

Trapezio amazónico: turismo e imaginarios sociales sobre un territorio exotizado

Martha Lucía Vélez Rivas*

Universidad Externado de Colombia, Bogotá - Colombia

Resumen

El objetivo del artículo es comprender los imaginarios sociales construidos sobre el Trapecio Amazónico colombiano y su influencia en la experiencia turística. De manera creciente, se observa un aumento en el flujo de turistas atraídos por ofertas hacia este territorio selvático, el cual está habitado principalmente por comunidades indígenas que son, al mismo tiempo, objeto y sujetos del turismo. La experiencia turística está permeada por imaginarios construidos a través de relatos, narrativas e imágenes producidas desde la literatura, el cine y la plástica, como también desde los relatos asociados a la práctica turística (guías, páginas web; blogs de viajeros; publicidad; postales, mapas y brochures). Este artículo de reflexión da cuenta de la aproximación teórico-conceptual sobre los imaginarios sociales y su relación con la experiencia turística.

Palabras clave: Amazonía, alteridad, experiencia turística, imaginarios sociales, turismo.



doi: 10.15446/rcdg.v26n2.59229

RECIBIDO: 21 DE JULIO DEL 2016. ACEPTADO: 12 DE DICIEMBRE DEL 2016.

Artículo de reflexión sobre los imaginarios que se han construido respecto al Amazonas y su relación con el turismo, tanto con la oferta como con las prácticas realizadas actualmente en el territorio.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO: Vélez Rivas, Martha Lucía. 2017. "Trapezio amazónico: turismo e imaginarios sociales sobre un territorio exotizado." *Cuadernos de Geografía: Revista colombiana de Geografía* 26 (2): 113-131. doi: 10.15446/rcdg.v26n2.59229.

* Dirección postal: calle 12 n.º 1-17 este, Bogotá - Colombia.
Correo electrónico: martha.velez@uexternado.edu.co
ORCID: 0000-002-6143-5468

O Trapézio Amazônico: turismo e imaginários sociais num território exotizado

Resumo

O objetivo deste artigo é compreender os imaginários sociais construídos sobre o Trapézio Amazônico colombiano e sua influência sobre a experiência turística. Cada vez mais observa-se o aumento no fluxo de turistas atraídos por ofertas para esse território selvático, habitado principalmente por comunidades indígenas que são, ao mesmo tempo, objeto e sujeito do turismo. A experiência turística está permeada por imaginários construídos por meio de relatos, narrativas e imagens produzidas a partir da literatura, do cinema e da plástica, como também dos relatos associados à prática turística (guias, páginas web, blogs de viajantes, publicidade, cartões-postais, mapas e folhetos). Este artigo de reflexão apresenta uma abordagem teórica e conceitual sobre os imaginários sociais e sua relação com a experiência turística.

Palavras-chave: Amazônia, alteridades, experiência turística, imaginários sociais, turismo.

Colombian Amazon Rain Forest: Tourism and Social Imaginaries of an Exoticized Territory

Abstract

The article's aim is to understand the social imaginaries constructed for the Colombian Amazon rain forest and their influence on the tourist experience. The flow of tourists attracted to this jungle territory, mainly inhabited by indigenous communities that are at the same time, object and subject of tourism, has increased significantly. The tourist experience is permeated by imaginaries built through stories, narratives and images produced by literature, cinema and art, as well as from the stories associated with the tourism: guides, blogs, advertising, postcards, maps, brochures and web pages. This article presents a theoretical and conceptual approach to the social imaginaries and their relationship with the touristic experience in the Amazon.

Keywords: Amazon, alterity, touristic experience, social imaginaries, tourism.

Introducción

La Amazonia ha estado marcada por historias de conquistadores y aventureros, desde Orellana y su mítica búsqueda del país de la canela, hasta la presencia de personajes como Lope de Aguirre¹, cuya figura representa la ruptura de un hombre con su mundo europeo y occidental. En tales narrativas, la Amazonía, cuya imagen central es la selva, se configura como el lugar del caos, donde se materializa de muchas formas ese Nuevo Mundo prefigurado como las antípodas (concepto acuñado desde el Renacimiento). En efecto, dichos imaginarios lo conciben como el mundo al revés, donde habitan los monstruos, los seres deformes; donde los valores sociales y culturales se han invertido, así como las coordenadas espacio-temporales y las maneras de ser civilizado; un lugar donde hay rupturas de los límites naturales y morales, y donde se reorganiza el sistema simbólico de una sociedad en su conjunto (Vignolo 2003). ¿Hasta qué punto estos imaginarios, acuñados desde la llegada de los españoles a América, han permeado hasta hoy nuestra percepción de algunos territorios que, para nosotros mismos, pertenecientes a ese Nuevo Mundo, representan espacios de ruptura de los valores establecidos y aún de lo moralmente permitido, lo que de alguna manera puede ser capitalizado en las ofertas turísticas y en la experiencia misma del turista? ¿Cómo tales narrativas, aunadas a nuevos relatos sobre la Amazonía, desde la literatura, el cine y la plástica, han construido imaginarios sociales que nutren las fantasías, los sentimientos de seducción y terror sobre esta región?

La presente investigación busca develar y comprender los imaginarios sociales sobre el Trapecio amazónico y sus habitantes, así como analizar de qué manera tales imaginarios influyen en la experiencia turística. Esta última es entendida de manera amplia, abarcando desde las ensoñaciones del turista en su lugar de origen, el diseño del producto turístico, la oferta realizada por operadores privados y la promoción del territorio, hasta la vivencia misma del turista —incluyendo su relación con la naturaleza y los pobladores locales—, y

la circulación de las memorias del viaje, con lo cual la espiral continúa en crecimiento.

Metodológicamente, la investigación tiene como base la recolección de fuentes secundarias sobre distintas aproximaciones teórico-conceptuales entorno a los imaginarios sociales que entran en juego durante la actividad turística, los cuales permean la relación turista-territorio y la experiencia de los habitantes locales. Tal reflexión es el objeto de este artículo, en el que también se analiza la selva como lugar de encuentro y, particularmente, el Trapecio Amazónico colombiano, referenciando parte de la oferta turística ofrecida y su relación con tales imaginarios sociales.

La investigación continúa con el análisis de las distintas fuentes primarias que han descrito la Amazonia desde la literatura, el cine o la plástica y a partir de los enunciados realizados por distintos actores del turismo: operadores, promotores, Estado y los mismos turistas, participantes activos que, través de las redes sociales, comparten de manera casi inmediata su experiencia y la percepción sobre el destino, sobre los habitantes y su relación con ellos. Un actor poco visibilizado en dicha relación es el poblador local, pero precisamente él deviene sujeto del turismo, ya sea como pequeño empresario o prestador de servicios turísticos (guía), como empleado o como ser objetivado —exotizado, considerado bárbaro y extraño y, en muchos casos utilizado como parte esencial en esta actividad—. La interacción del habitante local con el turista devela los vínculos complejos de la sociedad contemporánea con los pueblos indígenas, las relaciones de poder y las prácticas de subjetividad hacia otras sociedades. Por consiguiente, cuando se plantea la investigación de los imaginarios sociales sobre las comunidades indígenas del Trapecio amazónico en el marco del turismo, la pregunta gira alrededor de cómo se han construido las memorias individuales y colectivas sobre ese “otro”, que en este caso son las comunidades indígenas del Trapecio amazónico. ¿Cuáles son las representaciones, las formas discursivas y sociales profundas que han construido una verdad social sobre ellas? ¿Cómo esas verdades sociales permean las relaciones entre el Estado y las comunidades? ¿Cómo se tejen las relaciones entre grupos sociales no-indígenas e indígenas? ¿Cuáles son las relaciones de poder real o simbólico de unos sobre otros? Y, finalmente, ¿cómo se ejercen tensiones y dinámicas particulares a partir de dichos imaginarios sociales?

1 Lope de Aguirre, de acuerdo con Carlos Páramo, configura un “arquetipo mitológico”, pues su “historia [...] revela a alguien que verdaderamente sucumbe ante la selva [...] a un legítimo antepasado [...] de los miles de blancos que hallaron en la selva la inversión de la cultura y cedieron a la barbarie; quienes se creyeron dioses desatados de toda moral humana” (Páramo 2009, 74).

