

Consultado en:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5339503.pdf>

Fecha de consulta: 15/08/2016.

ESPACIO Y DESARROLLO, N.º 15, 2003

**REPENSANDO EL DESARROLLO TURÍSTICO, LA GLOBALIZACIÓN Y LA
IDENTIDAD: PERSPECTIVAS AFRO-ANTILLANAS SOBRE EL TURISMO
ALTERNATIVO EN PANAMÁ**

*Carla Guerrón Montero**

* Profesora asistente, Departamento de Sociología, 3333 Regis Boulevard, Regis University. Código postal: E-16, Denver, CO 80221. Correo electrónico: <cguerron@regis.edu>.

RESUMEN

A través de su historia como nación, Panamá ha destacado sus raíces hispanas. Al transformarse en un estado postcolonial, Panamá explota su multiculturalismo con el fin de atraer turistas. En este contexto, los afro-antillanos en el archipiélago de Bocas del Toro están desarrollando identidades raciales y de género para consumo turístico como respuesta a la limitada promoción turística estatal y en búsqueda de una política cultural más compleja. El turismo ha permitido que los afro-antillanos aspiren a insertarse en el estado-nación panameño. Al mismo tiempo, las identidades afro-antillanas son transnacionales: africanas, caribeñas y panameñas. Estas construcciones son contradictorias, ya que se insertan en una definición simultánea de nación y de diáspora. En este artículo, se exploran estas complejidades y sus orígenes: nacionalismo, migración regional y trasatlántica, y turismo. Su conclusión es que el proceso de globalización en este contexto no resulta en la homogenización sino en la proliferación de diferencias.

Palabras clave: Afro-Latinoamérica, identidad étnica, nacionalismo, turismo

ABSTRACT

Throughout its history as a nation, Panama has emphasized its Spanish roots. As it becomes a postcolonial state, Panama now exploits its multiculturalism for the purpose of attracting tourists. In this context, Afro-Antilleans in the Archipelago of Bocas del Toro are developing gendered and racialized identities for tourist consumption, in response to the state's tourism promotion and in pursuit of a more complex cultural politics. Tourism provides an occasion for Afro-Antilleans to reposition themselves within the Panamanian nation. At the same time, Afro-Antillean identities are transnational: African, Caribbean and Panamanian. These constructions are contradictory, at once national and diasporic. The article explores these complexities and their complex origins: nationalism, regional and trans-Atlantic migration, and tourism. It concludes that so-called globalization, in this setting, results in a proliferation of conflicting differences rather than in homogenization.

Key words: Afro-Latin America, ethnic identity, nationalism/transnationalism, tourism

INTRODUCCIÓN

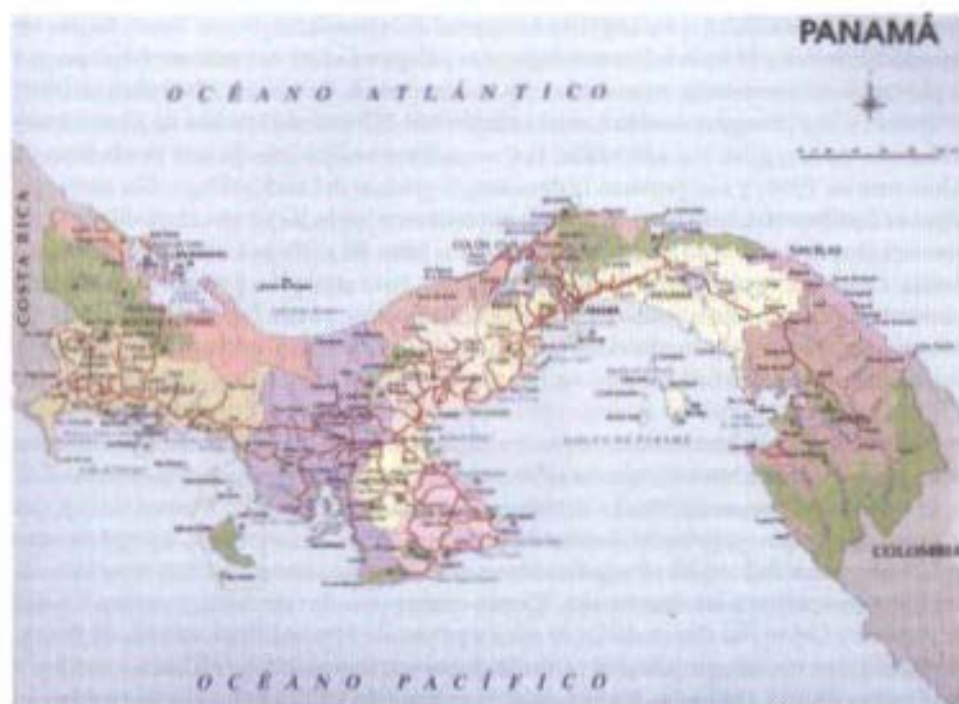
El término «globalización» se refiere frecuentemente a las fuerzas homogeneizadoras de la industria turística internacional y a la circulación mundial del capital. Se ha prestado muy poca atención a las tendencias contrapuestas que enfatizan particularismos resurgentes o completamente nuevos y a sus relaciones con estas fuerzas homogeneizadoras. El turismo es, sin duda, una de las manifestaciones más claras de la tendencia mundial a los viajes y a los desplazamientos producto de la globalización. Dos corrientes caracterizan a las perspectivas recientes sobre el turismo en las ciencias sociales: una corriente «tradicional», en la que los científicos sociales han enfatizado los efectos negativos del turismo (Boniface y Fowler 1993); y una nueva perspectiva, que se centra en la deconstrucción de la relación turista/huésped y, de forma más general, en la reconceptualización del turismo como un proceso que produce resultados culturales y no solo económicos. Autores como Abram *et al.* (1997), Nash (1997), Chambers (1997), y Clifford (1992) afirman que es importante ir más allá de la idea de que el turismo produce un efecto negativo en la población local y que es un proceso fundamentalmente económico hacia una perspectiva interactiva que tome en cuenta los encuentros entre turistas y locales, y la producción política y cultural que se relaciona con estos encuentros.

