

ÁNGEL B. ESPINA BARRIO (ED.)

TURISMO, CULTURA Y DESARROLLO

ANTROPOLOGÍA EN CASTILLA Y LEÓN
E IBEROAMÉRICA, X

separata



Panamá

El nuevo dios: turismo y cultura entre los Kuna de Panamá

XERARDO PEREIRO-CEBALDO INAWINAPI
Universidad de Trás-os-Montes e Alto Douro

I. EL TURISMO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL SENTIDO DEL LUGAR

EL TURISMO ES UNA ACTIVIDAD humana relativamente reciente en su forma masiva que dota de nuevos sentidos y significados a espacios, territorios y lugares. El turismo es una forma de producción del espacio, realizada a través de sus procesos de turistización. El turismo, en su relación con la globalización, ha contribuido de forma decisiva a la redefinición y el cambio producido en muchos territorios durante los últimos 50 años (Vera, 1997). Pensamos que el turismo puede ser pensado como una técnica para la producción espacial de la localidad (Appadurai, 1995), por medio de la cual determinados elementos del territorio son convertidos en emblemas identitarios y productos culturales "para turista ver". Siguiendo al antropólogo Arjun Appadurai podemos afirmar que el turismo es una actividad de flujos de personas, información, ideas, productos y capital (Appadurai, 1990; 2004).

De acuerdo con Urry (1995), en una época posmoderna como es la nuestra, muchos lugares se han convertido en espacios de consumo, consumidos en su vertiente visual pero también experiencial (Bruner, 2004). Hoy en día asistimos a un cambio de modelo turístico, pues pasamos de un modelo de turismo fordista a otro pós-fordista. El modelo turístico fordista (Vera, 1997) se caracterizaba por la especialización sectorial a partir del uso de recursos naturales como la playa o la montaña y por una oferta homogénea en la cual el destinatario era visto como una masa uniforme sin diversidad ni singularidad. Lo que interesaba era maximizar el número de visitantes, incluso a costa de degradar el medio

ambiente. Este modelo concentraba la oferta turística en términos territoriales, lo que se puede asociar a una tensión sociocultural entre anfitriones e invitados (pensados como intrusos).

Frente al modelo fordista, el modelo turístico pós-fordista (Donaire, 1998) nace por la crisis de la homogenización y uniformización de los destinos turísticos. Por ello la oferta se empieza a singularizar y diferenciar, creándose productos específicos para segmentos específicos de turistas. Los turistas de más edad pueden tener más interés en las palabras, los más jóvenes en imágenes e información virtual. Unos pueden querer primero comer y luego ver el sitio de interés cultural; unos quieren ver el sitio siguiendo las rutas turísticas convencionales, y otros quieren “descubrir” el sitio o perderse en él. Es en este modelo pós-fordista donde podemos entender mejor la valorización del patrimonio cultural, la festivalización de eventos, la nueva ética turístico-ecológica, el turismo de trabajo (ej.: turismo de congresos). La nueva demanda convierte cualquier espacio en un potencial espacio turístico, y cualquier tema es *turistizable*. Por lo tanto es en este modelo pós-fordista en el que se puede entender mejor la demanda de turismo étnico, al cual nos vamos a referir a continuación.

El turismo étnico (Oakes, 2000) en América Latina tiene como objeto de producción y consumo lo que Darcy Ribeiro (1977) define como “pueblos testigos”, es decir, los pueblos indígenas con los cuales habían contactado los europeos y que han ido recreando su identidad. Frente a ellos están los “pueblos nuevos”, resultado de la mezcla y la interculturalidad, y los “pueblos transplantados” o inmigrantes europeos tardíos. Por adaptación al turismo, estos “pueblos testigo” recrean su identidad y su espacio por medio de la auto-presentación a otros grupos humanos y de la conversión de su espacio en una especie de zoológico humano indigenizado. Este turismo convierte lugares en localidades turísticas, que abren una ventana para ver su identidad. De esta forma, el turismo se convierte en una estrategia de re-invencción de la identidad, que representa un capital potencialmente activable. Al mismo tiempo el turismo contribuye a la creación de nuevos sentidos del lugar, en un tiempo de recolonización global-local. Tal y como afirma MacCannell (1992), la etnicidad reconstruida para los turistas mercantiliza la cultura y transfiere las localidades para el mercado global, aunque sea a costa de perder privacidad y experimentar un sentimiento de invasión y amenaza.

El turista piensa que con dinero se puede llegar y visitar todo, pero, como reacción, algunos habitantes locales sacralizan espacios y crean límites de acceso a los turistas. Un autor que ha abordado esta problemática es el antropólogo Jeremy Boissevain (1996, 2005), quien con base en su trabajo de campo en Malta, afirma que en el caso europeo han sido exagerados los impactos negativos del turismo. El está especialmente interesado en conocer cómo las comunidades defienden las “back regions” (esferas privadas) frente al turismo y los turistas. Para eso las comunidades intentan mostrar al turista sólo las “front regions” (esferas públicas). Por un lado, el turismo, afirma Boissevain (1996; 2005), promueve el auto-conocimiento, el orgullo, la solidaridad y la autoconfianza de los residentes locales frente a los visitantes. De este modo el turismo puede estimular la identidad étnica y local. Por otro lado, el turismo

implica un riesgo de pérdida de privacidad y puede favorecer el intrusismo, lo que transforma las comunidades en museos abiertos con su cultura en proceso de “congelamiento”.