Los imaginarios sociales

La noción de lo imaginario es presentada por Armando Silva, cuando señala que “lo imaginario, [...], es real como efecto social” (2013, 30). Esta perspectiva se diferencia de la de Castoriades, quien estima que lo imaginario es aquello que no es o no ha sido, aquello que no existe, e infiere que “el imaginario radical implica la capacidad de hacer surgir como imagen algo que no es, ni que fue”. Silva, por su parte, plantea que “el imaginario social hace surgir lo que ya está pero lo socializa por aceptación grupal” (2013, 36); tanto así que “lo imaginario no consta de mentiras ni secretos, pues, muy por el contrario, se experimenta como una serie de verdades profundas de los seres, así estas no correspondan a hechos comprobables empíricamente” (2013, 36), por lo tanto, lejos de ser una fantasía, los imaginarios son verdades sociales construidas por un grupo social, una comunidad o un colectivo. Ahora bien, aunque estas no son verdades científicas en el sentido cartesiano, obedecen a “reglas, representaciones, formaciones discursivas y sociales profundas, de honda manifestación cultural” (Silva 2013, 38). Una de las características descritas por el autor es que “lo imaginario es inherente a la percepción grupal” (Silva 2013, 22), aunque tenga una base en la percepción individual y comporte una naturaleza mental, esta adquiere una dimensión colectiva cuando es compartida y aceptada por un grupo.

En el turismo, los imaginarios sociales, entendidos como verdades sociales, son producidos por los operadores turísticos, los residentes y los mismos turistas, y están referidos a los territorios de acogida y a los habitantes locales. A través de la experiencia del viaje, el turista busca comprobar la existencia y veracidad de tales imaginarios sociales. Hay, en algún momento del viaje, una comparación implícita o explícita por parte del turista entre los imaginarios construidos y la experiencia en el territorio. Los imaginarios se:

[...] “encarnan” o “in-corporan” en objetos ciudadanos que encontramos a la luz pública y de los cuales podemos deducir sentimientos (ciudadinos) sociales como el miedo, amor, rabia o ilusiones, y estos tantos sentimientos ciudadanos son archivables a manera de escritos, imágenes, sonidos, producciones de arte o textos de cualquier otra materia donde lo imaginario impone su valor dominante sobre el mismo objeto. (Silva 2013, 22)

Los imaginarios sociales sobre el otro se “encarnan” en los relatos que ha producido la sociedad generando sentimientos sociales.

Las comunidades indígenas amazónicas han sido descritas en novelas, películas, fotografías y otras expresiones artísticas, lo cual ha contribuido a la construcción de imaginarios sociales sobre ellos, a generar una percepción grupal que puede influir en las motivaciones que tiene el turista para visitar ciertos territorios que se vuelven más “deseables” que otros, así como para la creación de una oferta turística que nutra dichas expectativas. Las comunidades, a su vez, juegan a encarnar ellas mismas esos imaginarios sociales, a reproducirlos, a re-crearlos y escenificarlos (figuras 1 a 4).



Figura 1. Maloca en Puerto Nariño (Amazonas) con habitante tikuina preparada para la visita. Fotografía de la autora, noviembre del 2012.



Figura 2. Maloca preparada para recibir al visitante. Fotografía de la autora, noviembre del 2012.



Figura 3. Interior de maloca preparada para recibir al visitante. Fotografía de la autora, noviembre del 2012.



Figura 4. Interior de una maloca preparada para recibir al visitante. Fotografía de la autora, noviembre del 2012.

En este orden de ideas, Silva asevera que “lo imaginario utiliza lo simbólico para manifestarse” (2013, 49); es así que sentimientos sociales como el miedo o la belleza se expresan de manera simbólica: “[...] el sentimiento de belleza es universal, el cómo se adecua e incorpora es comunitario y grupal de cada comunidad concreta” (Silva 2013, 55). De este modo, los sentimientos de belleza o de miedo que puede inspirar el “otro” se enuncian en cada sociedad a través de formas de comunicación escrita, verbal u oral, reafirmando o confrontando tales sentimientos.

Silva propone que las investigaciones sobre imaginarios deben revelar tres inscripciones: “el imaginario como construcción o marca psíquica; el imaginario como construcción social de la realidad, y el imaginario en cuanto modo que permite la expresión material por alguna técnica”. La inscripción psíquica, que es individual, “se puede esparcir de modo colectivo para que se dé la inscripción social relevante, para que se produzca el imaginario social [...]”. En la inscripción social, “la realidad es concebida como construida y como un hecho del lenguaje y de la imaginación” (Silva 2013, 39-41) Los imaginarios a su vez,

[...] actúan como matriz previa de las representaciones, como su “cemento invisible” lo que les da fuerza, organización y dureza sin ser ellas mismas. Desde esta perspectiva los imaginarios corresponden a construcciones colectivas que pueden manifestarse en ámbitos tanto locales como globales [...]. (Silva 2013, 41)

En otras palabras, podría decirse que a través de las representaciones se accede a los imaginarios. En

las relaciones de alteridad la inscripción social se construye mediante el contacto entre distintas culturas y es expresada con sentimientos sociales como el miedo, la desconfianza, el amor, o el resentimiento y el odio.

Por otra parte, en la “inscripción tecnológica”, dice Silva,

[...] la técnica afecta la producción y percepción de los imaginarios: [...] la inscripción psíquica y social encuentra en su dispositivo técnico el *arché* de su mecanismo, su expresividad, lo cual, más que una precondition cognitiva, lo será de su condición perceptiva. (Silva 2013, 42)

El autor expone que cada sociedad se expresa a través de las tecnologías dominantes, las cuales sirven “como instrumento para representar, como medio materializador y creador de tipos de visión” (Silva 2013, 43), lo cual sugiere que la mirada se construye a través de los medios tecnológicos de representación.

Los imaginarios sociales en el turismo han sido estudiados a partir de las imágenes, consideradas como un medio que sirve para estrechar los vínculos sociales, para crear identidades, para el conocimiento de lugares y el reconocimiento de alteridades. Además, las imágenes son tomadas como un instrumento de poder y control (Lindón y Hiernaux 2012, 10), entre otras muchas posibilidades. Para Lindón y Hiernaux el imaginario social se trata del “entretejido de diversas imágenes, significados y valores, que orientan a las personas desde su vida práctica, es decir nuestro hacer en el mundo y nuestro ser en el mundo” (2012, 11). Tales imaginarios se expresan, según estos autores, de manera subjetiva a través de las imágenes y la imaginación. Aunque su perspectiva difiere de la de Silva, lo que se pretende poner de relieve son las investigaciones que desde este enfoque han abordado el turismo u otros temas inherentes a él, como por ejemplo, el territorio, las relaciones de alteridad y la construcción de lo exótico.

Ahora bien, desde la geografía cultural se aborda el tema de los imaginarios sobre el espacio. Staszak (2012) analiza el espacio del “acá” frente al “allá”, así como se estudian los imaginarios de “nosotros” frente a los “otros”; los espacios construidos como territorios de lo exótico. “En el Occidente de finales del siglo XIX, se construye un imaginario geográfico para el cual el allá transforma objetos, personas y lugares en ‘exóticos’, es decir en alejados, diferentes, extraños y bárbaros” (Staszak 2012, 24). Esos imaginarios del “allá” constituyen un mecanismo colonizador que se domestica una vez se hace la transcontextualización, es decir, cuando se los extrae de su

contexto original para llevarlos a otro, lo cual se realiza a través de su introducción en los circuitos comerciales (Staszak 2012, 24). Por otra parte, también se han adelantado investigaciones sobre los imaginarios de los territorios como espacios “prístinos” que son valorizados a través del turismo. Los distintos enfoques y aproximaciones a los imaginarios del turismo enriquecen las perspectivas de análisis.

En el turismo estos imaginarios se manifiestan de diversas maneras, una de ellas es a través de los materiales promocionales: postales, guías turísticas, páginas web y blogs de viajeros donde de manera particular se expresan dichas ideas predeterminadas, así como en la oferta turística del Trapecio amazónico, donde el pasado y el presente, lo mágico y lo esotérico, la cultura y el arte se fusionan con las artesanías y los objetos fetiches del turismo, los *souvenirs*.

El turismo como expresión de la modernidad

El turismo, además de ser un sector económico que dinamiza las relaciones productivas, es también un hecho social complejo, multidimensional. Este produce efectos socioculturales, ambientales y estéticos con impactos para el residente local y su entorno, afectando las cosmovisiones locales, las formas de representación, las prácticas culturales y demás relaciones simbólicas que los anfitriones han establecido de manera general con su entorno y con los miembros de su propia sociedad. De este modo, el turismo propicia prácticas que repercuten en la vida cotidiana del lugar y nuevas relaciones entre los foráneos y aquellos que los acogen.

MacCannell expone cómo a través del turismo es posible comprender las dinámicas sociales y culturales, los valores en los que se finca la modernidad, o las relaciones entre nativos y turistas (MacCannell 2003), las cuales están mediadas por la seducción y el goce, así como por prácticas de resistencia, poder o sujeción.

Según MacCannell, a través del turista es posible realizar una “etnografía de la modernidad”, entendiéndolo como el ser moderno, con sueños, inquietudes, temores e imaginarios, entre los que se encuentra la búsqueda de la autenticidad. Esta búsqueda de autenticidad obedece a una mirada que se hace sobre los pueblos “no modernos” desde la perspectiva de la modernidad. Se trata de una mirada idealizada, lo que lleva a la preservación artificial de un mundo pre-moderno opuesto a los ideales de la modernidad, pero contemplado de manera bucólica como una suerte de paraíso perdido, como el pasado idílico que

ya no volverá en la sociedad moderna, pero que se puede recrear en otras sociedades. Estas otras sociedades “pre-modernas” son objeto de la visita del turista.

