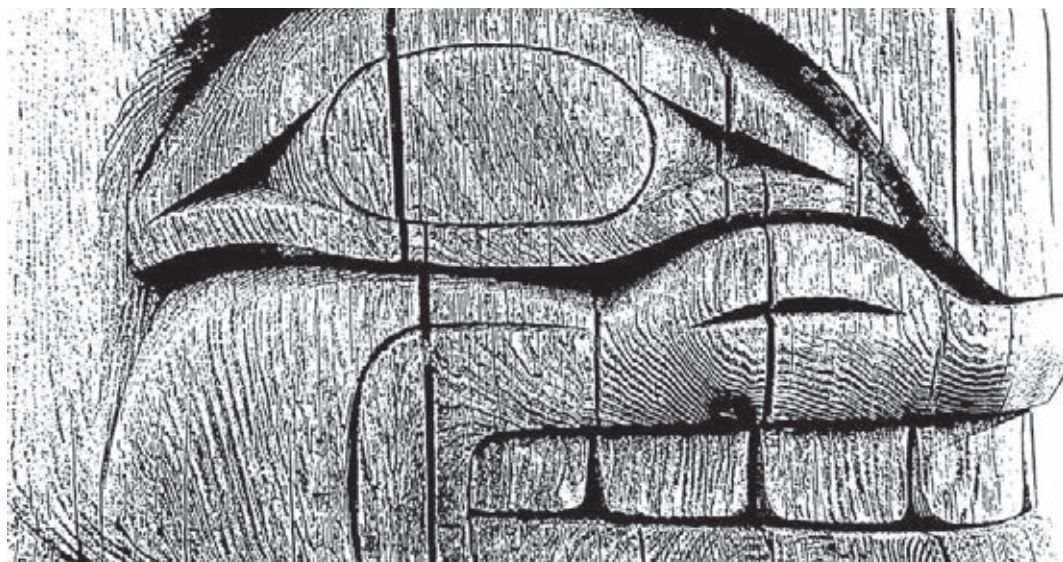
La revolución de las tecnologías de la información y la reestructuración del capitalismo han inducido una nueva forma de sociedad, la sociedad red, que se caracteriza por la globalización de las actividades económicas decisivas desde el punto de vista estratégico, por su forma de organización en redes, por la flexibilidad e inestabilidad del trabajo y su individualización, por una cultura de la vir-

tualidad real construida mediante un sistema de medios de comunicación omnipresentes, interconectados y diversificados, y por la transformación de los cimientos materiales de la vida, el espacio y el tiempo, mediante la constitución de un espacio de flujos y del tiempo atemporal, como expresiones de las actividades dominantes y de las élites gobernantes. (Castells 1999, p. 23)

Según García Canclini (1995, p.16), "la cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar", distinto al desarrollado anteriormente con la internacionalización de las culturas nacionales, en el que se establecían diversas dinámicas estrictas de protección en los países, con el fin de mantener las fronteras geográficas y el consumo 'propio' en cada sociedad.

La globalización generada y difundida por dinámicas más mediáticas (García Canclini, 1995, p.16) presume una interacción funcional de actividades económicas y culturales, de bienes y servicios, que se extienden a través de un sistema de muchos centros, en el que importa más la velocidad para ver el mundo que las perspectivas geográficas desde las que se opera.

El poder y la mediación de algunos organismos, ONG e instituciones internacionales, así como el aumento de la capacidad tecnológica de algunas trasnacionales, han generado nuevas redes de poder en el mercado global, en las que se combinan la productividad del trabajo material e inma-



terial y la del consumo de bienes con valor simbólico, lo cual convierte a la cultura en un medio para mejorar el crecimiento económico y revitalizar las dinámicas sociopolíticas.

La cultura es hoy motor de la economía global, y sus expresiones forman parte de un discurso que se configura con los procesos de industrialización –el llamado ‘discurso del desarrollo’–. Aníbal Quijano (2000, p.79) argumenta cómo, a través del discurso del desarrollo, se organizan ejercicios de poder que solo vienen a naturalizarse con la globalización. El discurso de ‘el desarrollo y el subdesarrollo’ obedece a un reordenamiento del poder capitalista con fines específicos de redistribuir el control del poder en dinámicas laborales, de producción, y en políticas, en las que se concede a la cultura una facultad para dar explicaciones sobre los grupos humanos frente al desarrollo, estructurando la condición de dependencia que se visibiliza con claridad en los países latinoamericanos, y para fortalecer el ‘saber hegemónico’ que manifiesta las brechas entre desarrollados y subdesarrollados.