En este artículo, discutiré la política cultural de turismo en el archipiélago de Bocas del Toro, un destino turístico fundamental en Panamá. Centro mi análisis en la información recolectada durante mi investigación en el archipiélago desde 1997.¹ Discuto las prácticas materiales y discursivas que los afro-antillanos utilizan para afirmar y resaltar sus identidades en una sociedad marcada por el desarrollo turístico. Uno de los principales argumentos de este artículo es que los afro-antillanos en el archipiélago están desarrollando identidades raciales y de género para el consumo de los turistas como respuesta a políticas de Estado rígidas y en oposición a otros grupos étnicos que habitan en la región. Las identidades que resultan de estas interacciones son destacadas a través de «mercancías étnicas» como la música y la cocina en «zonas de contacto».²

El archipiélago de Bocas del Toro se encuentra localizado en la costa noroccidental de Panamá, en la frontera con Costa Rica (ver mapa n.º 1). Tiene aproximadamente 18.000 habitantes distribuidos en nueve islas habitadas. La población está compuesta de afro-antillanos, chino-panameños, grupos indígenas (especialmente Ngöbe), latinos panameños y extranjeros residentes, especialmente de Europa y América del Norte. Al igual que otros países centroamericanos como Nicaragua y Honduras, la costa caribeña de Panamá experimentó una doble colonización, española y británica, a partir del siglo XVI. Cristóbal Colón fue el primer europeo en llegar al archipiélago el 6 de octubre de 1502, durante su cuarto viaje a América. Bocas del Toro no fue un lugar de interés para los españoles hasta el siglo XVIII, y ello hizo posible que los colonizadores ingleses se establecieran en la

¹ La información de este artículo fue recogida durante 20 meses de investigación (1997-2000) en el archipiélago de Bocas del Toro y Ciudad de Panamá como parte de mi disertación doctoral.

² Tomo este concepto de Pratt (1992) y defino a las «zonas de contacto» como «la co-presencia espacial y temporal de sujetos previamente separados por disyuntivas geográficas e históricas, y cuyas trayectorias ahora se encuentran en una intersección» (1992:7).



MAPA N.º 1: LA REPÚBLICA DE PANAMÁ

región a principios del siglo XIX. Después de que Panamá se independizó de Colombia en 1903, Bocas del Toro fue declarada la primera provincia de la nueva república.

Afro-antillanos en Bocas del Toro

Los afro-antillanos en Bocas del Toro son descendientes de esclavos negros de las Antillas Británicas. La mayoría habla una variante local de inglés criollo conocida como wari-wari (Aceto 1996: 2), además del español. Los primeros afro-antillanos llegaron a Bocas a principios del siglo XIX como esclavos de familias inglesas, escocesas e irlandesas provenientes de Jamaica y Barbados. Se produjeron migraciones de afro-antillanos a Bocas después de la construcción del ferrocarril de Panamá en 1855 (1850-1855), durante los esfuerzos de los franceses por construir el Canal de Panamá desde 1880 a 1890 y después de la construcción del Canal por los norteamericanos en 1914. Otros afro-antillanos llegaron a Bocas directamente desde las Antillas para trabajar en las plantaciones de banano de la United Fruit Company (UFC) (Diez Castillo 1981: 70 y Lowe 1975: 15).

Después de la abolición de la esclavitud en Panamá en 1852, los afro-antillanos formaron sociedades de campesinos independientes. Su sistema económico estaba basado en la agricultura y pesca de subsistencia. A la llegada de la UFC en 1899, la región se convirtió en una de las plantaciones de banano más productivas de Latinoamérica. Esta situación transformó a Bocas del Toro en uno de los productores de capital más importantes de la

nación (Stephens 1987: 4-14 y 1997: 4). La capital de la provincia, Bocas Town, llegó a ser una ciudad activa y próspera. Sin embargo, esta prosperidad era sumamente frágil porque la población se encontraba en casi total dependencia de la Compañía (Jaén Suárez 1998: 308). En 1906, el hongo conocido como «enfermedad de Panamá» afectó a las plantaciones de banano de la región. Por esta razón, la Compañía movilizó sus oficinas desde Bocas a Almirante en 1908, y eso provocó la decadencia gradual del archipiélago. Sin embargo, algunas familias afro-antillanas se beneficiaron de este traslado, ya que al movilizarse las plantaciones de banano a tierra firme durante los años 20 y 30, la Compañía vendió sus tierras a precios accesibles a familias antillanas. Esta situación generó un fenómeno sumamente particular de la costa atlántica de Centroamérica, ya que familias negras llegaron a formar parte de la clase media rural. Este escenario «difiere marcadamente de la de otros trabajadores negros de Latinoamérica» (Andrews 1997: 17).³

Desde los años 40 hasta comienzos de los 90, la vida en el archipiélago se caracterizó por una economía lenta e inactiva, basada sobre todo en la producción muy limitada de la UFC, en la agricultura y pesca artesanal y en trabajos burocráticos. Bocas del Toro se convirtió en la «zona de castigo» para los burócratas de otras provincias. Sin embargo, a pesar de estas vidas sumamente locales, los afro-antillanos en el archipiélago siempre se han caracterizado por ser cosmopolitas e internacionales. Tienen como punto de referencia no solo a Ciudad de Panamá y Colón (las dos ciudades de mayor población afro-antillana, además de Bocas, en el país) sino, también, a la región caribeña: la costa atlántica de Costa Rica, las Antillas y los Estados Unidos. De hecho, los afro-antillanos han sido tradicionalmente una población migratoria y móvil por la búsqueda de mejores condiciones de vida y posición social. Por tanto, la condición del archipiélago de Bocas como una «zona de contacto» no es una situación nueva sino el último capítulo en una historia de migración e interculturalidad constantes. Los afro-antillanos en Bocas han sido productos híbridos, expuestos a migraciones por cientos de años antes de la llegada del turismo a la región.

