
CULTURAS INDIGENAS Y LA EXPANSION DEL TURISMO

Elisa Raquel Gianuzzi

Licenciada en Psicología

Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de

Psicología República Argentina

elisagianuzzi_05@hotmail.com

Facundo Martín Hernández

Ph.D., Universidad Nacional de Mar del Plata,

Facultad de Humanidades, República Argentina

fmhernandez12@yahoo.com.ar

LOS ESPACIOS TESTIMONIALES DE LOS PUEBLOS INDIGENAS LATINOAMERICANOS EN EL CAPITALISMO TURISTICO

Resumen: *El presente trabajo se propone analizar el impacto del turismo en territorios identificados con las culturas indígenas. Se analizan los modelos verticalizados por el capitalismo turístico, las contradicciones que allí presentan las organizaciones internacionales –dedicadas a la conservación de patrimonios culturales– y la expansión de empresas turísticas multinacionales en estos sitios.*

Palabras clave: *culturas indígenas, turismo, globalización, América Latina.*

Abstract: *The present work intends to analyze the impact of tourism in territories identified with indigenous cultures. Analyses models verticalizados by tourist capitalism, the contradictions that there are international organizations – dedicated to the conservation of cultural*

heritage – and the expansion of tourism multinational companies at these sites.

Key words: *aborigine cultures, tourism, globalization, Latin America.*

I) Hacia un enfoque territorial del turismo

Para algunos sectores, generalmente político-administrativos, empresariales y mediáticos, el turismo es un medio que permite alcanzar el desarrollo local sustentable. Este supuesto se apoya en la creencia de que el despliegue de las actividades vinculadas a la economía turística tienen un bajo impacto en el medio ambiente y en las culturas locales, al mismo tiempo que generan múltiples beneficios en las sociedades receptoras de los flujos turísticos¹. La puesta en producción de paisajes naturales y prácticas culturales para el turismo se materializa a través de la comercialización de la naturaleza y la cultura, al ser incorporadas a un modo particular de *producción capitalista*, en el cual la lógica de mercado gobierna a la dinámica ambiental y cultural. El turismo interpretado como una expresión cultural de la sociedad capitalista² responde a una división clasista, primero en cuanto a la posibilidad de acceso a la práctica turística; y segundo, debido a una serie de impactos sociales, culturales, económicos y ambientales que deben ser estudiados³.

El enfoque territorial del turismo se apoya en una serie de conceptos. Destacamos la noción de “lugar turístico”, entendido como aquella porción del espacio que es apropiado y ocupado por turistas, operadores y desarrolladores del turismo. Es el lugar donde la actividad turística se territorializa⁴, redefinido por diferentes escalas de actuación⁵, donde los actores que intervienen en el proceso de apropiación y ocupación lo resignifican según sus racionalidades, tendencias, vocaciones, ideologías y emociones específicas⁶.

Los espacios testimoniales de los pueblos indígenas latinoamericanos
en el capitalismo turístico

En definitiva, el destino se modifica en función del público a quien va dirigido: la *imagen promovida* y la *imagen esperada* dependen de un compromiso entre compradores y vendedores. En efecto, el consumo simbólico no puede entenderse sin tener en cuenta el consumo económico: toda vulgarización de símbolos y estandarización de imágenes tiene que ver con el reino de lo comercial⁷. Si a este análisis de la imagen le agregamos la categoría espacial, podríamos acordar que el espacio turístico está conformado, en términos de Callizo (1991), por dos tipos de productos: a) los *espacios materiales construidos*, ordenados y acondicionados, y b) los *espacios inmateriales*, conformados por las imágenes salidas de las connotaciones mercantiles (imaginadas y comercializadas) con la finalidad de promover el destino.

II) Los pueblos indígenas: su incorporación al capitalismo turístico

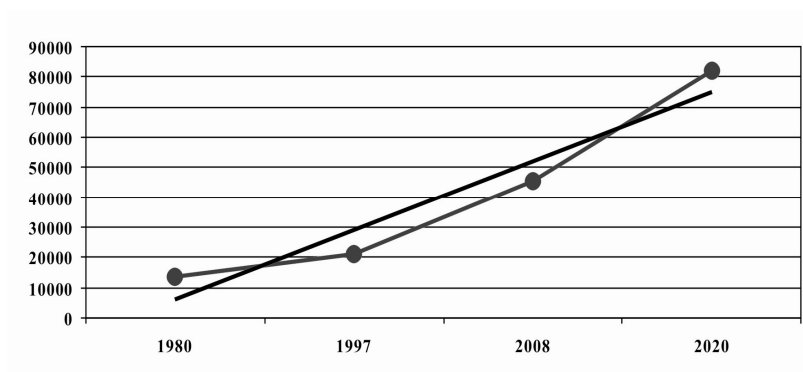
América Latina es una de las regiones de mayor crecimiento turístico en las últimas décadas, desde fines de la década de 1990 los ingresos por turismo extranjeros han crecido exponencialmente (Ver Gráfico 1); en quince años 1995-2010 la tasa de crecimiento anual fue de 5,7%, superando los niveles de las economías turísticas más desarrolladas (OMT, 2010). La región se consolida en el mercado de destinos a medida que sus bases materiales e inmateriales son resignificadas como recursos turísticos, esto logrado por la promoción del sector político y empresarial, apoyados en las tecnologías de información y comunicación asociadas al actual proceso de Globalización.