Este discurso de Quijano acerca de la dominación y dependencia nos permite

distinguir, entre muchas actividades dinámicas de la economía global, una en particular, el turismo, uno de los grandes núcleos del desarrollo económico, que comprende la ritualización de hábitos, costumbres y lenguajes, la tecnificación de emociones, creencias y saberes, y la combinación del placer y el conocimiento, enmarcado todo en una ‘visión democratizadora’ de la cultura, la cosificación del ocio, con el tiempo, el espacio y la naturaleza del ser empaquetados en la lógica del mercado, como uno de tantos adefesios de la globalización.

Etnoturismo: cultura y lógica del mercado

Cuando Colombia firme el cheque en blanco que se llama TLC, nada será nuestro y hasta la vida será patentada para hacer negocio con ella¹

El etnoturismo surge como una modalidad de turismo, que, en medio de un discurso rural, cultural y ecológico, está basado en la suma de actividades realizadas en territorios indígenas. En este tipo de turismo, son

¹ ONIC. Los pueblos indígenas de Colombia frente al ALCA y el TLC. Pronunciamiento del 30 de junio de 2005.

las propias comunidades las que interactúan con los visitantes en busca de una ritualización de tradiciones y conocimientos, en la que se conjugan saberes universales, ancestrales y lógicas de mercado.

Esta actividad desarrollista surge en Chile a mediados de los años 1990 y se inicia a partir de programas públicos que tienen como objetivo brindar financiamiento, asistencia técnica y capacitación a las comunidades indígenas, con el fin de generar autogestión y crear estrategias para incrementar el flujo turístico y los ingresos (ONIC, 2010).

Según Magdalena Morales, en su artículo “¿Etnoturismo o turismo indígena?”, “el etnoturismo se refiere a las actividades que pueden realizar los turistas y sus alcances por medio de los encuentros con pueblos indígenas” (2008, p. 123). Las vías propuestas y los imaginarios construidos a través de todo el concepto de cultura, que, según George Yudice, es caracterizado por la rápida globalización y considerado como un ‘recurso’, han sido insertados de manera estructurada en esquemas socioeconómicos a través de políticas públicas y disertaciones universales que, por un lado, promueven un discurso para la defensa de los derechos humanos y culturales, pero de igual

manera desarrollan lógicas sociopolíticas y capitalistas.

Lo que me interesa destacar desde un principio es el uso creciente de la cultura como expediente para el mejoramiento tanto sociopolítico cuanto económico, es decir, para la participación progresiva en esta era signada por compromisos políticos declinantes, conflictos sobre la ciudadanía [...] y el surgimiento de lo que Jeremy Rifkin [...] denominó ‘capitalismo cultural’. (Yudice, 2002, p. 23)

La Declaración Universal de la Unesco (2001) expresa claramente cómo la cultura, más allá de constituir esa ‘urdimbre’ que explica e interpreta las expresiones sociales, es una parte integrante de los derechos humanos que sirve para organizar políticamente a las sociedades, es consumible y debe ser estructurada y regulada.

Es en este juego entre deseos y estructuras en que las mercancías y el consumo sirven también para ordenar políticamente cada sociedad. El consumo es un proceso en el que los deseos se convierten en demandas y en actos socialmente regulados. (García Canclini, 1995, p. 48)

En América Latina, el turismo (y en este caso el *etnoturismo*), es una de las actividades más dinámicas, evolucionadas económicamente y con trascendencia política; los estados e instituciones privadas han fortalecido esta forma de turismo, basándose en el discurso de los derechos culturales, que promueven la identidad y participación en la vida cultural, con el respeto de los derechos humanos y las libertades fundamentales, pero insertados en la lógica del capital, en la que se compran, venden y trafican tierras con el fin de crear megaproyectos para la explotación de los recursos naturales, y se comercializan de manera indiscriminada valores simbólicos y piezas de patrimonio histórico. Fernando Báez (2008, p. 197) revela denuncias hechas por arqueólogos

... se imponen visiones
turísticas depredadoras,
que terminan en
la construcción de
poblados improvisados,
levantados
específicamente para el
crecimiento comercial.

acerca del irrespeto a las ruinas de los asentamientos indígenas, en donde se imponen visiones turísticas depredadoras, que terminan en la construcción de poblados improvisados, levantados específicamente para el crecimiento comercial.