Turismo en Panamá

El turismo en el archipiélago no puede ser comprendido sin colocarlo en el contexto de la industria turística en Panamá. Solo en años recientes Panamá se ha convertido en una atracción turística en el ámbito nacional e internacional. Históricamente, este país no ha sido un destino turístico popular, a excepción del Canal de Panamá en Ciudad de Panamá, la Zona Franca en la ciudad de Colón y la Comarca de San Blas o Kuna Yala. Las administraciones de Guillermo Endara (1990-1994) y Ernesto Pérez Balladares (1994-1999) trataron de hacer del turismo una de las industrias más importantes del país. Una de las principales razones para este cambio fue el retorno del Canal de Panamá a manos panameñas (hecho que se produjo el 31 de diciembre de 1999), ya que el cierre de las bases militares estadounidenses y la partida del personal civil y militar implicó una reducción de las entradas económicas de la nación.

El presidente Endara declaró al turismo como una prioridad nacional que contribuiría al desarrollo económico del país. En 1993, IPAT firmó un acuerdo técnico de 658 millones

³ Esta y otras traducciones del inglés al español son mi responsabilidad.

de dólares con el Departamento de Desarrollo Regional y Medio Ambiente de la Organización de Estados Americanos (OEA) para formular un Plan Maestro de Desarrollo Turístico (PMDT). Este plan debía proveer un marco para el crecimiento futuro de la industria (Anicetti 1998a: 70). EL PMDT dividió a Panamá en nueve zonas turísticas (International Technical Cooperation Agreement 1993: 36).

El 14 de Junio de 1994, el gobierno del presidente Pérez Balladares instituyó la ley 8, en la cual se garantiza la promoción de las actividades turísticas en la República de Panamá. Esta ley establece, además, incentivos de impuestos especiales para la industria del turismo (Anicetti 1998b: 72). La meta de la administración de Balladares era la de transformar a Panamá en un país orientado hacia el turismo, enfocándose en dos tipos específicos de turismo alternativo: el turismo de patrimonio y el ecoturismo (Pérez Balladares 1998: 4). Este énfasis en el turismo de patrimonio ha motivado cambios fundamentales en las políticas culturales nacionales. En el pasado, los gobiernos panameños han adoptado una imagen latina de esta nación, con cierto nivel de aceptación de los grupos indígenas Kuna, quienes, además de haber luchado y conseguido su autonomía en 1925, han sido comercializados como el grupo «exótico» de Panamá. En la actualidad, Panamá se promueve como un lugar ideal para el ecoturismo pero, también, como un lugar de diversidad étnica y mestizaje. Esta diversidad precede al turismo, pero es además reconstruida en el contexto del turismo.

Como resultado de estos esfuerzos concertados, la industria del turismo ha crecido considerablemente. Para 1998, con una inversión en infraestructura de 200 millones de dólares, el turismo fue el tercer contribuyente más importante al producto interno bruto de Panamá (Guillén 2000: 2A).

Turismo en Bocas del Toro

A partir de los años 40, Bocas del Toro se convirtió en «una rosa que cayó del ramo de rosas» de las provincias panameñas (entrevista M. F., 7 de septiembre de 1998; cf. Zetner 1962: 24). Bocas ha sido una provincia ignorada, en parte debido a su composición racial. Los grupos étnicos históricamente marginados en el país han poblado la provincia: grupos indígenas —el 60% de la población de la provincia está compuesta por indígenas ngöbe, teribe y bri-bri (Heckadon Moreno 1993: 6)—, así como afro-antillanos. Como me dijo un hombre afro-antillano, «hemos sido una provincia aislada por muchos años, porque nuestra provincia está formada de las personas más desafortunadas: indios, negros-afro-caribeños cuyos ancestros fueron africanos o vinieron a trabajar en el Canal» (entrevista J. L., 25 de agosto de 1998). Olvidada por una serie de gobiernos nacionales, Bocas carece de los servicios más básicos. Por ejemplo, más de una persona ha muerto durante el viaje de 15 minutos por bote desde la isla de Bastimentos al Hospital de Bocas, debido a que no existe un bote acondicionado para transportar pacientes entre las islas. El hospital tampoco se encuentra suficientemente equipado para manejar emergencias médicas o complicaciones quirúrgicas. Los afro-antillanos han sido uno de los grupos étnicos al final de la jerarquía social, política y económica de Panamá desde su migración al país. Por largos periodos, los afro-antillanos se han percibido a sí mismos y han sido percibidos por los panameños de otros grupos étnicos como inmigrantes temporales. Esta percepción ocurrió desde su llegada a Panamá en el siglo diecinueve, fue reforzada por la Constitución de 1941 y se

mantuvo informalmente por décadas después de estos sucesos. Debido al aislamiento al que fueron forzados dentro y fuera de la zona del Canal, y en las plantaciones de banano en Bocas, los afro-antillanos pudieron mantener muchas de sus costumbres y tradiciones distintivas (lenguaje, tradiciones religiosas y arquitectura, entre otras). Estas características peculiares eran percibidas por la sociedad panameña en general como un problema, particularmente debido a que los afro-antillanos estaban decididos a mantener su estilo de vida «británico» en una nación «hispana» (Lewis 1980: 20).

El desarrollo de la industria del turismo en Panamá proveyó beneficios no esperados en la forma de capital político y cultural para el archipiélago y para los afro-antillanos. El PMDT reconoció las oportunidades turísticas de Bocas del Toro al clasificar este territorio como parte de la zona 2, Bastimentos (entrevista A. A., 22 de agosto de 1997). Las metas inmediatas del plan eran dos: preservar y declarar la arquitectura afro-antillana existente como «patrimonio nacional y prevenir que la ciudad [Bocas Town] se expanda horizontalmente en los suburbios» e incrementar el número de alojamientos (International Technical Cooperation Agreement 1993: 40). El Plan propone, además, «concentrar la construcción de hoteles» en la isla Colón y transformar a la ciudad en un «campamento turístico de base» para toda la región.

Pero Bocas había llegado a ser una atracción turística mucho antes de la consolidación del PMDT. Panamá se encontraba en una crisis económica, en parte debido a la invasión norteamericana de 1989 (Beluche 1996: 9-12), cuando el 22 de abril de 1991, un terremoto espectacular sacudió aún más la seguridad de los bocatoreños. Temiendo otro terremoto, un número considerable de personas vendió sus propiedades (casas, haciendas y terrenos) a precios sumamente bajos a especuladores internacionales de los Estados Unidos e Italia, que se proclamaban a sí mismos como «inversionistas». Esta venta de tierras debe ser comprendida en el contexto de la economía crónicamente deprimida de Bocas. El archipiélago ha dependido fuertemente de la agricultura de pequeña escala, la cría de ganado, la pesca artesanal, trabajos burocráticos en la educación o salud y trabajos relacionados con las compañías bananeras. En su mayoría, los salarios son sumamente bajos y las posibilidades económicas son limitadas. Como consecuencia, muchos bocatoreños (afro-antillanos y no afro-antillanos) pensaron que al vender su terreno o su casa por 1.000 ó 5.000 dólares podrían vivir cómodamente por un largo periodo de tiempo.

Debido al interés que los medios de comunicación nacionales e internacionales pusieron en Bocas como resultado del terremoto y a la afluencia de turistas de la región de Talamanca (Costa Rica), el archipiélago comenzó a llamar la atención de turistas jóvenes europeos y norteamericanos. En la actualidad, Bocas es uno de los puntos principales del desarrollo turístico en Panamá. El crecimiento turístico ha sido sumamente acelerado. En 1990, solamente había tres hoteles y cuatro restaurantes en el archipiélago. En septiembre del 2000, había 30 hoteles, hostales y hosterías; 28 restaurantes; dos agencias de viaje; nueve operadores turísticos; tres aerolíneas; 26 taxis y seis mini-busetas; y siete negocios de renta de bicicletas, motocicletas, kayak y equipos de buceo. La mayoría de facilidades turísticas disponibles en Bocas del Toro son hoteles y restaurantes de bajo y mediano precio, y la inversión local o extranjera es mínima.

En general, veo que muy pocos extranjeros han venido con la intención de quedarse. Si usted se pone a pensar, [los extranjeros] no invierten en nada; todo es alquilado o prestado por otra persona. Casi todos los restaurantes que están en manos de extranjeros son alquilados; entonces no hay inversión, en realidad no hay ninguna inversión acá. Pero la gente local continua llamando a estas personas «inversionistas» (entrevista A. E., 3 de julio del 2000).

La mayoría de extranjeros que se han dedicado a negocios turísticos lo han hecho violando las regulaciones nacionales que estipulan que los inversionistas extranjeros deben invertir un mínimo de 100.000 dólares para ser oficialmente considerados como tal. Algunos residentes expatriados manejan negocios que requirieron únicamente 10.000 dólares de inversión o menos y, por lo tanto, son legalmente considerados turistas y no inversionistas.⁴

Mi investigación sugiere que los turistas que visitan Bocas están buscando «autenticidad» sobre la base de sus preconcepciones del Caribe. El 17% de los turistas que entrevisté establecieron que no querían ningún tipo de cambio en Bocas, por miedo a que esos cambios «robasen el alma de este pueblo». Un turista, antes de llegar a Bocas, veía al archipiélago como una «propaganda de Bacardí (con playas hermosas y aisladas)». A otro turista le informaron que el archipiélago era «como Cuba cuando [Ernest] Hemingway vivía ahí: playas hermosísimas, maravillosas y apartadas».⁵

Bocas es presentado como un ejemplo fundamental de ecoturismo en el Caribe y se lo considera, tanto en Panamá como fuera del país, como una «mercancía apetecida» que todos quieren disfrutar. Bocas ya no es un destino misterioso y de difícil acceso, aunque en algunos lugares continúa siendo promocionado de esa forma. Muchos residentes locales prefieren no ser considerados así, porque esto sugiere falta de servicios y recursos. De hecho, y como mencioné anteriormente, Bocas está localizado en la provincia con las peores condiciones de vida del país, y el turismo promete liberación de estas condiciones a través de la modernización y el avance. En contraste, la gran mayoría de turistas que visitan Bocas está buscando paz, calma y un ambiente prístino.

Más de un estudio turístico establece que los «locales» se encuentran a merced de la mirada de los turistas. Sin embargo, no podemos ignorar que las poblaciones locales invariablemente retornan esa mirada a los turistas (ver foto n.º 1).

Eso sucede en Bocas. Los afro-antillanos establecen distinciones claras entre los tipos de turistas que visitan Bocas. Por ejemplo, tienen una relación compleja con los mochileros,

⁴ El artículo 8, capítulo 1 de la Legislación de Turismo y Migración establece que «los turistas no pueden trabajar u ocuparse en actividades lucrativas de ningún tipo en el territorio nacional» (Fábrega 1986: 25).

⁵ Realicé una encuesta a 200 turistas en Bocas del Toro en el periodo 1999-2001. Sobre la base de esa encuesta, pude establecer que la edad promedio de los turistas que visitan Bocas es de 30,4 años. La gran mayoría (138 ó 76.6%) se identificó como blanco, europeo, caucásico o anglosajón. La mayoría de turistas se quedaron en Bocas por menos de una semana y se enteraron de Bocas a través de una revista o un libro de viajes. En general, los turistas disfrutaron su permanencia en Bocas: 136 (75,5%) respondieron que regresarían al archipiélago y solamente 13 (7,2%) respondieron que no regresarían.



FOTO N.º 1: TURISTAS INTERCAMBIANDO INFORMACIÓN CON ESTUDIANTES EN BOCAS

quienes son vistos como el tipo menos deseable de turista porque buscan experiencias de bajo costo. Al mismo tiempo, los afro-antillanos comprenden que otros tipos de turistas conocen del archipiélago a través de la información que les proveen los mochileros.

Los residentes expatriados constituyen otra categoría. Con el crecimiento turístico, un número considerable de extranjeros (en su mayoría anglosajones de Europa y Norteamérica) se han asentado en el archipiélago por diferentes periodos de tiempo y diferentes razones. Los extranjeros cuyo negocio es la compra y venta de terrenos están rodeados de un aura de escepticismo, misterio e incertidumbre. La gente en Bocas distingue, además, entre residentes expatriados que escogen a Bocas como su hogar y se relacionan con la población, y aquellos que únicamente están en el área para realizar transacciones de negocios. Muchos residentes expatriados en Bocas son dueños de agencias de bienes raíces, agencias de viajes, bares y restaurantes sin una visa apropiada y con la complicidad de las autoridades locales. Al decir de Marco,⁵ quien viajó a los Estados Unidos y otros países en un crucero,

Esta es nuestra tierra. Ningún bocatoreño podría ir a una playa en California y abrir un negocio turístico. No tenemos nada que ganar en esos países. Yo he viajado por los Estados Unidos, y sé lo que significa vivir en un país como ese (entrevista M. G., 8 de mayo de 1999).

⁵ He utilizado pseudónimos para referirme a los nombres de mis colaboradores, con la excepción de los nombres de autoridades públicas.

¿Qué venden los afro-antillanos a los turistas? Las interacciones en las zonas de contacto hacen que los afro-antillanos exhiban ciertos elementos para el consumo turístico. El IPAT se enfoca en la belleza ecológica del lugar, así como en la atmósfera caribeña que se espera del archipiélago (arena, sol y mar). Las interacciones étnicas casi nunca se ponen de relieve, aun cuando los afro-antillanos son presentados como la población dominante, mientras que las poblaciones indígenas son representadas como el grupo más «exótico».⁷

El archipiélago de Bocas del Toro es vendido por el gobierno panameño como un paraíso ecológico con un gran número de atracciones: parques nacionales, playas prístinas, deportes de agua (esnórquel, kayak, buceo y práctica de tablón de playa), oportunidades para excursionismo y ciclismo, y paisajes escénicos marinos y terrestres; en menor grado, arquitectura caribeña «tradicional», comida y atmósfera caribeña, y, en general, una sensación de paz y relajación. De hecho, Bocas ha sido publicitado al mundo como uno de los últimos «tesoros» del Caribe que han mantenido su belleza natural, un verdadero paraíso ecoturístico.

Además de enfatizar la belleza ecológica del lugar, los afro-antillanos resaltan la diversidad de su población, el hecho de que Bocas fue por muchos siglos un lugar donde varias culturas se encontraron e interactuaron. Por ejemplo, un viaje a Bocas del Drago —localizado en la parte noroeste de la isla Colón— con la compañía de tours Pacífico incluye un tour por la isla, observación de su flora y fauna, y tiempo para disfrutar el mar y comer en el restaurante local. El tour también incluye una visita al cementerio más cercano, que contiene las tumbas de los primeros ciudadanos alemanes que poblaron la isla a finales del siglo XIX. Otro tour de la compañía Pacífico incluye una visita a Macaw Hill para visitar un cementerio con tumbas inglesas, alemanas y francesas. Allí están localizadas las tumbas de los dos primeros misioneros —doctor John Eccles de India y el pastor Frank J. Hutchens de los Estados Unidos— que establecieron la primera Iglesia Adventista en Panamá (específicamente en la isla de Bastimentos) de 1895 a 1897, y que murieron en Almirante en 1902. Estos cementerios son el testimonio de la prosperidad y diversidad cultural de Bocas por más de 100 años. Una visita a estos lugares informa al turista que, aun cuando el guía (y mucha gente del pueblo) tenga facciones negras, indias, o asiáticas, puede tener un apellido alemán o una abuela francesa, blanca y de ojos azules.

En estos tours, los afro-antillanos construyen su propia historia y su propia imagen, contrastando sutilmente la representación del gobierno acerca de Bocas como un lugar adormecido e inmóvil. Otros guías turísticos también representan a Bocas como el lugar donde, históricamente, varias culturas se encontraron y donde había comercio y movimiento constante. Al representar a Bocas con una imagen social y económica más activa, los afro-antillanos subrayan el hecho de que, a pesar de décadas de descuido por parte del gobierno,

⁷ Esto se debe en parte al concepto erróneo de que las poblaciones negras de América tienen una cultura menos «distintiva» que la de los grupos indígenas.

no son gente *buchi* o *bush people* sin conocimiento de la modernidad.⁸ El gobierno panameño tiende a representar a Bocas de una forma simplista, como un paraíso ecológico con playas maravillosas. Los afro-antillanos presentan una imagen más compleja del archipiélago, destacando la cultura y no la naturaleza. Ya que la imagen exótica del «otro» se encuentra hasta cierto punto denegada a la población antillana, los guías afro-antillanos se enfocan en la figura del hombre de frontera (cf. Whitten 1994), acentuando la habilidad del afro-antillano de conquistar la naturaleza y de adquirir amplio conocimiento de la flora y fauna de la región. Al mismo tiempo, se distinguen de los hombres y mujeres indígenas, que son «gente experimentada de la jungla», pero que no pueden interactuar con el mundo exterior. Por ejemplo, cuando Gustavo lleva a sus turistas a Bocas del Drago y Macaw Hill, él hace todo lo posible por mostrar su habilidad para subirse a los árboles, identificar especies o hallar animales peligrosos en sus lugares de escondite. Jorge muestra su conocimiento del océano al escoger rutas marinas peligrosas que luego navega con absoluta maestría para impresionar a los turistas. Ashton, conocido en el pueblo como uno de los mejores guías de Bocas, prefiere un acercamiento más tranquilo hacia el turismo. Inspirado por la visión del IPAT del rol de los guías panameños —ejemplificado en la frase «ser un guía turístico es un privilegio» (Chang 1996: 4)—, Ashton está listo para contestar cualquier pregunta con una explicación larga y detallada, y prefiere dejar que los turistas experimenten un poco al tratar de pescar mientras el bote está en movimiento (troleando) o al mostrarles cuáles plantas del bosque húmedo tropical son comestibles.

Para la gran mayoría de mis colaboradores, amigos y conocidos, el desarrollo turístico en Bocas ha sido positivo. Los bocatoreños (afro-antillanos y no afro-antillanos) distinguen entre los beneficios de la industria turística y algunas de las formas problemáticas en las que el turismo ha sido manejado en el archipiélago. Además de los beneficios económicos del turismo —las oportunidades de trabajo, influjo de recursos y mejoras de infraestructura (que benefician a los afro-antillanos únicamente de forma relativa)—, los afro-antillanos notan que el turismo les provee con un capital cultural intangible pero beneficioso a través de la interacción con extranjeros y conocimiento del mundo. Los hombres y mujeres que son reconocidos como excelentes conductores de bote, guías turísticos, cocineros o anfitriones adquieren un estatus particular. Muchos de mis colaboradores resaltaron la importancia de interactuar con gente de diferentes culturas y aprender de ellos, de sus experiencias y estilos de vida. Esta importancia dada al aprendizaje e interacción con otras culturas puede ser una reacción a las décadas durante las cuales el archipiélago fue un lugar olvidado, una zona de castigo, la jungla salvaje que nadie quería visitar. Los beneficios tangibles del turismo se traducen en mejores oportunidades económicas e infraestructura para la población. Al respecto, Ashton me informó: «Ahora tenemos un buen aeropuerto, un buen puerto y buenas construcciones. El gobierno ha apoyado, pero pienso que el turismo ha ayudado a esta situación aún más. Debido al turismo, ahora tenemos buenos hoteles, buenos restaurantes; y la infraestructura ha crecido mucho» (entrevista A. C., 10 de marzo de 2000). Los beneficios intangibles se traducen en acceso a capital cultural. Un promotor pionero del turismo en Bocas me comentó:

⁸ *Buchi* o *bushman* es un término peyorativo que se aplica sobre todo a las personas indígenas que supuestamente nunca han «dejado las montañas», pero además se usa para referirse a toda persona que no tiene conocimiento de la tecnología moderna.

En el pasado, Bocas fue un lugar abandonado. Cuando yo era joven, si le decía a alguien que vivía en Bocas, ellos se reían de mí, porque decían que nosotros vivíamos en tiempos prehistóricos. Ahora, esto ha cambiado drásticamente, ahora es un lugar turístico, y ahora se puede decir con orgullo: «Vengo de Bocas» (entrevista A. C., 10 de marzo del 2000).

Mientras tanto, el gobierno representa a Bocas como un área intemporal, sin movimiento o transformaciones, donde la gente ha realizado las mismas actividades por siglos y donde la presencia de turistas no provoca ningún cambio. Esta representación se sugiere claramente en un tríptico de propaganda sobre las bellezas de Bocas: «Viva una aventura, *como el Almirante Cristóbal Colón*, descubriendo las numerosas islas y cayos, la riqueza ecológica del Parque Nacional Marino Isla Bastimentos y sus atracciones turísticas» (IPAT; énfasis añadido). Hay una contradicción fundamental entre la forma en que los afro-antillanos se representan a sí mismos y a su lugar, y la visión que tienen el gobierno panameño y los turistas de Bocas. Mientras que los afro-antillanos y otros bocatoreños están buscando el avance, el desarrollo y una imagen cosmopolita para vindicar décadas de descuido, los ecoturistas están buscando una aventura ecológica en lugares que no han sido tocados o destruidos por la modernización y la civilización.

El dilema se encuentra en el hecho de que el deseo de los bocatoreños por más facilidades, servicios, caminos e infraestructura que mejoren sus condiciones de vida es opuesto a las esperanzas y deseos de muchos turistas que visitan Bocas precisamente por su infraestructura limitada y oportunidades ecológicas. Algunos turistas desean algún nivel de comodidad y los bocatoreños, en general, prefieren a esos turistas que a los turistas que demandan menos, porque se asume que los primeros gastan más dinero. Este interés en el turismo de alto nivel se debe, en parte, a la visión general de los panameños de que su país es un lugar moderno, con acceso a tecnología e infraestructura que no están disponibles en otros países. Sin embargo, para atraer a los turistas más acaudalados y exigentes, los bocatoreños deben arriesgarse a alterar el medio ambiente aún más y destruir los recursos que son sus atracciones más importantes.

El turismo y otros fenómenos globalizadores necesitan ser comprendidos en el contexto de circunstancias históricas y espaciales particulares. En Bocas, el turismo no es un intercambio de una sola vía. Los turistas consumen a los afro-antillanos tanto como los afro-antillanos consumen a los turistas. Como sucede en toda zona de frontera turística, solo los elementos más superficiales y evidentes de la cultura son representados y exhibidos para consumo turístico. En Bocas, los elementos que están en exhibición y sujetos al cambio a través del turismo son mercancías étnicas tales como la cocina, la música, la danza, y las artesanías. Elementos más sutiles como la hibridización y la mezcla racial son menos evidentes para los turistas.

¿Están los afro-antillanos participando en una «venta de sí mismos»? Hasta cierto punto, los afro-antillanos están representando una «identidad étnica» caracterizada por la criollización y la hibridización. Como establece Friedman (1994), «mientras que virtualmente todas las culturas son plurales y criollas en términos de los orígenes de sus constituyentes,

no aparecen como tal y no son experimentadas como tal a menos que se identifiquen como tal» (p. 100). Los afro-antillanos están usando estereotipos dominantes sobre su «caribeidad»: estilo de vida libre y relajado; tranquilidad; hombres negros viriles e insaciables; y mujeres negras hermosas y exuberantes, visiones que contrastan con los hombres y mujeres indígenas, percibidos como inocentes y asexuales. Los hombres afro-antillanos que trabajan en turismo juegan a lo que yo llamo un «juego de seducción». Por ejemplo, Marcelo, un joven afro-antillano que trabaja como asistente de buceo, flexiona «despreocupadamente» sus músculos frente a jóvenes turistas femeninas durante las clases de buceo. Obviamente, él está presentando un mensaje al mostrar su cuerpo y sabe que esas mujeres disfrutan de esa interacción. En otras ocasiones, él trata de atraer la atención de las mujeres al reírse con fuerza o al moverse de un lugar a otro del bote, siempre asegurándose de que su cuerpo esté en exhibición. También se sienta cerca de algunas mujeres y mide sus reacciones con el fin de luego cortejarlas.

