

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

“Very Tipycal” Un análisis de la construcción de América Latina y su historia en las guías de viaje.

Evangelina Caravaca.

Cita:

Evangelina Caravaca (2009). *“Very Tipycal” Un análisis de la construcción de América Latina y su historia en las guías de viaje. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/434>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

“Very Tipycal”

Un análisis de la construcción de América Latina y su historia en las guías de viaje.

Evangelina Caravaca

Licenciada en Sociología, Universidad de Buenos Aires.

Alumna de la Maestría en Estudios Latinoamericanos, Universidad de San Martín.

evangelinacaravaca@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Desde la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad la actividad turística se incrementó a niveles exponenciales alcanzando dimensiones globales. Es así, como se establecen nuevos vínculos entre los habitantes de distintos sitios del planeta, diversificando los escenarios etnográficos clásicos y generando contactos, encuentros y “otredades” que se modifican constantemente. De manera similar, se originan intercambios e impactos culturales de distintos grados y formas que demandan diferentes planteos y conceptualizaciones por parte de las ciencias sociales. (Otamendi, 2003)

Es por ello que el ejercicio analítico que propongo en este trabajo es justamente indagar un conjunto de diferentes guías de viaje, actualmente de gran divulgación. Para tal fin se han

seleccionado seis fuentes distintas que paso a enumerar: tres guías *Lonely Planet*. Una guía *Sin Fronteras* (En el mercado anglosajón son conocidas como *Rouge Guide*), sobre América Central. Dos guías populares sobre Argentina: *Time out* y *Buenos Aires Alive!* Las guías han sido editadas entre el 2000 y el 2005.

RELATOS DE VIAJES Y ALTERIDAD

Desde los comienzos de la historia de la humanidad los hombres han viajado y explorado nuevas regiones del planeta por cuestiones comerciales, bélicas, ecológicas o místicas. Mas el turismo, tal como lo conocemos en la actualidad, es una actividad reciente en estas historias de viajes aunque implica, al igual que las anteriores, un desplazamiento entre diferentes espacios geográficos y simbólicos. Inserto en el marco de la sociedad de consumo en donde la publicidad y la moda indican los destinos, el turismo está lejos de ser una cualidad universal o necesaria de la especie humana, sin embargo, adquiere una relevancia especial dentro de la coyuntura socioeconómica e histórica de fines del siglo XX en donde ha alcanzado dimensiones globales (Otamendi, 2003)

Los viajes produjeron un ensanchamiento de los horizontes cognoscitivos, imaginativos y sociales de occidente, entidad que llegó a definirse en oposición a las realidades ajenas, distantes en el espacio y tiempo. Los primeros relatos de viajes instalan el problema del otro a nivel discursivo. El año 1492 es un punto de inflexión, el cual plantea el problema de la alteridad de manera sustancial. Siguiendo los aportes del antropólogo Claude Levi's Strauss, el *descubrimiento* de América introduce algo distinto en el plano de las representaciones del otro, ya que el hombre comienza a plantearse el problema de sí mismo. Desde las cartas de Colón hasta las crónicas de viaje de Jean de Lery, circulan infinidad de apreciaciones sobre los límites de la humanidad del indio. Hay un *otro* en discusión, que a la vez contribuye a afirmar los valores y sentidos de un *nosotros*. Un gran atractivo de la literatura de viajes, que antecede a la antropología, es su mezcla de narración personal con la descripción minuciosa. Especialmente a partir del siglo XIX, los viajes aumentaron su número y tipo, esto trajo como consecuencia la difusión de innumerables relatos. Ese impulso al conocimiento obtenido por medio de los viajes se halla condicionado por los contextos cambiantes en el que éstos se reproducen y receptionan. La revolución industrial dispara una nueva expansión colonial y oleadas migratorias en las direcciones más diversas. El viaje, hasta entonces una práctica reducida a un pequeño grupo de personas, se extiende a sectores más amplios de la sociedad. (Wilde, 2007)

Tzvetan Todorov en su libro *“La conquista de América. El problema del otro”* reflexiona sobre la problemática de la otredad en la conquista de América. Este trabajo, que en la actualidad goza del status de clásico, nos permite abordar el complejo fenómeno de la construcción social del *otro*. Toda cultura desarrolla la separación entre un nosotros y un ellos. Esta es una premisa fundamental de cualquier ordenamiento humano. Compleja es la temática de identidad, y específicamente de la otredad. Ha obsesionado a la antropología y a la sociología en menor medida, por más de un siglo. En cuanto a la relación entre las diferentes culturas, nos conducimos al concepto de etnocentrismo, conceptualización arbitraria acerca de lo que se denomina la “cultura verdadera”, la cual implica el principio de jerarquización de las culturas. Las culturas auto-conscientes delimitan lo que les pertenece y lo que no les pertenece, siendo esta selección de elementos completamente arbitraria. Todo lo que no le pertenece pasa a formar parte automáticamente del “otro”.