La inserción de las comunidades en el mercado y el cambio de sus hábitos generan otra perspectiva, en la que el cuerpo, las experiencias y las relaciones se introducen en diversos círculos comerciales. Según Jeremy Rifkin (2000), la ‘era del acceso’ se define por la “progresiva mercantilización de toda experiencia humana”, en la que se compran sentimientos, entretenimiento, espiritualidad y comunicación.

Mientras que la era industrial se caracterizaba por la mercantilización del trabajo, en la era del acceso [se] destaca sobre todo la mercantilización del juego, es decir, la comercialización de los recursos culturales, incluyendo los ritos, el arte, los festivales, los movimientos sociales, la actividades-espiritual y de solidaridad, y el compromiso cívico; todo adopta la forma de pago por el entretenimiento y la diversión personal. (Rifkin, 2000, p. 5)

La transformación de las comunidades y la mercantilización de la naturaleza se basan precisamente en la transformación del comercio, por la cual se pasa de vender cosas y propiedades a mercantilizar relaciones y esencias espirituales, ideas y afectos. Las comunidades indígenas, además de sufrir fenómenos como el despojo ilegítimo de sus territorios y la sobreexplotación de los bienes naturales que ellos han conservado milenariamente, deben sobrellevar transiciones a dinámicas directas de consumo, ajustar sus saberes para interactuar con los turistas, y hacer de sus creencias una mercancía.

Según Rifkin (2000, p. 96), “el turismo mundial propende al incremento en la economía del siglo XXI, pues el 20 %

de la población más rica del mundo gasta una parte cada vez mayor de su renta en el consumo cultural y experiencias de vida”, lo cual tiende a provocar que la producción cultural sea vista como un sistema de transformación de capital, que trae consigo cambios en la infraestructura de los territorios indígenas, incentivando la construcción de los puertos, carreteras, aeropuertos y equipamientos necesarios para adaptar unas realidades a otras, mientras las comunidades cambian su naturaleza a un patrón de poder mundial que, desde el capitalismo, se basa en un instrumento de dominación reconocido por Quijano como ‘la naturalización de la idea de la raza’, en la que se diferencia de manera biológica a la población humana entre inferiores y superiores.

De ese modo, las antiguas ideas sobre la superioridad e inferioridad de las gentes en relaciones de dominación fueron naturalizadas. Sobre esa base y durante los cinco siglos siguientes se clasificó a la población del planeta entre razas superiores y razas inferiores. Y esa clasificación fue articulada con el control del trabajo y con el control de la autoridad y de la subjetividad. Sobre la base de la idea de raza se produjeron y distribuyeron las nuevas identidades sociales (indio, negro, amarillo, aceitunado, blanco, y mestizo), que se conforman como el eje de distribución mundial de las formas de dominación/explotación/conflicto sobre el trabajo. (Quijano, 2000, p. 81)

Las relaciones sociales entre quienes consumen turismo (turistas) y quienes hacen turismo (comunidades) deberían tener un reconocimiento natural entre unos y otros. Sin embargo, esta colonialidad del poder y la clasificación racial de la población ya naturalizada en las sociedades impiden que se desvanezcan las lógicas en el ejercicio de poder. La globalización y el consumo desaforado no tienen más alternativa que desarrollar el interés por la apropiación del conocimiento tradicional como un surgi-

miento de bienes que pueden ser utilizados para el mercado, desconociendo por completo la realidad, dignidad y naturaleza de las comunidades.

Aquellos tratados internacionales vinculados directamente con discursos políticos y comerciales como los TLC (tratados de libre comercio) o respaldados por la OMT (Organización Mundial del Turismo) generan desconfianza entre las comunidades indígenas (ONIC, 2010), al ver cómo las instituciones han privatizado y convertido en bienes de capital los saberes milenarios. En estas comunidades se teme que, a través de estructuras turísticas, los pueblos indígenas queden sujetos a decisiones políticas que responden a la búsqueda de patentes de propiedad intelectual y acumulación de capital.