Según este autor (Boissevain, 1996; 2005), existen seis estrategias de reacción de las comunidades frente al turismo. La primera es la que el denomina como resistencia encubierta, es decir, utilizar cotilleos e imágenes estereotipadas que infravaloran, frenan y engañan a los turistas. Esta estrategia ayuda a que las personas que están en una posición subordinada tengan auto-respeto. La segunda estrategia es esconder aspectos de la cultura local a los turistas, para que no incomoden. La tercera estrategia es rechazar y cerrarse en la privacidad, por ejemplo cambiando una actividad que atraía turistas para otra fecha o local. Es una forma de limitar la participación de los turistas. La cuarta estrategia es el ritual y la performance, es decir, elaborar formas de celebrar la identidad comunitaria sin turistas. Es también una respuesta a las amenazas que el turismo lanza a la comunidad local. Otra estrategia es la protesta organizada y, finalmente, Boissevain (2005) considera la estrategia de agresión violenta como expresión de hostilidad abierta.

Sea cual sea la reacción local frente a los visitantes, el turismo acaba por re-significar el espacio y los sentidos del lugar introduciendo nuevos actores sociales y reconvirtiendo viejos escenarios en lugares turísticos (Cardeira da Silva, 2004) o palcos de la experiencia ritual turística.

2. LA INVENCION DEL TURISMO EN KUNA YALA

Kuna Yala en lengua kuna, San Blas en lengua española, es un territorio que se extiende a lo largo de algo más de 225 kilómetros por la costa del Caribe panameño, hasta la frontera con Colombia. La población kuna representa un conjunto de 60.000 personas aproximadamente, que habitan en 40 islas y 12 aldeas litorales, y también en los centros urbanos panameños. Los kuna son considerados uno de los grupos indígenas de Panamá junto con otros como los ngöbe, los emberá, los wounaan, los buglé, los naso y los bri bri, que representan en su total un 10% de la población panameña.

Actualmente la sobrecarga demográfica sobre las islas está provocando un éxodo hacia los centros urbanos del país, principalmente la ciudad de Panamá, donde ya se habla de 20.000 kunas. Frente a esa situación, el turismo se ha presentado como una actividad que puede resolver algunos problemas de desarrollo en Kuna Yala. El turismo representa una historia de confrontaciones, desencuentros y conflictos entre los kunas y los no kunas, pero también entre los propios kuna. El turismo implica riesgos de aculturación para las comunidades locales, pero también riesgos de impactos físicos y medioambientales. Así por ejemplo el hecho de que las islas sean coralinas limita el número de visitantes y la construcción de viviendas en las mismas. Desde el punto de vista económico, el turismo representa un riesgo de dependencia económica, pero al mismo tiempo una oportunidad y una estrategia de reproducción para las comunidades kuna.

La historia del turismo en Kuna Yala está asociada a los viajeros y misioneros que han visitado la zona por motivos comerciales y religiosos, como por ejemplo el naturalista Henri Pittier, quien visita Kuna Yala en 1911 y realiza fotografías y descripciones etnográficas y biológicas (Heckadon-Moreno, 1998: 89-102). En el siglo XX, otro impulso al turismo fue el hecho de que muchos kunas trabajaron en las Bases Militares que los EEUU tenían en Panamá, de ahí que los norteamericanos empezasen a visitar Kuna Yala guiados por los kunas. De acuerdo con el antropólogo y kunólogo James Howe (1986: 17) los turistas empezaron a llegar a Kuna Yala después de la segunda guerra mundial, pero otras fuentes apuntan fechas anteriores. Así, el antropólogo D. B. Stout (1947) nos dice que en el año 1938 el gobierno panameño abrió Kuna Yala al turismo cooperando con las agencias turísticas y los EEUU, especialmente en Narganá. De acuerdo con otro antropólogo, Ricardo Falla, el hotel "El Porvenir", en la isla del mismo nombre, es el hotel kuna más antiguo (Falla, 1979: 20). Este hotel fue creado en 1931 en la zona de Gardi. Otro momento destacado fue el año 1934, fecha en la cual llega a Kuna Yala el primer crucero, fue un barco sueco que llegó a la zona de Gardi con muchos turistas. A partir de esa época los turistas de los cruceros son catalogados por los kuna como "suidon" en relación con el nombre y la nacionalidad del primer crucero: "Swedom". De acuerdo con Swain (1992: 159), Jungle Jim Price fue el primer extranjero en construir instalaciones turísticas en las islas de Kuna Yala, fue en la isla de "El Porvenir" en los años 40. Este fue un proyecto que duró hasta 1963 aproximadamente.

En las décadas de 1960 y 1970 el turismo cobra más fuerza en Kuna Yala. Son tres las agencias de viajes que trabajan con Kuna Yala: Panamá Touris Inc., Gordon Dalton Travel Agency, y SASA. Esta última dispone de una línea aérea que transporta pasajeros desde la ciudad de Panamá (Falla, 1979: 10). En 1965 W. D. Barton alquiló un terreno a los kuna para construir el hotel "Islandia", que sería posteriormente incendiado por los kuna en 1969 y 1974. En el año 1967, Tom Moody negoció el alquiler de la isla de Pidertupu, una isla no habitada, para construir un hotel cerca de la isla de El Porvenir, donde estaba el aeropuerto. Este proyecto no fue autorizado por el CGK, pero Moody continuó con el proyecto. El tenía 14 huéspedes por día, al precio de 100 dólares. En 1981 fue atacado por los kuna, fecha en la cual, otro guía norteamericano, John Mann cierra su negocio turístico (Swain, 1992: 160). John Mann se había instalado a finales de los 1970 en Pico Feo, una isla cerca de El Porvenir, y trabajaba como guía de los turistas que las agencias de la ciudad de Panamá le enviaban.