La afirmación de MacCannell en cuanto a que “la visita turística constituye un ritual realizado para las diferenciaciones de la sociedad” (2003, 19) se entiende como el esfuerzo social por alcanzar la totalidad moderna; sin embargo, la visita turística es en sí misma la celebración de la diferencia entre la sociedad de la que proviene el turista y aquella que lo acoge.

Regiones frontales y traseras, relación entre autenticidad e inautenticidad

Una de las búsquedas del turista es la “fascinación por la ‘vida real’ de otros” (MacCannell 2003, 121). Para ilustrar esa búsqueda MacCannell retoma el concepto de Erving Goffman acerca de la división estructural de los establecimientos sociales, en “regiones frontales y traseras”. Según MacCannell las regiones frontales son consideradas en el turismo como los lugares de encuentro de anfitriones, huéspedes y personal de servicio, mientras que las regiones traseras son los lugares de relajamiento de los grupos participantes. Se parte de una división arquitectónica para mostrar en realidad una división social que se manifiesta en el espacio.

Ello conduce a una reflexión sobre lo auténtico frente a lo inauténtico como distinciones cada vez más complejas. El turismo se puede interpretar como el deseo de experimentar la “vida real” de los lugareños, lo que deviene en la formación de un “escenario turístico”.

MacCannell distingue en el escenario turístico distintas etapas que se presentan entre lo auténtico, lo medianamente auténtico y lo totalmente inauténtico. Entonces, el objeto del deseo del turista está en la mencionada región trasera, donde busca develar la verdadera experiencia que, por lo general, permanece vedada durante la visita turística. En este sentido, el espacio turístico se concibe como una construcción social que hace del territorio visitado un escenario con distintos planos, algunos visibles al turista, otros parcialmente creados para la visita y unos más que no son objeto del encuentro.

Semiótica de la atracción

El concepto de semiótica de la atracción, referido por MacCannell, comprende la atracción turística como signo en el que se teje una relación entre “una vista, un marcador y el turista”. Según esta perspectiva, el primer contacto del turista es con la representación de la vista, más que

con la vista misma. Esta última, a su vez, contiene una variada información que el autor denomina “marcador”, la cual incluye “libros de viaje, guías de museos, historias contadas por personas que la hayan visitado, textos de historia del arte y conferencias, ‘disertaciones’, y demás” (MacCannell 2003, 147). El autor distingue el “marcador simbólico” como elemento de un conjunto: por ejemplo, en San Francisco, los marcadores simbólicos son un tranvía, el puente Golden Gate y Union Square, entre otros. En general, son los marcadores simbólicos los que constituyen las atracciones del viaje, ya sea por el valor intrínseco que tienen —por ejemplo, si se trata de una obra arquitectónica singular—, o por el sentido que tienen en el lugar visitado. Es así que un turista visita la Torre Eiffel por ser un referente para la visita turística (si no se visita, es como no haber ido a París) y también por lo que la obra es de manera intrínseca, por su edificación. Esa relación del turista con las vistas y los marcadores son los que instauran la semiótica de la atracción.

Sin embargo, hay un aspecto que el autor considera esencial de la visita turística: la transformación vista-marcador-objeto, en la cual “la información sobre el objeto da lugar al objeto mismo”. Es decir, cuando el turista informado previamente sobre la vista, sustituye la experiencia propia de la vivencia por la memoria de dicha información, lo cual puede ocurrir durante algunos segundos. Por otra parte, también se presenta la transformación del marcador en vista, pues en algunos casos se encuentran “fundidos en una única representación” o en otros “un individuo busca identificarse con una vista mediante la sacralización de uno de sus marcadores” (MacCannell 2003, 161, 163, 164), magnificando la vista a través de un afiche promocional, por ejemplo, el cual ya no cumple su función inicial de anunciar un lugar sino que decora una habitación o un lugar de trabajo, a la manera de instrumento que identifica a la persona con la vista.

Lo extraño, lo exótico y lo bárbaro

Los conceptos de extraño, exótico y bárbaro se acuñan desde Occidente para clasificar un territorio o a sus habitantes, de tal manera que estas nociones son utilizadas para justificar su colonización y dominación, al ejercer poder real y simbólico sobre ellos.

Se califica como extraño algo que no se parece a los modelos en los cuales está inserto el sujeto, lo que no le es familiar, aquello que no se puede aprehender desde sus propios códigos culturales. La otredad es definida como “lo extraño”, puesto que en algunos casos hace evidente la diferencia. Krotz señala que:

[...] la otredad es un tipo especial de diferencia. Tiene que ver con la experiencia de **la extrañeza**. Ésta puede referirse a paisajes y climas, plantas y animales, formas y colores, olores y ruidos. Pero solamente la confrontación con las particularidades hasta ahora desconocidas de otros seres humanos —idioma, costumbres cotidianas, fiestas, ceremonias religiosas o cualquier otra cosa— proporciona la verdadera experiencia de la **extrañeza**. [...] Pero la experiencia de la extrañeza no es posible sin la seguridad previa representada por la tierra natal y que viene a nuestra memoria precisamente cuando estamos en tierras desconocidas. (2002, 57)

“Lo exótico” tiene una estrecha relación con “lo extraño”. Se infiere que ambos tienen un origen que los sitúa en referencia a los territorios ubicados más allá del espacio occidental moderno. Lo exótico alude al universo de lo inteligible, de lo que no puede traducirse. Lafarga (1994) estima que desde la literatura lo exótico remite al viaje, al deseo de los escritores de describir parajes desconocidos o de conocer aquello que se aleja de lo familiar o lo rutinario, para introducirse en el ámbito de lo desconocido, de lo extraño, de lo inusual. Sin embargo, el autor advierte sobre la imposibilidad de calificar todo lo extranjero como exótico, pues tal concepto es referido, en especial, a aquellos territorios que no son europeos, y es una noción que varía con las diferentes épocas.

En las crónicas sobre América se percibe el mismo estado de extrañeza ante aquello que no era comprendido por los europeos; en las descripciones sobre usos y costumbres se encuentran los adjetivos que califican a estas tierras y a sus pobladores como salvajes, bárbaros, extraños y exóticos. También se les describe como caníbales, una categoría común para referirse a los pueblos bárbaros que carecían de cultura, es decir, del acervo cultural europeo.

Para los griegos, los pueblos bárbaros eran todos aquellos que no pertenecían a su civilización, que hablaban otras lenguas y ostentaban regímenes políticos diferentes. En fin, eran los pueblos que tenían otras formas de entender el universo. Así, los griegos calificaban a los egipcios, persas o escitas de “bárbaros”. Según Roger-Pol Droit, en el libro *Genealogía de los bárbaros*, el proceso de toma de conciencia de los griegos, es indisoluble del reconocimiento de su identidad y del reconocimiento de su diferencia frente a otros pueblos (2009, 24).

El concepto de bárbaro se extiende entonces para denominar a todo aquel que habla lenguas extrañas, con unos comportamientos sociales que no encajan en la cultura

occidental. La desnudez, la “idolatría”, el canibalismo o el incesto, son características de los pueblos bárbaros.

Ahora bien, las nociones antes expuestas son de uso relativamente común en las narrativas asociadas al turismo. El uso de estos calificativos en las guías de viaje y en la promoción de los destinos hace parte de la motivación y de los imaginarios sociales del turista sobre los territorios desconocidos —y sobre el “otro” que habita dichos lugares—; todas estas son categorías de análisis importantes para develar la experiencia del turista.

Amazonía, región de bonanzas

En la Amazonía colombiana se han presentado procesos de colonización y de desplazamiento debidos a conflictos sociales y políticos en el país, particularmente desde el siglo XIX por las guerras civiles y durante el siglo XX en el denominado periodo de La Violencia. También ha sido una región que ha acogido a colonos en búsqueda de nuevas oportunidades de vida, atraídos por las distintas bonanzas: la Amazonía se ha caracterizado históricamente por una economía extractiva de productos como la quina, el caucho, las pieles, las maderas, la fauna viva, el petróleo y el oro, así como por el cultivo, procesamiento y comercialización de la coca. Todo lo anterior ha generado violencia y disputas territoriales por intereses económicos, no trayendo beneficios económicos a sus pobladores, quienes solo han sido empleados mal remunerados en cada una de dichas bonanzas. Actualmente, el ecoturismo también se percibe como una nueva bonanza (Ochoa Zuluaga 2008, 106) de la que no se conocen sus consecuencias ambientales, socioculturales o económicas.

