

DESARROLLO LOCAL A TRAVÉS DEL TURISMO EN EL TERRITORIO INDÍGENA MALEKU, COSTA RICA.

Tourism and Local Development in the Maleku Indigenous Territory, Costa Rica.

Félix Zumbado Morales¹

Recibido: Octubre, 2014 // Aceptado: Diciembre, 2017

RESUMEN

Este estudio sintetiza lecciones aprendidas del análisis de proyectos de etno-turismo en Costa Rica. El análisis deja en evidencia que las empresas contribuyen a generar empleo, ayudan al rescate del patrimonio cultural, que existen conflictos y necesidad de capacitación (idiomas, gestión, manejo de residuos sólidos y líquidos, interpretación ambiental).

Palabras clave: Turismo, Costa Rica, Territorio Indígena Maleku, Guatuso.

ABSTRACT

This study synthesizes lessons learned by the analysis of ethno-tourism projects in Costa Rica. The analysis shows that companies contribute to generate employment, help to rescue cultural heritage, that there are conflicts and a need for training (languages, management, solid and liquid waste management, environmental interpretation)

Key words: Tourism, Costa Rica, Maleku Indigenous Territory, Guatuso.

INTRODUCCIÓN

El volumen Nro. 25 de la revista Lider publicó el artículo titulado “Etno turismo en el cantón de Buenos Aires, Costa Rica: Retos y lecciones aprendidas”. Dos años después de realizar esa investigación se presenta la oportunidad para el autor de emprender un nuevo proyecto relacionado con el componente turístico en un territorio indígena costarricense. Continuando con la línea de investigación en el desarrollo del turismo en TI en Costa Rica se presenta este artículo, que tomará como base la parte teórica y lecciones aprendidas de la investigación expuesta previamente en el vol 25. Este artículo tiene como objetivo

¹ Master en Gestión Ambiental y Ecoturismo, Universidad de Costa Rica. Investigador del Programa Desarrollo Urbano Sostenible, ProDUS, Universidad de Costa Rica. Líneas de investigación: Ordenamiento Territorial, Gestión Ambiental, Desarrollo Rural, Turismo Sostenible, Ecoturismo. Teléfono: 506 25112781. E-mail: felzum@gmail.com.

exponer los aprendizajes resultados del análisis de caso del estudio del turismo en el territorio indígena Maleku, Guatuso, Costa Rica. El proyecto de investigación forma parte de una consultoría desarrollada en el periodo 2014-2015 por el Programa de Investigación en Desarrollo Urbano Sostenible de la Universidad de Costa Rica. Este proyecto consistió en la elaboración de un Plan de Desarrollo de Turismo para el cantón de Guatuso. El ente contratante del proyecto fue el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) y la Municipalidad de Guatuso, con apoyo en el financiamiento por parte del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). El trabajo fue elaborado por un equipo interdisciplinario que contó con la participación de expertos en Sistemas de Información Geográfica, Antropología, Derecho, Arquitectura, Transportes, Turismo, Agronomía, entre otros. Este proyecto se enmarca dentro de la Iniciativa BID- Turismo, cuyo fin es apoyar el desarrollo del turismo sostenible en las Áreas Silvestres Protegidas y las comunidades aledañas en Costa Rica. Dentro de los componentes desarrollados en el proyecto se tiene la realización de un diagnóstico de situación, elaboración de Políticas Públicas y la creación de las Propuestas del Plan de Turismo del cantón. Uno de los aspectos centrales del proyecto fue tomar en cuenta la población indígena que vive en el territorio indígena Maleku, que se encuentra dentro del cantón de Guatuso. En el aspecto del turismo en el TI Maleku, se procedió a la evaluación de los proyectos de turismo presentes en la zona y su desarrollo con respecto a la preservación del patrimonio tangible e intangible.

Este subcomponente de trabajo con los proyectos de turismo en el territorio indígena dejó una serie de lecciones aprendidas que el autor considera de gran valor y que recopilan información que servirá de insumo para trabajos futuros en el tema de turismo en territorios indígenas.

Este estudio pretende responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la tipología de administración de los proyectos de turismo ubicados en el TI Maleku, son proyectos desarrollados por toda la comunidad por grupos organizados o por familias?
- ¿Cuál es la razón o razones por la que se ha desarrollado un determinado tipo de administración y qué opinión tienen los

desarrolladores de proyectos sobre mejoras en el sistema turístico?

- ¿Qué características tienen los productos y servicios que se comercializan en los proyectos de turismo presentes en el TI Maleku y cómo se relacionan con la cosmovisión de este grupo?
- ¿Se ha integrado o no el factor cultural y las tradiciones del grupo Maleku en los proyectos de turismo? ¿Por qué?
- ¿Cuáles son los principales problemas o limitantes que poseen los proyectos turísticos de la zona en estudio?
- ¿Cuál es el aporte al sector socio económico del Territorio Indígena Maleku con respecto a la generación de empleo en el lugar?

La investigación se sustenta en las siguientes hipótesis:

- Los proyectos de turismo del TI Maleku son propiedad de grupos o asociaciones de la comunidad.
- Los servicios y productos que se ofrecen al visitante tienen una relación directa con el legado cultural Maleku, siendo el turismo un elemento que ayuda al rescate del patrimonio del grupo étnico.
- El producto turístico se basa en venta de artesanías tradicionales y recorridos con temática cultural.
- El turismo es un elemento de importancia en la generación de empleo e ingresos en el TI Maleku.

El propósito consiste en realizar un diagnóstico de los proyectos turísticos que se ubican en el territorio indígena Maleku. A partir de la realización de entrevistas y talleres se generará información que servirá para la toma de decisiones sobre políticas públicas para fortalecer este sector. Los objetivos secundarios son los siguientes: (1) Analizar el producto turístico que se comercializa en el territorio indígena Maleku mediante la evaluación del tipo de artesanías, hospedajes y servicios complementarios que se comercialicen; (2) Establecer la relación entre el producto turístico y el patrimonio cultural que posee la etnia Maleku.

El proceso de investigación estuvo dividido en etapas. En la primera etapa, se realizó la búsqueda de información en internet y bases de datos sobre el tema de turismo en el TI Maleku. La información encontrada fue analizada y resumida, con información sobre nombres de proyectos y números de contactos. En la segunda etapa, la información

del Censo de población del año 2011 fue procesada y se extrajeron los datos relacionados con la población que habita en el territorio indígena Maleku. Este proceso se realizó para contextualizar la investigación y tener una visión de mayor amplitud durante el análisis. En la tercera etapa, durante las giras del proyecto de investigación se visitaron los proyectos de turismo ubicados dentro del TI Maleku. Se realizó un registro fotográfico del sitio y de los productos artesanales, complementariamente se aplicó una entrevista a los propietarios de los proyectos. Dentro de la información que se preguntó a las personas entrevistadas estaba el año de inicio de operaciones, el tipo de propietario (negocio familiar, asociación o agrupación), servicios y productos que se ofrecían, papel del factor cultural en el producto turístico, datos sobre visitación o ventas, mercadeo, vínculos con otros grupos y con agencias de turismo. Con la información resultante de las entrevistas se realizaron categorías y se procedió a generar una matriz con información de cada proyecto. La cuarta etapa consistió en un taller con pobladores del TI Maleku. El 31 de enero del año 2015 se realizó un taller de trabajo con la comunidad Maleku. El propósito del trabajo era conocer la opinión de los habitantes del TI Maleku sobre el desarrollo del Plan de Turismo del cantón de Guatuso y buscar la manera en la que se podía desarrollar proyectos y políticas públicas específicas para fomentar el turismo sostenible en el territorio.

El taller contó con la participación de 15 habitantes del territorio, incluyendo a representantes de la Asociación de desarrollo Integral Maleku (ADI Maleku), empresarios de turismo y vecinos del lugar. Por medio del taller se conoció la opinión de los participantes con respecto a la estructuración actual del sistema turístico y la visión que tenían las personas para superar los retos actuales.

CONTEXTO EN COSTA RICA

Población indígena y territorios

Los datos sobre población en Costa Rica son recopilados y analizados por el Instituto Nacional de Censos y Estadísticas (INEC). En el año 2011 se realizó el censo más reciente. Por esta razón se utilizaron estos datos para analizar las variables de población de la zona de estudio.

El siguiente cuadro resume la información sobre la distribución provincial de habitantes indígenas en Costa Rica.

Cuadro 1. Población indígena y no indígena en Costa Rica (2011).

Tipo de población	Número de pobladores	% del total de la población de Costa Rica
Población total de Costa Rica	4 301 712	100
Población Indígena* total	104 143	2,40%
Población no indígena	4 197 569	97,60%

Nota: Corresponde a las personas que se auto identificaron como indígenas.

Fuente: INEC. X Censo Nacional de Población y VI de Vivienda 2011

Como muestra el Cuadro 1, del total de la población costarricense un 2.4% se autodenomina como indígena. Ese dato incluye a las personas que viven dentro y fuera de los territorios indígenas. Se debe aclarar que no todas las personas que se autodenominan indígenas dicen pertenecer a un determinado grupo étnico, existe un grupo de personas que se denominan indígenas pero que no se reconocen como pertenecientes a un grupo específico. Otro caso de interés son los indígenas provenientes de otros país, la mayor parte vienen de Panamá y forman parte del grupo Gnöbe; estos indígenas cruzan las fronteras por las montañas, utilizando caminos precolombinos para movilizarse entre Costa Rica y Panamá. Generalmente se mueven de zona en zona buscando actividades como la cosecha de café en la zona de los Santos en Costa Rica.

Cuadro 2. Pueblos y población indígenas (2011).

Nombre del Pueblo indígena	Población indígena total ^{1/}	Territorio indígena
Bribri	18 198	Salitre, Cabagra, Talamanca Bribri, Këköldi
Brunca o Boruca	5 555	Boruca, Curre
Cabécar	16 985	Chirripó, Ujarrás, Tayni, Talamanca Cabécar, Telire, Bajo Chirripó, Nairi Awari, China Kicha
Chorotega	11 442	Matambú

Huetar	3 461	Zapatón, Quitirrisí
Maleku o Guatuso	1 780	Guatuso
Ngöbe o Guaymí	9 543	Abrojo Montezuma, Osa, Conteburica, Coto Brus, Altos de San Antonio
Térraba	2 665	Térraba
Indígenas provenientes de otro país	8 444	Distribuidos en diferentes regiones de Costa Rica
Indígenas que dicen no pertenecer a ningún pueblo	26 070	
Población indígena total de Costa Rica	104 143	

1/ Corresponde a las personas que se auto identificaron como parte de esta etnia.

Fuente: INEC; 2014

En Costa Rica se han establecido hasta el momento 24 territorios indígenas, los cuales cubren un área de 327,825 hectáreas que representan el 6.5 por ciento del territorio costarricense. La ley Indígena de 1977 legalmente reconoce los Territorios Indígenas TI establecidos en los últimos 45 años. De acuerdo con esta Ley, los territorios son inalienables e imprescriptibles, no transferibles y exclusivos para las comunidades indígenas que las habitan. Sin embargo, la falta de demarcación física y la ausencia de ejecución de dicha legislación, han permitido a los foráneos apropiarse de sus tierras y recursos, y han propiciado la destrucción de las formas de vida nativa. En la actualidad solamente el 60 por ciento de las tierras de las reservas está en manos de indígenas. Además del problema de la usurpación de tierras, también se estima que el 18 por ciento de la población de los Territorios no es indígena, lo cual ha incrementado el proceso de mestizaje y de aculturación de la población local (Castillo, 2005).

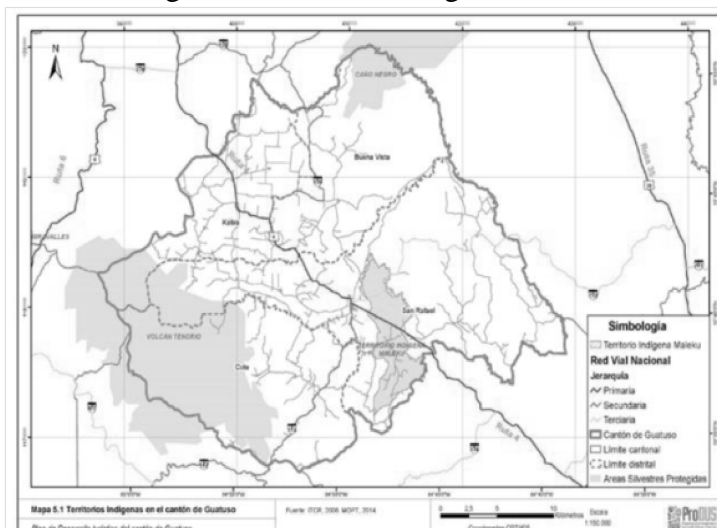
Como lo expresa Castillo en la cita que precede a este párrafo, los territorios indígenas son aquellos espacios establecidos legalmente para resguardar las tierras que pertenecen a los pobladores indígenas de cada etnia. Estos pueblos indígenas se distribuyen en los 24 territorios indígenas que se han establecido en Costa Rica. A continuación se presenta el mapa de distribución de los territorios indígenas en Costa

Rica. La mayor concentración de los territorios se ubica en la región Atlántica y la región del Pacífico Sur de Costa Rica.

Área de estudio

El Territorio indígena Maleku tiene una extensión de 3.027 hectáreas. Actualmente no todas las tierras están ocupadas por indígenas. Personas no indígenas poseen tierras y la situación de tenencia es uno de los principales problemas en el Territorio. Castillo (2005) cita que solo un 20% de las tierras del TI Maleku se encuentra bajo administración de indígenas, el 80% restante de tierras están ocupadas por no indígenas (Figura 1).

Figura 1. Territorio indígena Maleku



Nota: Mapa de ubicación del Territorio Indígena Maleku.

Fuente: Zumbado, 2014.

Turismo y empleo en el Ti Maleku

El análisis de las variables del Censo de Población realizado en el año 2011 por el INEC es el punto de partida para comprender la dinámica socio económica del TI Maleku

Se realizó la distribución por rama de actividad de la población indígena ocupada en actividades remuneradas. El INEC reporta que dentro del TI 380 personas tienen un empleo remunerado. Un 37% de este total de personas empleadas se dedica a las actividades de

agricultura, ganadería y silvicultura; Un 12.4% se dedica al comercio al por mayor y menor. En la rama de hospedajes y ventas de alimentos se reportan 8 personas laborando remuneradamente en el sector.

Los datos sobre empleo muestran que son pocas las personas que se tienen registradas como empleados remunerados en la actividad del turismo. Sin embargo, la población que se dedica a la fabricación de artesanías es mayor a este número. No se tiene un dato exacto de la cantidad de artesanos que trabajan en el TI Maleku, la mayor parte se dedica parcialmente a la actividad y solo trabajan un par de horas a la semana en la confección de artesanías. En el punto anterior se debe considerar que mucha de la mano de obra dedicada a la fabricación de artesanías es de mujeres o jóvenes que además trabajan como amas de casa o estudian y solo dedican parte del día a elaborar artesanías.

Actividades de campo

Los datos de encuestas fueron complementados con la información que se obtuvo en entrevistas con empresarios turísticos del TI. Otra fuente de información para complementar el análisis consistió en los resultados del estudio “Directorio de actores culturales del cantón de Guatuso”, elaborado por el Programa de Regionalización Interuniversitaria CONARE como parte de un proyecto de Fortalecimiento de la Gestión Turística Rural Sostenible de los cantones de Upala, Guatuso y Los Chiles. En este directorio se reportan 8 proyectos turísticos en el TI Maleku; todos propiedad de indígenas Malekus. Hay 7 proyectos administrados de manera familiar y solo 1 proyecto es propiedad de un grupo, en este caso 9 mujeres de la comunidad.

Los grupos de turismo han dado nombres en lengua Maleku a sus empresas. A continuación se citan los lugares donde se realizaron entrevistas, entre paréntesis se señala el significado del nombre en español.

- Caronco (nombre de una palma de la zona): inicia operaciones en el año 2004 y está conformado por 9 mujeres de la comunidad.
- Centro Ecológico Araraf (ave similar a lechuza): dos familias de la comunidad son las propietarias de este proyecto que inició en el año 2007.

- Rancho Caroqui Ú (hojas de las palmas): no se pudo recolectar la información sobre el año de inicio de operaciones, este es un proyecto propiedad de una familia de la zona.
- Kaoralh u Tocur (casa grande): en el año 2005 inició este grupo de turismo, es propiedad de una familia de la comunidad Maleku.
- Rancho Malecu Tafa (espíritu del jaguar): una familia de la zona desarrolló esta iniciativa que se inauguró en el año 2003.
- Rancho Tocu (Dios): iniciativa de una familia e inaugurado en el año 2007.
- Rancho Tojifa Caconhe (más allá del sol): propiedad de una familia Maleku, se inaugura en el año 2001.
- Rancho Tojijifuru (es un tipo de gavián de plumaje blanco que vive en la zona): proyecto que inició en el año 2002 y es gestionado por una familia de la zona.

El proyecto de mayor antigüedad encontrado es del año 2002, el más reciente corresponde al año 2007.

EL PRODUCTO TURÍSTICO Y SUS CARACTERÍSTICAS:

Todos los proyectos tienen a la venta el mismo producto turístico. Este es uno de los problemas más importantes del sistema turístico actual del lugar. La oferta se basa en la venta de artesanías y de recorridos temáticos. Las artesanías y los recorridos difieren en algunas características de una empresa a otra, sin embargo el producto es similar, esto resta competitividad a las iniciativas.

La venta de alimentos se realiza solo contra pedido anticipado, esta es otra de las limitantes del sector. Se menciona el legado culinario como un componente importante de la cultura local, sin embargo no se vende este producto en la comunidad.

Al ofrecer el mismo producto los turistas que llegan a los primeros locales compran en estos sitios las artesanías y no adquieren productos en el resto de locales.

Producto artesanal:

Las artesanías tienen como temática la naturaleza y el legado cultural del pueblo Maleku (Cuadro 3).

Cuadro 3. Productos artesanales, tipo de materiales y recorridos temáticos que se venden en los proyectos entrevistados.

Nombre (en paréntesis significado del nombre en español)	Productos	Tipo de materiales	Recorridos
Caronco (nombre de una palma de la zona)	bolsos, bisutería, llaveros, tambores, máscaras, palos de lluvia, maracas, monederos, carteras	Jícaras*, balsa**, bambú y pinturas	plantas medicinales y árboles nativos, pesca, comidas y bebidas tradicionales
Centro Ecológico Araraf (ave similar a lechuza)	máscaras, palos de lluvia, servilleteros, tambores, pinturas, bisutería, maracas, arco y flecha	Jícaras, balsa, pejibaye, semillas, árbol de mastate*** y arcilla	camminatas en senderos, tiro con arco y flecha, taller de pintura, presentación teatral y comidas tradicionales
Rancho Caroquí Ú (hojas de las palmas)	jícaras, máscaras, palos de lluvia, maracas, tambores,	Jícaras, balsa, palma de Pejibaye y Bambú	recreación de costumbres, reseña histórica, plantas medicinales, clases de labrar jícaras, tiro con arco y flecha
Kaoralh u Tocur (casa grande)	jícaras, máscaras, palos de lluvia, galletas de madera, tambores,	Jícara, balsa, bambú, semillas	tiro con arco y flecha, plantas medicinales, obra teatral, degustación de comida tradicional
Rancho Maleku Tafá (espíritu del jaguar)	máscaras, jícaras, palos de lluvia, cantimplora, maracas, bisutería, tambores y galletas de madera pintadas	Jícaras, balsa, palma de Pejibaye**** y Bambú	plantas medicinales, presentación teatral, taller de artesanías, tiro con arco y flecha
Rancho Tocu (Dios)	tambores, palos de lluvia, máscaras, jícaras, bisutería, monederos, llaveros, pinturas	Jícara, balsa, bambú, semillas	cultura Maleku, plantas medicinales, presentación teatral, tiro con arco y flecha, almuerzo tradicional
Rancho Tojifá Caconhe (más allá del sol)	máscaras, jícaras, palos de lluvia, bisutería, tambores, lanzas, artesanías con caparazones de tortugas, arco y flecha	Jícaras, balsa, palma de Pejibaye y Bambú	plantas medicinales, visita a tumbas indígenas, presentación teatral y comidas tradicionales
Rancho Tojijifuru (es un tipo de gavilán de plumaje blanco que vive en la zona)	máscaras, jícaras, palos de lluvia, bisutería, tambores y carteras	Jícaras, balsa, palma de Pejibaye*** y Bambú	visita al bosque, plantas medicinales, presentación teatral, observación de petroglifos y comida tradicional

*Jícaras: fruto del árbol de Jícara *Crescentia cujete*, ** madera del árbol de balsa: *Ochroma pyramidale*, *** árbol de mastate : *Heliocarpus americanus*, **** *Pejibaye: Bactris gasipaes*

Fuente : Información obtenida de las entrevistas y encuestas aplicadas y del directorio de actores culturales del cantón de Guatuso

Los materiales que se utilizan para la elaboración de las artesanías son similares en todos los proyectos. Las artesanías también son similares

y se sigue el mismo patrón o concepto en la mayor parte de los productos (Figura 2).

Figura 2. Fotografía 1 . Artesanías en el TI Maleku.



Fuente: Elaboración propia

MOTIVACIÓN Y ASPECTOS DE GESTIÓN

¿Por qué la comunidad indígena Maleku se interesó en el turismo? La opinión generalizada de los entrevistados es que las personas de la comunidad se involucraron en el turismo como una oportunidad para generar fuentes de empleo y mejorar su calidad de vida. ProDUS (2014) expresa que el porcentaje de la población inactiva en el cantón de Guatuso (44,2%) es superior al promedio obtenido para el país (40,3%). Asimismo, la tasa de desempleo abierto es relativamente alta, mientras que las tasas de ocupación y de participación son relativamente bajas, en especial en el caso de las mujeres.

Esta actividad se presenta como alternativa ante la falta de otras fuentes de empleo en muchas regiones rurales costarricenses. Zumbado (2014) realizó un estudio de proyectos de etno turismo en varios TI de la zona Sur de Costa Rica, como uno de los resultados encontró que la idea de desarrollar proyectos de turismo surgió en algunos lugares por influencia de grupos externos a la comunidad, como asociaciones u ONGs. En el caso de los Malekus no se encontró como origen de la idea

de realizar proyectos de turismo la gestión de algún organismo externo en la comunidad.

La actividad turística desarrollada en las cercanías del TI Maleku gira en torno al Parque Nacional Volcán Tenorio, donde se ubica el atractivo turístico de Río Celeste y su catarata. Este parque fue creado el 27 de abril de 1995, se ubica en el Área de Conservación Arenal Tempisque y cuenta con una extensión de 18 402 hectáreas, de los cuales 12 871 ha corresponden al área del volcán y 5 531 ha a la zona protectoria del Tenorio. Geográficamente se encuentra entre los cantones de Guatuso, Upala, Cañas, Bagaces y Tilarán. La Catarata del río Celeste es el principal atractivo del parque, tiene una caída aproximada de 30 metros y se encuentra a 1,5 km de la Estación Biológica El Pilón. La visitación en el parque fue de 31 450 personas para el año 2014 (SINAC, 2014).

La mayoría de los turistas que llegan a los proyectos del TI Maleku forman parte del flujo de visitantes del PNVT. Debido a que los proyectos no llevan estadísticas de visitación no se puede dar un estimado de total de visitantes. En la Figura 1 se puede observar la cercanía de la comunidad indígena y el parque nacional.

Solo una de las seis empresas cuentan con cédula jurídica, el resto de los proyectos se administran bajo la figura de cédula física del propietario. Ninguno de los proyectos reporta estar inscrito ante la Caja Costarricense del Seguro Social como patrono. Los proyectos de turismo no cuentan con seguro de póliza de riesgos del Instituto Nacional de Seguros. No hay patentes Municipales registradas para los proyectos ni tampoco las empresas están registradas ante entes como el Ministerio de Salud o Administración Tributaria.

La razón por la que se trabaja de esta manera es debido a que las empresas se ubican en un TI y no se rigen por las leyes que administran los terrenos y actividades que se desarrollan fuera de los territorios indígenas, por esta razón no están inscritos ante ningún ente como la Municipalidad, tributación o la caja del seguro social.

En Ninguno de los emprendimientos se reporta poseer la declaratoria turística del Instituto Costarricense de turismo, tampoco se registran empresas con Certificado de Sostenibilidad turística ni con bandera azul o registros de Posada de Turismo rural del ICT.

Visitas

En uno de los proyectos se reportó que no se habían recibido visitantes en todo el año 2014, este dato hasta el mes de noviembre.

Dos de los establecimientos reportaron que nunca han llevado la cuenta del número de visitantes que reciben, por esta razón no pueden estimar la visitación mensual o anual ni establecer si han tenido crecimiento en el número de visitantes.

Uno de los entrevistados reportó que su proyecto de turismo recibe dos personas cada tres meses. Anualmente también recibe la visita de una buseta con turistas, no se precisó el número de visitantes que llegan en la buseta. El cálculo general es que este proyecto recibe anualmente menos de 20 personas.

Finalmente, en uno de los establecimientos se reporta que la visitación es de 80 personas por mes en junio, julio y agosto; durante los meses restantes del año llegan en promedio 10 personas. La visitación estimada es de 330 turistas al año. Esta empresa tiene convenios con la operadora de turismo Rustic Pathways.

El problema detectado en el análisis es que todos los proyectos de turismo ofrecen el mismo producto, si un turista visita uno de los proyectos tendrá baja probabilidad de ir a otro establecimiento o de comprar productos en otro lugar debido a que ya realizó la actividad turística en el primer establecimiento visitado.

Otro de los aspectos de importancia en el análisis es la ubicación de los proyectos. Aquellos establecimientos ubicados a la orilla de la vía principal de acceso (ruta nacional # 4 que comunica San Carlos con Upala) tienen mayor posibilidad de que los turistas los visiten.

Alianzas comerciales, mercados, inversiones y estados financieros

Solo dos de los entrevistados reportaron que sus empresas tenían alianzas comerciales con operadores turísticos. Una de las empresas tenía vínculos con Rustic Pathway, y un entrevistado reportó pertenecer a la asociación ACTUAR, pero que nunca les habían enviado grupos de turistas. Todos los entrevistados mostraron interés en tener convenios, pero no sabían como realizar este proceso.

En el tema del uso de medios para mercadearse, cuatro empresas reportaron el uso de Facebook como herramienta para generar publicidad para el negocio. Solo uno de los negocios tenía panfletos o brochures que usaban para mercadearse en la zona de la Fortuna.

Se consultó a los entrevistados sobre planes de inversión en los proyectos. Uno de los entrevistados reportó que serían construidas cabinas en la zona de Tonjibe. El resto de los proyectos no tenía inversiones proyectadas en el mediano o largo plazo.

La implementación de herramientas de evaluación de la rentabilidad es importante en el tema de administración de negocios. Solo uno de los entrevistados reportó tener estados financieros del proyecto y revisar si estaban indicando ganancias. El resto de los entrevistados no contaba con un sistema de verificación del estado financiero del proyecto.

CONFLICTOS, CULTURA Y AUTENTICIDAD DEL PRODUCTO

Conflictos

Dentro de las debilidades encontradas en el sistema turístico del TI Maleku es la falta de trabajo en equipo de los empresarios. No existe una asociación o cooperativa que reúna a todos los empresarios. Cada persona dueña de un emprendimiento trabaja aislada del resto y no hay esfuerzos por lograr metas comunes o mejorar la situación mediante proyectos conjuntos. La falta de un ente que agrupe a todos los empresarios ha causado que no se tengan normas o reglas claras para el sector.

Hay problemas en el territorio, en el sector turismo, debido a la falta de regulaciones. Asimismo, existen conflictos en torno a la veracidad de algunos de los productos turísticos que se venden. El caso más controversial es el de las máscaras elaboradas con madera de balsa. Varios de los entrevistados expresaron que la tradición de esas máscaras es de origen de la etnia Boruca y Térraba, que de ahí tomaron la idea de elaborarlas en el territorio indígena Maleku.

En el taller de diagnóstico realizado por el equipo de investigación con representación de los vecinos de la comunidad y miembros de la ADI Maleku, se preguntó a los participantes sobre el origen de las máscaras como artesanías en el TI Maleku. Los participantes expresaron que la idea de las máscaras la tomaron de las que se producen en los TI Boruca y Térraba y que no son originales de la etnia Maleku.

Los participantes del taller expresaron su descontento con la venta de estas artesanías en algunos proyectos debido a que se hace creer al

turista que existe una tradición cultural detrás de ese producto. Las personas participantes expresan que existen muchos elementos tradicionales de la cultura Maleku que podrían ser vendidos como artesanías y que no es necesario copiar estilos de artesanías de otros TI de Costa Rica. Este es un tema que deben solucionar las autoridades locales del TI, dentro de las alternativas que se propuso en el taller es la creación de un sello que garantice al turista que las artesanías que adquiere tienen el respaldo de las autoridades del TI.

Las máscaras se remontan a una tradición del pueblo Boruca y Térraba en la que representan las máscaras que se usaban durante la época de la colonia para ocultar la identidad del cacique ante los invasores españoles. Además de que le otorgaba un aspecto de mayor ferocidad a quien la portaba. En un inicio, las máscaras eran solo con diseño de rostros de espíritus o lo que se conoce como “diablitos”, no tenían decoración ni color. Posteriormente se les fue agregando diseños elaborados y hoy presentan formas zoomorfas y colores llamativos. Esto las ha convertido en una artesanía muy apreciada por los turistas. En la Figura 3 se aprecia la evolución de las máscaras como artesanías en el TI de los Térrabas y Borucas. La máscara de la derecha no cuenta con color y es con un diseño del rostro de un espíritu, máscara original. La máscara del medio consta de colores y se agregan elementos de diseño que la hacen más llamativos, aunque aún consta solamente del rostro de un espíritu. En la máscara de la izquierda se aprecia la incorporación de elementos de la naturaleza como ranas, mariposas y plantas.

Figura 3. Evolución de las máscaras Boruca y Térraba.



Otro de los problemas que se presentan en el TI es la venta de representaciones del estilo de vida antiguo de la etnia como si aún se usaran en la cotidianidad. Hoy los Maleku no utilizan taparrabos ni cazan con arco y flecha, sin embargo estas son tradiciones que practicaban sus ancestros. Los participantes del taller expresaron que algunos de los proyectos en su publicidad (páginas en Facebook o en páginas en internet) colocan imágenes de representaciones del uso de vestimenta tradicional. Según mencionaron empresarios turísticos que asistieron al taller se han presentado problemas debido a que los turistas se molestan al llegar a la zona y no encontrar el mismo producto que se les ofrece en la publicidad. Cuando llegan al TI esperan encontrar a la población del TI Maleku realizando las mismas actividades y con las mismas vestimentas y arquitectura que se ofrece en la publicidad. Esto se debe a que no se especifica que son representaciones del estilo de vida tradicional, pero que ha cambiado en la actualidad.

Aspectos culturales

La población que habita en el TI conserva aspectos culturales como el idioma maleku, recetas de alimentos tradicionales como el mafuriseca “pescado a las brasas envuelto en hojas de bijagua (Planta silvestre de la familia de las Marantáceas), historia oral, arquitectura en algunas

construcciones específicas del poblado y un amplio conocimiento en lo que respecta al uso de plantas medicinales. Estos aspectos sobresalen dentro de la cultura de la comunidad.

La arquitectura tradicional ha sido sustituida por casas de arquitectura contemporánea de mampostería o madera. Los ranchos tradicionales solo se encuentran en la mayor parte de los proyectos donde se realiza la venta de artesanías. Existe un rancho de arquitectura Chorotega (etnia indígena) dentro del TI Maleku, esto puede generar confusión sobre la arquitectura tradicional de los Malekus. Este es otro aspecto que debe aclararse a los visitantes que llegan a la zona.

CONCLUSIONES

Las empresas de turismo son familiares en su mayoría. Los emprendimientos ofrecen empleo a los miembros de la familia y también a artesanos a los que les compran parte de los productos que venden. Según las entrevistas realizadas, las artesanías se fabrican por miembros de la familia propietaria de los emprendimientos y vecinos de la comunidad Maleku. Uno de los proyectos es administrado por un grupo de nueve mujeres de la comunidad. Los grupos no pertenecen a ninguna organización comunal que reúna a todos los empresarios turísticos del TI Maleku.

El producto que se oferta en todos los emprendimientos es muy similar. No hay diferenciación entre un establecimiento y otro, por esta razón se presenta una falta de diferenciación que puede conllevar a que cuando un visitante llega a uno de los establecimientos no vaya al resto debido a que ya ha observado la oferta turística que se brinda.

Dentro del producto turístico actual no se ofrece el componente gastronómico si no es contra reservación previa. Este aspecto es un reto a superar debido a que los turistas que visiten la zona sin reservación también son un mercado potencial de consumo de alimentos.

En la mayor parte de los proyectos se necesita reforzar la rotulación, especialmente aquella que incluye varios idiomas y en primer lugar el Malecu.

Existe una discusión interna en el TI sobre la autenticidad de parte de las artesanías y de las ceremonias que se ofrecen al turista dentro de la oferta actual. Debe generarse un programa de rescate de la cosmovisión y

fortalecimiento de tradiciones para enfocar el producto turístico en las tradiciones de la cultura Maleku.

La mayor parte de los proyectos no tienen registros de la cantidad de visitantes o compradores que tienen mensual o anualmente. No hay registros que indiquen que se están dando ganancias en el proyecto e inclusive se reporta una empresa que no ha recibido visitantes en el transcurso de enero a noviembre del año 2014.

El proyecto que reporta la mayor cantidad de visitación es aquel que tiene un convenio con una operadora turística que se encarga de llevar los visitantes hasta la zona.

El mercadeo se realiza por medio de páginas en internet, Facebook o de boca a boca. Hay poca presencia de brochures o volantes con información de los proyectos. No se reporta que se entregue información turística referente al territorio Maleku en las cabinas o en los hoteles de la zona.

Algunos empresarios del TI Maleku presentan información en su publicidad que hace creer a los visitantes que aún se conservan tradiciones que ya no se mantienen en el día a día. Se tienen como parte del legado cultura de los antepasados, esto ha generado que turistas perciban que muchas veces la publicidad es engañosa y no se aplica a la realidad del producto que se ofrece.

En cuanto a hallazgos relacionados con las interrogantes e hipótesis de este estudio, cabe destacar las siguientes observaciones.

No existen evidencias de que los proyectos de turismo del TI Maleku estén conformados en su mayoría por asociaciones o grupos organizados, quienes son los encargados de la administración de los proyectos. La mayor parte de los proyectos son administrados por una familia y no por grupos o asociaciones. Los problemas de tenencia de la tierra y de gestión interna dentro del TI explican el desarrollo de proyectos familiares y no proyectos a nivel de grupos organizados por Palenque o por todo el TI. Los participantes del taller manifestaban apoyar la idea de cambiar el modelo de desarrollo de los proyectos de turismo, pasando de proyectos familiares a proyectos por palenque. La propuesta que tuvo el mayor apoyo fue la construcción de tres mercados o centros culturales; se ubicaría un mercado en cada palenque del TI, palenque del Sol, Palenque Margarita y Palenque Tonjibe. En estos lugares se representarían las diferencias culturales entre cada grupo, se

realizarían exposiciones culturales y ventas de productos turísticos diferenciados (artesanías, recorridos temáticos y alimentos y bebidas).

Los participantes del taller expresaron que sería imposible realizar esta construcción de infraestructura comunal debido a que no hay tierras disponibles en el TI para realizar el proyecto. Debido a la distribución de las propiedades entre las familias y a la existencia de un comercio informal de tierras, la Asociación de Desarrollo Maleku tiene limitadas posibilidades de destinar un terreno para la construcción de este tipo de infraestructura. Es necesario el trabajo interno dentro del TI para discutir la posibilidad de buscar un terreno por palenque para localizar infraestructura comunal.

Las evidencias apoyan la idea de que los servicios y productos que se ofrecen al visitante tienen una relación directa con el legado cultural Maleku, siendo el turismo un elemento que ayuda al rescate del patrimonio del grupo étnico. El turismo es un elemento del sector socio económico que ayuda al rescate del patrimonio cultural Maleku. Los aspectos en los que el turismo apoya el rescate de la cultura tradicional son la rotulación de los productos con lengua Maleku, la mezcla del idioma español con el Maleku. Además, se ofrecen recorridos temáticos en las áreas de visitas a casas de arquitectura tradicional, plantas medicinales, preparación de alimentos tradicionales, compartir tradiciones de leyendas y tradición oral, charlas sobre cosmovisión, talleres de elaboración de artesanías tradicionales.

Los hallazgos confirman también la idea de que el producto turístico se basa en venta de artesanías tradicionales y recorridos con temática cultural. Sin embargo, las entrevistas realizadas a los propietarios reflejan que existe un problema interno en el tema de la autenticidad de las artesanías que se ofrecen a los turistas. Las personas entrevistadas y los participantes en el taller expresaron que las máscaras fabricadas con madera de balsa no son tradicionales de la comunidad Maleku. Este producto se empezó a comercializar hace pocos años en el TI, esto debido a que recibieron un curso de un organismo gubernamental en el que se les enseñó a fabricar las máscaras. Posteriormente, los empresarios incorporaron la actividad en su producto turístico. La mayor confusión con la autenticidad de la artesanía se debe a que al turista se le vende como un producto tradicional con un simbolismo asociado. Según los entrevistados y participantes del taller, este significado que tienen las máscaras no resulta ser propio de la cultura de ese grupo étnico.

Otro tema que se relaciona directamente con el punto anterior es la venta en internet de un producto turístico que corresponde a una representación de la cultura tradicional, sin indicar que las tradiciones han cambiado. Hoy no se usan las vestimentas tradicionales ni se utiliza la arquitectura tradicional en las infraestructuras de vivienda.

En algunas de las páginas que publicitan los proyectos de turismo se presentan personas vestidas con taparrabo² y en viviendas tradicionales Maleku de palma. En otras imágenes se representan ceremonias y cacería con arco y flecha. Estas fotografías no tienen referencia de que se trata solo de representaciones del modo de vida que tenían los antepasados. Las ceremonias y vestimentas tradicionales se pueden observar en los recorridos que se venden y muestran el estilo de vida de los antepasados Maleku, pero no es posible observar esas características fuera de esos recorridos o representaciones. Esta situación ha generado que se presenten conflictos con turistas que llegan a la zona y se molestan al no encontrar en el TI a las personas viviendo como lo representan las fotografías publicadas en internet.

Dentro de las opciones que surgen para resolver estos problemas se presenta la creación de una Cámara de Turismo Maleku, este grupo podría trabajar en un manual o guía para fortalecer la identidad cultural en los proyectos y evitar que se dé la publicidad engañosa.

Se recomienda realizar un proceso de rescate de tradiciones y elementos culturales que puedan incorporarse como productos turísticos y gradualmente sustituir la venta de máscaras con otras artesanías que estén ligadas directamente con la cultura Maleku.

Dentro de los elementos con mayor potencial para incorporarse en el producto turístico se tienen las plantas medicinales y todos los subproductos que pueden generarse, por ejemplo cremas, jabones, lociones, repelentes, medicina tradicional, tés herbales, folletos de recetas entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, F. ; Martínez, F. (2010). *Etnoturismo, otro estilo de desarrollo*

² Pedazo de tela o palma con que se cubren en algunas tribus los genitales.

- para el departamento del Amazonas, Colombia.* 21 p.
- Alencar, C.; Chaveiro, E. (2013). *Etnoturismo no cerrado de goiás: espaço étnico e turismo indígena na chapada dos veadeiros Brasil .población, turismo e identidad cultural.* Rencuentro de Saberes Territoriales Latinoamericanos. Perú, (2013). 15 p.
- Borge, C. (2012). *Costa Rica. Estado de la educación en territorios indígenas.* IV informe del estado de la educación en Costa Rica. 40 p
- Castillo, R. (2005) *Población Indígena Maleku en Costa Rica.* Anuario de Estudios Centroamericanos, Universidad de Costa Rica, 31: 2005. 115-136, p.
- Centro Náutico Pesquero, SENA, Regional Buenaventura. (2012). *Fortalecimiento de la actividad etnoturística en el resguardo indígena Chonara Huena. Municipio de Buenaventura, Valle del Cauca.* Tejiendo territorio a partir de nuestros saberes. Bogota, Colombia. 33 p.
- Corporación Forestal Nacional, Gobierno de Chile. (2007). *Manual Eco-Turismo, archipiélago de Chiloé.* 105 p.
- Ernida, P. (2010). *Chamanismo y etno turismo: La venta de rituales de ayahuasca y la compra de sentidos en el alto Napo.* Revista Antropología, Cuadernos de investigación. Ecuador. 50:71 p
- Fuentes, R. (2003). *El etnoturismo como estrategia productiva. La experiencia de las comunidades adscritas a la red de parques comunitarios Mapu Lahual, en la provincia Osorno, decima región, Chile.* Tesis presentada para optar al grado de antropología. Universidad Austral de Chile. 67 p.
- Gallego, M. (2012). *¿cultura para consumir? Los yagua y el turismo cultural en el Trapecio Amazónico.* Revista Colombiana de Antropología. Vol 47. P 228:236.
- Guevara, J. (2012). *Fundamentos del etno turismo y su aporte en la promoción turística sostenible de Costa Rica. Proyecto final de graduación parcial para optar por el título de master en gestión del turismo sostenible.* Universidad para la Cooperación Internacional. UCI. 124 p.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos .(2014) *Costa Rica a la Luz del Censo 2011.* San José, C.R.: INEC edit. 482

- Maldonado, J. (2002). REDTURS. *Servicios empresariales para el desarrollo del etnoturismo comunitario. Bolivia, Ecuador y Perú*. Cumbre Mundial del Ecoturismo, Quebec, p 2002. 20.
- Morales, M. (2008). *Etnoturismo o turismo indígena*. Teoría y Praxis 5. p123:136.
- Programa de Investigación en Desarrollo Urbano Sostenible de la Universidad de Costa Rica- ProDUS. (2014). *Diagnóstico del Plan de Desarrollo de Turismo del cantón de Guatuso*. 395 p.
- Programa de Investigación en Desarrollo Urbano Sostenible de la Universidad de Costa Rica- ProDUS. (2015). *Plan de Desarrollo de Turismo del cantón de Guatuso*. 231 p.
- Pilquiman, M.; Skewes, J. C. (2010). *Relatos en torno al etnoturismo: La comunidad indígena de Choroy-Traiguén, Provincia de Osorno, y sus proyectos de desarrollo*. Revista Líder Vol. 16 Año 12 2010 p 105-124
- Ramos, J. (2012). *Propuesta de dinamización turística de la comunidad Zapote de Picachos, Municipio de Tepic, Nayarit, a través de un proyecto etnoturístico*. Tesis para obtener el grado de Maestro en ciencias en Turismo Sustentable. Universidad Autónoma de Nayarit México. 135 p.
- Sandoval, C. (2005). *“Turismo en comunidades mapuches, análisis del caso de Huiñoco, comuna de nueva imperial”*. Tesis para optar al título de: administrador de empresas de turismo. Universidad Austral de Chile. 90p.
- Soro, J.; Jiménez, A. (2013). *Directorio de actores culturales del cantón de Guatuso*. Programa de Regionalización Interuniversitaria CONARE. 59 p
- Stocker, K. (2007). *“Identity as Work: Changing Job Opportunities and Indigenous Identity In the Transition to a Tourist Economy”*. Anthropology of Work Review 28.2,P 18-22
- Tilley, D. (2013). *Etnoturismo e integración. Turismo cultural mapuche en el Lago Budi*. Chile. Revista Densidades. P 139:174 .
- Zumbado, F. (2014). *Etnoturismo en el cantón de Buenos Aires, Costa Rica. Retos y Lecciones aprendidas*. Revista Lider Chile. Vol 25. Año 16. 151-171 p.