En 1967, la antropóloga Regina Evans Holloman (1969) va a hacer trabajo de campo en Kuna Yala y relata como hay un hotel kuna en Ailigandí ("La Palmyra") y otros tres no kunas: 1. el hotel Islandia, cerca de Ailigandí, de Barton Enterprises; 2. el hotel de John Moody en Pidertuppu, cerca de Narskantupu; 3. el hotel Jungle Jim's, en El Porvenir. Nos dice esta autora que el hotel Islandia fue incendiado por los kuna en abril de 1969. Su gestor era W. D. Barton, quien tenía relaciones con las empresas de cruceros, la Braniff Airlines para 1968-1969, la empresa de aviación panameña TASA y el Panamá Hilton Hotel de la ciudad de Panamá. En su trabajo, Regina Holloman (1969: 216) relata el caso de W. D. Barton. El llegó en febrero de 1965 a Ailigandí, junto

con dos aventureros asistentes: Martin French e Bill Manning. Martin French fue a Colón y pidió prestado 3000 dólares para la construcción del hotel. Cinco días después del inicio de la construcción, Bill Manning fue expulsado de la isla acusado abusar de una mujer kuna. El día 5 de septiembre abrió el hotel, con 5 cuartos, restaurante y snack-bar, tanques para el agua, baños, etc. Los turistas eran norteamericanos, como por ejemplo voluntarios del Cuerpo de Paz, pagaban 4 dólares por noche y entre 0,75 y 1,50 dólares por las comidas. Durante la noche el grupo femenino de danza kuna actuaba para los turistas. Otro dato que destaca Hollomon es que el salario de los empleados del hotel era de 45 dólares mensuales. En 1974, el hotel Islandia recibió un nuevo ataque kuna y fueron quemadas sus instalaciones. En el año 1981 el conflicto tuvo un nuevo episodio, dos policías kuna fueron asesinados y los responsables del hotel Islandia y del Pidertupu fueron expulsados de Kuna Yala. John Moody llegó a decir en la embajada norteamericana en Panamá que había sido atacado por elementos comunistas kuna (Chapin, 1990). Una versión kuna nos relata otra versión de lo sucedido en este conflicto:

El gringo traía homosexuales y prostitutas, y un día unos kunas armados le atacaron. Su ayudante kuna disparó luego contra dos policías kunas que fueron a ver lo que había pasado y fueron muertos. A Moody le cortaron una pierna y nunca más regresó... El gobierno envió luego el ejército (de helicóptero), pero ya había pasado todo. Luego el gobierno de Omar Torrijos tuvo que indemnizar a Moody para evitar problemas con los Estados Unidos (Hombre, 50 años, Uskupeni, 22-07-2004).

De acuerdo con la revista "Focus on Panamá" de 1972 en Kuna Yala había 6 hoteles. En el año 1969 abrió en Ailingandí el hotel "Las Palmeras", gestionado por Julio Benítez Coleman. Este hotel era comunitario y de dos pisos, lo que sin duda fue una novedad en Kuna Yala. En la misma revista se afirma que "será atendido por su personal indígena utilizando sus vestidos típicos". Por lo tanto, es un ejemplo de como las comunidades kuna participaron activamente en el turismo, pero de forma comunitaria.

A mediados de los años 1970, el estado panameño, a través del IPAT (Instituto Panameño de Turismo), elaboró un proyecto turístico para Kuna Yala, más concretamente en Río Sidra, con 686 habitaciones y un aeropuerto internacional. El IPAT tenía el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo y pensó en los kuna como uno de los mejores atractivos turísticos nacionales (Chapin, 1990). Este gran emprendimiento del estado panameño seguía un modelo de turismo masivo y el IPAT pretendía "congelar" la cultura kuna en una reserva turística. Este proyecto recibió la oposición del Congreso General Kuna y de los kunas, algunos de los cuales actuaron con virulencia. El proyecto fracasó y los kuna optaron por controlar el turismo y desarrollar un modelo de turismo alternativo. Ellos mismos negaron a finales de los años 1970 un proyecto de inversión turística extranjera en la isla de Werwertuppu (Tucan), que pretendía abrir un resort turístico y un casino (Chapin, 1990).

En los años 1980, en una área menos turística que la zona occidental de la comarca (Gardi), Uskupeni (Playón Chico), cinco inversores panameños y

un kuna abrieron el hotel Iskardup, en una isla deshabitada. Pagaba entre 400 y 800 dólares de tasas a la comunidad, empleaba a 15 personas, pero mantuvo cuatro años de conflictos con el Congreso General Kuna y decidió cerrar, reabriendo más tarde como proyecto de un empresario kuna y con el nombre de Sapibenega (Orbach, 2004: 15).

Los miembros de una ONG kuna describen así este proceso:

Hacia finales de los años 80, las empresas manejadas por extranjeros se habían retirado, habiendo recibido el mensaje de los kunas, no muy disimulado –y a veces hasta violento– de que no eran bienvenidos.” (“Los kuna de Panamá esperan desarrollar un nuevo tipo de turismo, definido por ellos mismos, 2001, en: www.proarca.org).