Esta región también ha sido el escenario donde distintos grupos armados ilegales, tanto guerrilleros como paramilitares, se han lucrado con la comercialización de la coca. En la primera década del siglo XXI, el gobierno, en medio del conflicto que vivía la región, “favoreció el acaparamiento de tierras para grandes desarrollos agroindustriales” (Echeverri y Pérez Niño 2010, 18). En contraste, hay una tendencia que promueve la conservación de los recursos hídricos y forestales de la Amazonía como mercancías, en los mercados de los nuevos servicios ambientales.

De viajeros y turistas por la Amazonía

La Amazonía fue visitada por españoles y portugueses de manera temprana (siglo XVI), en búsqueda de recursos económicos y de oro. Desde esa época, “los indios tupinambas, tuvieron que escenificar fiestas ficticias

para la corte de los Von Rouen (Bitterly citado por Seiler-Baldinger 1988, 201)” (Vélez 2016, 164).

Posteriormente, la Amazonía “ha sido el territorio privilegiado para la investigación científica por su inmensa riqueza y diversidad: La Condamine y Humboldt en el siglo XVIII y comienzos del XIX exploraron la selva y el río” (Seiler-Baldinger 1988, 203) (figuras 5-8). Los viajes científicos se incrementaron desde 1853 por el desarrollo de la navegación a vapor en el río Amazonas; algunas de esas investigaciones se han prolongado hasta hoy y han ampliado sus objetivos hacia el conocimiento de la fauna, la flora y las comunidades residentes.



Figura 5. Paisaje amazónico.
Fotografía de la autora, noviembre del 2012.



Figura 6. Sobre el río Loretoyacu, frente a Puerto Nariño (Amazonas).
Fotografías de la autora, noviembre del 2012.



Figura 7. Atardecer amazónico.
Fotografía de la autora, noviembre del 2012.



Figura 8. En el río Amazonas.
Fotografía de la autora, noviembre del 2012.

Viajeros tales como el Capitán Herdon, en 1851, expresan maravillados sus encuentros con los indígenas, en este caso los yagua, quienes se muestran dispuestos a compartir su cultura con el visitante. Esta fascinación por la selva y por culturas diferentes —en muchos casos llamadas “exóticas”—, es un denominador común entre los viajeros; es así que desde entonces empiezan a encargarles a las comunidades indígenas bailes, lo que constituye una práctica vigente hasta hoy en el turismo.

Seiller-Baldinger narra cómo la Amazonía fue visitada “por hombres de negocios y vacacionistas de alto nivel económico” (1988, 196), a raíz de la bonanza cauchera. En 1934, después de la guerra con el Perú se ratifica de manera definitiva el Tratado Salomón-Lozano de 1922, por el cual Perú reconoce la soberanía de Colombia sobre el Trapecio amazónico (incluida Leticia), y sobre los territorios comprendidos entre los

ríos Caquetá y Putumayo, los cuales se encontraban ocupados por peruanos.²

Leticia no era un territorio turístico hasta la década de los cincuenta y, por lo tanto, no existían alojamientos, situación que fue cambiando una vez empezó de manera regular la aviación comercial. Aunque hubo un crecimiento de la oferta turística desde 1969, esta solo se fortaleció después de 1984 con la construcción de nuevos hoteles tanto en Leticia como en Puerto Nariño, en un país donde había una escalada del narcotráfico, la cual también hizo presencia en esta región (Seiler-Baldinger 1988).

Desde 1985 se hicieron más frecuentes las visitas a las comunidades indígenas, lo cual fue promovido, entre otros por el norteamericano Mike Salinsky, quien llevaba grupos de turistas a la Isla de los Micos donde había construido albergues turísticos. Sin embargo, esta experiencia pasó por el desplazamiento de los indígenas yagua, quienes fueron trasladados por Salinsky de su lugar de origen para ser exhibidos como atractivos turísticos, un hecho que condujo a la pauperización de los yagua. Además, dichos indígenas fueron obligados a presentar un espectáculo en el que debían ponerse cierta indumentaria y desnudarse, todo lo cual llevó al deterioro social, al alcoholismo y la drogadicción de sus integrantes, quienes fueron abandonados por Salinsky cuando no le fueron de utilidad para sus propósitos.

En el 2005 se otorgó en concesión el Parque Natural Amacayacu a la empresa Aviatur³, la cual impulsa un tipo de turismo que no les deja mayores beneficios a las comunidades locales y más bien genera nuevas tensiones. Desde entonces, la oferta de servicios turísticos se ha incrementado, aunque Aviatur ya no tiene en concesión el parque.

² El Trapecio amazónico comprende tres municipios hoy en día: Leticia, capital del departamento; Puerto Nariño, municipio a orillas del río Loretoyacu, afluente del Amazonas; y Tarapacá a orillas del río Putumayo.

³ El Grupo Aviatur nace con la creación de Aviatur (Agencia de Viajes y Turismo) el 6 de febrero de 1957, con cinco empleados y un capital de \$60.000. Sus oficinas estaban localizadas en la Avenida Jiménez n.º 4-86 en Bogotá. Veinte años después, en 1977, iniciaron operaciones las empresas Avia Corredores de Seguros y la Agencia de Carga y Aduanas Aviatur S.A. (hoy, depósito aduanero, perteneciente al Grupo Logístico Aviatur Carga). A partir de ese año, han surgido más de veinte empresas filiales de dicha organización. Actualmente, el Grupo Aviatur emplea a más de 4.000 personas, cuenta con 297 oficinas propias en el país, con representación en Quito (Ecuador), Caracas (Venezuela), La Habana (Cuba), Ciudad de Panamá, París y Miami, en donde funciona una oficina del Grupo Logístico Aviatur Carga (Avitaur 2016).

Actualmente, los “atractivos culturales” que se promocionan a través de guías, ferias de turismo, brochures, páginas web, blogs, entre otros, se concentran en las culturas de los pueblos indígenas asentados allí: tiku-na, cocama y yagua. Entorno a ellos se genera material promocional y productos turísticos que los involucran de manera directa e indirecta (figuras 9 a 11).



Figura 9. En el río Amazonas.
Fotografía de la autora, noviembre del 2012.



Figura 10. Alojamiento entre comunidades indígenas.
Fotografía de la autora, noviembre del 2012.



Figura 11. Oferta de servicios de alimentación.
Fotografía de la autora, noviembre del 2012.

Ochoa Zuluaga (2008) señala que el perfil actual del turista amazónico está compuesto por personas entre los 18 y 44 años, siendo mayoritario el grupo de 18 a 30 años. Son principalmente jóvenes estudiantes, pasantes y personas que participan en proyectos de investigación o que están vinculadas a programas de corta duración. También llegan turistas que son “profesionales autónomos, trabajadores independientes, empleados de cargo medio a técnico y empleados de alta dirección y/o funcionarios” (Ochoa Zuluaga 2008, 188). Dadas las nuevas condiciones de la oferta —desde el 2012 se cuenta con alojamiento masivo, por parte de empresas como On Vacation—, y considerando las promociones en tiquetes aéreos como estrategia de mercado por parte de las aerolíneas que llegan a Leticia, es probable que el perfil del turista haya cambiado hacia los grupos familiares. Sin embargo, sobre este aspecto no se cuenta con información actualizada.

En el 2011 el total de visitantes anuales al Departamento del Amazonas fue de 58.308 personas, de los cuales 55.918 eran visitantes nacionales frente a 2.390 internacionales. La proyección para el 2016, a partir del surgimiento de proyectos hoteleros como el antes mencionado, era de 117.823 visitantes, de los cuales 112.050 son nacionales y 5.773 internacionales. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, y Fondo de Promoción Turística Colombia 2012, 92). El 95% de las llegadas a los Llanos Orientales y a la Amazonía se hace por Bogotá, lo cual es comprensible pues el acceso es por vía aérea.

Los turistas están motivados principalmente por el Amazonas como destino ecoturístico y de naturaleza, pero también por imaginarios sobre el río más caudaloso del mundo, la selva virgen, las comunidades indígenas con cultura ancestral, el manejo armonioso del ambiente, sus prácticas mágicas y curativas, y la ingesta de plantas de poder o sicotrópicas (Ochoa Zuluaga 2008, 188) (figuras 12 a 15).



Figura 12. Mirador de Puerto Nariño.
Fotografía de la autora, noviembre del 2012.



Figura 13. El río y la selva.
Fotografías de la autora, noviembre del 2012.



Figura 14. Fauna.
Fotografía de la autora, noviembre del 2012.



Figura 15. Prácticas culturales.
Fotografía de la autora, noviembre del 2012.

Hoy en día, los prestadores de servicios turísticos provienen en su mayoría de otras partes del país o son extranjeros, por lo tanto, el control del turismo escapa a las comunidades indígenas asentadas allí, es decir, a los grupos tikuna, cocama y yagua. Las agencias de viaje que operan en el territorio de la Amazonía promueven

las visitas a las comunidades indígenas en condiciones económicas y sociales que, por lo general, no son equitativas. Tampoco se establece de manera clara su relación con respecto a las actividades que prestan al turista; en efecto, la relación entre las comunidades indígenas y los prestadores de servicios turísticos está mediada por una actividad laboral cuya remuneración económica suele ser muy precaria, con una oferta de empleos de muy baja calidad.