Dentro del etnocentrismo no existe la posibilidad de ver al otro como un igual, como un par. El otro es siempre un ser inferior, un ser que en algunos casos, tiene la potencialidad de ser transformado.

En definitiva, y luego de lo expuesto, el *otro* es siempre un problema para cualquier cultura. Aún cuando se lo asimile, aun cuando se lo elimine, cuando se lo incluya, el otro se enfrenta y se plantea como un problema, como un verdadero desafío. El otro y el encuentro con él, funciona como un disparador para la acción de cualquier cultura.

El turismo, puede ser considerado como una estrategia para dar un contexto a la diferencia cultural e interpretarla. Desde la posición de los turistas (occidentales), la ideología dominante tras el turismo es una forma de apropiación de la otredad (Salazar: 2006)

VIAJEROS NUNCA TURISTAS: LAS NUEVAS FORMAS “ALTERNATIVAS” DEL TURISMO

Situamos a la actividad del turismo inserto en la sociedad capitalista, como una de las actividades más penetrantes, dominantes y visibles del capitalismo de consumo, en donde el turismo internacional no solo refleja sino que además acentúa las disparidades económicas. Es así como el turismo no se trata únicamente de las ganancias económicas que este produce, sino también de las transformaciones sociales y culturales que podrían generarse como resultado de este tipo de desarrollo económico y de los usos del poder y de las formas en que la gente elige representarse. Los significados en el turismo, están enraizados en las relaciones de poder. Quien representa qué, y para quién y cómo lo hace son aspectos esenciales y cuestionados (Morgan y Pritchard en Salazar: 2006)

En las últimas décadas el turismo se ha convertido en una de las principales fuerzas económicas de algunas regiones de Latinoamérica. Si bien este factor posee alta relevancia, es importante no ver al turismo únicamente dentro del aspecto económico. Por el contrario, es necesario percatarnos del entorno sociocultural que lo afecta y al que a la vez, sin dudar, también afecta el turismo. (Cala, 2003)

Entonces, desde esta perspectiva, el turismo se introduce en este contexto al articular un tipo de normas o patrones de comportamiento basados en roles específicos. Responde, también, a una necesidad social: brindar a las personas la posibilidad de aprovechar su tiempo libre de múltiples maneras (Cala, 2003: 177) Los patrones de comportamiento basados en las relaciones entre anfitriones y visitantes (Desde la perspectiva teórica de anfitriones-visitados), las cuales responden a la necesidad de brindar los espacios y servicios necesarios para el aprovechamiento del tiempo de ocio, lo que a su vez afecta el aspecto social, económico, y psicológico de las personas. (Cala, 179) La teoría del anfitrión – invitado ha desatado un conjunto de críticas. Sus desertores consideran que la relación que se monta entre turistas y anfitriones es marcadamente asimétrica, en tanto los últimos tienen que llevar el fardo del ajuste económico, social y cultural (Salazar, 2006)

Las llamadas formas “alternativas” de turismo han recibido opiniones benévolas y han desatado pocas críticas. Estas formas “alternativas” se refieren a aquellas formas de turismo que son consientes con los valores naturales, sociales, y comunicativos y que permiten a anfitriones e invitados gozar de una interacción positiva y valiosa y de experiencias compartidas (Smith y Eadington 1992:3)

La autenticidad, como uno de los valores fundamentales de este tipo de turismo, es fruto de debate. Este concepto se convirtió en un cliché a finales de los ochenta, con el incremento de la conciencia ambiental y otros problemas que podía implicar el turismo de masas (Salazar, 2006: 106)

Estas formas de turismo, buscan penetrar y – mercantilizar- las partes menos visitadas e inusuales de los países en desarrollo. Generando en muchos casos, un fomento al primitivismo, dentro del cual la autenticidad se convierte en la principal mercancía. (Salazar, 2006:104) Esto es así hasta el punto de que en la actualidad una serie de realidades menos agradables de algunos países en desarrollo – desigualdad, pobreza e inestabilidad política- están allí para ser disfrutadas también como parte de la experiencia turística (Hutnyk en Salazar, 2006:105) Un ejemplo de este tipo de experiencias turísticas puede ser encontrada en los llamados “*Favelas Tours*” promocionados en las guías de viajes de Brasil. Los mismos conducen a los turistas a los barrios carenciados de Rio de Janeiro acompañados de un guía, muchas veces local. El tour se promociona a través de la idea de acercarse a la dura experiencia cotidiana de estos barrios y goza en la actualidad de mucha

popularidad entre los turistas “alternativos”. Desde este ejemplo podemos apreciar como el turismo valida algunos aspectos de la cultura, dándola a conocer, para de esta forma aumentar el atractivo turístico del lugar. (Cala, 2003)

Es así como, un turista no es tanto una definición como una categoría social y al mismo tiempo una percepción individual de sí mismo y una identidad socialmente construida. (Salazar: 2006)

GUÍAS DE VIAJE.