A nivel cultural, los nuevos patrones de consumo, manifestados en los deseos y aspiraciones de las sociedades articuladas e integradas a la llamada “aldea global”, avanzan sobre los territorios marginados y considerados

subdesarrollados o *empobrecidos*. El turismo se erige como uno de los principales mecanismos de “conquista” de aquellos lugares donde aún no ha llegado el mercado global. Arnaiz y César (2006) plantean que el turismo es una forma de

Gráfico I

Ingresos en millones de dólares por turismo extranjero en América Latina, tendencia y proyección hacia el 2020.



Fuente: OMT (2010).

reproducción y expansión del sistema capitalista global. De esta manera, el turismo fomenta lo que García Canclini (2002) denomina *transnacionalización de la cultura*, asociada a la *transnacionalización del capital*, en el que se impone un intercambio desigual de los bienes materiales y simbólicos. La finalidad de este proceso consiste en homogeneizar las distintas modalidades de producción cultural derivadas del sistema capitalista, siendo esto no homologable a un reparto equitativo de los recursos, sino una creación de la ilusión de que todos pueden disfrutar, efectiva o virtualmente, de la superioridad de

Los espacios testimoniales de los pueblos indígenas latinoamericanos en el capitalismo turístico en el capitalismo turístico la cultura dominante⁸. Se trata del poder decisonal que tiene el mercado sobre lo que las culturas *deben ser*, descalificándose todo tipo de oposición o cooptándolas para su beneficio.

En este sentido, los pueblos indígenas latinoamericanos han sido valorados recientemente por el mercado turístico como recursos. La cultura, aprovechada por el capital turístico, se homologa a la naturaleza: un espectáculo, donde se miran del mismo modo las playas y las danzas indígenas⁹. Los templos, ciudadelas y las artes se transforman en un recurso a ser explotado y apropiado por sectores desarrolladores del turismo. La vestimenta, el rostro, el color de la piel, la danza, la música, se convierten en recursos; incluso la situación de pobreza y vulnerabilidad en la que viven son “disfrazadas” por los operadores como formas de “vida natural o primitiva”.

En los últimos años, en los territorios identificados con las culturas indígenas, se ha desplegado el turismo como un modismo exótico, pero también surge como una “necesidad” de la cultura occidental de romper con la urbanidad y los acelerados ritmos de vida satisfaciendo la curiosidad de conocer al “otro”, como sinónimo de “lo natural”. Como consecuencia, estos destinos identificados con las culturas indígenas, son apropiados por el capital turístico para obtener una renta, siendo varios espacios testimoniales¹⁰ gestionados por empresas privadas y los estados. De esta forma, se desterritorializan los territorios otrora pertenecientes a los pueblos indígenas y se reterritorializan como territorios turísticos.

En este proceso de producción turística surgen contradicciones: la primera a resaltar es que las necesidades de los turistas extranjeros, provenientes de los países del capitalismo desarrollado, están condicionadas por las formas y calidad de vida que tienen en su lugar de origen que contrastan

con las características socio-económicas presentes en los países latinoamericanos y, más aún, en las regiones donde han sido recluidas, por los estados nacionales, las culturas indígenas. Para resolver esta disyuntiva, los gobiernos nacionales invirtieron en servicios e infraestructuras básicas concentradas en el lugar turístico, pero no donde habita actualmente el indígena (barrios, comunidades, reservas), con el fin de atraer inversiones directas. De esta política de promoción e inversión turística resulta la fragmentación del espacio en dos: por un lado se desarrolla el 1) *lugar turístico*, propiamente dicho, incorporado a la economía mundial, constituyendo un paisaje “moderno” conformado por complejos hoteleros, aeropuertos, locales gastronómicos, donde los monumentos culturales y naturales pueden ser visitados mediante una transacción comercial; y por otro lado se mantiene la existencia de un 2) *lugar no turístico*, ligado a la realidad latinoamericana, constituyendo un paisaje de “retraso”, pobreza y exclusión; con pueblos, aldeas, barrios, con escasas tierras, hacinados, sin servicios básicos, caminos, hospitales, escuelas, comunicaciones, etc.

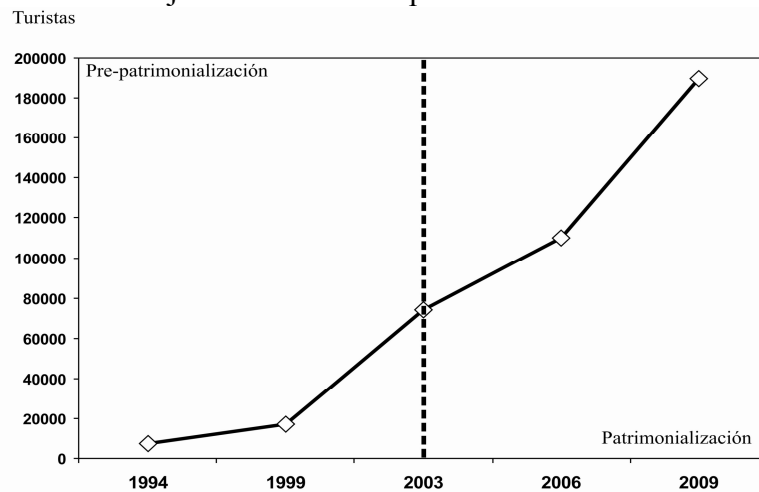
III) ¿Patrimonio indígena o de la “Humanidad”?