Trapezio amazónico y turismo

Los imaginarios sociales sobre los indígenas del Trapecio amazónico, situado al sur de Colombia, en la frontera con Brasil y Perú, se nutren de relatos de viajeros, novelas, cuentos, películas, fotografías y expresiones artísticas y estéticas. En estos se presentan a las comunidades indígenas idealizadas o bien pauperizadas y esclavizadas. Se unifican la cultura, los modelos de organización, las estéticas, las formas de producción, las cosmogonías. Algunas de estas narrativas muestran las tensiones entre la sociedad mayoritaria y las comunidades indígenas. Los relatos, contruidos generalmente por personas que no pertenecen a las comunidades indígenas, tienden a crear imaginarios sociales que influyen en distintos ámbitos de la vida social, y probablemente también en el turismo.

El Trapecio amazónico es un territorio que se percibe como exótico a partir de los referentes de viajeros, novelas e imágenes: atravesado por el río más caudaloso y de mayor longitud del mundo, contenedor de una naturaleza exuberante, este es uno de los lugares sobre el cual se han tejido mitos y leyendas que generan ensoñación, temor y seducción al viajero y al turista.

Una de las novelas que dejó una huella en la memoria de los colombianos a comienzos del siglo XX es *La vorágine*, que tiene como telón de fondo la selva amazónica. A través de ella se construye uno de los imaginarios más poderosos de la selva como territorio inexpugnable, inhóspito, a donde llega Arturo Cova, el protagonista, quien es devorado por el “infierno verde”. En esta novela, la selva es el espacio que está más allá de la civilización occidental, en el que la enfermedad, las fieras y la muerte están siempre presentes, donde no hay respeto por los usos sociales permitidos en nuestra cultura, puesto que incluso la esclavitud es permitida, la esclavitud fruto de las caucherías. El título de la novela refleja el desenfreno una la historia en la que su protagonista se pierde en la manigua, o es devorado por ella. Hasta hoy se encuentra presente en la memoria, en la recordación y en el

imaginario social la selva construida por José Eustasio Rivera, autor de *La vorágine*, una obra que constituye un referente sobre esta región que es percibida desde el centro del país como lugar de confinamiento y muerte.

Actualmente, el Trapecio Amazónico está habitado por las comunidades indígenas tikuna, cocama y yagua, quienes conforman el Resguardo TICCOYA de los municipios de Leticia y Puerto Nariño. Las poblaciones mestizas, provenientes de distintas partes del país, arribaron allí como trabajadores de las diferentes bonanzas de una economía principalmente extractiva. El resguardo TICCOYA cuenta con una población de 5.620 personas, distribuidas en 22 comunidades que se encuentran ubicadas a lo largo de los ríos Amazonas y sus tributarios: Atacuarí, Amacayacu, Loretoyacu y Boyahuasú (ATICCOYA 2007). Entre algunas comunidades indígenas el turismo se propone en los planes de vida⁴ como estrategia de desarrollo local. En el plan de vida de la Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico (ACITAM) 2008-2011, se aborda por primera vez el tema del turismo como alternativa productiva:

La Comisión destaca que es la primera vez que el tema de ecoturismo “Etnoturismo” en comunidades indígenas se propone como línea de trabajo. Advierte que el trabajo de ecoturismo “Etnoturismo” debe ser analizado con cuidado dado que en la experiencia que han tenido, como en el caso de Mocagua, está afectando la vida cotidiana y personal de las familias y comunidades, por lo cual se debe tener como un centro de referencia. (ACITAM 2008, 100)

- 4 Un “plan de vida indígena” es un instrumento de planeación que se construye a partir de un proceso participativo de auto-diagnóstico y del ejercicio de elaboración de proyectos. Es un instrumento de política y gobierno; y como tal, constituye un acuerdo social que debe surgir del consenso. El plan de vida se consolida como un documento que contiene:
1. Información sobre la comunidad, sus recursos y necesidades. Información sobre los cambios que la comunidad quiere lograr, y sobre los proyectos para lograr esas transformaciones para vivir mejor.
 2. El posicionamiento de la comunidad acerca de la relación entre el gobierno indígena, los actores gubernamentales y otros actores.
 3. La visión política de la comunidad a largo plazo. El contenido del plan depende del contexto de cada comunidad u organización indígena. Un pueblo que no tiene satisfecha su demanda de territorio físico, se enfrenta a una realidad muy diferente de la de aquel que ya tiene sus títulos y se encuentra en proceso de ordenamiento territorial y construcción de su autonomía. El plan de vida responde a tres preguntas: ¿Quiénes somos? ¿Qué buscamos? y ¿Cómo lo haremos?” (Territorio Indígena y Gobernanza sf).

En este mismo documento se abordan las debilidades que presentan las comunidades para enfrentar el turismo, tales como el desconocimiento de la oferta en la región; la falta de articulación con los operadores; la escasa capacitación; la carencia de la visión indígena a causa de la poca o nula participación de las comunidades en la planeación del turismo; la insuficiencia de estudios que midan los impactos económicos, socioculturales y ambientales derivados de esta actividad. Las políticas de turismo, definidas por el VI Congreso Indígena⁵ tanto para el etnoturismo como para el ecoturismo fueron en ese momento:

1. Liderar y promover estudios de los impactos sociales, culturales y ambientales que la actividad del turismo deja a comunidades indígenas.
2. Monitorear las decisiones en instancias departamentales y nacionales sobre el turismo en el Trapecio amazónico (caso cluster turismo, caso consorcio Decamerón-Aviatur-Agencias turismo, concesión de Amacayacu, etc.).
3. Las comunidades y las organizaciones deben ejercer el derecho de control y veeduría sobre las empresas privadas y públicas, así como de los planes turísticos que se proyecten en territorios indígenas.
4. Analizar las limitantes y aprovechar el potencial local a nivel humano y paisajístico (bosques, recursos humanos, recursos económicos, organizaciones de intérpretes ambientales).
5. Promover proyectos macro que contemplen asesoría y acompañamiento a las comunidades para el manejo del ecoturismo.
6. Promover espacios de comunicación permanente entre comunidades, instituciones encargadas de ecoturismo y operadores.
7. Concertar con comunidades las actividades de planeación en ecoturismo.
8. Capacitación en ecoturismo en y para las comunidades.
9. Participación activa en foros y talleres de formación sobre el tema de ecoturismo y en otras áreas afines.
10. Formación de guías indígenas. (ACITAM 2008, 101)

5 El VI Congreso de acitam se realizó en noviembre del 2005 en la comunidad de Macedonia “[...] ha sido el logro más significativo y de mayor cualificación para el proceso organizativo, porque sus mandatos trazan con claridad las políticas, estrategias, metodologías, prioridades y plan de trabajo para los próximos 10 años. Significa la máxima elaboración política colectiva indígena en toda la historia del proceso organizativo [...]” (ACITAM 2008).

De hecho, una de las perspectivas que se había planteado en el 2012, en el marco de la certificación de Puerto Nariño (Amazonas) como destino turístico sostenible, fue la creación de un operador turístico del Resguardo Aticoya (tikunas, cocamas, yaguas), iniciativa que aún no se ha concretado. Por otra parte, en el texto del “Plan de vida 2007-2017”, propuesto por la Asociación de Autoridades Indígenas ATICOYA en el 2007, se manifestó la necesidad de poner en marcha iniciativas ecoturísticas que permitieran diversificar los ingresos de las familias del resguardo con proyectos productivos en este sector.

En contraposición a la situación descrita, hay otras comunidades que se han resistido a la presencia de operadores turísticos y de turistas, tal es el caso de 16 de las 22 comunidades que hacen parte del Resguardo ATICOYA, las cuales no quisieron participar en el proceso de certificación de Puerto Nariño como destino turístico sostenible, y se apartaron en aras de su autonomía como pueblos que toman decisiones sobre sus estrategias de desarrollo local. En algunos casos esta decisión estuvo condicionada por el conocimiento de las experiencias previas en la región con infortunadas consecuencias.

Algunas de estas comunidades perciben el turismo como problema, lo cual se evidenció en el proceso de certificación de Puerto Nariño cuando se entrevistó a líderes regionales como Emperatriz Cahuache de Codeba, Manuel Ramos o al presidente del Cabildo, quienes expresaban su preocupación por el posible incremento de prácticas de explotación sexual en niños, niñas y adolescentes, o por un aumento en el consumo de drogas ilícitas; este tipo de situaciones, estimuladas por el turismo, tendrían graves repercusiones en el campo social. Los líderes entrevistados también expresaron temores sobre los impactos culturales, ambientales y económicos, además de las dificultades en términos de inclusión social. Entre las posturas de las comunidades hay un enorme espectro de apreciaciones que promueven o rechazan el turismo.