Relatos de la alteridad

Se analizarán las reseñas históricas sobre América Latina incluidas en las guías de viaje de divulgación, como es el caso de las *Lonely Planet*, *Let's Go*, *Time Out* y *The Rough Guide*. La proliferación, y sobre todo, la divulgación que este tipo de fuente de información ha tenido en aquellos viajeros que recorren Latinoamérica actualmente, convierten a las guías de viaje en un objeto de estudio pertinente al momento de analizar los nuevos fenómenos turísticos en la región.

El análisis de estas guías de viaje nos permite vislumbrar la representación particular que en las mismas se construye sobre América Latina, a la vez que nos introduce en una concepción del pasado y del presente histórico de la región.

A priori se tiene en cuenta que los textos analizados no tienen pretensión de científicidad. El interés en este tipo de fuente radica en la divulgación y proliferación de las mismas. La mayoría de los viajeros que recorren América Latina, llevan adelante su trayectoria de viaje teniendo a estas publicaciones como guías. Además, le ofrecen al viajero información de todo tipo: alojamiento, transporte, sitios de interés y breves descripciones históricas sobre los países de la región. Consideramos también que las reseñas históricas incluidas en las guías de viaje nos permiten acercarnos a una producción, que si bien no persigue los estándares académicos, es poseedora de un fuerte mercado editorial en Estados Unidos y Europa.

Por otro lado, estas guías nos brindan un relato a través del cual América Latina es construida por un *otro* cultural. Las reseñas históricas, así como toda la información a la cual los lectores de las guías tienen acceso, son proporcionadas por viajeros, en su mayoría europeos. Son sus experiencias de viaje las que en gran medida, determinan la información volcada en estos textos. Además, las guías proponen recorridos dentro de los países, delimitando lo que se debe ver y aquello que merece ser visto.

En primera instancia es notorio el hecho que en distintas guías, siendo algunas de ellas sobre países en articular y otras guías sobre la región en general, la noción de una América Latina *no moderna* se reitera en muchas oportunidades. Los relatos construyen una imagen arquetípica de América Latina, anclada en el pasado y apegada a las formas tradicionales. Únicamente las ciudades capitales, parecen no correr la misma suerte. La siguiente cita pone en evidencia:

“Yet deep in the countryside, people continue to live traditional way of life as if de 20 th century only existed somewhere farther down the road” (Lonely Planet. Travel Survival Kit. Latin America)

En la cita el término *Tradicional* toma un rol central. Coloca de algún modo el binomio tradición/modernidad dentro de esta perspectiva. El apego a la tradición, manifestado por ejemplo en las formas del lenguaje, en la comida tradicional y en los modismos, va conformando este complejo imaginario sobre lo latino. El carácter romántico de los tiempos ya idos es una formula casi obligada para crear la identidad de una región, y de esta forma, mercantilarla (Cala, 2003)

“Guatemala es uno de esos pocos destinos capaces de recompensar con experiencias reveladoras incluso a aquellos viajeros que lo han visto todo, un lugar donde la vida indígena se mantiene tal como la encontraron los europeos cuando llegaron y donde todavía quedan reductos sin corromper”(Lonely Planet Guatemala)

Esta cita nos permite ver la forma en que la cultura indígena es esencializada: nada parece haber acontecido en más de 500 años. Las guías enfatizan la quietud de estas culturas y el fuerte apego a las tradiciones. Negando las transformaciones culturales, sociales, políticas acontecidas en los últimos 500 años.

“Los orgullosos mayas de Guatemala han comprendido quienes son los legítimos guardianes de este país. Aunque se muestren reticentes a declararlo pública o políticamente, protegen celosamente sus antiguas costumbres y su forma de vida tradicional. Las festividades y ceremonias que celebran están impregnadas de cultos animistas y los mercados semanales brillan con los vivos colores de los trajes tradicionales hechos a mano” (Lonely Planet Guatemala)

Esta cita confirma el imaginario presente en estas guías con respecto a los pobladores originarios. De alguna forma, esta cita contextualiza a la sociedad guatemalteca (Y en particular a la cultura indígena) en la *tradicción*, denotando la voz de la persona que esta describiendo la escena. Clasificando al otro, también se encuentra clasificándose asimismo (En el lugar de la modernidad), llevando adelante una práctica etnocéntrica (Etnocentrismo, en donde las diferencias culturales con un “otro” son apreciadas, en la mayoría de los casos, de forma negativa, peyorativa. Desde aquí se van conformando estigmatizaciones del otro, conceptualizaciones negativas del otro cultural. El otro es convertido en un “estigma” que se opone casi en su totalidad a “nuestra” cultura, que es vivida como natural)

Paul Gonsalves observó que la misma presencia de turistas conduce a la visión de que “el turismo moderno es una extensión del colonialismo” (En Salazar, 103)

Por otro lado, el término subdesarrollo es reiterado en varias ocasiones al mencionar la situación de esta región en el siglo XX. En varias guías se menciona que la pobreza y lo malos gobiernos no han podido empañar la belleza natural de la región. En una reseña encontramos la siguiente frase:

“América latina ha intentado a lo largo del siglo XX progresar varias veces. Malos gobiernos, conflictos internos e influencias externas hicieron que muchos países no pudieran salir de la depresión hasta llegado los '90” (Lonely Planet, Guatemala)

Es así como el subdesarrollo, con la pobreza y la falta de oportunidades como características principales, son naturalizadas en estas reseñas como un aspecto cultural de esta región.

Por último, en una reseña presente en *Lonely Planet. Travel Survival Kit. Latin America* se enfatiza la profundización de las relaciones primarias entre los individuos en bastas regiones de América Latina. Esta tendencia encuadra en la caracterización de sociedades tradicionales, que la Teoría de la Modernización ha generado desde su apartado teórico.

PALABRAS FINALES

“El colonialismo... y el turismo... nacieron juntos y son parientes.”

Edward Bruner

¿Cuáles son las formas de comportamiento, de ser y estar en el mundo, que este tipo de guías de viaje, construye sobre América Latina? Dentro de la categoría *Very Typical* podemos encontrar un muestrario que pone en juego la forma en que desde estas guías se tramita la alteridad: el buen trato de la gente, la generosidad de sus habitantes, la delincuencia, el apego a los rituales (tanto religiosos como de otra índole) y a las tradiciones “criollas”, son mencionadas en reiteradas ocasiones como formas esenciales de lo latino.

La exploratoria lectura de este tipo de Guías de Viaje nos acercó a una construcción sobre lo latino que en la actualidad posee un gran mercado editorial. Esta característica la vuelve de por si un objeto de estudio interesante y relevante. Si bien, como le mencionamos previamente, estas reseñas no poseen ni pretenden rigurosidad científica; acercan a un público consumidor de gran magnitud, una construcción a acerca de América Latina.

La creación y elección de marcos teóricos y posturas conceptuales que aparecen frente a la inmensa variabilidad de estas manifestaciones cambiantes de la actividad son un nuevo desafío que debemos afrontar como investigadores. (Otamendi, 2003)

Bibliografía

- Cala, Bibiana, (2003) Una mirada antropológica a la institución social del turismo, en PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio cultural, VOL. 1 N° 2, págs. 173-180
- Otamendi, Alejandro, (2003) *Antropología y Turismo. Perspectivas y Abordajes*. En: Primeras Jornadas de Jóvenes investigadores en Antropología Social. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Salazar, Noel B, (2006) Antropología del turismo en países en desarrollo. Analisis critico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo, en Revista Tabula Rasa, julio-diciembre, N° 005, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Bogotá, Colombia, pp 99-128
- Smith, Valene L. y William Eadington, (1992) *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism*. Philadelphia: Universidad of Pennsylvania Press
- Wilde, Guillermo (2007), *La estética del viaje*, Revista Contratiempo, Revista de cultura y pensamiento / La cultura crítica en América Latina / Otoño - Invierno 2007 / N° 2 Edición Impresa

Guías de viaje:

- **Time out Buenos Aires.** (2006) Editada por Time Out Guides
- **Buenos Aires and the best of Argentina. Alive!** (2002) Editada por Hunter Publishing, Inglaterra.
- **Lonely Planet Latin-American** (2005) Editada por Lonely Planet Publications, Australia
- **Lonely Panet Guatemala** (2001) Editada por GeoPlaneta, España
- **Lonely Planet Venezuela. Travel Survival kit (2002) Editada por Lonely Planet, Australia**
- **El mundo maya. Sin fronteras** (2001) Editada por GeoPlaneta, España