La Declaración de la IV Cumbre de Líderes Indígenas de las Américas, firmada en Colombia el 12 de abril de 2012, planteó que el modelo de desarrollo económico implementado por los Estados del continente americano desconoce la realidad de las comunidades y su desarrollo propio, pasando por alto la armonía del ser indígena con la Madre Tierra y reduciendo su relación con la naturaleza a un sistema de mercado. Por ejemplo, en esta misma Declaración se dice que “las políticas estatales de mitigación y reducción de los impactos del cambio climático han resultado ineficaces y han evidenciado su fracaso, promoviendo la mercantilización del ambiente” (Cuarta Cumbre, 2012).

A su vez, en el Primer Congreso Internacional de Pueblos Indígenas Antiimperialistas del Abya Yala, que tuvo lugar en Venezuela, del 7 al 9 de agosto de 2007 (Primer Congreso, 2007), se plantearon diversas problemáticas que afectan a los indígenas; en la Declaración de Kumarakapay, producto de este Congreso, se aclara la firme posición en contra de las instituciones

que intervienen de manera directa en el desarrollo natural de las comunidades:

Vemos al imperialismo como fase superior del capitalismo, a través de sus distintas expresiones, como [...] el consumismo, el desgaste de los recursos naturales que conllevan [...] la destrucción de la biodiversidad, la transculturización de los pueblos; que implica borrar nuestra esencia, la pérdida de nuestros valores ancestrales y la negación de la existencia de nuestros pueblos, convirtiéndose en la más terrible amenaza que [se] cierne sobre la vida y existencia de nuestro planeta.

Estas manifestaciones y los encuentros realizados por los pueblos indígenas muestran en su naturalidad diversas formas de búsqueda y organización, que, más allá de expresar análisis críticos de la historia, expresan una serie de necesidades que involucran todo el reconocimiento de sus saberes y entornos. Constituye un enfoque digno iniciar un apropiado entendimiento de la cosmovisión de las comunidades y pensar que las dinámicas de desarrollo proyectadas a través del turismo (etnoturismo) deben plantearse no desde la visión ajena a su esencia, sino desde el respeto y aceptación, pues, más allá de los esquemas culturales, los discursos, las estructuras, los gobiernos, los sistemas y los intereses, está la vida misma, la naturaleza, el permitir-nos ser. ■

Referencias

- Báez, F. (2008). *El saqueo cultural de América Latina. De la conquista a la globalización*. Melvin: Venezuela.
- Castells, M. (1999). *La era de la información*, Vol. 2: El poder de la identidad. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Cuarta Cumbre (2012). Declaración de la IV Cumbre de Líderes Indígenas de las Américas “Tejiendo alianzas por la defensa de la Madre Tierra”.

- Cartagena de Indias, Colombia, Abril 11 y 12 de 2012. Consultado en <http://wayuunaikiperiodicoindigena.blogspot.com>
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos, Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- Geertz, C. (1987). “Descripción densa: Hacia una teoría interpretativa de la cultura”, “El impacto del concepto de cultura en el concepto de hombre”, y “Juego profundo: notas sobre la riña de gallos en Bali” en *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Morales M. (2008). ¿Etnoturismo o turismo indígena? *Revista Praxis*, año 4, N.º 5 pp. 123 – 136.
- ONIC. (2010). Los pueblos indígenas de Colombia frente al ALCA y el TLC. *Revista Líder*, Vol. 16, Año 12, pp. 105-124. Pronunciamiento de 30 de junio de 2005.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Los derechos culturales, marco propicio para la diversidad Cultural, 2 de noviembre de 2001.
- Primer Congreso (2007). I Congreso Internacional de Pueblos Indígenas Antiimperialistas del Abya Yala. Declaración de Kumarakapay, agosto de 2007. Consultado en <http://www.ecoport.net>.
- Quijano, A. (2000). “El fantasma del desarrollo en América Latina”. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, Vol. 6, N.º 2 (mayo-agosto), pp. 73- 90, Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Quijano A. (2004). “El laberinto de América Latina: ¿hay otras salidas?” *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, Vol. 10, N.º 1 (enero-abril) pp. 75-97. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Rifkin, J. (2000). *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life is a Paid-For Experience*, Putnam Publishing, ISBN 1-58542-018-2.
- Unesco (2001). *Declaración Universal de la Unesco sobre la diversidad cultural*.
- Yudice, G. (2002). *El recurso de la cultura*. Barcelona: Gedisa.