En los años 1990 los kuna empiezan a legislar de forma muy específica la actividad turística y en 1996 el Congreso General Kuna (CGK) aprueba un estatuto de turismo en Kuna Yala. Este estatuto del turismo desarrolla los artículos 50, 51 y 52 de la Ley Fundamental de la Comarca de Kuna Yala, en su capítulo VIII:

La explotación de toda actividad turística y sus modalidades en la Comarca Kuna Yala se reserva a los kunas (art. 50).

Todo kuna que desee explotar la actividad turística e instalar infraestructuras para este fin deberá tener la autorización escrita del Congreso General Kuna. Los requisitos, las condiciones y los procedimientos de control respectivos serán establecidos en el Estatuto de la Comarca (art. 52).

Toda actividad turística que no cumpla con los artículos anteriores será nula, y el Congreso confiscará los bienes de acuerdo con la comunidad sede (art. 52).

Este estatuto del turismo representa un ejercicio de autodeterminación indígena y una tentativa de control político de los impactos del turismo (Tourism Concern, 1998). Ningún no kuna podrá abrir un proyecto turístico en Kuna Yala y los kuna deberán tener la autorización del CGK, no se podrán practicar actividades que falten al respeto del pueblo kuna y de sus recursos naturales, no se podrán obtener fotografías o hacer grabaciones filmicas sin el consentimiento de las autoridades locales y de los habitantes locales, no se podrá traficar con alcohol u otras sustancias ilícitas, no se podrá pasear en traje de baño en las comunidades, etc.

De acuerdo con el estatuto, las tasas turísticas que se aplicarán serán las siguientes: 300 dólares a los cruceros, más 1 dólar por turista; la mitad de los 300 dólares son para las comunidades receptoras; de 10 a 150 dólares a los veleros, dependiendo del tipo, más 1 dólar por turista; 10 dólares por mes a los hoteles y un dólar por persona alojada. Estas tasas han sido revisadas recientemente, duplicando el pago que los turistas tienen que hacer por entrar en Kuna Yala. Este ejercicio simbólico demuestra que los kuna han optado por un control del turismo.

Hoy en día, algunos señalan el turismo como una alternativa al declive de la comercialización del coco (Bennett, 1999). El turismo representa la actividad económica más importante en comunidades como Gardi-Suitupu, a través de

la venta de artesanía para los turistas (Lopes, 2004). En el año 2003, según fuentes del CGK, el turismo representó un 27,4% de los ingresos del CGK, pero antes llegó a representar el 90% del presupuesto, pues actualmente el mayor ingreso del CGK procede de un contrato establecido con la transnacional de telecomunicaciones Cable and Wireless. Actualmente podemos hablar de una demanda de cerca de 100.000 turistas por año, según fuentes del IPAT, destacando el turismo de cruceros, aunque con oscilaciones y estacionalidad. Los hoteles kunas tienen relaciones con agencias de viajes de la ciudad de Panamá, sus promotores son kunas y pagan sus impuestos al CGK, aunque de acuerdo con algunas fuentes kunas, algunos empresarios no pagan sus impuestos argumentando que no ganan lo suficiente y que no tienen turistas.

En la actualidad, son muchas las voces kunas que defienden la potenciación del modelo eco-turístico en las zonas de selva, articulando así este con el modelo de turismo étnico de las islas. Este último es más tradicional y definido irónicamente por algunos kunas como “foto, playa y molas” (hombre, 38 años, 24-05-2004). La oferta turística kuna presenta hoy en día cerca de 25 proyectos, liderados por kunas con un buen capital curricular y específicamente formados en turismo en México, Panamá u otros países. Destacar que la mayor parte de los proyectos turísticos integran la asociación de empresas turísticas de Kuna Yala, que defiende los intereses de las empresas kunas.

En el año 2005 se firmó un acuerdo con el Ministerio de Turismo panameño por medio del cual el IPAT y el CGK se comprometen a cooperar en el desarrollo de un turismo sostenible en Kuna Yala que respete los derechos indígenas. Para eso se realizará un estudio previo, para luego planificar y promover nacional e internacionalmente el turismo kuna. Igualmente, el acuerdo contempla otras medidas como la formación turística y posibles inversiones en Kuna Yala. Tal acuerdo representa una posibilidad de superar los anteriores desencuentros. El punto que más polémica ha suscitado es el relacionado con “las bases para el ordenamiento turístico y que regula todo lo relacionado a la inversión”, pues la cuestión de la inversión y la participación mixta en el desarrollo turístico no es un asunto pacífico.

Hoy en día las desconfianzas han vuelto y los líderes kuna elaboran la tesis del “rodeo turístico al territorio de Kuna Yala”, según la cual los intereses del sistema turístico dominante pretenden utilizar el territorio kuna como espacio para el servicio y la recreación de turistas alojados próximos, pero fuera del territorio kuna. Ello significaría restar beneficios a los kunas y también que éstos pierdan el control sobre el desarrollo del turismo. Ante este riesgo los kunas preparan la creación de una secretaría general del turismo que organice aún mejor el turismo en Kuna Yala.

3. LOS IMPACTOS DEL TURISMO Y LA REDEFINICIÓN DEL ESPACIO

El turismo no es el único, ni siempre el más importante, agente de transformación social y cultural (Mathieson y Wall, 1982; Smith, 1992: 28); hay otros como los medios de comunicación, las emigraciones, la educación escolar, etc. Además, el papel del turismo como agente de cambio social y cultural no tiene

que ser siempre considerado como algo sólo negativo o prejuicioso. El turismo no destruye siempre ni en todos sus aspectos las tradiciones indígenas, sino que las re-inventa. Del mismo modo, el turismo no sólo afecta a las comunidades hospederas de turistas sino también a los propios turistas, pero esto no será objeto de análisis en este texto. A continuación analizaremos algunos de los impactos medioambientales y socioculturales del turismo en Kuna Yala, que nos permitirán comprender mejor el turismo como agencia y proceso de cambios. Estos cambios no son lineales y no son de fuera para adentro, sino que obedecen a complejas relaciones dialécticas en las cuales los kuna no son pasivos sino activos agentes de debate con el turismo.