Las preguntas sobre la identidad son siempre preguntas sobre la representación; «son siempre preguntas sobre la invención, no simplemente el descubrimiento de la tradición. Son siempre ejercicios de memoria selectiva, y casi siempre incluyen el silenciamiento de algo con el fin de dejar que algo más hable» (Hall 2001:26). Los afro-antillanos se «venden» a sí mismos para los turistas. Los hombres se presentan como personas relajadas y complacientes con muy poco que hacer excepto divertirse; ellos flexionan sus músculos mientras hablan o bailan, cantan para los turistas y aparentan no tener preocupación alguna. Las mujeres se presentan como trabajadoras serviciales y dedicadas, y como excelentes cocineras.

Los beneficios intangibles del turismo son tan importantes como los beneficios económicos para los afro-antillanos. Los afro-antillanos están aprendiendo nuevas habilidades al trabajar en actividades relacionadas con el turismo y al participar en cursos del IPAT y otros cursos financiados por el gobierno. Al interactuar con turistas de todo el mundo y, en algunos casos, tener relaciones románticas a corto o largo plazo con turistas y residentes extranjeros, los afro-antillanos aprenden sobre otras culturas. Un gran número de estudios turísticos parece asumir que las poblaciones construidas como «anfitrionas» no pueden aprender de sus invitados, no pueden expandir sus horizontes y conocimientos. Sin lugar a dudas, las interacciones entre «anfitriones» e «invitados» usualmente son limitadas y asimétricas. Sin embargo, aun en esos modelos de asimetría, los «anfitriones» son también agentes con la habilidad de usar y transformar sus circunstancias de acuerdo con sus propios deseos y necesidades. Los afro-antillanos crean y representan su identidad para el consumo de los turistas, aprenden de los turistas e incorporan este conocimiento en sus vidas; asimismo, rechazan aquello que encuentran inapropiado. Para los afro-antillanos, es muy importante —discursiva y prácticamente— «conocer nueva gente», «aprender sobre el mundo» y «aprender cosas interesantes». Tanto hombres como mujeres han hallado oportunidades de crecer como personas a través del turismo, aun si participan en roles que un sector de la filosofía feminista pueda considerar «tradicionales», como cocinar para las mujeres o realizar presentaciones musicales para los hombres. Muchos afro-antillanos están orgullosos de haber adquirido flexibilidad y comprensión del comportamiento de otras personas (por ejemplo, turistas bailando solos, mujeres bailando con mujeres, turistas que solo comen vegetales o que beben mucha agua), aun si no aprueban

este comportamiento. Estas no son experiencias contradictorias; son experiencias complejas que resultan de un fenómeno complejo.

CONCLUSIONES

Las discusiones sobre la globalización a menudo ignoran o niegan la importancia de las fronteras nacionales y las diferencias culturales. Sin embargo, las dinámicas producidas por el turismo deben ser entendidas en términos de una política de la diferencia muy compleja, la misma que es simultáneamente nacional y transnacional, y no simplemente como un proceso de homogenización que se manifiesta en las corrientes globales. Como establece Weiss (1996), «no se puede ya asumir que las fuerzas globales como la mercantilización llevan inevitablemente a la erradicación de significados locales específicos, no importa cuán poderosas y seductivas parezcan ser en apariencia las formas de mercancía» (p. 103).

En este artículo, he querido demostrar que el turismo representa la «zona de contacto» más reciente en la historia del archipiélago. En este momento de tolerancia oficial producido por el turismo, los agentes afro-antillanos están explotando su ambigüedad racial, étnica y política para recolocarse en el contexto de la nación panameña y la región caribeña. Abram y Waldren (1997) sugieren que, «en vez de afirmar que el turismo destruye la cultura local auténtica», es importante analizar si el turismo provee «el escenario para que la gente reconsidere cómo se identifica a sí misma, y cómo se relaciona con el resto del mundo» (p. 10). La industria del turismo ha proveído a los afro-antillanos la oportunidad de recrear una identidad suprimida y representada en ciertos elementos culturales específicos, especialmente la música y la cocina, los mismos que son claramente caribeños. Pero la recreación de esta identidad reprimida se la representa ahora, en este contexto, como una contribución de los afro-antillanos como ciudadanos panameños a una industria nacional. Sin embargo, esta representación no desestabiliza las jerarquías sociales presentes en Panamá. De hecho, como ocurre en otras partes de Latinoamérica, la negritud es construida por las élites nacionales, en el caso de Panamá con el fin de «condimentar» el crisol de razas panameño. Bajo una máscara de democracia racial, Panamá continúa siendo una sociedad racista.

El influyente trabajo de Anderson (1991) sobre la construcción de naciones y nacionalismo subraya que las naciones son comunidades políticas, soberanas y limitadas *imaginadas*, en las que sus miembros imaginan que comparten un «tiempo vacío y homogéneo» con sus compatriotas (pp. 6-7 y 28). Sin embargo, la pregunta siempre es «¿de quién es esa comunidad imaginada?» (Chatterjee 1993). Debido a su condición geográfica e histórica de «lugar de tránsito» mundial, Panamá ha luchado por establecer los límites de una comunidad colectiva imaginaria y ha tratado constantemente de mantener su identidad como una nación latinoamericana independiente con ascendencia española. Este esfuerzo ha sido motivado en parte por su experiencia histórica (por 81 años fue parte de un departamento de Colombia), en parte por su dependencia de los Estados Unidos cuando obtuvo independencia de Colombia en 1903 y en parte por tensiones internas étnicas, raciales y políticas. El apoyo que Panamá ha dado recientemente a los afro-antillanos y a otras minorías marginadas puede ser comprendido en el contexto más amplio de un

país en búsqueda de una identidad independiente y «nacional». El turismo en Panamá debe ser interpretado en un contexto en que un *Estado* postcolonial busca inventarse a sí mismo como una *nación* postcolonial, aun cuando eso implique exaltar la heterogeneidad y no la homogeneidad cultural. Wade (2000) nos recuerda que «un proyecto nacionalista no trata simplemente de negar, suprimir, o simplemente canalizar una diversidad rebelde; la reconstruye activamente» (p. 7). Las representaciones de identidad de los afro-antillanos se han desarrollado sobre la base de preocupaciones locales y de una conciencia persistente de un pasado colonial. El turismo posibilita el desarrollo de una política cultural compleja, en la que esta minoría que ha sido históricamente ignorada participa de una «política de reconocimiento» para mejorar su posición en el multiculturalismo panameño y, al mismo tiempo, construye identidades nacionales y diaspóricas.

BIBLIOGRAFÍA

ABRAM, S.; J. WALDREN, y D. V. L. MACLEOD (eds.)

1997 *Tourists and Tourism: Identifying with People and Places*. Oxford y Nueva York: Editorial Berg.

ABRAM, S. y J. WALDREN

1997 «Introduction: Tourists and Tourism: Identifying with People and Places». En: ABRAM, S.; J. WALDREN, y D.V.L. MACLEOD (eds.). *Tourists and Tourism: Identifying with People and Places*. Oxford y Nueva York: Editorial Berg, pp. 1-11.

ACETO, M. J.

1996 *Variation in a Variety of Panamanian Creole English*. Doctoral Dissertation. Austin: University of Texas.

ANDERSON, B.

1991 *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres y Nueva York: Editorial Verso.

ANDREWS, G.

1997 «Black Workers in the Export Years: Latin America, 1880-1930». *International Labor and Working Class* (51), pp. 7-29.

ANICETTI, D.

1998a «Infrastructure». En: *Destination Panama*. Ciudad de Panamá: ABC Internacional, pp. 65-70.

1998b «Legislation for Investment Incentives». En: *Destination Panama*. Ciudad de Panamá: ABC Internacional, p. 72.

BELUCHE, O.

1996 «La invasión a Panamá: preguntas y respuestas». *Pequeño Formato*. Ciudad de Panamá: Editorial Portobello, pp. 1-24.

BONIFACE, P. y P. J. F OWLER

1992 *Heritage and Tourism in the «Global Village»*. Londres: Routledge.

CHAMBERS, E.

1997 «Introduction: Tourism Mediators». En: CHAMBERS, E. (ed.). *Tourism and Culture: An Applied Perspective*. Albany: Suny Press, pp. 1-11.

CHATTERJEE, P.

1993 *The Nation and Its Fragments: Colonial and Postcolonial Histories*. Princeton: Princeton University Press.

CHANG, J.

1996 «Seminario de capacitación para guías de turismo». Ciudad de Panamá: Instituto Panameño de Turismo.

CLIFFORD, J.

1992 «Traveling Cultures». En: GROSSBERG, L.; C. NELSON, y P.A. TREICHLER (eds.). *Cultural Studies*. Nueva York: Routledge, pp. 96-112.

DIEZ CASTILLO, L.A.

1981 *Los cimarrones y los negros antillanos en Panamá*. Ciudad de Panamá.: Impresora R. Mercado Rudas.

FÁBREGA, R. (ed.)

1986 *Legislación sobre turismo y migración*. Ciudad de Panamá: s/e.

FRIEDMAN, J.

1993 *Cultural Identity and Global Process*. Londres: Sage Publications.

GUILLÉN, D.

2000 «Turismo y medio ambiente». *La Prensa*. Panamá.

HALL, S.

2001 «Negotiating Caribbean Identities». En MEEKS, B. y F. LINDAHL (eds.). *New Caribbean Thought: A Reader*. Kingston: University of the West Indies Press, pp. 24-39.

HECKADON MORENO, S.

1992 «Sumario ejecutivo». En: HECKADON MORENO, S. (ed.). *Agenda ecológica y social para Bocas del Toro*. Ciudad de Panamá: Impresora Continental, pp. 5-26.

JAÉN-SUÁREZ, O.

1998 *La población del istmo de Panamá: estudio de geohistoria*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional.

INTERNATIONAL TECHNICAL COOPERATION AGREEMENT

1993 *Synthesis Tourism Development Master Plan for Panama 1993-2002*. Ciudad de Panamá: Panama Government Tourist Bureau (IPAT) / Organization of American States (OAS).

LEWIS, L.

1980 *The West Indian in Panama: Black Labor in Panama, 1850-1914*. Washington, D.C.: University Press of America.

LOWE, R.

1975 *An Historical Explanation of the Status of Blacks in Brazil, Panama, Haiti and the West Indies*. Tesis. Wisconsin: University of Wisconsin.

NASH, D.

1997 «On Anthropology of Tourism: A Rejoinder». *Current Anthropology* 38 (5), pp. 846-847.

PÉREZ BALLADARES, C.

1998 «Turismo patrimonial». Conferencia sobre turismo patrimonial. Ciudad de Panamá: Instituto Panameño de Turismo.

PRATT, M. L.

1992 *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*. Londres y Nueva York: Routledge.

STEPHENS, C.

1987 *Bosquejo histórico del cultivo del banano en la provincia de Bocas del Toro (1880-1980)*. Ciudad de Panamá: Revista Panameña de Antropología, Publicaciones Especiales, vol. 1.

WADE, P.

2000 *Music, Race and Nation: Música Tropical in Colombia*. Chicago y Londres: The University of Chicago Press.

WEISS, B.

1996 «Coffee Breaks and Coffee Connections: The Lived Experience of a Commodity in Tanzanian and European Worlds». HOWES, D. *Cross-Cultural Consumption: Global Markets, Local Realities*. Londres y Nueva York: Routledge, pp. 93-104.

WHITTEN, N. E. (jr.).

1994 *Black Frontiersmen: Afro-Hispanic Culture of Ecuador and Colombia*. Prospect Heights. Illinois: Waveland Press.

ZETNER, F. (ed.)

1962 «Bocas del Toro y su primera feria». *Revista de Bocas del Toro y su primera feria*.