Los patrimonios culturales de los pueblos indígenas han sido reconocidos por los organismos internacionales, fundamentalmente, por su valor arqueológico. Estas denominaciones que atraen al turista, transforman a los sitios patrimoniales en una marca o firma territorial que liga la cultura al turismo. Un ejemplo es la reciente valorización turística de la Quebrada de Humahuaca (Argentina), históricamente territorio de la cultura qolla. La Quebrada es una muestra de la rápida transformación de un lugar por el turismo, así el paisaje cultural de los pueblos quebradeños fue convertido en un paisaje turístico de los complejos hoteleros, catalizado por el

Los espacios testimoniales de los pueblos indígenas latinoamericanos en el capitalismo turístico crecimiento en las llegadas de turistas desde la declaración de la UNESCO (Ver Gráfico II). Como consecuencia, se produjo un incremento abrupto del precio de la tierra, limitando el acceso a los pobladores locales por la sobrecotización en moneda extranjera y por el cercamiento realizado por y para los proyectos hoteleros. De esta forma, se desarticulan las economías tradicionales, como la agricultura andina-campesina, a partir de la expansión de un nuevo uso de la tierra apoyado en la economía turística y la especulación inmobiliaria de la tierra. Esto resulta de un modelo que mercantiliza el paisaje y la cultura sin que la población local sea partícipe estratégica en la planificación y desarrollo del turismo, quedando relegada a ser un mero atractivo, un recurso turístico vivo, una imagen fotográfica que connota una participación pasiva del poblador en el fenómeno turístico.

Gráfico II

Flujo de turistas en el período 1994-2009



Fuente: Ministerio de Turismo de la Provincia de Jujuy, Argentina.

Desde un enfoque crítico sobre los procesos de patrimonialización, Graham *et al* (en Zusman y Castro, 2007) han propuesto sustituir la categoría “Humanidad” por “Global”. Estos autores destacan que, dadas las desigualdades actuales, el *patrimonio global* es definido por los pobladores de las regiones más ricas y no por los pueblos indígenas¹¹, que son los que construyeron aquello que los primeros decretan como de la “Humanidad”. En la misma línea, Prats (1998) plantea que la condición de ser algo común o compartido por todos que se asigna al patrimonio también puede ser interrogada, pues si el patrimonio es resultado de un proceso de selección llevado a cabo por actores sociales concretos, es evidente que el mismo estará definido por los criterios que estos actores establecen y que, de modo más o menos directo, estarán en función de intencionalidades específicas¹².

Entre los destinos turísticos más consolidados y visitados de América Latina se encuentran los monumentos, templos y ciudadelas construidas por las culturas precolombinas que sobrevivieron a la “Conquista” y que, además, fueron declaradas como patrimonios reconocidos mundialmente¹³. La continua expansión del mercado turístico sobre estos sitios arqueológicos y simbólicos, sumada a la ausencia de normativas de protección por los propios estados, condujo a que distintos organismos internacionales dispusieran de medidas que regularan la actividad para que se garantice la existencia de los espacios testimoniales en el tiempo.

La UNESCO ha ido declarando, desde la década de 1970, Patrimonio de la Humanidad a sitios sagrados, ciudadelas y monumentos en Perú, México, Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Nicaragua, Honduras, El Salvador y Guatemala (Ver Tabla I). Esta situación ha permitido atraer a las regiones

Los espacios testimoniales de los pueblos indígenas latinoamericanos en el capitalismo turístico latinoamericanas, con espacios testimoniales, a turistas e inversores provenientes de los países desarrollados. En el caso de las inversiones, estas se han territorializado en las cercanías de los sitios patrimoniales, en su interior, o en poblados aledaños, obteniendo ventajas comparativas por la cercanía en referencia al recurso turístico o por el control del mismo mediante la adquisición de tierras testimoniales. Las firmas turísticas adaptan el territorio según sus necesidades y las de sus clientes y no a la inversa, construyen su propio territorio, generando procesos de desterritorialización-reterritorialización.

Este modelo turístico puede ser interpretado desde la teoría de la Segunda Contradicción del Capitalismo, planteada por O'Connor (1992), que sostiene que el capital hace un uso autodestructivo de la fuerza de trabajo, del espacio, de la infraestructura urbana, y de la naturaleza o medio ambiente, incrementando los costos de producción que conducen a procesos de crisis socio-económicas¹⁴. A este análisis, podemos agregar el uso destructivo del capital de la cultura y su patrimonio. En efecto, un recurso cultural tiene un valor agregado para su explotación si cuenta con el aval de las organizaciones internacionales especializadas. Esto se traduce en una mayor atractividad para inversiones en servicios turísticos que terminan por superar ampliamente los recursos asignados y destinados a la conservación, impactando sobre lo que originariamente se pretendía proteger.

IV) Turismo y culturas indígenas en Guatemala y México

Para analizar algunos casos de la región, tomaremos los casos de Guatemala y México. En el primero se destaca la ciudad maya de Tikal (*Mutul* o *Yax Mutul*). En vista a que la República de Guatemala tenía recursos potenciales para el turismo e indicadores de pobreza elevados, fue incorporada en el

Tabla I

Declaraciones de Patrimonio de la Humanidad e incorporación al mercado turístico.

País	Cantidad de declaraciones	Incorporados al mercado turístico internacional
México	11	9
Guatemala	2	2
El Salvador	1	0
Honduras	1	1
Colombia	2	0
Perú	5	5
Bolivia	1	1
Chile	1	1
Argentina	1	1
Total	25	20

Fuente: Elaboración propia en base a UNESCO (2010) y Ministerios de turismo nacionales.