3.1. *El impacto del turismo sobre el medio ambiente kuna*

Para empezar, nos gustaría preguntarnos ¿cuál el precio que pagan los pueblos indígenas por el turismo?, ¿cuáles son los beneficios reales?, ¿son los intereses de las comunidades respetados y tenidos en cuenta? La situación de muchos pueblos indígenas y su relación con la actividad turística no ha sido ni es fácil. Los ejemplos en algunas zonas del mundo muestran que muchos son expulsados de sus territorios, produciéndose así una degradación de la vida social y cultural por causa de esta expulsión. El resultado ha sido evidente: migraciones a los centros urbanos, la comercialización de la cultura como una mercancía más; la contaminación de los ecosistemas y la amenaza de la biodiversidad, producto de la invasión sin control de visitantes, la producción de desechos o basura resultado de la actividad turística; el abandono de actividades tradicionales – agricultura, pesca, caza – en nombre de la ideología del turismo, etc.

En el caso de los kunas, que poseen un control sobre su territorio y una política de actividad turística específica, es fundamental estar atento a estos procesos. La relación entre biodiversidad y turismo ha sido uno de los temas más discutidos en Kuna Yala en los últimos años, no sólo en talleres organizados por el IDIKY (Instituto de Desarrollo Integral de Kuna Yala) sino también en instancias oficiales como el IPAT, organizaciones internacionales como la AECI (Agencia Española de Cooperación Internacional) y también instituciones multilaterales.

¿Cuáles son los objetivos o *las intenciones*? Siendo las islas de Kuna Yala, el atractivo principal para el tipo de turismo que más se practica en la zona, además de la cultura de la población y el resto del entorno y de los ecosistemas, se reconoce la fragilidad y vulnerabilidad de estos ecosistemas. Pero el paso del reconocimiento de las limitaciones de su capacidad de carga a las políticas de manejo sostenible no ha sido fácil.

Uno de los objetivos y preocupaciones es la idea de educar y crear un territorio común entre los interesados en el uso sostenible de la biodiversidad (Forum Intersectorial "Procesos de Notificación y Educación Pública", enero de 2004, Panamá), así como estimular la preservación de la cultura kuna y minimizar los impactos negativos en el patrimonio cultural kuna.

¿Pero cuales han sido los cambios que ya se sienten en el medio ambiente, producto de la actividad turística en muchas áreas de la comarca? El primero que considerar es la captura intensa de langosta y pulpo en algunas áreas de la comarca, aunque la mayoría de estos productos se venden a las avionetas que diariamente llegan de la ciudad de Panamá, también se explotan para consumo turístico. Además, la langosta dejó de ser parte de la dieta tradicional local para convertirse en un mero objeto mercantil. Por ello el Congreso General Kuna, después de intensos debates y discusiones, ha creado un periodo de veda de estos productos no siempre respetado. Algunos problemas relacionados son la captura del pulpo, debido a la utilización de productos tóxicos como el "clorox" (lejía) que dañan los corales y contaminan el mar.

El segundo efecto que tener en cuenta es la extracción de corales para la construcción y los "rellenos". Esto no es debido sólo a la actividad turística, ya que es un fenómeno que sucede en casi toda la Comarca, pero en áreas de intensa actividad turística, se ha intensificado la extracción para rellenar zonas de construcción. Las consecuencias de esto son que la fauna marina se ve afectada directamente por la destrucción de su hábitat. Tal impacto está interrelacionado con otro, que es la especulación del precio del suelo, sobre todo el de las islas con posibilidades turísticas; es este un proceso agudizado por el turismo.

El tercer cambio que considerar son los daños mecánicos en los arrecifes coralinos, causados por anclas, turistas y redes de arrastre. Durante sus viajes con cayucos, los locales no utilizan anclas, con excepción de piedras cuando pescan, y los cruceros anclan generalmente en fondos arenosos. Pero los daños más extensos causados por las anclas son debidos a los yates de turistas, que anclan donde quieren, incluso frente a los cayos e islas despobladas. Las cadenas de las anclas causan destrucciones considerables, en los corales vivos y otros recursos marinos. También, aunque no con gran impacto por el número todavía reducido de turistas y su ética ambientalista, los buceos con esnorquel son un riesgo para los arrecifes, sobre todo cuando se camina sin cuidado encima de ellos.

El cuarto cambio problemático para los ecosistemas marinos es la extracción de organismos vivos o muertos tales como conchas, corales de adorno y otros objetos que se venden en el comercio local como recuerdos para los turistas. Este cambio afecta a nivel global y se integra en los procesos de "souvenirización" de la cultura y del medio ambiente.

Un quinto cambio importante es la contaminación del mar por basuras y desechos. Este es uno de los asuntos mas preocupantes en las comunidades kunas, sean ellas turísticas o no. Tales cambios están asociados a las mudanzas en las prácticas domésticas y en la alimentación, así como en las actividades turísticas de determinadas zonas de Kuna Yala. El consumo y desecho de materiales de difícil descomposición, tales como plásticos, latas, otros productos industrializados, redes, latas, cuerdas de nylon, etc., ponen en peligro peces, mamíferos marinos, tortugas, cangrejos, aves, etc., que, por un lado se pueden enredar en estos aparejos y por otro lado se tragan los materiales, se ahogan o se lesionan. Además de ello, muchos de estos materiales son tóxicos.