Por otra parte, iniciativas como el alojamiento en Socó donde se han construido cabañas turísticas, se muestra como una actividad difícil, pues obedece a prácticas alejadas de la cultura local. Aunque las cabañas se han remodelado y mantenido —después de una dura crisis en el 2008—, la llegada de turistas es escasa, tanto que Vieco recoge un testimonio donde se manifiesta que en el 2009 solo llegó un turista (Vieco 2010, 155). La comunidad se ha capacitado con el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) y otras instituciones que la han acompañado, pero echar a andar un

proyecto turístico requiere de apoyo en mercadeo y comercialización, además es necesario preguntarse: ¿qué tipo de turista se espera?, ¿qué experiencia turística se desea ofrecer?

Del turismo imaginado a los imaginarios sociales en la experiencia turística

Actualmente, la oferta turística oscila entre lo exótico, lo extraño, lo “auténtico”; las experiencias pretendidamente chamánicas; las cosmogonías preparadas para la visita; los rituales diseñados para turistas —pinturas faciales, espacios de sanación, matrimonios o casamientos en comunidades indígenas—; y las prácticas culturales “verdaderamente” ancestrales, además de las rutas diseñadas para realizar prácticas que juegan con imaginarios de riesgo, tales como la ruta de la coca, que finalmente se describe como una experiencia pretendidamente intercultural.

Al hacer una primera exploración para recopilar algunas de las ofertas encontradas en guías virtuales o en agencias de viaje que anuncian sus productos por Internet, se encuentran ofertas siempre acompañadas de imágenes sugestivas que prometen recorrer Leticia, Puerto Nariño y Lago de Tarapoto.

La oferta de Amazonasleticia.com por ejemplo, incluye planes como: “Holocausto caníbal y los caníbales del Amazonas”; “Lo más exótico del Amazonas en planes y programas”; “Matrimonio o casamiento indígena”; “la Ruta de la coca”; además de una variada oferta de restaurantes y gastronomía regional. Leticia es descrita como “una ciudad remota, aislada de Colombia, rodeada por la magia de la selva y el indomable Río Amazonas. Muchos turistas me han cuestionado qué es vivir en una ciudad incomunicada con el interior [...]” (Amazonas Colombia: Turismo Especializado 2013).

En esta narrativa se hace una alusión a la selva y al río como elementos de la naturaleza fantástica, dotados de misterio y riesgo al ser lugares incomunicados con el mundo exterior. También se alude indirectamente al antagonismo entre la vida salvaje y la vida civilizada, lo que refuerza los imaginarios de la selva como espacio rodeado de peligros, misterios y magia, una imagen que si bien puede seducir o llenar de terror al turista, constituye una motivación fascinante para muchos viajeros. El texto promocional en cuestión nos remite a una experiencia turística que evoca salir del mundo organizado para adentrarse en uno extraño, diferente y asombroso. Sentimos la presencia de *La vorágine* y

de la filmografía sobre la selva, presentándola como insaciable, feroz, poblada de seres desconocidos, fauna agreste y salvaje.

La oferta del “Holocausto caníbal y los caníbales del Amazonas”, además estar acompañada por una fotografía, presenta un texto que dice: “Muchos de los turistas que han visitado el Amazonas tienen esa duda sobre los caníbales. El canibalismo fue parte cultural de las etnias que habitan en el Amazonas y todavía existe en algunos lugares remotos [...]”. (Amazonas Colombia: Turismo Especializado 2013) Aquí también se juega con otro imaginario social, construido a partir de las crónicas, las novelas, el cine, la televisión, el canibalismo y el holocausto caníbal [...]; de hecho, en una reserva cercana a Leticia se mostraba como atractivo una olla con huesos (de plástico), que recreaba la supuesta práctica caníbal. Se construyen “autenticidades escenificadas”, como las denomina MacCannell (2003), para nutrir una experiencia exótica, siempre generando un límite entre la fantasía y la realidad, poniendo de presente lo que fue, pero que aún podría ser.

Por otra parte, la llamada “Ruta de la coca” se promociona así: “Realiza un intercambio cultural con las comunidades Uitotos y Boras de los kilómetros de Leticia Amazonas. Aprende sobre su diario vivir, saberes, rituales y el uso ancestral de la coca. Aquí tendremos la oportunidad” (Amazonas Colombia: Turismo Especializado 2013). Tal intercambio cultural se realiza promoviendo una práctica que oscila entre lo sagrado y lo profano... ¿se logrará confundir al turista? Las sutiles referencias pueden hacer la diferencia en la experiencia turística. La búsqueda por lo original, lo auténtico —las regiones traseras, mencionadas por MacCannell (2003)— parecen recrearse en estas ofertas.

El “Matrimonio o casamiento en comunidades indígenas del Amazonas” se ofrece así:

Cómo es un casamiento tikuna. Esta actividad se lleva a cabo en dos días. El primer día la comunidad se dedica a coleccionar las semillas, material necesario y a pintar los cuadros definiendo los clanes. El segundo día se realiza una caminata o llegada por bote de 45 minutos, se conoce la comunidad y de hay [sic] se parte a la maloka ancestral donde la comunidad los estará esperando.

Lo primero es escuchar los consejos dados por los abuelos sobre como [sic] se deben de cuidar y respetar cada persona. Después de escuchar, se desplazan al centro de la maloka donde les pondrán la decoración adecuada

de la ceremonia. La ceremonia empieza con la entrega de los collares, se entregarán los anillos artesanales en madera pona. Los abuelos les dan la bendición. Se realizará un baile con los invitados. Danza en nombre de la pareja para atraer buenos frutos al futuro. Oficialmente ya quedan casados bajo la comunidad y se entregan los diferentes cuadros de los clanes. (Amazonas Colombia: Turismo Especializado 2013)

El imaginario social sobre la pureza de los rituales indígenas se refleja en la promoción de matrimonios en un lugar remoto, oficiados por abuelos chamanes en comunidades tikuna. Este atractivo está enmarcado en las nuevas tendencias hacia lo natural y lo prístino, cercanas a las perspectivas de la Nueva era. Entonces, cabría preguntarse: ¿quién diseña estos productos turísticos? ¿Cuál es el rol de las comunidades locales en el turismo? ¿Son agentes pasivos, objetivados para el turismo, o más bien son sujetos que generan una suerte de resistencia a las lógicas de mercado, jugando el rol esperado por los turistas que han construido imaginarios sociales sobre la selva amazónica y sus habitantes, y que esperan con ansias cumplir sus fantasías a través de la experiencia turística? ¿Es posible que las comunidades construyan sus propias narrativas, relatos e imágenes para el turismo, acordes con sus lógicas y realidades contemporáneas, como sociedades con dinámicas y tensiones internas —muchas veces fragmentadas—, insertadas a su vez en las lógicas de mercado de forma particular? ¿Puede el turismo constituir verdaderamente una actividad de difusión y promoción de su cultura, tal como lo describen las instituciones que rigen el turismo mundial como la Organización Mundial del Turismo? Por otra parte, también valdría la pena preguntarse: si las comunidades fueran las gestoras del turismo en el trapecio amazónico, ¿cambiarían tales relatos?

La semiótica de la atracción descrita por MacCannell (2003) tiene sentido en el fenómeno turístico del Trapecio amazónico, puesto que allí el marcador reemplaza a la vista, mientras que los relatos, las narrativas e imágenes sustituyen las dinámicas contemporáneas de este territorio y sus habitantes. El marcador engulle la realidad de una manera caníbal, la hace invisible e impide la comprensión de las comunidades allí asentadas; sin embargo, probablemente también retrata las relaciones sociales que se tejen entre el centro y la periferia, entre los grupos humanos asentados en las ciudades y aquellos que viven en la selva y que tienen ancestros indígenas.

Conclusiones

Aunque la investigación está en una etapa preliminar, se aprecia la complejidad del análisis de los imaginarios sociales construidos sobre las comunidades indígenas del Trapecio amazónico y su influencia en el diseño de productos turísticos, material promocional y, finalmente, en la experiencia misma del turista.

El turismo desarrollado en el Trapecio amazónico colombiano puede estar contribuyendo a que las relaciones entre turistas y poblaciones anfitrionas se complejicen y se tensionen aún más, pues constituyen un medio tanto para la resignificación de las identidades locales y la dinamización de las relaciones de alteridad entre turistas y residentes; como para hacer una puesta en escena de las identidades y establecer dispositivos de poder que generen violencias reales y simbólicas, algunas de ellas instituidas desde las épocas de colonización y las cuales adquieren una nueva dimensión a través de la práctica turística.

El turismo es un terreno fértil para la producción de imaginarios que se encarnan en las narrativas e imágenes referidas a los destinos turísticos, a los atractivos y a los pobladores locales. Los imaginarios sociales construyen de manera particular al “otro” —enunciado desde la perspectiva del visitante o de las instituciones o entidades que promueven el turismo—, y dichos imaginarios sociales sobre el “otro” pueden influir en las relaciones de alteridad que se presentan durante la actividad turística. Además, los imaginarios sociales recrean estéticas en permanente renovación. Sin embargo, dependiendo de quién enuncie las narrativas turísticas, tales imaginarios cambian, y es allí donde el papel de las comunidades indígenas se puede resignificar. Pasar de ser objetos del turismo a sujetos activos, creadores de nuevas lógicas y relaciones entre ellos y los turistas, es una situación que representa a una sociedad imbuida en dinámicas de mercado pero ansiosa de nuevas experiencias. ¿Por qué no darles valor, a través del turismo, a las formas tradicionales de relacionamiento de las comunidades indígenas, donde prima la solidaridad, la cooperación y el trabajo en equipo, para desarrollar un turismo que a la vez sea respetuoso de sus cosmovisiones y formas de comprender el mundo?

Referencias

ACITAM (Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico). 2008. “Plan de vida de la Asociación de Cabildos

- Indígenas del Trapecio Amazónico 2008-2011". Consultado en marzo del 2015. <http://leticia-amazonas.gov.co/apc-aa-files/33366639393863386234333861356137/plan-de-vida-acitam.pdf>
- Amazonas Colombia: Turismo Especializado. 2013. "El tour más completo para visitar el Amazonas." Consultado en octubre del 2013. <http://www.amazonascolombia.com/indexama.php?pg=opt5&Fil=tours2&ini=o&viewitem=tours2|9>
- Amazonasleticia.co. 2013. "Leticia Amazonas guía turística." Consultado en marzo del 2015. www.amazonasleticia.co
- ATICOYA (Asociación de Autoridades Indígenas). 2007. "Texto síntesis: actualización del plan de vida de los pueblos Tikuna, Cocama y Yagua 2007-2017." Puerto Nariño, Amazonas: CODEBA. Consultado en marzo del 2015. http://observatorioetnicocecoin.org/co/cecoin/files/Plan%20de%20vida%20Tikuna%20_Aticoya_Puerto%20Nari%C3%B1o.pdf
- Aviatur. 2016. "Viajes y turismo." Consultado en marzo del 2015. http://www.grupoaviatur.com/es/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=2
- Echeverri, Juan Álvaro, y Catalina Pérez Niño, eds. 2010. *Amazonia colombiana: imaginarios y realidades*. Leticia: Instituto Amazónico de Investigaciones (IMANI), Universidad Nacional de Colombia - Sede Amazonía.
- Droit, Roger-Pol. 2009. *Genealogía de los bárbaros: historia de la inhumanidad*. Barcelona: Paidós.
- Krotz, Esteban. 2002. *La otredad cultural entre utopía y ciencia: un estudio sobre el origen, el desarrollo y la reorientación de la antropología*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lafarga, Francisco. 1994. "Territorios de lo exótico en las letras españolas del siglo XVIII." *Anales de Literatura Española* 10:173-192.
- Lindón, Alicia, y Daniel Hiernaux, dirs. 2012. *Geografías de lo imaginario*. México: Anthropos.
- MacCannell, Dean. 2003. *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.
- MacCannell, Dean. 2007. *Lugares de encuentro vacíos*. Barcelona: Melusina.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Fondo de Promoción Turística Colombia. 2012. "Plan De Desarrollo Turístico - Departamento del Amazonas." Consultado en febrero del 2015. http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=65914&name=PLAN_DESARROLLO_TURISTICO_AMAZONAS.pdf&prefijo=file
- Ochoa Zuluaga, Germán Ignacio, ed. 2008. *Turismo en el Amazonas: entre las alternativas convencionales y las alternativas ambientales amigables*. Bogotá: IMANI - Universidad Nacional de Colombia - sede Amazonía.
- Páramo, Carlos. 2009. *Lope de Aguirre o la vorágine de Occidente: selva, mito y racionalidad*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Seiler-Baldinger, Annemarie. 1988. "El turismo en el alto Amazonas y su efecto sobre la población indígena." En *Turismo: la producción de lo exótico*, editado por Pierre Rossel, 193-209. Copenhague: IWGIA.
- Silva, Armando. 2013. *Imaginarios, el asombro social*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Staszak, Jean-Francois. 2012. "La construcción del imaginario occidental del 'allá' y la fabricación de las 'exóticas': el caso de los Toi Moko Maoris." En *Geografías de lo imaginario*, editado por Alicia Lindón y Daniel Hiernaux, 177-203. México: Anthropos.
- Territorio Indígena y Gobernanza. sf. "Los planes de vida". Consultado en enero del 2015. <http://www.territorioindigenaygobernanza.com/planesdevida.html>
- Vélez, Marta Lucía. 2016. "El Amazonas: entre la seducción y el terror; el sentido social de los Otros en el turismo." En *Debates contemporáneos sobre el turismo*, tomo II de *Reflexiones y dinámicas en los lugares turísticos; dilemas éticos, imaginarios sociales y prácticas culturales*, editado por Edna Roza y Marta Vélez, 153-173. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Vieco, Juan José. 2010. "Planes de desarrollo y planes de vida ¿Diálogo de saberes?" *Mundo Amazónico* 1:135-160. doi: 10.5113/ma.1.9918.
- Vignolo, Paulo. 2003. "Nuevo Mundo: ¿Un mundo al revés? Las antípodas en el imaginario del Renacimiento." En *El Nuevo Mundo: problemas y debates*, editado por Diana Bonnett y Felipe Castañeda, 23-60, Bogotá: Uniandes.

Lecturas recomendadas

- Alcázar-Campos, Ana. 2010. "La Cuba de verdad: Construcción de alteridades y turismo en la contemporaneidad." Tesis de Doctorado en Antropología Social, Universidad de Granada.
- Ardèvol, Elisenda. 1998. "Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales." *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares* LIII (2): 217-240.
- Augé, Marc. 1989. "L'Autre proche." En *L'Autre et le semblable: Regards sur l'ethnologie des sociétés contemporaines*, editado por Martine Segalen, 19-33. Consultado en mayo del 2015. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00527818/file/hal00527818_SegalenDir_CNRS_1989.pdf
- Augé, Marc. 1992. *Los no lugares: espacios del anonimato; una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.