2002 al Programa ST-EP (Turismo Sostenible-Eliminación de la Pobreza)¹⁵ de la OMT. Tal programa busca reorientar e incentivar el turismo sostenible desde el punto de vista social, económico y ecológico, para convertirlo en una herramienta básica para la eliminación de la pobreza en los países más pobres del mundo, ofreciendo posibilidades de desarrollo y empleo a todos aquellos que viven con menos de un dólar diario. Esta postura plantea que es posible generar fuentes de ingresos en zonas empobrecidas a partir del desarrollo de una economía de servicios, ignorando que la mayoría de la población, a la que

Los espacios testimoniales de los pueblos indígenas latinoamericanos en el capitalismo turístico se quiere incorporar como empleados del sector, son campesinos sin tierra, siendo sus reclamos y necesidades, principalmente, el acceso a la tierra. Un dato significativo, sobre este último punto, es la concentración de la tierra en Guatemala, donde menos del 2% de los productores posee el 57% de las tierras productivas¹⁶. Frente a este diagnóstico, el ST-EP permitió la expansión del mercado turístico mediante la financiación de los capitales estadounidenses a distintos proyectos locales.

En Guatemala el ingreso por turismo receptivo en el 2009 fue de US\$1392 millones, incrementándose el ingreso en un 272% al cabo de siete años de aplicación del Programa ST-EP (Ver Tabla II). Sin embargo, los niveles de pobreza aumentaron: en el 2002 el promedio fue de un 56,1% y el de pobreza extrema de un 15,6%, mientras que en el año 2009 se registró un 57,8% en pobreza y 24,2% en pobreza extrema¹⁷. También se ha incrementado en el país la desigualdad, según el Índice de Gini¹⁸ la concentración de las riquezas fue de 0,565 en 2002 y en el 2009 de 0,602. La política “idealista” de la OMT sobre la capacidad del turismo para distribuir la riqueza generada por la actividad no tuvo impacto, pero sí mejoró la posición del país en el mercado turístico internacional.

En los países centroamericanos, el turismo receptivo ha sido fortalecido como parte de un discurso y estrategia desarrollista que desde la planificación contempla la incorporación de los pueblos indígenas a los beneficios creados. El BID ha participado en estos países al financiar inversiones en infraestructura vial destinada a mejorar la accesibilidad de los turistas a zonas arqueológicas del “Circuito del Mundo Maya”. La finalidad es la recuperación y puesta en valor de las mismas, incluyendo la protección ambiental de su entorno; la incorporación de las comunidades locales e indígenas en la

provisión de servicios mediante capacitación y fomento de la microempresa; provisión de infraestructura básica para las poblaciones de la zona de influencia y seguridad turística¹⁹. El total de los montos fue en el 2006 de US\$45 millones en infraestructura a los que habría que sumar parte de los US\$30 millones destinados a los proyectos etnoturísticos²⁰. Pero el apoyo de los organismos internacionales de crédito, de la OMT y de los países desarrollados para el turismo en Centroamérica, solo ha consolidado la formación de enclaves económicos compuestos por escenarios turísticos exóticos en selvas, montañas y yacimientos arqueológicos. La construcción de un *turismo étnico* no parece ser una opción viable y digna para los indígenas, en su mayoría campesinos, ya que su cultura originaria no ha sobrevivido en un estado “puro” y ha atravesado procesos de sincretización y aculturización provocadas por la evangelización, la persecución política y la mercantilización de su fuerza de trabajo. Este tipo de turismo no buscaría recuperar la cultura, sino teatralizarla. La vida precaria y de subsistencia que tienen los pueblos indígenas no es el resultado de una cosmovisión propia, sino es el resultado de los modelos de desarrollo aplicados por los conquistadores de antaño, los sucesivos gobiernos regionales y los Estados Unidos desde la Doctrina Monroe (1823). En estos pueblos no hay mucho de exótico, en cambio, si lo hay de pobreza y miseria.

El caso de México (Ver Tabla II) presenta diferencias respecto al centroamericano, debido a la complejidad de su desarrollo turístico y a la diversidad de escenarios y prácticas turísticas. Es la principal economía turística de Latinoamérica y se ubicaba, en el 2009, en el décimo puesto a nivel mundial con respecto a la cantidad de llegadas internacionales²¹. Dentro de su oferta turística se incluyen los templos y ciudadelas de las

Los espacios testimoniales de los pueblos indígenas latinoamericanos en el capitalismo turístico culturas indígenas, la mayoría de estos están bajo la custodia del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). En Guatemala, la ausencia de políticas efectivas y de recursos para el mantenimiento de los espacios testimoniales ha llevado a que se justificaran procesos de privatización; en cambio, en México, la importancia económica y cultural a la que se le asignan a los monumentos y ciudadelas hace que tengan un mayor apoyo institucional del Estado.

Los monumentos y sitios arqueológicos forman parte del acervo cultural más importante de México. El Estado, la ONU, los organismos internacionales de crédito y los operadores y desarrolladores turísticos son los principales actores que definen la importancia de tal patrimonio mediante la aplicación de normativas y designaciones y de la promoción de inversiones. En cambio, las culturas indígenas que descienden de aquellos pueblos que construyeron dichos templos, ciudades, observatorios astronómicos, no tienen poder decisonal sobre su herencia.

La teatralidad en los parques temáticos como Xcaret, Hel-Ha y Xpu-Ha, transforma a la cultura maya en un espectáculo de luces y sonido, es una mera adaptación comercial y vulgar de la historia indígena. La desarticulación de las actividades tradicionales en la llamada “Riviera Maya” es una consecuencia del despliegue del capitalismo turístico que permitió la disolución de los productores campesinos de los municipios de Benito Juárez, Conzumel e Islas Mujeres (Quintana Roo), donde en 1983 existían 270 productores distribuidos en un total de 56647has, mientras que en la primera década del siglo XXI la mayoría de la población se encuentra habitando las ciudades impulsadas por el turismo y trabajando directa o indirectamente en el sector en condiciones laborales precarizadas²².

Tabla II

Ingresos por turismo en países latinoamericanos (1990-2009) y otros indicadores*

Indices	Países				
	México	Guatemala	Perú	Bolivia	Honduras
Ingresos, mil dolares					
1990	5520	190	210	91	120
1996	5700	220	670	159	234
2002	6900	510	850	176	341
2009	11275	1392	2140	671	870
Participación del turismo en el PIB (% , 2009)	8,21	5,95	3,77	1,93	5,64
% de empleos asociados al turismo	14,2	6,0	7,6	7,6	8,5
Indice de pobreza (% , 2009)	47,4	61,8	34,8	58,0	68,9
% de población hablante de lengua indígena	11,0	41,1	25,0	62,2	12,5

* Los países en la tabla son los que tienen recursos arqueológicos de pueblos indígenas como destacados destinos turísticos

Fuente: OMT, Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, IEG, IEH y INEI.

En México, se han territorializado los sectores más concentrados del empresariado hotelero. Los grupos más importantes del mundo están presentes en las ciudades más emblemáticas y en los lugares turísticos más convocantes. Pero también en el país se han expresado movimientos campesinos que han incursionado en ofrecer un turismo comunitario, de

Los espacios testimoniales de los pueblos indígenas latinoamericanos en el capitalismo turístico características más vivenciales. Varios de estos proyectos se nuclean en la Red Indígena de Turismo de México (RITA), en la que se plantea que las comunidades tienen la posibilidad de ser sujetos en el desarrollo del turismo y no objetos en el mismo. Esta red está financiada por el BID que presenta una serie de objetivos y directivas para que la red funcione más acorde a criterios propios del capitalismo turístico que a los de un nuevo paradigma, entre ellos: 1) consolidar la vinculación entre empresas; 2) estandarizar la prestación de servicios; 3) crear una identidad de la Red; 4) desarrollar un sistema de comercialización; y 5) desarrollar proveedores locales²³. En cambio, el llamado “zaturismo” pretende ser una alternativa o modelo de “turismo militante”, aunque las dificultades y limitaciones en la instrumentalización y operatividad no han podido ser superadas aún, principalmente las referidas al alojamiento, transporte y el uso de intermediarios.

VII) El neoliberalismo en Cusco y Machu Picchu

El proceso que transformó a Cusco y Machu Picchu en un destino internacional se inicia en 1968 cuando el Estado peruano, en conjunto con organismos de crédito internacional (FMI y BM), promueve el desarrollo turístico de este conjunto testimonial localizado en el Departamento de Cusco, al sureste del país. Pero su incorporación definitiva al capitalismo turístico se produjo con la incorporación de la ciudadela incaica al acervo cultural de la Humanidad con la declaración de la UNESCO en 1983. Sin embargo, durante la década de 1980, debido a la intensificación de los conflictos armados del gobierno con la guerrilla terrorista “Sendero Luminoso”, los arribos de turistas fueron irregulares (Ver Gráfico III), ya que varios de los sitios de mayor interés arqueológicos estaban cercanos a los focos de violencia y de tensión.

A partir del año 1993, posteriormente a la desarticulación de la guerrilla senderista, se da un acelerado repunte en la llegada de turistas extranjeros (Ver Gráfico III), y crecen los ingresos por turismo y su participación en el PIB, motivo por el cual la actividad pasa a ocupar un lugar prioritario en la agenda de los diferentes gobiernos, además de renovar el interés de inversores extranjeros. En el 2000, esta política se profundiza siguiendo tesis neoliberales ya que el gobierno llama a licitación pública internacional la operatividad de Machu Picchu, medida que se basó sobre dos premisas discutibles: a) que Walt Disney Company estaba construyendo una réplica en EEUU y b) en la necesidad de divisas extranjeras para el país²⁴. Esto inició el proceso concreto de *neoliberalización* de Machu Picchu, al privatizar el patrimonio de los pueblos indígenas y fomentar la inversión extranjera sin controles.

En la última década, Machu Picchu ha recibido masas de turistas extranjeros y, en menor medida, nacionales que han presionado sobre la capacidad de carga del sitio. Los beneficios que se obtienen de este flujo de visitantes y sus divisas extranjeras y nacionales no han modificado significativamente las condiciones de pobreza en que vive la mayoría de los habitantes de la región, catalogada como uno de los departamentos más pobres del país, con los mayores índices de desnutrición, analfabetismo y carencia de servicios básicos²⁵. Según el registro del Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú el Departamento de Cusco tenía en el 2009 75,4% de la población en situación de pobreza, frente al 39,3% del país²⁶.

En contraste al estancamiento de los niveles de pobreza, desde el 2004 se han incrementado significativamente inversiones hoteleras de lujo para el turista ABC1²⁷, lo que se

Los espacios testimoniales de los pueblos indígenas latinoamericanos en el capitalismo turístico tradujo en una mayor competitividad del destino en el mercado (Ver Gráfico III). Uno de los casos más significativos es el holding de empresas hoteleras estadounidenses Starwood que a través de una de sus cadenas, precisamente *Sheraton*, se expandió territorialmente en áreas patrimoniales incaicas.

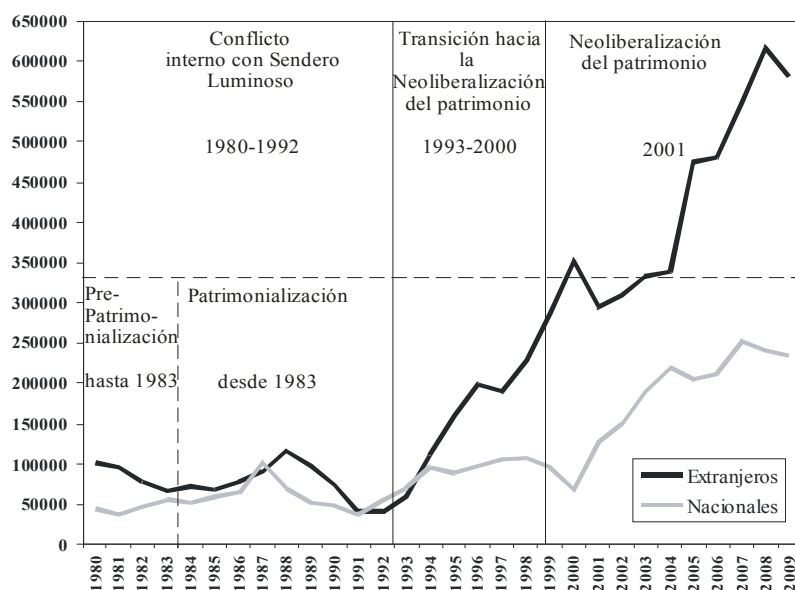
Las megacadenas hoteleras, como todo territorio corporativo, tienen una forma particular de combinar objetos que necesitan para el ejercicio de su acción: promoción, atractivos, alojamiento; y de organizar las acciones para poner a funcionar tales objetos²⁸: compra de tierras con vista panorámica o con presencia de monumentos patrimoniales, contratación de la población local como mano de obra económica; es decir, todo aquello que les permiten “desarmar” el territorio cultural (lo desterritorializan) y “rearmarlo” (lo reterritorializan) como un territorio comercial.

Del estado de desarrollo del capitalismo turístico, surgen dos actores que se diferencian, al menos en el discurso, por el grado de “responsabilidad social” que tienen respecto a la región: por un lado, están los grupos hoteleros multinacionales con oficinas matrices en el extranjero y por el otro, los grupos empresarios nacionales. Ambos actores empresarios se despliegan en la zona Machu Picchu - Cusco y sólo la capital peruana, Lima, supera la inversión hotelera de este sector. Las que captan un perfil de turismo ABC1, son mayoritariamente inversiones extranjeras: son 7 empresas hoteleras en total (estadounidenses, francesas e inglesas) con 12 hoteles, 879 habitaciones (78,6% del total de la oferta de hoteles de alta categoría) y con un ingreso bruto superior a US\$430 mil por día en temporada alta. Este tipo de empresas son indiferentes de cara a la realidad social que los rodea, funcionando como verdaderos enclaves económicos. En cambio, las empresas de los grupos nacionales tienen una menor

representación en la renta turística pero, a diferencia de las multinacionales, intentan articular su negocio con las problemáticas sociales de la región en la que invierten, no son firmas empresariales formadas por un sinnúmero de accionistas extranjeros ignotos para la sociedad nacional, sino que son apellidos con cierta historia en la economía peruana. Grupos como Inkaterra²⁹ y San Pablo³⁰ conforman ese tipo de burguesía paternalista de antaño, históricamente presente en la mayoría de los países latinoamericanos, donde los hoteles son un negocio más entre sus actividades económicas.

Gráfico III

Cantidad de visitantes de Machu Picchu en el período 1980-2009



Fuente: Elaboración propia en base Observatorio Turístico de Perú.

Otro de los aspectos que se resaltan del Gráfico III es que la globalización del destino turístico ha distanciado el volumen de turistas nacionales con respecto a los internacionales. En un país con profundas desigualdades sociales, la gran mayoría de los descendientes de los pueblos que formaban el incanato no conocen la máxima expresión del esplendor de su cultura: Machu Picchu. A medida que crece el mercado turístico y se consolida la neoliberalización se genera, paralela y contradictoriamente, una baja interacción del turista con la genuina cultura local, en tanto el primero, sólo conocedor de la historia narrada por la folletería, necesita de las firmas globales (las cadenas hoteleras, los *fast-food*, cafeterías, bancos) para sentir que dentro de lo “exótico” hay espacios que le son familiares, enclaves de su propia cultura. Mientras la cultura indígena se pierde a medida que más se consolida la intervención del mercado en las mismas a través de diferentes dispositivos sociales, económicos, culturales y psicológicos.

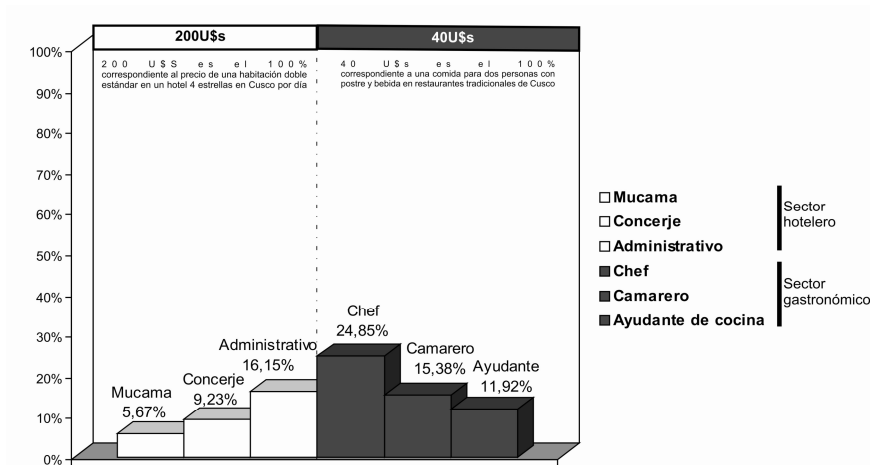
La masificación turística de Machu Picchu ha desarrollado prácticas depredatorias y extractivas de los recursos culturales y naturales, al extremo de tener que controlar la afluencia para garantizar la sustentabilidad del mismo a corto plazo. Además, los comercios tradicionales paulatinamente son desplazados por nuevos emprendimientos a gran escala. Ahora bien, si los flujos turísticos disminuyeran, las empresas se retirarían del mercado local buscando nuevos lugares para desarrollarse, el proceso de transculturización ya habrá impactado lo suficiente en la estructura socio-económica como para provocar crisis localizadas e irreversibles en la mayoría de los casos.

Frente a este nivel de desarrollo de las fuerzas productivas del capitalismo turístico, los pueblos indígenas quedan expuestos a los propósitos del modelo imperante: la

incorporación de los mismos como mano de obra de bajo costo, como paisaje cultural “vivo” para la contemplación del visitante o como productores de artesanías y expresiones artísticas –sean estas genuinas de su cultura o manipuladas por la industria. Precisamente, la región del Cusco es una de las más pobladas por indígenas en Perú, según la CEPAL, en el 2007 el departamento superaba los 830.000 indígenas, representando el 72,4% del total. La mayoría son incorporados al turismo como empleados de hoteles y emprendimientos gastronómicos. Los salarios son escasos, los de menor calificación en el sector de servicios gastronómicos oscilan los US\$258 mensuales y los superiores de US\$517; en el sector hotelero los más bajos son de US\$295 mientras que los cargos administrativos más importantes llegan a US\$840. Los cargos ejecutivos en las empresas transnacionales hoteleras y gastronómicas –los CEO– son ocupados por funcionarios de los países de origen de las mismas. Si comparamos las escalas salariales con los ingresos de las empresas hoteleras más importantes en un destino internacional se puede aproximar a una idea general de la plusvalía que se les extrae a los trabajadores del sector; en tanto son productores de servicios de atención (Ver Gráfico IV). Por ejemplo, con el 11,92% de las ganancias obtenidas por una comida completa para dos personas en los restaurantes más tradicionales de Cusco, el empresario le paga el día a un ayudante de cocina; y, en la rama hotelera, con el 5,67% del precio de una habitación doble estándar se le paga el salario por día a una mucama de un hotel 4 estrellas.

Gráfico IV

Porcentajes de los salarios de diferentes oficios en las ganancias
de los hoteles*



* Porcentajes que representan los salarios de diferentes oficios correspondientes al sector hotelero y gastronómico con respecto a las ganancias de los hoteles de mayor categoría y a los restaurantes más tradicionales, tomando como referencia el precio de una habitación doble estándar –en hotel 4 estrellas– para el sector hotelero y una comida completa para dos personas en el rubro gastronómico, estos en relación con los sueldos por día

Fuente: Elaboración propia en base a la Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y afines.

A modo de conclusión:

Eduardo Galeano en “Las venas abiertas de América Latina”, narra y analiza la historia de sometimiento de los indígenas a los imperios europeos primero, y a las grandes empresas internacionales, principalmente estadounidenses, posteriormente. La idea de desterritorialización que hemos

trabajado está presente en Galeano (1984) si incorporamos como parte de dicho proceso a la idea de destierro. Es decir: el desplazamiento de aquellos que encarnan una cultura es en sí mismo una desterritorialización en un doble sentido: se desterritorializa el “ser”, al abandonar su lugar de origen, su “cuna”; y se desterritorializa el territorio mismo, al perder a los hombres que le daban un determinado significado. El destierro siempre es hacia algún lugar no correspondido, como resultado de una imposición. Los indígenas han sido históricamente desterrados de su propia tierra, condenados al éxodo eterno, empujados hacia las zonas más pobres, las montañas áridas o el fondo de los desiertos, a medida que se extiende la frontera de la civilización dominante³¹. El capital turístico no sólo expulsa a las comunidades de sus tierras, por el valor inmobiliario que adquieren; sino que también niega los derechos de los mismos sobre sus espacios testimoniales, ya que son los principales recursos turísticos en varias regiones andinas de Latinoamérica. Como bien ilustra Galeano (1984): “los indios han padecido y padecen la maldición de su propia riqueza...”.

Los indígenas incorporados como mano de obra de bajo costo, o recurso vivo, en la industria turística, nos permite aseverar las serias dificultades que tiene el capitalismo turístico para que sea aceptado como modelo de desarrollo humano en las regiones más pobres de América Latina. Como plantea Galeano (1984), estos participan como víctimas de un orden económico y social donde desempeñan el duro papel de los explotados entre los más explotados.

La cultura indígena puesta en producción para el capitalismo turístico se transculturaliza, se transforma en objeto para una fotografía; su arte es incorporada en los hogares de origen de los turistas como un “testimonio” de que se estuvo en esas remotas

Los espacios testimoniales de los pueblos indígenas latinoamericanos en el capitalismo turístico
tierras. En este sencillo ejemplo, está la esencia del enfoque territorial que se aplicó a lo largo del trabajo: la desterritorialización, en este caso, implica la pérdida de tierras, costumbres, actividades productivas, prácticas culturales; y la reterritorialización conformaría la consolidación del mercado turístico global como matriz de desarrollo regional, con una tendencia a fortalecer la construcción de patrimonios culturales como una imagen a ser comercializada, una firma global avalada por instituciones internacionales, una postal útil para la atracción de inversiones extranjeras directas o de la burguesía nacional.

¹ OMT. Informe Anual 2010. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es>.

² HIERNAUX, D. ¿Cómo definir el turismo: un repaso disciplinario? – Aportes y Transferencias, Vol. II, N 4, 2002.

³ OSORIO, M. Hacia la construcción del objeto de estudio del turismo desde una perspectiva materialista crítica. – Pasos, Vol. III, N 1, 2009.

⁴ Las transformaciones que se producen en el lugar de destino por las racionalidades y lógicas del capitalismo turístico pueden explicarse a partir del estudio de la territorialidad, definiéndola, en términos Montañés Gómez (2001: 22), como el grado de dominio que tiene determinado sujeto individual o social en cierto territorio o espacio geográfico, así como el conjunto de prácticas y sus expresiones materiales y simbólicas, capaces de garantizar la apropiación y permanencia de un territorio dado bajo determinado agente individual o social. Se trataría de estudiar como se construye la territorialidad turística, como los agentes del desarrollo turístico, los sectores políticos-administrativos y el consumidor –el turista– se valen de diferentes estrategias para inventar su destino.

⁵ Las escalas son micro (local), meso (regional o nacional) y macro (global).

⁶ BOZZANO, H. Territorios posibles. Procesos, lugares y actores. Buenos Aires: Lumiere, 2009.

⁷ CANESTRINI, D. Trofei di viaggio. Torino: Bollati Boringhieri, 2001.

⁸ GARCÍA CANCLINI, N. Culturas populares en el capitalismo. México: Grijalbo, 2002.

⁹ Ibidem.

¹⁰ Los espacios testimoniales son definidos como aquellos relictos que dan prueba fehaciente de la herencia cultural que permanece en el tiempo, de la

construcción de un espacio propio a través de acciones y prácticas efectuadas por culturas –que otrora ocupaban efectivamente el territorio– y de las expresiones y objetos, creados y representados en la relación Sociedad-Naturaleza que constituyeron; modificándose, posteriormente, sus formas de producción y su organización social a partir de los procesos de aculturalización y transculturalización por medios coercitivos (Hernández, 2010).

¹¹ CASTRO, H. y ZUSMAN, P. Redes escalares en la construcción de patrimonios de la Humanidad. El caso de la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina). – Espaço e tempo, N 21, 2007.

¹² PRATS, L. El concepto de patrimonio cultural. – Política y Sociedad, Vol. 27, 1998.

¹³ Entre ellos: la ciudad prehispánica de Machu Picchu de los incas (Perú), la ciudad prehispánica de Teotihuacan (México) de los aztecas y el conjunto de ciudadelas mayas en Yucatán (México) y Guatemala, son los casos más emblemáticos.

¹⁴ O'CONNOR, J. Las dos contradicciones del capitalismo. – Revista IARIA, N 3, 1992.

¹⁵ A través de su Programa ST-EP (Turismo Sostenible – Eliminación de la Pobreza), la OMT ha puesto en marcha un marco para la atenuación de la pobreza, vinculando su anhelo tradicional de promover el turismo sostenible con los objetivos de desarrollo de las Naciones Unidas para el milenio y su propio Código Ético Mundial. Los países desarrollados financian proyectos turísticos en países subdesarrollados, en el caso de Latinoamérica. EEUU e Italia financian proyectos del Programa ST-EP en Honduras, Guatemala y Nicaragua.

¹⁶ Informe PNUMA 2010.

¹⁷ Informe del Instituto Nacional de Estadística de Guatemala, 2011.

¹⁸ El Índice de Gini se utiliza para medir la desigualdad en los ingresos, pero puede utilizarse para medir cualquier forma de distribución desigual. El coeficiente de Gini es un número entre 0 y 1, en donde 0 se corresponde con la perfecta igualdad (todos tienen los mismos ingresos) y 1 se corresponde con la perfecta desigualdad (una persona tiene todos los ingresos y los demás ninguno).

¹⁹ ALTÉS, C. El turismo de América Latina y el Caribe y la experiencia del BID. Washington: BID, 2006.

²⁰ Informe Banco Interamericano de Desarrollo 2006.

²¹ OMT. Informe Anual 2010. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es>.

- ²² ARNAIZ, S. y CÉSAR, A. Territorio y turismo. Nuevas dimensiones y acciones, Guadalajara: Editorial de la Universidad de Guadalajara, 2006.
- ²³ Informe Banco Interamericano de Desarrollo 2011.
- ²⁴ ARNAIZ, S. y CÉSAR, A. Pueblos originarios y turismo en América Latina. La conquista continúa. Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. XVIII, N 1, 2009.
- ²⁵ RUIZ, R. Desarrollo del turismo y subdesarrollo del país. Actas Congreso Internacional de Turismo y Culura, 2001.
- ²⁶ Informe del Instituto Nacional de Estadísticas e Informática de Perú, 2009.
- ²⁷ Generalmente, el ABC1 es la agrupación comercial de un tipo de turistas que tienen en común la pertenencia a clases sociales altas, por lo que se interpreta que, salvo pocas excepciones, comparten las mismas necesidades y valores.
- ²⁸ SILVEIRA, M. Los territorios corporativos de la Globalización. – Geograficando, Vol. 3. 2008.
- ²⁹ El presidente del Grupo Inkaterra, José Koechlin, donó cinco hectáreas al pueblo de Machu Picchu, diseñando el plano urbano donde se construyó la actual estación de tren de Machu Picchu, el colegio de Machu Picchu, el actual mercado, la posta médica, la cancha de fútbol, un área para la construcción de viviendas, y gestionó la carretera que va desde el pueblo hasta el puente ruinas, que conduce hacia la ciudadela de Machu Picchu.
- ³⁰ El Grupo San Pablo comenzó a operar primero en el campo de la medicina privada y, posteriormente, incursionó en la rama hotelera con su cadena “Aranwa”.
- ³¹ GALEANO, E. Las venas abiertas de América Latina. Buenos Aires: Siglo XXI, 1984.