Finalmente tenemos que prestar atención a un sexto cambio, que es el aumento del uso de la gasolina y otros productos como el aceite para los viajes marinos a motor. Además de que todavía no está generalizado el uso de energías alternativas, existe un alto consumo de generadores de electricidad que utilizan gasolina y otros combustibles contaminantes de origen fósil. Con el presente aumento de los precios de los combustibles (gasolina y gasóleo), observamos una revitalización del uso de cayucos a vela, substituyendo los cayucos a motor.

3.2. *El impacto sociocultural del turismo entre los Kuna*

El turismo posibilita viajar y participar de culturas diferentes a las del propio turista. El turismo reestructura la sociedad de acogida y genera impactos socioculturales que provocan efectos en los habitantes locales y en los visitantes y en su sociedad de origen. Tradicionalmente la antropología del turismo se ha centrado en los primeros, y aunque no podemos olvidar los segundos, en esta parte del texto centraremos nuestra atención en los locales.

Algunos autores como Agustín Santana (1997) diferencian entre impacto social e impacto cultural. El impacto social del turismo está asociado a los cambios en la estructura social de las comunidades receptoras, a su calidad de vida, y a las relaciones sociales y de adaptación. Por otro lado el impacto cultural categoriza cambios más graduales y procesuales, que van ocurriendo a medida que el turismo se desarrolla, tales como la aculturación turística y los cambios en las normas materiales, la cultura material y los padrones culturales. Desde una perspectiva holística todos los impactos del turismo están interrelacionados y sólo se pueden entender mejor en forma relacional.

La literatura antropológica es generalmente negativista en cuanto a los impactos del turismo, subrayando la intromisión de un sistema cultural externo y fuerte en otro más débil, la destrucción de aspectos culturales y la homogeneización cultural. Sin embargo esta visión se ve matizada en los últimos tiempos (Boissevain, 1996) debido a nuevos descubrimientos sobre la complejidad del turismo y sus impactos.

Analizando el caso de los impactos socioculturales del turismo en Kuna Yala, nos vamos a referir a los siguientes:

a) El aumento de los *intercambios* culturales

El primer y más evidente impacto sociocultural del turismo en Kuna Yala es el aumento de las relaciones interculturales y sus intercambios. El turismo ha permitido a los kunas conocer gente de todo el mundo. Algunos de sus proyectos hoteleros son visitados por personas de más de cincuenta nacionalidades (Pereiro e Inawinapi, 2007). Ello supone un intercambio de ideas y un circulación permanente de formas y significados culturales que convierten a Kuna Yala en un cronotopos.

b) Aumento de *ingresos económicos* familiares y comunitarios, aunque de *forma desigual*

Un segundo impacto que considerar es el aumento de los ingresos en los niveles familiares, comunitarios y comarcales (Pereiro e Inawinapi, 2007). Podemos referirnos a ingresos directos resultado del alojamiento y la estancia o a indirectos, resultado de las compras y consumos extras de los turistas. Hay que destacar que la mayor parte de los gastos de viaje hasta Kuna Yala van a parar a empresas de aviación y transporte no kunas.

c) Aumento de *la venta de artesanía* en toda la comarca de Kuna Yala y transformación *de sus significados*

La venta de artesanía es uno de los elementos fundamentales de la actividad turística. Y en el caso de los kunas, la venta de molas –artesanía textil por excelencia–, y de otras formas de artesanía, es la actividad económica principal de muchas familias y comunidades, sobre todo las que viven en las áreas más frecuentadas por los turistas como es el caso de la región de Gardi. Pero también otras comunidades más alejadas como Usdup contribuyen con su arte y su creación a la venta de estos productos, que se han convertido en símbolos nacionales panameños. Aunque existe una bien organizada cooperativa de molas a nivel comarcal, gran parte de la mujeres, las principales artesanas, no participan en la cooperativa, creándose a su modo “microempresas” domésticas.

d) Transformación *de las relaciones de género* y empoderamiento de las mujeres

Por lo general, el control de las ganancias y el uso del dinero está manos de ellas, lo que altera la estructura de género comunitaria y empoderiza a las mujeres frente a los hombres. Ello es confirmado por otros trabajos como los de Falla (1979), Swain (1992), Tice (1995) y Lopes (2004).

e) Cambios en *los diseños de las molas*, adaptados al gusto del turista.

Además de las modificaciones en el tejido económico y social, las formas de consumo y las prioridades de la forma de utilización de los recursos, los efectos del turismo se sienten en la propia actividad creativa de las molas. Es así que hay urgencias en su elaboración y los diseños tienen que ser más atractivos a los ojos de los turistas y no de los kunas. El uso funcional que los kunas hacen de las molas se transforma en manos de los turistas y del mercado. Las molas han sido convertidas en objetos turísticos, recuerdos, elementos de colección, y elementos decorativos en los hogares de los visitantes. Anteriormente resultado de un sueño de su productora, hoy prima su valor mercantil en el mercado, y también el valor turístico y decorativo.

f) Abandono de otras actividades económicas básicas.