- Augé, Marc. 1996. *El sentido de los otros: actualidad de la antropología*. Barcelona: Paidós.
- Augé, Marc. 1997. *El viaje imposible: el turismo y sus imágenes*. Barcelona: Gedisa.
- Austin, Jhon L. 2008. *Cómo hacer cosas con palabras: palabras y acciones*. Buenos Aires: Paidós.
- Barretto, Margarita. 2007. *Turismo y cultura: relaciones, contradicciones y expectativas*. Tenerife-España: Aca y Pasos.
- Bartra, Roger. 1992. *El salvaje en el espejo*. México: ERA.
- Bartra, Roger. 1997. *El salvaje artificial*. México: ERA.
- Bourdieu, Pierre. 1997. *Razones prácticas: sobre la teoría de la acción*. Traducido por Thomas Kauf. Barcelona: Anagrama.
- Calabrese, Omar, Armando Silva Téllez, Ugo Volli, y Angela Trezza. 1995. *Los juegos de la imagen*. Bogotá: Instituto Italiano di Cultura.
- Carroll Janer, Iván Enrique. 2010. "Turismo y conservación en la Amazonía colombiana." Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia - Sede Amazonía.
- Cohen, Erik. 1992. "Who are the chao khaol 'Hill tribe' Postcards from Northern Thailand." *International Journal of the Sociology of Language* 98 (1): 101-125. doi: 10.1515/ijsl.1992.98.101.
- Dachary, Alfredo Cesar, y Stella Maris Arnais Burne. 2009. "Pueblos originarios y turismo en América Latina: la conquista continúa." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 18:69-91.
- De Diego, Estrella. 2014. *Rincones de postales: turismo y hospitalidad*. Madrid: Cátedra.
- Derrida, Jacques. 1971. "Firma, acontecimiento y contexto." Chile: Philosophia. http://www.dooos.org/articulos/textos/derrida_firma.pdf
- Derrida, Jacques, y Anne Dufourmantelle. 2006. *La hospitalidad*. Buenos Aires: La Flor.
- Ducrot, Oswald. 1986. *El decir y lo dicho: polifonía de la enunciacón*. Barcelona: Paidós.
- Ducrot, Oswald. 1988. "Polifonía y argumentación." Conferencia presentada en el Seminario *Teoría de la Argumentación y Análisis del Discurso*, Universidad del Valle, Cali.
- Escobar, Arturo. 2000. "El lugar de la naturaleza y la naturaleza del lugar ¿globalización o posdesarrollo?" En *Antropología del desarrollo, teorías y estudios etnográficos en América Latina*, editado por Andreu Viola, 169-216. Barcelona: Paidós.
- Estévez González, Fernando. 2013. "No hay turista sin maleta ni maleta sin souvenir: performatividad y micropolítica en la experiencia turística." *Museo de Historia y Antropología Tenerife*. Consultado en octubre del 2015. <http://www.museosdetenerife.org/museos-de-tenerife/evento/3082#.U5sywv15OZg>.
- Faccioli, Patrizia, y Giuseppe Losacco. 2002. "Postales desde Roma." *Bifurcaciones* 9. Consultado en enero del 2015. <http://www.bifurcaciones.cl/009/Faccioli-Losacco.htm>
- Galí Espelt, Nuria. 2005. "La humanización de las imágenes emitidas por la publicidad de los destinos turísticos monumentales: el caso de Girona." *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 3 (2): 273-281.
- García Canclini, Néstor. 1990. *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- García Canclini, Néstor. 2004. *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.
- García Ruiz, Pedro Enrique. 2004. "La representación del otro: figuras de la alteridad en la conquista de América; una propuesta fenomenológica." *Investigaciones fenomenológicas* 7:219-231.
- García Márquez, Gabriel. 2002. *Vivir para contarla*. México: Random House.
- Garrod, Brian. 2009. "Understanding the Relationship between Tourism: Destination Imagery and Tourist Photography." *Journal of Travel Research* 47 (3): 346-358. doi: 10.1177/0047287508322785.
- Gasché, Jorge. 2010. "La ignorancia reina, la estupidez domina y la conchudez aprovecha: el engorde liberal y la dieta bosquecina." *Revista Espaço Pedagógico* 17 (2): 279-306.
- Giménez, Gilberto. 1999. "Territorio, cultura e identidades: la región socio-cultural." En *Cultura y región*. Bogotá: Ministerio de Cultura y Centro de Estudios Sociales.
- Gómez, Augusto. sf. "Estructuración socio-espacial de la Amazonía colombiana siglos XIX y XX." En *Desplazados, migraciones internas y reestructuraciones territoriales*, editado por Fernando Cubides y Camilo Domínguez, 21-189. Bogotá: Centro de Estudios Sociales - Universidad Nacional de Colombia, Ministerio del Interior. Consultado en marzo del 2015. <http://www.bdigital.unal.edu.co/1292/3/02CAPI01.pdf>
- Gómez-Muller, Alfonso. 1997. *Alteridad y ética desde el descubrimiento de América*. Madrid: Akal.
- González Cueto, Danny. 2005. "Una memoria visual para el futuro: la situación de los archivos fotográficos del Caribe Colombiano." *Memorias: Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe* 1 (1): 1-14. <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/memorias/article/view/158/42>
- Gutiérrez Vidrio, Silvia. 2011. "Cómo hacer cosas con palabras 50 años después." *Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación* 75. http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/23_Gutierrez_M75.pdf.
- Jiménez, Luis Fernando. 1986. *Teoría turística: un enfoque integral del hecho social*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Kappler, Claude. 1986. *Monstruos, demonios y maravillas a fines de la edad media*. Madrid: Akal.

- Korstanje, Maximiliano E. 2008. *La otra parte del turismo: la dinámica interna del prejuicio*. Consultado en febrero del 2015. <http://www.repotur.gov.ar/bitstream/handle/123456789/3798/LA%20OTRA%20PARTE%20DEL%20TURISMO.pdf?sequence=1>.
- Korstanje, Maximiliano E. 2013. "Revisando la ética de la hospitalidad en Daniel Innerarity." *Hao* 32:203-213.
- Laborde, Soledad. 2011. "La alteridad inmigrante en la ciudad del siglo XXI: nuevas formas de construcción del espacio público." *Revista CS en Ciencias Sociales* 7:19-44. doi: 10.18046/recs.17.1037.
- Lander, Edgardo. 2005. "Ciencias Sociales: saberes coloniales y eurocéntricos." En *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales; perspectivas latinoamericanas*, compilado por Edgardo Lander, 11-40. Buenos Aires: Clacso Libros.
- Lagunas, David. 2006. "El espacio del turismo." *Alteridades* 16 (31): 119-129.
- Markwick, Marion. 2001. "Postcards from Malta: Image, consumption, context." *Annals Tourism Research* 28 (2): 417-438. doi: 10.1016/S0160-7383(00)00049-9.
- Meisel Roca, Adolfo, Leonardo Bonilla, y Andrés Sánchez Jabba. 2013. "Geografía económica de la Amazonía colombiana." *Documentos de trabajo sobre economía regional* n.º 193. Cartagena: Banco de la República, Centro de Estudios Regionales (CEER). Consultado en marzo del 2015. http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_193.pdf
- Mignolo, Walter D. 2005. "La colonialidad a lo largo y a lo ancho: el hemisferio occidental en el horizonte colonial de la modernidad." En *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales: perspectivas latinoamericanas*, editado por Edgardo Lander, 5-85. Buenos Aires: Clacso.
- Piola, María Renata. 2008. "Alteridad y cultura: ninguna mujer nace para puta." *KAIROS: Revista de Temas Sociales* 21:1-18.
- Pizarro, Ana. 2009. *Amazonía: el río tiene voces*. Santiago: Fondo de Cultura Económica.
- Quijano, Aníbal. 2005. "Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina." En *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales: perspectivas latinoamericanas*, editado por Edgardo Lander, 201-246. Buenos Aires: Clacso.
- Ruiz, Sandra Lucía, Enrique Sánchez, Elizabeth Tabares, Adriana Prieto, Juan Carlos Arias, Rosario Gómez, Diana Castellanos, Paola García, y Sonia Chaparro, eds. 2007. *Diversidad biológica y cultural del sur de la Amazonia colombiana - Diagnóstico*. Bogotá: Instituto de Investigaciones en Recursos Biológicos Alexander von Humboldt (IAvH), Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas (SINCHI), Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Nacionales Naturales Territorial Amazonía - Orinoquía.
- Restrepo J., Mariluz. 2010. *Representación, relación triádica en el pensamiento de Charles S. Peirce*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Said, Edward. 2002. *Orientalismo*. Barcelona: Debate.
- Salazar, Noel B. 2006. "Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo." *Tabula Rasa* 5:99-128.
- Saxl, Fritz. 1989. *La vida de las imágenes*. Madrid: Alianza.
- Segalen, Martine. 1989. *L'Autre et le semblable: Regards sur l'ethnologie des sociétés contemporaines*. Paris: Presses du CNRS. Consultado en septiembre del 2015. http://www.persee.fr/doc/hom_0439-4216_1991_num_31_119_369410
- Selister Gómes, Mariana. 2009. "La construcción del Brasil como un paraíso de mulatas: del imaginario colonial al marketing turístico." *Sociedad Hoy* 17:75-87.
- Silva, Armando. 1999. *Álbum de familia: la imagen de nosotros mismos*. Bogotá: Norma.
- Silva, Armando, ed. 2007. *Imaginarios urbanos en América Latina: urbanismos ciudadanos*. Barcelona: Fundación Antonio Tápies.
- Silva, Armando. 2011. "De los lenguajes a las estéticas." En *Proyectar la comunicación*, compilado por Jesús Martín Barbero y Armando Silva. Bogotá: Norma.
- Todorov, Tzvetan. 1986. "Le croisement des cultures". *Communications* 43 (1): 5-26. http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_05888018_1986_num_43_1_1637.
- Todorov, Tzvetan. 1998. *La conquista de América: el problema del Otro*. 1ª ed. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Todorov, Tzvetan. 2003. *Nosotros y los otros*. 3ª ed. México: Siglo XXI.
- Varela, Consuelo. 1982. *Cristóbal Colón: textos y documentos completos*. Madrid: Alianza.
- Vélez, Marta Lucía. 2013. "Las alteridades en los viajes y el turismo: propuesta de un horizonte de investigación." En *Turismo y Cultura: retos y perspectivas en América Latina*, editado por Julián Osorio y Edna Roza, 287-319. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Vélez, Marta Lucía. 2014. "Les images de l'Autre et les relations d'altérité dans le tourisme. Imaginaires de la Colombie." *Rusca* n.º 6. Consultado en mayo del 2015. <http://www.msh-m.fr/le-numerique/edition-en-ligne/rusca/rusca-territoires-temps-societes/la-revue-en-ligne/numero-6-alterite/article/les-images-de-l-autre-et-les>.
- Waldenfels, Bernhard. 1998. "La pregunta por lo extraño." *Logos: Anales del Seminario de Metafísica*. 1:85-98. Consultado en mayo del 2015. <http://revistas.ucm.es/index.php/ASEM/article/viewFile/ASEM9899110085A/16735>

Martha Lucía Vélez Rivas

Antropóloga de la Universidad Nacional de Colombia (Bogotá), candidata a Doctora en Estudios Sociales de la Universidad Externado de Colombia. Actualmente es docente e investigadora de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia. Sus líneas de investigación se orientan hacia el desarrollo, la planificación y gestión del turismo, particularmente abordando las relaciones entre cultura, sociedad y turismo.