En muchos hogares kunas, en los periodos en que la actividad turística es mayor, el tiempo de los cruceros (septiembre-abril), muchos hombres abandonan temporalmente las actividades agrícolas y/o pesqueras, en especial en las comunidades de la zona de Gardi y alrededores. La actividad económica central pasa a ser la venta de artesanía, como la de acompañar (comuneros de islas vecinas) a las mujeres a comunidades turísticas y a visitar los cruceros. Eso repercute después en cierto abandono del trabajo en el campo (monte, limpieza, siembra...) y crea un riesgo de dependencia económica monofuncional. Aunque este proceso de cambio se ha generado una dialéctica y un espacio de debate entre los propios kunas, pues algunos piensan que es negativo abandonar las actividades agrícolas tradicionales del campo. Algunos kunas también son conscientes del riesgo de la dependencia del turismo y del problema de la distribución de beneficios como una amenaza a las anteriores estructuras comunitarias igualitarias.

g) Cambios en las estructuras *político-administrativas* de las comunidades (ej.: comisiones del turismo) y rivalidades *inter e intracomunitarias* por la distribución de los beneficios del turismo

El turismo ha afectado también a las estructuras organizativas de las comunidades kunas. El Congreso General Kuna y los congresos de las comunidades kunas han creado sus comisiones del turismo y han establecido un nuevo sistema de impuestos. De esa forma, los kunas de otras islas tienen que pagar una tasa de permiso para vender sus productos en las islas turísticas. Esto ha creado ciertos problemas de rivalidad entre comunidades y económicamente ha generado entradas directas a los cofres de la comunidad. En la zona de Gardi se ha resuelto con un acuerdo entre las comunidades sobre la distribución de los turistas de los cruceros, evitando así la sobrecarga en algunas comunidades. En las comisiones de turismo uno de los debates recurrentes es el de la distribución de los beneficios del turismo y los procesos de desigualdad generados, algo que no parece fácilmente resoluble.

h) Nuevos productos y *modelos de consumo* importados

El consumo también ha sido muy influenciado por el turismo. Las tiendas locales abastecen tanto a los turistas como a los locales, y los precios de los productos en los días de afluencia turística son mayores. Igualmente el consumo de productos industrializados aumenta y los jóvenes consumen ahora patatas fritas, arroz, galletas, refrescos, cerveza, moda occidental, etc. Ello puede ser fácilmente observado en los cambios en las formas de vestir, utilizando los jóvenes kunas pantalones vaqueros y camisetas de algodón de marca.

i) Nuevas oportunidades de *empleo y mejora* de estatus para los kunas (ej.: guías, "meseros"...)

El turismo ofrece a los kunas una oportunidad de empleo e ingresos, pero también de elevar el estatus y el prestigio en las comunidades. El grupo que

más se siente seducido por el turismo es el de los más jóvenes, que tratan de conseguir alguna entrada de dinero a través de su servicio como guías, al acercarse a los cruceros, vender también sus productos, etc. La lengua nos permite evaluar este cambio, ellos aprenden con más interés el inglés que el español, pues es la lengua que predomina entre la mayor parte de los turistas.

j) La *sobreactuación de los kunas* y la etnicidad reconstruída para "turista ver"

La sobreactuación o sobrerrepresentación para los turistas se intensifica en los días en que las calles de las comunidades son "invadidas" por los turistas de los cruceros. Es habitual en estos días observar mujeres con sus mejores adornos y vestidos, incluso con algún animal de estimación para ser fotografiado (ej.: tucanos, loros...) y cobrar el clásico dólar (Lopes, 2004). Ante la presencia de turistas, las comunidades más turistizadas del sector Gardi se transforman estéticamente, llenando las calles de molas y ofertando artesanías y bebidas a los turistas. Además los kunas han recuperado y reinventado sus danzas tradicionales como espectáculo ofrecido a los turistas, como ocurre muchas tardes en el hotel San Blas de Wichubhualá. De esta forma rituales comunitarios han sido convertidos en espectáculos teatrales para turistas extranjeros.

Para entender mejor este proceso de sobreactuación étnica podemos comparar estas adaptaciones con las que ocurren en comunidades menos turísticas, es decir, donde la presencia de turistas es menos frecuente hasta el momento. En comunidades más pobladas, situadas en el Este, ya cerca de Colombia, como Usdup, la presencia de turistas y el turismo no ha afectado tan directamente a las comunidades como en el sector Gardi (El Porvenir). Allí los turistas no son acosados y las calles no cambian su estética por la presencia de los pocos visitantes que llegan a esas zonas. Aunque el turismo va a afectar indirectamente a toda la comarca, en Usdup las mujeres producen grandes cantidades de molas tanto para la cooperativa como para vender, vía intermediarios, a los comerciantes de Gardi. Según algunos investigadores kunas, la calidad del trabajo de las molas, sus diseños y sus artesanías son superiores en estas comunidades no tan turistizadas. Posiblemente ello es debido a que no hay una presión directa o una urgencia por tener listas inmediatamente las molas para los cruceros que llegan al sector Gardi.

4. CONCLUSIONES

La historia del turismo en Kuna Yala es una historia de luchas y de resistencia. Los kuna controlan el proceso de desarrollo turístico, rechazando y diciendo no al turismo de masas y sí al desarrollo de un turismo más artesano. Este camino contraría las tendencias de otros muchos lugares reconvertidos en espacios turísticos. A pesar de ello, Kuna Yala se ha convertido en un lugar turístico, reconstruyendo su identidad espacial y territorial a partir de sus influencias.

El turismo ha posibilitado mayor visibilidad nacional e internacional para el pueblo kuna, afirmándose frente al Estado panameño; pero los impactos del turismo han generado efectos sobre el medio ambiente y las estructuras sociales

que están redefiniendo Kuna Yala como un espacio *glocal* y posicionando a los kunas y sus territorios en el mercado turístico global. Los efectos considerados negativos intentan ser paliados y controlados por los propios kunas, algo que redefinirá nuevamente los sentidos del lugar llamado Kuna Yala y que presentará este con un nuevo traje.

El turismo se ha convertido en una estrategia que los kunas han seguido para resituarse en la compleja trama de la interculturalidad contemporánea. De esta forma lo considerado "tradicional", "indígena" o "étnico" es resignificado, reconceptualizado y refuncionalizado desde lo moderno para responder a las necesidades económicas, culturales, políticas e ideológicas de las sociedades occidentales. De esta forma Kuna Yala se ha convertido en un territorio parte de un subsistema de recreación turística. Frente a ello los kuna se han convertido al nuevo "Dios" turismo, adaptándose a las nuevas tareas de turistas, resistiendo, controlando los medios de producción y su territorio, y al mismo tiempo renegociando su papel en las relaciones local-global.

BIBLIOGRAFÍA

- Appadurai, Arjun (1990). "Disjuncture and Difference in the Global Culture Economy". En: *Public Culture*, n. 2 (2), 1-23.
- (1995). "The production of locality". En Ardon, Richard F. (dir.), *Counterworks Managing the diversity of knowledge*, Londres: Routledge, 204-225.
- (2004. or. 1996). *Dimensões Culturais da Globalização*. Barcelona: Teorema.
- Bennet, Juddy (1999). "The Dream and the Reality: Tourism in Kuna Yala". En *Cultural Survival*, n. 23.2. (Texto electrónico. Puede consultarse en: www.culturalsurvival.org).
- Boissevain, Jeremy (ed.) (1996). *Coping with tourists: European reactions to mass tourism*. Providence: Berghahn Books.
- (2005, or. 2000). "Rituales ocultos. Protegiendo la cultura de la mirada turística". En *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 3, n. 2, 217-228.
- Bruner, Edward M. (2004). "The Maasai and the Lion King. Authenticity, Nationalism and Globalization in African Tourism". En *Bohn Gmelch, Sharon* (dir.): *Tourists and Tourism. A Reader*. Illinois: Waveland Press, Long Grove, 127-156.
- Cardeira da Silva, Maria (coord.) (2004). *Outros Trópicos. Novos destinos turísticos. Novos terrenos da antropologia*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Chapin, Mac (1990). "The Silent Jungle: Ecotourism Among the Kuna Indians of Panamá". En *Cultural Survival Quarterly*, n. 14.1, (Texto electrónico. Puede consultarse en: www.culturalsurvival.org).
- (1989). *Historias de la Tradición Kuna*. Quito: Abya-Yala.
- Donaire, José Antonio (1998). "La geografía del turismo después del fordismo: turistas en las fábricas, turistas en los centros comerciales". En *Sociedade e Território*, n. 20, 55-68.
- Falla, Ricardo. (1979). *Turismo en San Blas. Un estudio sociopolítico de sus efectos en la población kuna*. Panamá: Centro de Capacitación Social.
- Holloman, Richard (1969). *Development Change in San Blas*. Illinois (Ph. D.): Northwestern University.
- Howe, James (1986). *The Kuna Gathering: Contemporary village politics in Panama*. Austin: University of Texas.

- Lopes, Ana Rita (2004). *O turismo e os seus impactos numa comunidade de índios kuna do Panamá*. Miranda do Douro: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (tesis de licenciatura inédita).
- MacCanell, Donald (1992). *Empty Meeting Grounds*. Routledge and Kegan Paul, New York.
- Mathieson, Alistery; Wall, Geoffrey (1990, or. 1986). *Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales*. México: Trillas.
- Oakes, Tim (2000). "Ethnic Tourism". En *Encyclopaedia of Tourism*, 204-206.
- Orbach, Ariella (2004). "Ir al Otro". The Process of Sustainable Tourism Development in Ukupseni, Kuna Yala. Montreal: McGill University (M Thesis).
- Pereiro, Xerardo e Inawinapi, Cebaldo (2007). *Los impactos del turismo en Kuna Yala: Turismo y cultura entre los Kuna de Panamá*. Madrid: Editorial Ramón Areces.
- Ribeiro, Darcy (1977). "La Universidad Latinoamericana y el desarrollo social". En Ribeiro, Darcy (org.): *Élites y desarrollo en América Latina*. Buenos Aires: Paidós, 415-449.
- Santana, Agustín (1997). *Antropología y turismo*. Barcelona: Ariel.
- Smith, Valene L. (1992, or. 1989). "Introducción". En Smith, Valene L. (org.): *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Madrid: Endymion, 15-41.
- Stout, David (1947). *San Blas Cuna Acculturation. An Introduction*. New York: The Viking Fund.
- Swain, Margaret Byrne (1992). "Roles de género en el turismo indigenista: Las molas de los kuna, Kuna Yala y la supervivencia cultural". En Smith, Valene L. (ed.): *Anfitriones e invitados. Antropología del Turismo*. Madrid: Endymion, 139-169.
- Tice, Karin E. (1995). *Kuna Crafts, Gender and the Global Economy*. Austin: University of Texas Press.
- Tourism Concern (ed.) (1998). "Controlling Tourism Through Statutes: Does it Work?". En *Tourism Concern*, n. 29, 11-13.
- Urry, John (1998). *Consuming Places*. Londres: Routledge.
- Vera, Fernando (coord.) (1977). *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel.