

Universidad de Costa Rica  
Facultad de Ciencias Sociales  
Escuela de Antropología

**“Los objetos en el espejo son más profundos de lo que aparentan:  
Valoraciones simbólicas y bienestares subjetivos derivados de la  
participación en los procesos de creación de objetos estéticos para el  
turismo. El caso de Islita, Guanacaste”**

Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Antropología Social

Ilse Lücke Castro

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio  
Costa Rica 2012

*“El tiempo y la reflexión van modificando paulatinamente nuestra visión, hasta que por último, llegamos a comprender.”*

*Paul Cézanne*

## **Agradecimientos**

En primer lugar quiero agradecer a mis padres, a quienes dedico este trabajo. Gracias por su sabiduría, amor y apoyo incondicional. Ustedes son ejemplos a seguir, tanto a nivel académico como en la vida en general. Les agradezco también su apoyo, sus aportes y compañía para la realización del trabajo de campo. Sin ustedes esta aventura no hubiera sido posible.

A mi papá, también le agradezco la ayuda que me brindó con el registro fotográfico, ya que con mucha sensibilidad artística, capturó gran parte de las fotografías que ilustran esta investigación.

A Sebas, por su arte, intelecto y amor. Gracias por motivarme diariamente a explorar con creatividad y a seguir con pasión mis proyectos.

A mi director Roy Rivera, quien con su dedicación y aportes significativos, me ayudó a construir este proyecto. Le agradezco también la gran confianza y estímulo que me brindó desde las primeras etapas del mismo.

A mis lectores Felipe Montoya y Pablo Hernández, por brindarme su tiempo, experiencia y conocimientos, así como por sus valiosas observaciones.

A los integrantes del proyecto de Islita, les agradezco por su apertura y por todo el tiempo e información que generosamente compartieron conmigo.

## Hoja de aprobación

Esta tesis fue aceptada por la Comisión de Trabajos Finales de Graduación de la Escuela de Antropología de la Universidad de Costa Rica, como requisito para optar por el grado de Licenciatura en Antropología con énfasis en Antropología Social. La misma fue aprobada por el Tribunal Examinador el día veintidós del mes de agosto del año 2011, en la ciudad universitaria Rodrigo Facio en San José, Costa Rica.

### Miembros del Tribunal Examinador

---

*Msc. Giselle Chang Vargas*  
Presidenta del Tribunal  
Representante del Decanato de Ciencias Sociales

---

*Msc. Patricia Fernández Esquivel*  
Profesora invitada  
Representante de la Escuela de Antropología

---

*Dr. Roy Rivera Araya*  
Director del Trabajo Final de Graduación

---

*Dr. Pablo Hernández Hernández*  
Lector

---

*Dr. Felipe Montoya Greenheck*  
Lector

## Resumen

En este estudio de caso específico se reconocen y analizan las valorizaciones simbólicas y los impactos subjetivos, que grupos de personas han atribuido y derivado de los procesos de participación y creación de objetos estéticos. Como parte de una iniciativa de Responsabilidad Social Empresarial, el Hotel Punta Islita ubicado en la comunidad de Islita, en Nicoya Guanacaste, ha propiciado la formación de los llamados “grupos de artistas locales consolidados”. Éstos han sido capacitados en una serie de técnicas y temáticas para la realización de distintos trabajos plásticos y la exploración en diversas áreas del conocimiento. En la actualidad, existen seis grupos consolidados que elaboran objetos estéticos de tipo souvenir, los cuales se comercializan tanto en la comunidad de Islita como en otras regiones del país.

Se presenta una discusión de las distintas denominaciones brindadas al fenómeno de producción llevado a cabo en esta comunidad, entre ellas se encuentran: arte, artesanía, neo-artesanía, souvenir y arte turístico. Ante la diversidad de categorizaciones de esta producción, y la validez de las mismas, se optó por denominar a estos objetos bajo la categoría general de “objetos estéticos” y específicamente se analizó el papel de los productos que tradicionalmente se conocen como souvenirs o arte turístico, como síntesis de los imaginarios sociales construidos alrededor de la experiencia turística.

Asimismo, se reconoce una serie de pesos o valoraciones simbólicas atribuidas a los procesos de participación en los grupos de productores locales y la creación de este tipo de objetos. Es así como, a partir del método etnográfico, se pudo ahondar en los distintos universos simbólicos y las valoraciones que los productores han adjudicado a los procesos de creación. Fue a partir de la observación directa y participante, así como de una serie de entrevistas a profundidad, que se logró conocer a fondo distintas dimensiones del bienestar subjetivo derivadas de los procesos de creación.

Un marco teórico del bienestar, el cual hizo especial énfasis en el de tipo subjetivo, acompañó los datos derivados del trabajo de campo y específicamente se reconocieron seis dimensiones del bienestar subjetivo derivadas de este proceso. Entre las más importantes se encuentran la expresión, el ocio y el refuerzo de la autoestima.

Por último se hace una reflexión de la importancia de tomar en cuenta estas dimensiones subjetivas para futuras propuestas de iniciativas de desarrollo regional,

especialmente en el ámbito turístico, en contraposición a proyectos que solo se basan en factores economicistas y que por lo general no toman en cuenta las necesidades y la calidad de vida de las comunidades receptoras del turismo.

## Índice General

Agradecimientos.....	i
Hoja de aprobación.....	ii
Resumen.....	iii

## Capítulo I

### Las formas básicas de la composición

<b>investigativa .....</b>	<b>1</b>
1.1. Introducción .....	1
1.2. Justificación .....	4
1.3. Objetivos.....	9
1.3.1. Objetivo general .....	9
1.3.2. Objetivos específicos .....	9
1.4. Estado de la Cuestión.....	11
1.4.1. Turismo y cambio sociocultural .....	11
1.4.2. Bienestar .....	13
1.4.3. Arte-Artesanía .....	14
1.5. Metodología .....	18
1.5.1. Reflexión metodológica .....	18
1.5.2. Composición metodológica .....	22
La observación participante esférica .....	23
Las entrevistas cilíndricas como contenedoras de información.....	24
El análisis cúbico de la información.....	25

## Capítulo II

### Visita Guiada: contextualización y antecedentes de los proyectos de turismo y arte en la zona .....

2.1. Ubicación e impactos geográficos de los proyectos de turismo y arte.....	26
2.2. El proyecto turístico .....	29
2.2.1. La industria turística como alternativa económica para la región e.....	29
información general del Hotel Punta Islita.....	29
2.2.2. Responsabilidad Social Empresarial: visión turística y de desarrollo .....	31

2.3. El proyecto artístico .....	34
2.3.1. Antecedentes .....	34
2.3.2. “Los grupos de artistas locales consolidados” en la actualidad .....	41

### Capítulo III

#### **El ojo no fijo: perspectivas múltiples y simultáneas de los objetos estéticos elaborados en Islita .....**

3.1. La cultura como producción.....	53
3.2. Concepción del proyecto como fenómeno artístico .....	57
3.3. La figura del museo en la legitimación de la categoría arte .....	61
3.3.1. ¿Arte? ¿Diverso? .....	66
3.4. Caracterización de la práctica artesanal.....	70
3.4.1. Una comunidad con tradición artesanal. San Vicente de Nicoya .....	73
3.5. Una dicotomía histórica: arte vs artesanía.....	76
3.6. Contemporáneo vs tradicional .....	79
3.6.1. Souvenirs y arte turístico.....	89

### Capítulo IV

#### **Imaginería Turística: los objetos y la autenticidad como parte de los imaginarios turísticos.....**

4.1. Ofertas e imaginarios turísticos .....	99
4.1.1. La conquista de la felicidad .....	104
4.1.2. El deseo de la evasión y el descubrimiento del otro .....	106
4.1.3. El regreso a la naturaleza .....	108
4.2. Las marcas de la autenticidad .....	109
4.3. La tienda de regalos .....	116
4.3.1. Un espacio no convencional: El caso de Playa Conchal.....	116
4.3.2. Los museos: casos de San Vicente e Islita, Nicoya .....	118

## Capítulo V

### **Efectos secundarios del color: conclusiones e impactos subjetivos de la participación en los procesos de desarrollo turísticos y artísticos en Islita**

.....	<b>121</b>
5.1. Conclusiones generales entorno al fenómeno del turismo .....	122
5.1.1. Algunos factores que influyen en el desarrollo y en la gestión turística en una región determinada .....	122
5.1.2. Contextualización de la visión de un desarrollo basado en el bienestar	126
5.2. Principales dimensiones del bienestar subjetivo derivadas del proyecto de creación artística en Islita .....	130
5.2.1. La dimensión simbólica en los procesos de creación artística .....	130
5.2.2. Dimensiones del bienestar y pesos simbólicos encontrados en el.....	134
proyecto Islita .....	134
5.3. Conclusiones referentes al proyecto artístico .....	140
5.3.1. Algunas implicaciones de las categorizaciones conceptuales .....	140
atribuidas a los objetos estéticos elaborados en Islita .....	140
5.3.2. Análisis de la metodología empleada por el proyecto artístico.....	142
5.3.3. Valorizaciones del proyecto artístico y de sus productos por parte de los .....	145
turistas y de los familiares de los creadores .....	145
5.3.5. La generación más auténtica .....	149
5.4. Reflexión final .....	151
<b>Bibliografía .....</b>	<b>155</b>

# Capítulo I

## Las formas básicas de la composición investigativa

---

### 1.1. Introducción

El siguiente documento, que lleva como título *“Los objetos en el espejo son más profundos de lo que aparentan: Valoraciones simbólicas y bienestar subjetivos derivados de la participación en los procesos de creación de objetos estéticos para el turismo. El caso de Islita, Guanacaste”*, se presenta como el resultado de un proceso investigativo llevado a cabo en la comunidad de Islita, Nicoya, en la provincia de Guanacaste.

La introducción de la industria turística en Islita y las comunidades aledañas, específicamente del Hotel Punta Islita; ha generado una serie de cambios e impactos en las dinámicas socioculturales de las mismas. El hotel opera bajo la visión empresarial de la Responsabilidad Social Empresarial, la cual desembocó posteriormente en la propuesta de un modelo turístico llamado “Modelo Islita de Turismo Responsable”. Éste hace énfasis en el involucramiento de la comunidad en los distintos procesos de desarrollo. Como parte de esta visión empresarial y de desarrollo turístico “alternativo”, el Hotel Punta Islita creó en el año 2003 el “Museo de Arte Contemporáneo al Aire Libre Islita”, propiciando así una serie de intervenciones artísticas y la posterior consolidación de grupos para la producción de objetos estéticos para la venta a turistas, en la comunidad.

Las principales preocupaciones que dirigen esta investigación se centran en analizar los procesos de producción estética, catalizados por el modelo de turismo de la comunidad de Islita. Se hará especial énfasis en los impactos de carácter subjetivo y simbólico generados en los participantes de los grupos y en los habitantes de las comunidades, a partir de la creación de productos artísticos. Es por esta razón que en el título del presente trabajo hace alusión a la figura de los objetos reflejados en el espejo, como más profundos de lo que aparecen en el mismo, ya que detrás de cualquier producción material existe una diversidad de elementos subjetivos que no siempre se ven reflejados en los objetos.

Es importante aclarar que aún cuando la comunidad de Islita, en donde se encuentra la infraestructura del hotel, es donde se aprecian los cambios visibles más notables a nivel infraestructural y de la intervención artística; los impactos subjetivos del proyecto de creación de objetos estéticos se expanden a kilómetros de distancia de Islita. Como una especie de efecto de bola de nieve, muchas de las personas de las comunidades mencionadas con anterioridad han sido atraídas y por ende han participado de los procesos de creación estética, hasta el punto de que hoy en día esta práctica se ha convertido en parte de su cotidianidad.

Para conocer esta dimensión simbólica oculta detrás de los procesos y los productos de creación, es de suma importancia la recuperación de las distintas percepciones que tienen los creadores de los mismos. Los relatos de los participantes de los grupos productores, de los habitantes en general, y de los turistas compradores de los objetos; son las verdaderas fuentes que darán las bases para reconocer estos efectos y su trascendencia en los posibles bienestar que este tipo de modelo de desarrollo, y su manifestación específica del proyecto de arte, podría estar propiciando en la comunidad.

Es así como se ha abordado el estudio de esta realidad a partir del método etnográfico, en donde se prima la observación directa y participante, así como los intercambios con los habitantes de las comunidades y participantes de la creación, durante todo el proceso investigativo. Las especificidades de la metodología empleada, los objetivos y la importancia de dicho estudio, son expuestos en un primer capítulo denominado “*Las formas básicas de la composición investigativa*”.

Seguidamente, en el segundo capítulo llamado “*Visita Guiada: contextualización y antecedentes de los proyectos de turismo y arte en la zona*”; a partir de la experiencia de campo, se realiza un recorrido por las gestiones de turismo y arte que se han venido desarrollando en la región en los últimos años. Este capítulo inicia con una contextualización desde la década de los años noventa, en donde se experimentó el crecimiento del turismo en el país y la provincia, y es bajo este escenario que nace el Hotel Punta Islita. Seguido por un repaso por la gestión del proyecto de creación artística, haciendo especial énfasis en el involucramiento y la participación de las personas en los distintos procesos, hasta la actualidad.

El tercer capítulo “*El ojo no fijo: perspectivas múltiples y simultáneas de los objetos estéticos elaborados en Islita*”, está dedicado a introducir las principales y diversas nociones conceptuales del fenómeno de producción estética desarrollado en la región. En este, se

someten a análisis las distintas categorizaciones brindadas a los objetos estéticos elaborados en Islita, las cuales son principalmente: Arte, artesanía y arte turístico o souvenir.

Es fundamental en este capítulo, además del reconocimiento de la diversidad de lecturas que se generan a partir de un fenómeno estético, la ubicación de cada una de las categorías dentro de su plano contextual, ya que se parte de una visión de la producción material como indisoluble de las manifestaciones culturales de los grupos humanos, por ende son consideradas como producción simbólica.

En un cuarto capítulo llamado “*Imaginería Turística: los objetos y la autenticidad como parte de los imaginarios turísticos*”, se hace referencia a la manera en que la industria turística desarrolla ofertas que suplen una serie de imaginarios e idearios sociales, los cuales a su vez son construidos durante la experiencia del turista. Los principales imaginarios turísticos que se analizan en este trabajo son: La conquista de la felicidad, el deseo de la evasión y el descubrimiento del otro y por último el regreso a la naturaleza. Éstos son propuestos por el autor Daniel Hiernaux-Nicolas (2002), y en este estudio se analizan paralelos al arte turístico que se puede adquirir en Islita, como complemento y síntesis de los mismos. A su vez, se exponen las temáticas de la búsqueda de la autenticidad y el exotismo en la experiencia turística y cómo estas categorías condicionan la compra del arte turístico.

Por último, en el capítulo cinco el cual lleva por nombre, “*Efectos secundarios del color: impactos subjetivos de los procesos de creación de objetos estéticos*”, se analizan las distintas percepciones, visiones y pesos simbólicos que los participantes de los llamados “grupos de artistas locales consolidados” en Islita, adjudican a los procesos de participación en la iniciativa de creación artística.

Este capítulo es fundamental y se presenta como la síntesis y esencia del trabajo investigativo, ya que permite una reflexión profunda de los principales efectos o impactos que el turismo específico de la zona ha tenido en los habitantes de varios sectores de Nicoya. Debido a la particularidad que este modelo presenta en la manera en que ha invitado al involucramiento de los habitantes de la zona en el desarrollo comunitario, y más peculiar aún desde la perspectiva del arte; es que es indispensable analizar las dimensiones del bienestar que se han generado y se evidencian en estas personas.

El carácter reflexivo de dicho capítulo es crucial, como se mencionó con anterioridad, y es la síntesis del proceso investigativo. Éste también puede ser considerado como conclusivo, ya que además de exponer los principales pesos simbólicos y bienestares

generados en los participantes, se somete a análisis la gestión específica propuesta por el Hotel Punta Islita y por los encargados del proyecto artístico. Su carácter reflexivo también invita a generar interés en el cuestionamiento de los modelos turísticos que imperan en el país, así como en las posibilidades de estudios e implementaciones de modelos similares en otras regiones. Es decir, que los modelos de desarrollo turístico sean planteados, en la medida de lo posible, desde una perspectiva subjetiva y con énfasis en propiciar el bienestar de las comunidades receptoras.

## **1.2. Justificación**

El turismo en Costa Rica representa actualmente una de las economías más fuertes e impacta a casi la totalidad del territorio nacional. Este tipo de industria es dinámica y ha operado en nuestro país bajo distintos tipos de modelos o visiones según la región en la que se han llevado a cabo. En el caso de la provincia de Guanacaste, los desarrollos turísticos se han dado sin mucho o nada de planeamientos y estudios de impactos ambientales y sociales previos. Por lo general, tampoco ha sido un tipo de turismo desarrollado desde la base de las comunidades, es decir no ha surgido como una práctica económica de las mismas poblaciones y más bien lo común ha sido la implantación de la industria por parte de capital extranjero.

En los últimos años, he sido testigo de los cambios infraestructurales y socioculturales llevados a cabo en esta provincia, a raíz de los desarrollos turísticos no planificados. Más allá de haberme percatado de la gran problemática que los mismos han generado en el medio ambiente como por ejemplo la deforestación, la contaminación de ríos y mantos acuíferos, la falta de un plan ambiental que regule los desechos, etc. He conocido los impactos que esta industria, llevada a cabo de manera desmedida, ha tenido sobre las poblaciones de la región.

La necesidad de tener que trabajar para este tipo de desarrollos en labores como la construcción de infraestructura, los servicios hoteleros, el transporte de turistas, entre otros, han generado que las personas tengan un sentimiento de poca participación real en la vida comunitaria de sus pueblos, los cuales de la noche a la mañana se han convertido en espacios para la recreación y evasión de la realidad, por parte de otras personas, ajenas e indiferentes a las comunidades receptoras.

La deserción estudiantil, la migración a la ciudad, la falta de apego identitario y en general el desinterés a la propia comunidad, son algunas de las problemáticas más comunes

en las zonas costeras, en donde la norma es que se encuentran instaladas grandes cadenas hoteleras, así como la industria turística dirigida al servicio y atención al turista extranjero.

Toda esta problemática lleva a cuestionar la posibilidad de la existencia de otro tipo de turismo, ya que la dependencia económica que hay en Costa Rica hacia esta actividad es un tanto alarmante, sobre todo si la presencia de un modelo “inconsciente” es la que prima. Es por esto que cuando empecé a escuchar la utilización de un nuevo término empleado por parte de empresarios, la “Responsabilidad Social Empresarial”, fue que me llamó la atención llevar a cabo un estudio acerca de un proyecto turístico que se rigiera bajo ese modelo.

En el año 2005 conocí el caso del turismo en Islita durante el Congreso Nacional de Museos, el cual se llevó a cabo en el Museo Nacional. Lo primero que llamó mi atención fue percatarme de la existencia de una comunidad rural intervenida por artistas del centro urbano. Para ese entonces me encontraba muy interesada en el estudio del arte público y sus efectos en las comunidades, siempre, más allá de los tangibles. Sumado a esto, la ponencia presentaba un proyecto turístico que propició una iniciativa de creación de objetos estéticos en varias comunidades, y el modelo turístico regido bajo la misteriosa “Responsabilidad Social Empresarial”.

Los procesos de intervención artística en el espacio público comunitario, han llevado a que Islita sea reconocida actualmente como el primer museo de arte contemporáneo al aire libre de toda América Latina. Asimismo, es considerado como uno de los destinos turísticos más vanguardistas, debido a que esta comunidad es concebida como un espacio en donde conviven el arte con la naturaleza. Tanto la introducción de la industria turística como del fenómeno de producción estética, han llevado a una ruptura en la dinámica tradicional de la comunidad y han generado una serie de impactos a nivel subjetivo en sus habitantes, sobre todo en aquellos que participan en los grupos de creación de los objetos.

El hecho de que en Costa Rica exista una comunidad turística que pretende desarrollarse bajo la creatividad derivada de la práctica estética, debe ser atendido por varias disciplinas para el reconocimiento de los resultados que esta visión vanguardista de desarrollo, que parte de un fenómeno lúdico, puedan generar en las personas.

La experiencia vivida en Islita se encuentra muy poco estudiada, existen acercamientos al abordaje del modelo desde una visión empresarial. Es por esta razón que debe ser analizada desde una visión antropológica, ya que se torna fundamental

complementar los conocimientos que se tienen desde el plano turístico-empresarial con las perspectivas sobre los impactos subjetivos de los procesos. Es decir, trascender los resultados que se van presentando a simple vista como los son el museo y el desarrollo infraestructural en la región, hacia una perspectiva subjetiva desde las voces de los mismos partícipes de los procesos de turismo y arte. Para lograr un análisis de este modelo turístico y sus diferentes gestiones de desarrollo comunitario, se debe acudir a la indagación de las diferentes percepciones y vivencias de las personas por medio del método etnográfico.

La importancia de que la experiencia sea reconocida a partir de los mismos testimonios de los participantes en los procesos y de los habitantes en general, radica en que le permitirá a la comunidad una autovaloración como grupo cultural, es decir, repensar su papel en sociedad y hacia dónde quieren ellos proyectarse a futuro. Asimismo, este reconocimiento es fundamental para que la comunidad valore sus necesidades y deseos como conjunto, lo cual a su vez es el vehículo para la creación de mecanismos y acciones para propiciar la acción y el bienestar social.

En el caso de que los procesos de desarrollo experimentados en los últimos años sean considerados por la comunidad como positivos, es decir beneficiosos e inclusivos, es importante que este estudio sea difundido a distintos sectores que pretenden llevar a cabo procesos de desarrollo turístico en el territorio nacional e internacional. Sobre todo en lo que respecta a políticas estatales, es importante que las experiencias sean estudiadas y difundidas a partir de una perspectiva antropológica. Como investigadores debemos hacer el esfuerzo por trascender a una etapa de difusión de nuestros estudios para que sean tomados en cuenta a la hora del desarrollo de políticas y toma de decisiones por parte del gobierno, y que éstas no se hagan solamente a partir de una visión estatal economicista, sino que exista evidencia de las experiencias y necesidades fundamentales que tienen las comunidades costarricenses.

En el ámbito profesional, abogo por un estudio de la producción material de una cultura, no como lo ha hecho la historiografía del arte tradicional en donde se desarraigan del contexto a los objetos estéticos, simbólicos y al arte en general, para después estudiarlos de manera aislada o con referencias históricas que no corresponden a la realidad actual. Tampoco me interesa realizar un estudio desde la visión del particularismo histórico en donde los productos culturales se recolectan y colocan en vitrinas, para después ser percibidos como si estuvieran estáticos en un museo.

Considero que actualmente, la antropología unida a los estudios visuales, permiten conocer más a fondo los aspectos tangibles y subjetivos, para adentrarse en el estudio de los productos culturales de una manera más global, desde su producción, materia prima, y hasta los usos simbólicos, identitarios y mercantiles. Todo esto permite entender no sólo las lógicas mercantiles actuales, si no también procesos de relaciones subjetivas entre productores y entre éstos y sus compradores.

Dicho estudio se torna en un aporte importante para la disciplina artística ya que evidencia el giro en la concepción del arte que se está teniendo en nuestro país, al ser un intento de practicar manifestaciones plásticas afuera del centro urbano legitimado. También esta investigación pone en manifiesto la importancia de la dimensión social y cultural que hay detrás de los procesos de creación artística, sobre todo si éstos se trasladan del espacio privado y urbano, a ámbitos comunales y rurales, como ha ocurrido en el caso de estudio específico.

El análisis de los procesos artísticos ocurridos dentro de una colectividad social, puede ser a su vez, una herramienta clave para cualquier estudio antropológico. Sobre todo aquellos que traten las temáticas de identidad, relaciones intersubjetivas, el microcosmos simbólico, y en fin una gran variedad de expresiones e intercambios culturales, ejes primordiales de la antropología social y cultural. Es por esto que es importante estudiar la iniciativa de turismo y los procesos estéticos que se llevan a cabo en Islita y sus efectos directos y tangibles en la comunidad, como lo podría ser el bienestar y desarrollo que ha implicado la creación del museo y el seguimiento a partir de grupos de productores consolidados. Así como otras consecuencias en planos subjetivos como lo son por ejemplo el sentido de pertenencia a la comunidad, la autoestima y la felicidad personal que se derivan de los procesos de creación.

Esta perspectiva de estudio de los impactos subjetivos en una comunidad específica, a partir de un elemento poco ordinario como lo es la creación artística, puede significar para la antropología un aporte importante ya que ejemplifica cómo en esta disciplina se pueden abordar temáticas convencionales como lo es el desarrollo socioeconómico, a partir de distintas aristas no tan convencionales para la antropología. En este caso sería la introducción de la industria turística en una región y la producción estética derivada de ésta.

La producción simbólica de las comunidades rurales que se encuentran impactadas por el turismo, debe ser estudiada bajo una óptica de los posibles beneficios que la creación

genere en sus productores y habitantes en general. Es así como propongo este estudio como una manera de trascender la visión folklorista clásica de estudios de objetos estéticos producidos para el sector del turismo. Hay que considerar este tipo de producción como manifestaciones propias de las dinámicas económicas y culturales actuales, y es por esto que los estudios deben trascender a dilucidar los pesos simbólicos generados a partir de la misma.

En la actualidad la industria del arte turístico en Costa Rica ha pasado de un plano, que por lo general ha sido de elaboración manual y muchas veces de tradición artesanal, a la importación de productos desde grandes industrias extranjeras. Lo anterior no favorece al productor nacional, quien debido a esto, muchas veces es plagiado en sus diseños y hasta puede quedar desempleado al ser desplazado por esta nueva producción masiva. Es así como se reconoce la importancia de esta iniciativa llevada a cabo en Islita, ya que no sólo significa un tipo de producción nacional hecha a mano, si no que puede generar ingresos económicos alternativos para la región.

El estudio de los impactos y bienestar subjetivos en comunidades específicas, invita a pensar la vida de manera distinta y no siempre planteada desde los beneficios directos, a nivel económico, que industrias específicas pueden generar para el país. Es importante entonces que los gobernantes asuman retos distintos y se apoyen en perspectivas no sólo economicistas para tratar de brindar bienestar a los habitantes del país. Posiblemente, la difusión de este trabajo despierte un interés mayor en la inversión en aspectos claves para el desarrollo nacional y regional, como lo es la expresión de sus habitantes por medios lúdicos, y que a su vez generen beneficios directos en sus comunidades.

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

- Reconocer las valorizaciones simbólicas atribuidas a los procesos de creación y a la compra de objetos estéticos para el turismo, así como la importancia de la participación en los procesos de creación, para el bienestar comunitario.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Sistematizar los procesos de gestión turística y artística llevados a cabo por el Hotel Punta Islita, y reconocer el tipo de modelo turístico bajo el cual opera la institución.

En una sección de este texto se hace referencia a los distintos procesos de desarrollo del Hotel Punta Islita. Para esto, no solo se analiza el nacimiento del hotel sino que se reconoce a su vez, la visión o modelo turístico bajo el cual el mismo se ha guiado desde entonces. Es así como se torna fundamental realizar un recorrido por la gestión artística, propuesta por el modelo de desarrollo turístico; la cual servirá para ubicar al lector en el aquí y el ahora de los distintos procesos de creación de objetos estéticos que se dan en Islita y en las comunidades aledañas.

- Reconocer y analizar las distintas perspectivas y categorizaciones adjudicadas al fenómeno de creación de objetos estéticos, que se llevan a cabo en la comunidad de Islita y otras cercanas.

Un objetivo fundamental de esta investigación es reconocer y validar la diversidad de percepciones que existen en torno a los procesos de creación de objetos estéticos y a los objetos en sí. Para esto se pretende someter a análisis, no exhaustivo, las distintas categorizaciones que se le brindan a los objetos estéticos creados en la región, como lo son: Arte, artesanía y arte turístico o souvenir. Lo anterior se torna importante ya que esta referencia permitirá ubicar al fenómeno dentro de una categoría específica pero sin descartar

la presencia de las otras. Por ejemplo un objeto puede ser considerado simultáneamente como arte, o bien como souvenir, según los parámetros y visiones que se le adjudiquen al mismo.

- Identificar la presencia de imaginarios sociales adjudicados a los souvenirs por parte de los turistas, y establecer una relación entre la experiencia turística y el objeto como síntesis de la misma.

El turista busca que su viaje sea una experiencia total, es por esto que genera una serie de imaginarios e idearios sociales en torno a la misma. En este sentido, se pretenden reconocer esos imaginarios y dilucidar la relación existente entre la adquisición de souvenirs y la síntesis de su experiencia.

- Reconocer la presencia de diferentes dimensiones del bienestar subjetivo, derivadas de los procesos de creación de objetos estéticos, por parte de los participantes de grupos artísticos en Islita y otras comunidades.

Los procesos de creación de objetos estéticos no sólo generan productos tangibles, sino una serie de pesos simbólicos importantes. Es así como se pretende reconocer las distintas dimensiones simbólicas adjudicadas a la creación artística. Asimismo, es fundamental determinar si estas valoraciones se pueden concebir como bienestar subjetivo y en el caso de que fuera así, es importante determinar cuáles son estas categorías de bienestar.

- Determinar las implicaciones positivas que tiene un modelo de desarrollo turístico, que parte de distintas dimensiones subjetivas del bienestar comunitario.

Se propuso estudiar el modelo bajo el cual ha operado la institución turística del caso específico, para conocer si es efectiva o no una gestión que involucra el elemento de creación estético. Efectivo en el sentido de que sí este proceso de “desarrollo”, fundamentado desde el

carácter inclusivo de las comunidades, ha sido beneficioso para las mismas; por ende si debe ser replicable o no a otras áreas del país que se encuentran en procesos de desarrollo turístico.

## **1.4. Estado de la Cuestión**

Se presenta a continuación el resultado de una búsqueda centrada en investigaciones que se han realizado en nuestro país, con temáticas relacionadas a las que se abordan en la presente investigación. Para la mejor exposición de la información, se han dividido los resultados en tres grandes temáticas.

La primera es la referente al fenómeno del turismo y los distintos impactos que éste genera en comunidades rurales, sobre todo costeras. En esta dirección se encuentran trabajos importantes referentes a los cambios socioculturales derivados de la relación con este tipo de industria.

Una parte crucial de la presente investigación es la dedicada a la temática del bienestar comunitario, se buscaron también referentes de investigaciones que tocaran, de alguna u otra forma, esta temática, sobre aplicadas a comunidades rurales o costeras impactadas por el turismo.

Otra temática fundamental es la referente a la producción material de grupos o comunidades específicas en nuestro país. En esta línea se encuentran trabajos que responden a las categorías de producción de objetos estéticos, específicamente manifestaciones de arte y artesanía a nivel comunitario.

### **1.4.1. Turismo y cambio sociocultural**

Para los estudios antropológicos el tema del turismo y el cambio sociocultural es más abordado y se pudieron encontrar propuestas interesantes en donde se analiza el turismo como fenómeno propiciador de cambio sociocultural y por ende, en muchos casos, es un elemento reconfigurador de la cotidianidad e identidad de comunidades en algunos sectores del territorio costarricense.

Una perspectiva interesante la presentan los autores Francia Borowy y Herbert Centeno (1996), en su tesis antropológica titulada *“Los cambios en la dinámica sociocultural en dos comunidades costarricenses: Barrio Cubillo y Barva, frente al fenómeno del turismo”*. Desde

la etnografía, los autores analizan los procesos turísticos que atravesaron dos comunidades catalogadas como urbanas. Este estudio se torna una importante referencia ya que, al igual que el caso de Islita, se trata de un modelo que pretende la integración de la comunidad en los procesos de desarrollo, es por esto que se concibe en ambos casos a los habitantes de la región y sus manifestaciones culturales, como parte del atractivo turístico.

Asimismo, este trabajo brinda un panorama de la influencia que puede tener el turismo en las dinámicas socioculturales propias de las comunidades, y se analiza lo anterior, a partir de una perspectiva de estructura y organización social en la cotidianidad de sus habitantes.

Otro trabajo desarrollado a partir de la antropología es la tesis que presenta Gisella Madrigal (1997), *Mal País exótica y bella: cambio cultural y turismo en una comunidad costera*. Ésta aborda el fenómeno del turismo en la comunidad de Mal País en la provincia de Puntarenas. Desde una perspectiva etnohistórica de la región, la autora analiza específicamente el tema de la influencia y los efectos que ha tenido esta industria, en el cambio sociocultural de la comunidad. Este cambio también se manifiesta en la cotidianidad de sus habitantes.

Es importante este estudio como una referencia sobre todo por su metodología, ya que emplea mucho la observación directa y participante. Asimismo, Madrigal se adentra en las subjetividades de los habitantes de Mal País para determinar las percepciones que éstos tienen acerca del cambio en su comunidad generado por el turismo en los últimos años.

Un esfuerzo importante por posicionar el tema del turismo en relación a las dinámicas socioculturales cotidianas de comunidades específicas costarricenses lo ha hecho la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Mediante un equipo de investigadores se ha dado un amplio abordaje de esta temática, posicionándola en escenarios actuales como la globalización y la concepción del turismo como alternativa económica de este sistema. Dentro de estos estudios se destaca la figura del sociólogo Allen Cordero, quien se ha dedicado al abordaje del tema del turismo sostenible como actividad económica alternativa para las comunidades costarricenses. Tales son los casos de sus estudios denominados: *“El desarrollo del turismo sostenible, los casos de Manuel Antonio y Texel”* (2002), el cual desarrolló en conjunto con un equipo de investigadores de FLACSO, *“Imaginario sociales y turismo sostenible”* (2002) y *“Nuevos ejes de acumulación y naturaleza: el caso del turismo”* (2006).

Estas investigaciones se tornan en referentes importantes para el reconocimiento de la industria turística como una nueva fuente de ingresos para muchas comunidades. Asimismo Cordero evidencia cómo la industria turística se basa en elementos como el capital social, las manifestaciones culturales de las regiones y el medio ambiente, para brindar valores agregados dentro de las ofertas turísticas, como se da también en el caso de Islita.

#### **1.4.2. Bienestar**

En la presente investigación, se someten a un repensamiento constante los modelos turísticos que se apoyan en marcos teóricos que parten de la conservación del medio ambiente o desarrollo sostenible y del bienestar comunitario. Para esto, se han buscado casos de estudios de bienestar comunal en contextos costeros en donde se encuentra la industria turística. En este sentido, un trabajo valioso es presentado por las antropólogas sociales María José Escalona y Gloriana Guzmán (2010), en su tesis denominada: *“Apuestas locales para el mejoramiento comunitario y la conservación del medio ambiente en Playa Junquillal, Santa Cruz, Guanacaste: La promoción del bienestar comunitario a partir de una estrategia local.”*

La importancia de este trabajo radica en que, por medio del método etnográfico, las antropólogas pudieron identificar importantes esferas del bienestar comunitario en Junquillal, entre las principales se encuentran el sentido de pertenecía o identidad y el ocio como refuerzo del mismo. Asimismo, su trabajo trasciende al ámbito propositivo y elaboran una propuesta para generar mecanismos de cohesión social y acción comunitaria.

Este trabajo se basa en otro referente importante llamado *“Medios de vida, bienestar comunitario y conservación de especies”* (2007), llevado a cabo por Felipe Montoya y Carlos Drews. Su abordaje del bienestar comunitario en una zona costera del país se torna fundamental como base para el presente trabajo investigativo ya que los autores proponen una categorización del bienestar subjetivo que puede ser sometida a estudios en contextos comunales. A su vez, Montoya y Drews se basan en teorías del bienestar importantes y muy discutidas en la actualidad como lo son las propuestas de Amartya Sen y Martha Nussbaum, quienes plantean la necesidad de estudios del desarrollo bajo categorías subjetivas como lo son la felicidad, las capacidades y habilidades humanas, entre otras.

### 1.4.3. Arte-Artesanía

Sobre el caso específico del proyecto artístico propiciado por la iniciativa del Hotel Punta Islita se encuentra la sistematización de los procesos turísticos y artísticos ocurridos en la región desde los inicios del proyecto hotelero. Asimismo, se encuentran los principales impactos a nivel económico y subjetivo derivados del Modelo de Turismo Responsable empleado. Esta publicación se dio gracias a la Fundación AVINA quien la respalda y presenta en un folleto denominado “*Responsabilidad social empresarial y alianzas intersectoriales*”, (2008).

Es así como Loida Pretiz, actual encargada de la dirección artística del Museo Islita y de los grupos de producción de arte, presenta en el documento denominado “*Hotel Punta Islita y Museo Islita*” un recuento del nacimiento y desarrollo del proyecto del museo y de los llamados “grupos de artistas locales consolidados” en la comunidad. Esta sistematización se torna importante ya que expone, de manera superficial, los principales impactos a nivel económico, es decir en la generación de ingresos en los habitantes de la región. Así como algunos efectos en la mejora de la calidad de vida y sentimientos generados en los partícipes del proyecto de arte.

Con respecto a otros documentos que presentan la sistematización de un proceso de intervención artística en una comunidad rural, se encontró un caso en Palmares. La publicación se titula “*Identidad cultural, arte y acción social: Palmares, el cooperativismo y la memoria colectiva*”, (2000). Su autora, Blanca Ruiz-Fontanarrosa, relata una experiencia de arte público llevado a cabo en Palmares, Alajuela, como parte de los proyectos de trabajo comunal estudiantil de la Universidad de Costa Rica guiados bajo la Vicerrectoría de Acción Social de dicha universidad.

La autora presenta la experiencia como una manera en donde una creación artística, específicamente un mural, plasma la identidad compartida por la comunidad de Palmares. Sin embargo, dicho artículo es desarrollado a manera de relato y no se adentra en especificidades del proceso, ni relevancias antropológicas como lo serían por ejemplo: los procesos de gestión y creación, el desenvolvimiento y las relaciones de los artistas con la comunidad, las percepciones de los habitantes sobre su identidad y los pesos simbólicos adjudicados al proceso de creación.

En términos generales, se puede decir que en nuestro país son escasas las investigaciones que se centran en el abordaje de la temática de la artesanía y de otros tipos de producción

estética a nivel comunitario, desde una visión antropológica. “En los últimos años se ha avanzado en lo referente a investigación tecnológica y en la búsqueda de alternativas de materias primas, pero ha faltado el seguimiento a los estudios socioeconómicos y culturales”. (Chang, 2001: 250)

Existe una gran cantidad de estudios y propuestas teóricas referentes a la producción material del legado precolombino, en su mayoría dentro del campo de la arqueología; no obstante, son pocas las investigaciones de esta índole que trascienden la dimensión tradicional al ligarla con manifestaciones artesanales actuales. Por esta razón las investigaciones arqueológicas no van a ser contempladas dentro de la presente investigación.

Es importante destacar que en nuestro país ha habido iniciativas de estudiar el papel de los sectores artesanales dentro de la dinámica económica y comercial nacional. Sin embargo, estos trabajos brindan nociones de carácter cuantitativo y no se adentran en dilucidar los principales aspectos de las relaciones socioculturales y subjetivas de los oficios artesanales.

Con respecto a los análisis teóricos en cuanto a la temática artesanal a nivel latinoamericano, se pudo encontrar que las propuestas de los autores básicamente se encuentran orientadas en abordar esta producción a partir de dos vertientes principales. Por una parte, desde las contradicciones entre las artesanías tradicionales de carácter “étnico” y de los sectores populares, que se enfrentan con el modelo de la economía clásica capitalista. Por otro lado, existe un abordaje desde los modelos productivos desde una visión objetual, es decir meramente desde los atributos formales de las artesanías.

Una tesis planteada desde la perspectiva del papel de este estrato en el desarrollo económico-social del país, es presentada por Bernal Bolaños en *“El desarrollo de las pequeñas industrias y artesanías en Costa Rica”* (1977). Dicho trabajo de graduación fue realizado desde la perspectiva de la administración de empresas.

Un referente que permite entender la dinámica de la artesanía popular a nivel centroamericano y específicamente costarricense, lo brinda la antropóloga Giselle Chang (2001) como compiladora del libro *“Nuestras Artesanías”*. En este trabajo se reúnen los principales aspectos y entidades involucradas en el sector artesanal y sus manifestaciones materiales.

También existen trabajos enfocados en el estudio de manifestaciones artesanales en contextos comunitarios específicos. Un ejemplo de lo anterior es el trabajo realizado por Alicia Alfaro, denominado *“La artesanía. Formas de la identidad y la herencia culturales.”*

(1993) En éste la autora presenta una contextualización del entorno en el que se inserta la actividad artesanal de la comunidad de Sarchí, Alajuela, así como el análisis de la estructura socioeconómica y familiar en que se desarrolla tal práctica.

Otro caso específico que se tomó cuenta para la presente investigación, es la propuesta que plantea el antropólogo Jim Weil en su trabajo *“Un ecomuseo para San Vicente: artesanos de cerámica y turismo cultural en Costa Rica”* (2001). Este aborda la temática artesanal desde las ramas de la disciplina antropológica, específicamente de la antropología del trabajo y económica; en donde sienta las bases para el entendimiento de la importancia de la artesanía cerámica en relación al sector turístico y comercial, para posteriormente brindar una recapitulación de un proceso de propuesta de un ecomuseo en San Vicente que reúne la perspectiva turística y la cultural. A su vez ahonda en la conformación de la comunidad y la importancia de ésta en la estructura y organización de la iniciativa artesanal.

Manuel Enrique Luján (1990), en su tesis denominada *“Situación actual de la artesanía de Quitirrisí”*; analiza el caso de la artesanía tradicional de Quitirrisí, comunidad ubicada en el cantón de Mora. Este autor se adentra en estudiar las causas que perpetúan hasta nuestros tiempos, la actividad artesanal de tipo familiar en esta zona. Asimismo, hace referencia a la importancia de dicha producción como una fuente generadora de ingresos para las familias que la practican.

Una producción académica que rompe los esquemas tradicionales de estudio de la artesanía en América Latina y específicamente en nuestro país, ya que brinda al abordaje de esta práctica un carácter antropológico, lo presenta Millaray Villalobos (2006) en su tesis de Licenciatura en Antropología Social titulada *“Viajar viviendo y vivir viajando. Las andanzas de viajeros y viajeras artesanos latinoamericanos: un acercamiento desde la mirada antropológica”*. La autora presenta un análisis de las distintas dinámicas de viajeros artesanos en América Latina, y cómo estos a partir de su práctica y estilo de vida, llegan a construir identidades colectivas, un complejo entramado de relaciones interpersonales y atribuciones simbólicas a su oficio de creación de objetos estéticos.

Siempre dentro de un contexto latinoamericano, se analizará la propuesta teórica de la obra de Néstor García Canclini, específicamente en lo que respecta a las nociones de las manifestaciones artesanales comunales, el valor simbólico de éstas, y como a su vez son un espejo de las dinámicas a lo interno de un grupo social. Para esto se presentan como fundamentales herramientas las premisas que emite este autor, sobre todo en su libro: *“Las*

*culturas populares en el capitalismo*” (1986) y también en otra publicación llamada “*Arte popular y sociedad en América Latina*” (1987). Este autor representa uno de los referentes teóricos indispensables en el análisis de la producción material de las sociedades y grupos, sobre todo de comunidades rurales latinoamericanas, como fenómeno económico, cultural, social y simbólico.

En resumen, se encuentran avances importantes en cuanto a investigaciones referentes a las formas de producción y circulación de los objetos estéticos, específicamente los de tradición artesanal; sin embargo existe todavía un vacío con respecto a los estudios de estas prácticas en comunidades específicas y la incorporación de éstas a las dinámicas mercantiles contemporáneas. En este sentido, también hay una necesidad de investigaciones que profundicen en la temática de los diferentes tipos de objetos estéticos (arte, artesanía y arte turístico o souvenir), desde sus valoraciones simbólicas, brindadas por los productores, los receptores y los compradores de los mismos.

Por otro lado, se puede decir que la temática del turismo, así como los impactos que este tipo de desarrollo tiene en las comunidades en donde se manifiesta; es de gran interés y está tomando un posicionamiento importante en los estudios actuales en el ámbito de las ciencias sociales. En el momento en que me encuentro escribiendo esta tesis, se están gestando y desarrollando importantes estudios con respecto a esta temática, lo cual comprueba que los nuevos investigadores estamos brindándole gran valor e importancia al fenómeno.

Esta producción incipiente se va a caracterizar por abordar las problemáticas del turismo desde perspectivas creativas y novedosas, en donde primará la interdisciplinariedad tanto a nivel teórico como metodológico. Éticamente, los posicionamientos de los nuevos investigadores se caracterizan por estudiar los impactos del turismo en las poblaciones nacionales, y en determinar si los procesos de desarrollo a partir de las prácticas del turismo son beneficiosos o no para los habitantes.

Lo anterior es fundamental de atender en el contexto económico y social en el que se encuentra actualmente Costa Rica, ya que existen modelos de desarrollo turístico que cuentan con muchos años de operar en diferentes zonas del país. La enseñanza que nos queda de los mismos es que se debe generar investigación que reconozca los impactos, las problemáticas y los posibles beneficios que genera este tipo de desarrollo, para así no replicar modelos no beneficiosos para las comunidades y el medio ambiente, y respaldar o reconocer las

experiencias positivas en este ámbito, para posibles referencias en otros casos de proyectos turísticos en proceso de gestión.

## 1.5. Metodología

Antes de exponer los principales recursos metodológicos utilizados para la realización de esta investigación, se torna muy pertinente ubicar al lector en el posicionamiento epistémico en que me he basado para abordar las realidades bajo estudio. Lo anterior es fundamental de expresar, ya que sustenta la visión bajo la cual he podido construir el conocimiento y la comprensión a lo largo de este trabajo investigativo.

La reflexión metodológica que propongo a continuación, plasma mi posicionamiento como investigadora ante los fenómenos sociales estudiados y ante las personas que me ayudaron, a través de sus relatos, a construir este texto. Posteriormente, al lector le quedará más detallado el seguimiento metodológico, así como el apoyo técnico, para llevar a cabo esta investigación, a través de la exposición de la estrategia metodológica por medio de lo que he denominado como “Composición investigativa”.

### 1.5.1. Reflexión metodológica

*Tomo fragmentos coloridos y no coloridos de experiencias de vidas, los inserto dentro de una estructura prismática tetraédrica, y la giro de manera constante.*

*Veo a través del túnel, en contra y gracias a la luz...*

*Percibo una construcción de figuras, a veces claras y cercanas, a veces difuminadas y distantes, pero de nuevo toman su propia forma y así sucesivamente.*

*Después del viaje sensorial de color, cuestiono la realidad (o irrealidad) que acabo de experimentar.*

*Analizo la estructura en la que se desenvuelve la experiencia cromática. Conozco cada vez más fragmentos. Cuestiono las figuras que se me dibujan y desdibujan disparadas ante los ojos. Intento ponerles nombres, adjetivos. Trato de verlos como un todo.*

*Descanso, comparto la experiencia con otros, trato de poner lo que me queda en blanco y negro y vuelvo a empezar...*

Todo abordaje analítico de una realidad humana requiere por parte del investigador, de la definición de antemano de una serie de enfoques, dimensiones y toma de posicionamientos éticos y epistémicos. El estudio de los impactos subjetivos que se dan a

partir de un fenómeno como es la creación artística en comunidades o grupos sociales específicos, debió ser abordado a partir de una serie de herramientas fundamentales que permitieron lograr la criticidad y el análisis constante durante todo el proceso investigativo. Estas herramientas no responden solamente a un apoyo técnico que permitió la recopilación de los datos, sino que se debió trascender a la esfera de un análisis dialéctico con los distintos elementos, que ayudaron finalmente a lograr una construcción mental de esa realidad, extraída de manera técnica, y que se transformó en conocimiento y en un discurso crítico y coherente.

Es por esta razón que, antes de entrar en la descripción técnica de la manera en que se abordó dicha investigación, se presenta a continuación una discusión fundamental que ubica al lector en el posicionamiento epistémico y ético en el que me he basado como investigadora y bajo el cual he pretendido regir el desarrollo de este trabajo de análisis y comprensión de una realidad específica.

La presente investigación se sitúa dentro de un enfoque fenomenológico, es decir que la realidad se estudia partir de los distintos hechos o fenómenos sociales, es por esto que se privilegia la descripción y explicación de los contextos y fenómenos específicos, bajo criterios subjetivos del investigador. Los hechos, realidades y fenómenos sociales son concebidos como resultado de una serie de procesos sociohistóricos, es decir que no ocurren por generación espontánea, y por esta razón no se pueden abordar de manera aislada o estática dentro de las distintas esferas sociales, culturales, espaciales y temporales en que se ubican.

Esta visión de estudio de la realidad o realidades, nace en contraposición al enfoque positivista que se vale del método cuantitativo cientifista, específicamente del denominado “método científico”. Para esta perspectiva, la realidad es estable, se ve como una serie de objetos estáticos o inertes, que se pueden estudiar por si mismos a partir de una serie de variables aisladas, medibles y cuantificables. Prima en esta visión la comprobación de hipótesis y la formulación de leyes universales. No hace falta hacer referencia a más particularidades del enfoque positivista, lo que interesa es resaltar su relación con lo que podría denominarse un objeto de estudio o una realidad específica. El investigador aquí se posiciona desde fuera de los hechos y no los ve en su totalidad ni en relación con otros componentes de la realidad.

A mi criterio, una visión de esta índole es reduccionista, sobre todo para el presente estudio se tornaría en una postura incompleta y que en definitiva no arrojaría datos subjetivos sobre la realidad específica. Es por esto que desde el inicio de esta investigación se partió desde una visión cualitativa para el abordaje de la realidad específica.

Bajo una visión fenomenológica de la realidad, ésta se presenta como una totalidad, al ser concebida como dinámica y concatenada, lo cual significa que un hecho que observamos hoy, mañana puede variar e influir en otros aspectos de la sociedad, es así como la realidad se transforma minuto a minuto e influye decisivamente en las personas. Es por eso que la perspectiva cualitativa se centra en la comprensión de la totalidad por medio de la descripción de contextos espacio-temporales, trascendiendo al análisis de los elementos humanos subjetivos, como lo es en este caso, la adjudicación de ciertos valores simbólicos a los distintos procesos de creación estética y el bienestar derivado de éstos.

La toma de un posicionamiento bajo el enfoque de la fenomenología, implicó no solo una manera específica de concebir y abordar los hechos reales, si no que determina a su vez una relación específica con el objeto de estudio. Para la investigación cualitativa el peso reside en la intersubjetividad que logra el observador, es decir, la manera en que éste interpreta la realidad que estudia por medio de la internalización que logra de ésta mediante sus propias intuiciones. “Esta relación particular con el “objeto” de estudio significa una observación profunda de la realidad que concierne y una atención particular a la calidad de relaciones sociales que constituyen un grupo. Este procedimiento ubica de golpe al investigador más allá de toda visión simplificadora, formal o institucional de la realidad”. (Kilani, 1990: 1)

En el caso de Islita, una serie de procesos de desarrollo turístico y artístico han impactado la cotidianidad de sus habitantes. Éstos a veces se presentan como tangibles y fáciles de identificar, como lo son por ejemplo los cambios infraestructurales y la intervención artística en el espacio público. Sin embargo, aunque estas manifestaciones son fundamentales de estudiar, el peso de esta investigación residió en el estudio de los procesos de creación estética llevados a cabo por los integrantes de los “grupos de artistas locales consolidados”. Específicamente interesó la adjudicación de pesos simbólicos a los procesos de participación y creación, que a su vez generaron una serie de bienestares subjetivos importantes en los partícipes

Como se ha podido ver, el estudio de estas dimensiones subjetivas de una comunidad tiene implicaciones específicas a la hora de abordarlas metodológicamente. Es por esto que se recurrió al método etnográfico el cual se basa en la observación como la principal técnica de obtención de datos de la realidad. Asimismo, la etnografía facilitó el enfrentamiento “cara a cara” con las personas de la comunidad. Este intercambio constante permitió la reconstrucción de las experiencias de turismo y arte vividas en este territorio guanacasteco, desde el relato, la visión y los significados propios de aquellas personas que, de alguna u otra manera, han participado en los procesos de creación de objetos estéticos.

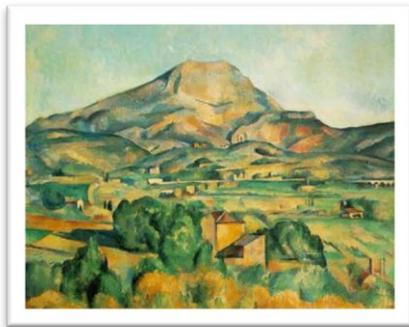
Asimismo, el método etnográfico significó un respaldo para lograr la objetividad y criticidad durante el estudio. “(...) la etnografía, en su aproximación cualitativa al conocimiento de la realidad social, ofrece también la posibilidad de hacer a un lado los propios condicionamientos culturales, (...) para aprehender el mundo desde el punto de vista de seres humanos que construyen sistemas simbólicos diferentes”. (Camacho y Pardo, 1993: 28)

Esto no significa dejar de lado ciertas intuiciones con las que cuenta el investigador, sino que es el reconocimiento de las mismas como guía para aproximarse a las personas a partir de una postura relativista. La gran ventaja que el método etnográfico ofrece es la de participar, de “estar ahí” y estar siempre practicando un ejercicio de análisis y diálogo de lo observado, lo cual llevará a que los discursos que se emitan acerca de los fenómenos o hechos específicos, estén cargados de la subjetividad del investigador, pero la misma se convierte en información, comprensión y explicación objetiva en la medida en que estas subjetividades sean socializadas con las del resto de personas que participan en los estudios, es decir con los grupos sociales que se están estudiando.

Las posibilidades de estudios y lecturas de las obras de arte y de otros objetos de creación estética son infinitas, así como las reacciones que pueden causar éstos en la gente, tanto en los artífices, creadores, espectadores o compradores. Los objetos estéticos pueden ser estudiados desde sus características formales, iconográficas, estilísticas, contextuales, entre otros. El caso específico del proyecto de creación estética en Islita fue abordado desde una perspectiva subjetiva, haciendo énfasis en la manera en que los objetos que se producen ahí, son definidos, categorizados, percibidos y apropiados por las personas que los fabrican, y también por los espectadores y compradores de los mismos.

Lo anterior implicó trascender el estudio superficial de los objetos, para adentrarse en un estudio de los significados y las categorizaciones que les son atribuidas a éstos dentro de un contexto específico. Metodológicamente los objetos pueden representar muchas veces la puerta de entrada para el análisis del fenómeno, pero es importante aclarar que para esta investigación, referirse a los objetos estéticos ha sido el punto de partida, y la herramienta que permitió la expresión de los significados que las personas adjudican a los procesos de creación y a los productos estéticos.

Es importante aclarar que los análisis de las dimensiones formales e iconográficas, de los objetos realizados en la comunidad de Isleta y otras comunidades cercanas; si bien son un soporte que permiten explicar la realidad no fueron la finalidad del trabajo investigativo en sí.



**Imagen 1. “La montaña Sainte-Victoire vista desde Bellevue”. Paul Cézanne. 1885.**

### **1.5.2. Composición metodológica**

*Toda la naturaleza se puede reducir al cubo, la esfera y el cilindro.<sup>1</sup>*

Tratar de plasmar y sintetizar en blanco y negro todo el trabajo investigativo, todas las experiencias vividas e información obtenida de las comunidades y las personas estudiadas, puede ser tan arduo y complejo como lo es pintar un paisaje. Ante esta complejidad en la representación de la realidad, el artista Paul Cézanne sugirió que para lograr tal representación se debe acudir a la geometría, es decir a las formas básicas de la naturaleza.

Es así como Cézanne propone la síntesis del abordaje de un proceso de pintura, tal y como podría ser el proceso de creación del paisaje de “La montaña Sainte-Victoire vista desde Bellevue”, que plasmó el artista en el año de 1885; a partir de la descomposición de la naturaleza en las formas básicas del cubo, la esfera y el cilindro.

De igual manera, la construcción de este proceso investigativo ha sido compleja y ha requerido de una estrategia de la cual partir para poder llegar a plasmar y transformar la

---

<sup>1</sup> Paul Cézanne.

información y las experiencias en conocimiento. Es así cómo, haciendo un paralelismo con la teoría de la composición de Paul Cézanne, es que se presentan a continuación las principales técnicas antropológicas que permitieron bocetear y posteriormente crear un paisaje investigativo.

### ***La observación participante esférica***

Muchas veces se sugiere al antropólogo realizar la observación durante las primeras etapas del trabajo de campo. En este caso, es importante decir que la observación tanto directa como participante se realizó durante tres visitas de campo. Estas dieron inicio en el año 2009 con una primera visita para conocer la comunidad, su geografía, sus principales dinámicas sociales, su infraestructura y sobre todo para generar los primeros vínculos y el reconocimiento de los posibles interlocutores.

Avanzadas ya estas tareas, la observación se volvió menos directa y más participante. Es así como pude experimentar la realidad misma por medio de la participación en procesos de creación de objetos estéticos, participando con varios de los grupos que crean objetos estéticos en la región.

Otro aspecto fundamental al cual referirse de la observación directa y participante, es que no se limitó solamente a las comunidades bajo estudio. Es decir, durante este proceso investigativo se realizó observación en otras comunidades guanacastecas con el fin de posteriormente identificar procesos similares pero también muy diferentes en cuanto a la creación de objetos estéticos, la venta de productos souvenirs y los distintos modelos de turismo existentes en la provincia. Para esto se visitaron comunidades como San Vicente, en Nicoya para conocer una comunidad de tradición artesanal, Playa Conchal en Santa Cruz, en donde se observaron dinámicas específicas de ventas de souvenirs, y también se aplicó la observación en varias comunidades cercanas a Isleta, las cuales participan en los procesos de creación de objetos así como en la fuerza laboral para el hotel.

Estas observaciones sirvieron como referentes para la realización de lo que podría denominarse como una “etnografía comparativa” y durante la investigación se hace referencia a cada caso específico, según sea pertinente.

La observación directa y participante puede ser entonces concebida como “esférica” ya que no solo se dió alrededor de todo el trabajo de campo en Isleta, el cual fue concluido en

el presente año, sino que también “rodó” a otras áreas geográficas cercanas de Guanacaste para tener referentes comparativos a nivel regional.

### ***Las entrevistas cilíndricas como contenedoras de información***

Un elemento fundamental para cualquier estudio antropológico es la realización de entrevistas formales, así como llevar a cabo conversaciones informales. Como ya se dijo con anterioridad, la observación en la primera etapa del trabajo de campo permitió el reconocimiento de interlocutores. Sin embargo, para este caso específico ese reconocimiento ya se encontraba un poco adelantado debido a que fuentes importantes de información serían los participantes en la iniciativa de creación artística.

Los llamados “grupos de artistas locales consolidados” son grupos ya establecidos que se dedican a la realización de objetos estéticos, cada uno guiado bajo una técnica plástica específica. Las valorizaciones simbólicas adjudicadas a los procesos de creación y los bienestar subjetivos derivados de éstos, debían ser reconocidas a partir de los partícipes. Es por esto que se aplicaron entrevistas formales y estructuradas a nueve de los participantes, los cuales resultaron ser una mayoría de mujeres.

A estos grupos se les aplicó lo que he denominado como “entrevistas colectivas”, y se trataron de entrevistas llevadas a cabo “in situ”, en los lugares específicos en donde se lleva a cabo la producción de cada grupo, es decir cada taller. Debido a que el tiempo es un factor muy importante en la creación, para no perturbar la dinámica de los procesos y para aprovechar cada momento de descanso de los grupos, las entrevistas colectivas no solo permitieron tener al grupo reunido, por ejemplo durante la hora de almuerzo, si no que permitieron conocer las opiniones y percepciones de manera grupal.

Este hecho de trabajar “in situ” permitió una contrastación del relato con la realidad tangible y el producto creado. Asimismo generó un ambiente de expresión libre, cómodo y familiar para las personas que reconstruyeron sus experiencias en los mismos espacios en donde se lleva a cabo la creación.

La consulta a especialistas fue de suma importancia y para esto se recurrió a la aplicación de entrevistas formales específicamente a la directora del museo y el proyecto artístico Loida Pretiz y a un artista urbano quién fue capacitador y expositor en Islita, Herberth Bolaños. Se llevaron a cabo conversaciones informales con dos artistas que

intervinieron el espacio público de Islita, sobre todo para conocer sus experiencias de intervención en un medio rural.

Asimismo, durante todo el trabajo se llevaron a cabo conversaciones informales con miembros de estos grupos, colaboradores del hotel (es decir la gente que trabaja en el hotel en servicios y atención al huésped), con personas que tienen y trabajan en microempresas en la región dirigidas al turismo (por ejemplo restaurantes, transportes, etc) y con especialistas en las temáticas.

Se aplicó a su vez una entrevista formal a una turista estadounidense que tiene una casa en Islita, y por su condición de visitante frecuente es que ella pudo disponer un tiempo para brindarme una entrevista formal. Con otros turistas se establecieron conversaciones informales durante su visita al museo y éstas, aunque se realizaron de manera concisa, fueron fundamentales para conocer sus valoraciones atribuidas a los objetos en sí y al modelo turístico.

Las entrevistas formales y estructuradas, así como las conversaciones informales pueden ser vistas como estructuras cilíndricas en donde se contiene y se genera información fundamental para la realización del trabajo investigativo. Su posterior análisis bajo categorías fue fundamental y para esta tarea se requirió de mucho tiempo, para destapar cada cilindro y descubrir los universos ocultos que ellos contenían.

### ***El análisis cúbico de la información***

Una de las tareas más complejas fue realizar la triangulación y el análisis de la información que se encontraba contenida y categorizada en los cilindros. Los cubos informativos permitieron la construcción de la argumentación partiendo de una base teórica y confrontándola de manera dialéctica con la información cilíndrica (entrevistas) y esférica (observaciones). Las estructuras cúbicas generadas durante el proceso de investigación, al igual que los ladrillos en una edificación, permitieron la construcción de este trabajo final.

Por último, al igual que una obra de arte contemporáneo, es importante decir que las lecturas que se le apliquen a este trabajo se encuentran abiertas. Es el lector como espectador el que dará su interpretación final al mismo y por ende es aceptada la diversidad de visiones que se generen a partir de este paisaje construido con formas muy básicas pero fundamentales para la antropología social.

# Capítulo II

## Visita Guiada: contextualización y antecedentes de los proyectos de turismo y arte en la zona

---

En el presente capítulo, se hace un recorrido por las gestiones de turismo y arte llevadas a cabo en la comunidad de Islita y otras aledañas, en la provincia de Guanacaste. Se presenta primero una ubicación geográfica de los impactos del Hotel Punta Islita (HPI) y de las comunidades que colaboran para el mismo y que participan de los procesos de creación artística. Seguidamente se detalla la gestión turística, haciendo énfasis en su modelo de desarrollo turístico, el cual propuso la creación artística como eje para valorar e incluir a las poblaciones de la región.

Por último, se expone el desarrollo de la gestión del proyecto artístico propiciada por el hotel, desde su nacimiento hasta la actualidad. En una última sección, se ubica al lector en la producción y su estado actual, que se lleva a cabo y se expone también, mayoritariamente en la comunidad de Islita por parte de los llamados “grupos de artistas locales consolidados”.

### **2.1. Ubicación e impactos geográficos de los proyectos de turismo y arte**

El Hotel Punta Islita (HPI) se encuentra ubicado en la comunidad de Islita, en la península de Nicoya provincia de Guanacaste. Específicamente pertenece al cantón de Nandayure y al distrito de Bejuco. “Cuenta este cantón con seis distritos, siendo Carmona la Ciudad Cabecera, tiene una extensión de 565.5 kms<sup>2</sup> y una población de más de 12.000 habitantes, Bejuco es el distrito más poblado con 3.000 habitantes”.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Información tomada de: <http://www.sitiosdecostarica.com/cantones/Guanacaste/nadayure.htm> Última visita 28-05-2012

Es importante mencionar que aún cuando el hotel tiene como sede la comunidad de Islita, el impacto social del proyecto hotelero, y por ende del artístico; se extiende hacia una serie de caseríos aledaños. Es decir, desde inicios del proyecto turístico se ha involucrado y participado a varias personas de distintas comunidades cercanas a Islita. Este hecho es de suma importancia ya que al referirse al proyecto de creación artística, no solo se estarán tomando en cuenta las experiencias de las personas habitantes de Islita si no también a todos los participantes que provienen de una serie de comunidades o caseríos cercanos.

Las personas se transportan diariamente hacia la comunidad de Islita para trabajar en el hotel y los participantes de los grupos productores visitan Islita mínimo una vez cada dos semanas para trabajar en el taller y llevar a cabo los procesos de creación de los objetos estéticos, así como la capacitación en diversas técnicas y temáticas.

Los llamados “colaboradores” del HPI, son aquellas personas que trabajan directamente en el hotel, ya sea como personal del mismo, por ejemplo en el mantenimiento, la atención al huésped, la administración, entre otros; o bien en los diversos servicios que brinda el hotel como transporte, guías turísticos, etc. En este caso el impacto geográfico es extenso ya que hay colaboradores que provienen de comunidades lejanas como Sámara, Puerto Carrillo, Camaronal ubicadas al norte de Islita, y hacia el sur desde las comunidades de San Miguel y Coyote por citar dos ejemplos.

En el caso del proyecto artístico, los participantes provienen de diversas comunidades que se encuentran aproximadamente a una distancia de 5 o 6 kilómetros las unas de las otras. Asimismo, como veremos más adelante, en algunas de estas comunidades se encuentran actualmente importantes talleres de elaboración de objetos que posteriormente se comercializan en Islita o por otros medios. Las principales comunidades involucradas en el proyecto artístico son:

- Islita
- Corozalito
- Quebrada Seca (conocida como “Pilas”)
- Pueblo Nuevo
- Colonia del Valle (conocida como “Parcelas”)

Estas comunidades se presentan ubicadas en el siguiente croquis, en el cual se puede apreciar la distancia existente entre cada una de ellas. También se encuentran identificadas la ubicación del HPI y la Casa Museo, la cual está en el centro de la comunidad de Islita. En ésta se ubica el principal taller de elaboración de los objetos estéticos, la tienda en donde se venden los trabajos y la galería en donde una vez al mes, aproximadamente, expone un artista reconocido del Valle Central.

También se identifican en el croquis dos talleres de manufactura de objetos ubicados en la comunidad de Quebrada Seca o “Pilas” y otro en la de Corozalito. En esta última comunidad también se encuentra la pista de aterrizaje o aeropuerto que es utilizado mayoritariamente para la llegada de los turistas que posteriormente se dirigen a hospedarse en el HPI.

Se resaltan en color verde las principales áreas protegidas y Refugios de Vida Silvestre cercanos al proyecto turístico de Islita. Entre ellos uno ubicado justo en el área de influencia inmediata del hotel, el Refugio de Vida Estica, así como otro de gran importancia ubicado en Camaronal, el cual se encuentra ligado al proyecto turístico por medio de una alianza intersectorial entre el Ministerio del Ambiente Energía y Telecomunicaciones (MINAET) y el HPI.

**Croquis de ubicación e impactos geográficos de los proyectos de turismo y arte**



Autora: Ilse Lücke Castro  
Diseño: Ramón Masis Campos

Fuente: Trabajo de campo, 2012.  
I.G.N. Hojas cartográficas Garza,  
Puerto Coyote, Cerro Azul. Escala  
1: 50.000

## **2.2. El proyecto turístico**

### **2.2.1. La industria turística como alternativa económica para la región e información general del Hotel Punta Islita**

La década de los años noventa significó para América Latina, en el plano económico, la búsqueda de alternativas para el desarrollo y la inserción en mercados internacionales. Es así como, para estos años, la industria turística se torna en una economía emergente y con un campo muy amplio por explorar y explotar. Costa Rica no fue la excepción y se convirtió rápidamente en uno de los países pioneros en el desarrollo turístico. Es por esto que, específicamente en la provincia de Guanacaste, se empezó a dar un “boom” turístico el cual se constituyó como una de las alternativas económicas con más generación de ingresos para el país.

Tradicionalmente, esta región contaba con una serie de economías centradas en la agricultura, la ganadería y la pesca. Debido a la gran extensión de tierras, y la diversidad y belleza del paisaje que presenta Guanacaste, desde playas, zonas amplias de llanura, regiones montañosas y boscosas, etc; es que empieza a darse un interés, de parte de la población nacional y extranjera, por comprar terrenos y desarrollarlos de manera turística.

La actividad agrícola, ganadera y pesquera fue disminuyendo y se privilegió la venta de los terrenos al capital nacional pero sobre todo al extranjero. Ya a mediados de los años noventa, la industria turística en la región se encontraba consolidada y empezó a generar una entrada de capital significativa.

A nivel nacional, el turismo empezó a dotar de beneficios inmediatos al país, por ejemplo inversiones significativas o una entrada de ingresos relativamente constante, la cual se manifestó en obras de infraestructura como la construcción y mejora de vías de transporte, por citar un ejemplo. Sin embargo, debido a que la mayoría del capital se ha encontrado en manos extranjeras, la falta de un arraigo identitario con el territorio ha significado un desarrollo desmedido en donde ha primado la explotación de los recursos, sobre todo del agua.

La inversión extranjera ha traído a su vez una serie de malestares ignorados por los inversionistas y por los gobernantes nacionales; éstos han sido el desarrollo infraestructural sin estudios de impactos ambientales y sociales previos, generando así un desequilibrio a

nivel ambiental y una serie de consecuencias sociales que han impactado de manera negativa los estilos de vida de las comunidades receptoras del turismo.

Asimismo, en los años noventa, a nivel mundial, también se inician las discusiones sobre el desarrollo sostenible. Es así como el turismo en Costa Rica se une a la gran preocupación por la conservación de los recursos naturales, ya que para asombro de muchos, recursos como por ejemplo el agua no era necesariamente inagotable. Con la visión del “desarrollo sostenible o sustentable”, se empiezan a llevar a cabo en Costa Rica proyectos turísticos un poco más conscientes con el medio natural y humano.

Para Junio de 1994 se inaugura el HPI el cual fue desarrollado en la hacienda ganadera del costarricense Harry Zürcher, su actual dueño. El hotel era la única opción turística cercana en Nandayure y es por esto que significó una fuente laboral importante para los habitantes de la región. Desde los inicios, su propietario hizo énfasis en la necesidad de participar a las comunidades dentro del desarrollo y de tener con éstas una buena relación. En la actualidad un 85% de los trabajadores del hotel son de comunidades aledañas<sup>3</sup> y se dice que la aparición del hotel ha significado la repoblación de la comunidad de Islita, principalmente, y de otras cercanas, ya que debido a la carencia de fuentes laborales la gente estaba emigrando a otras zonas de Guanacaste y al Valle Central.

En la actualidad el hotel es muy reconocido a nivel internacional y ha sido galardonado con una serie de premios en turismo, importantes a nivel nacional e internacional. Es uno de los dos únicos “Small Luxury Hotels” o “Pequeños Hoteles de Lujo” en Centroamérica y cuenta con una variedad de infraestructuras y servicios dirigidos a turistas con un alto nivel adquisitivo.

El tipo de turista que se hospeda en el hotel busca que su visita a Islita y a la región sea toda una “experiencia”. Es por esto que la oferta del hotel se encuentra dirigida a trascender solamente en la oferta de comodidades de lujo, como los servicios de spa y de restaurantes, sino que ofrece opciones para que sus visitantes conozcan la naturaleza del lugar así como sus habitantes. Por lo general el turista que visita el HPI, además de tener los medios económicos para viajar por varias partes del mundo, son personas con niveles educativos altos y es por esto que les llama la atención conocer, aunque sea de manera superficial, el paisaje y la población de la región.

---

<sup>3</sup> Información tomada de: “Hotel Punta Islita. Costa Rica luxury resort, Small Luxury Hotel member”. <http://www.youtube.com/watch?v=uNck8YvRRM8> Última visita: 28-05-2012

Entre los servicios principales que ofrece el hotel se encuentran: dos restaurantes, piscinas, una sala de conferencias, una cancha de golf, canchas de tenis, un spa, tours por senderos, clases de surf, galería y museo comunitario, entre otros. Además de la infraestructura específica del hotel, existen doce casas con dueños privados, principalmente extranjeros, quienes visitan Islita en algunas temporadas del año y en las otras las alquilan.

### **2.2.2. Responsabilidad Social Empresarial: visión turística y de desarrollo**

Como ya se mencionó con anterioridad, el HPI surge en una época en donde las discusiones de la importancia de la conservación medio ambiental, se encontraban en efervescencia. Las comunidades rurales en Guanacaste estaban siendo impactadas por la industria turística de una manera un tanto invasiva y poco atenta a las poblaciones locales.

Asimismo, desde el nacimiento del hotel, se buscó la identificación de éste con los habitantes de las comunidades a las cuales impactaba socialmente, mediante la integración de los mismos dentro de la fuerza laboral. Los empresarios del hotel, en cuenta el dueño de la tierra, consciente de los impactos que otros desarrollos habían generado en la provincia, se ampararon desde un principio bajo el concepto de desarrollo sostenible.

Es así como desde los inicios del hotel, en cuanto a la relación que este tipo de desarrollo ha tenido con el componente ambiental, es que el proyecto turístico estaría ubicado dentro de lo que Cordero y *otros* caracterizan como un “Desarrollo sostenible a través de un “turismo dirigido al ambiente”. (Cordero y *otros*, 2002: 60) Es decir, un desarrollo turístico que busca no generar grandes impactos ambientales, por medio de una serie de acciones específicas como el reciclaje y otros mecanismos de conservación de los recursos. Asimismo, este tipo de turismo presenta como ofertas principales, las actividades turísticas dirigidas a apreciar el entorno ambiental por medio de los tours y paseos por senderos, el surf, etc.

Este hecho, sobre todo en la actualidad, no se convierte a nivel mercadológico, en una opción exclusiva en la gama de ofertas turísticas. Costa Rica es uno de los países más visitados de América Latina por su condición “ecológica”, la cual ha sido sustentada por una serie de etiquetas que acompañan las ofertas publicitarias turísticas en el país, vendiéndolo como un “país verde”, “salvaje” y con una población “feliz”.

El “eco-turismo” que ofrecía el HPI, se quedaba un poco corto como oferta diferencial de la gran cantidad de destinos en la misma provincia de Guanacaste. Es por esto que el

departamento de mercadeo del hotel se encargó de buscar otros elementos alternativos, que lo diferenciaron de los demás destinos con énfasis en “lo verde”. “En este proceso de identificación, se evidenció el hecho de que Costa Rica tenía pocos destinos turísticos diferenciados desde un enfoque cultural. El Hotel Punta Islita elaboró una estrategia sustentada en la construcción de un destino con enfoque en los valores y recursos culturales, y no sólo en la naturaleza y el buen servicio, cómo había sido lo usual.” (Pretiz, 2008: 53)

Este elemento extra fue catalogado por los empresarios y gestores turísticos como “lo cultural”, es decir la integración y cercanía existente entre el capital social y el hotel. “Punta Islita debía convertirse en un hotel-destino a través del fortalecimiento de la cultura comunitaria mediante la potenciación de su imaginario.” (Ídem) La “integración de la cultura local” se convertiría entonces en la excepcionalidad a partir de la cual el proyecto turístico propondría posteriormente un modelo inclusivo y “responsable” para sustentar su desarrollo turístico.

Es hasta el año 2002 que la institución empieza a sentar las bases de lo que se conoce como un “modelo de turismo responsable”. Éste debía guiarse bajo la conciencia de un desarrollo sostenible, pero trascendiendo la visión convencional de la preservación de los recursos ambientales, con la generación de mecanismos de involucramiento y valorización de la “cultura local” en los procesos de desarrollo. Este programa debía centrarse en la operación bajo cinco pilares<sup>4</sup>:

- Medio ambiente
- Comunidad
- Fuerza laboral
- Huéspedes
- Hotel

Es así como los directivos del hotel empiezan a reconocer una serie de necesidades comunales y regionales que podían ser solventadas bajo los principios de la “Responsabilidad Social Empresarial” (RSE). Entre las principales problemáticas se encontraba un índice alto

---

<sup>4</sup> Información tomada de: “Hotel Punta Islita. Costa Rica luxury resort, Small Luxury Hotel member”. <http://www.youtube.com/watch?v=uNck8YvRRM8> Última visita: 28-05-2012

de pobreza debido a que la actividad agropecuaria era casi la única opción laboral en la región y ésta no solventaba las necesidades económicas de las personas. Esta problemática estaba generando a su vez un proceso migratorio fuerte el cual desembocaba en la falta de cohesión y acción comunitaria.

Se reconocieron también otras necesidades paralelas como lo era una infraestructura y servicios básicos deficientes, la falta de medios y vías de comunicación y la carencia de centros educativos y recreacionales. Como ya se ha mencionado con anterioridad, se reconoció también la importancia del involucramiento activo de los habitantes de la zona en las distintas tareas del hotel, desde cargos administrativos hasta servicios de atención a los huéspedes en las distintas ofertas del mismo, como lo son el restaurante, el spa, los tours, entre otros.

Además de que el HPI brindaba opciones laborales para las poblaciones cercanas a éste, se generó a su vez una serie de apoyos por medio de la conformación de grupos y fundaciones que permitieron desarrollar infraestructura para la creación de una escuela, la cancha de fútbol, uniformes, etc. Además de la facilitación de servicios básicos como: agua, reciclaje, educación, etc.

Este modelo de “turismo responsable” también generó posteriormente en la región lo que se conoce como un “encadenamiento empresarial”, es decir una serie de empresas de autogestión que surgieron de las demandas de servicios turísticos, y han sido apoyadas por la serie de fundaciones y grupos ligados al hotel. “Más de cuarenta microemprendimientos de personas, familias o grupos comunitario se han creado o fortalecido por la presencia o apoyo directo indirecto del Hotel Punta Islita: empresas de transporte, restaurantes, pulperías, pescaderías, taller de muebles, tours, tiendas de artesanía, automercados, servicios de mecánica y mantenimiento, etc.” (Pretiz, 2008: 60)

Bajo la RSE, el proyecto turístico se posiciona dentro de un tipo o modelo de desarrollo turístico entendido por Cordero y *otros*, como un “modelo integrado”. “En este se supone una mayor participación de las poblaciones locales en la gestión de turismo. (...) Las poblaciones locales no solo entrarían como asalariados, sino como portadores de determinadas ideas turísticas expresadas en distintas iniciativas. En los que respecta a la organización empresarial, lo que aquí prevalecería sería la pequeña y mediana empresa.” (Cordero y *otros*, 2002: 49)

Este modelo se presenta en contraposición al que prevalece en la región guanacasteca que ha sido denominado por muchos autores como de tipo “enclave”. En éste último, el capital, la administración de los proyectos y los servicios turísticos se encuentran en manos extranjeras y de esta manera, se excluye la participación comunitaria en los distintos servicios turísticos. Lo anterior implica que los habitantes de las comunidades receptoras de las empresas turísticas, sean solamente obreros y no se generen opciones para que el capital sea retribuido a la comunidad.

Esta problemática a nivel económico a su vez genera una serie de impactos sociales, al ser el capital manejado por extranjeros, existe un desarraigo o desconexión por parte de los empresarios, con las comunidades y es por esto que no se da un interés por generar mecanismos de participación en la gestión comunitaria. Es decir, no se propician espacios para la socialización en donde se puedan reconocer las necesidades comunales y posteriormente atenderlas por medio de acciones conjuntas. Este aspecto también fue reconocido por el proyecto turístico en Islita y es por esto que propusieron, en primera instancia, la creación de un museo y posteriormente la conformación de grupos productores de objetos estéticos, en algunos casos de arte y en otros de arte turístico o souvenir.

## **2.3. El proyecto artístico**

### **2.3.1. Antecedentes**

El HPI tenía claro la importancia de la participación de los habitantes de las diversas comunidades cercanas en los procesos de desarrollo turístico, y a su vez ellos indican que se debía generar un sentimiento de comunidad que estaba carente en la región. Es así como, en el año 2002, el hotel recurrió a la figura de Marcela Valdeavellano, artista Guatemalteca y especialista en mercadeo cultural, quien también reconoció la necesidad de generar una identificación entre los colaboradores del hotel y esta institución, así como la misma con la comunidad en general.

Para este entonces un modelo de RSE todavía no se encontraba conceptualizado por el hotel, sino que, tal y como vimos con anterioridad, existían las bases conceptuales para el mismo. Es a partir de éstas que Valdeavellano propone la idea de la creación de un museo de arte en la comunidad. Ella tenía claro la importancia de que éste no llegara a ser una cuestión

simplemente decorativa y estática, como ocurre con los parques escultóricos, sino que se quería generar un movimiento comunal a través del mismo. “Se conversa con la comunidad y se plantea la posibilidad de que el pueblo como tal se convierta en un museo y ellos quedan encantados. Entonces desde un principio la comunidad colabora con el proyecto.” (Pretiz, 2009)

Para esto, Valdeavellano invitó a una serie de artistas reconocidos del medio plástico costarricense, creando así un encuentro entre artistas reconocidos del medio urbano con las personas de la comunidad de Islita y otras aledañas. Este fue llamado “El Encuentro Islita” y se desarrolló desde el mes de julio del año 2002 a enero del 2003. Fue el primer evento llevado a cabo en Islita en donde se dieron las primeras intervenciones del espacio público de la comunidad. Los artistas urbanos que participaron fueron: Paulina Ortiz, Luis Chacón, Florencia Urbina, Edgar Zúñiga, Emilia Rodríguez, Sergio Pucci. Loida Pretiz y Ana Victoria Garro se unen al proceso al final del grupo.

Es a partir de esta experiencia que se fomenta el interés y la participación de los habitantes en los procesos artísticos. Muchos de los habitantes de las comunidades se convirtieron en ayudantes y colaboradores tanto técnica como temáticamente en la elaboración de estos trabajos artísticos. Como resultado, se dieron las primeras catorce intervenciones plásticas públicas, realizadas junto con dieciocho personas de las comunidades.

Posterior a este encuentro entre los artistas invitados y la comunidad, es que se planteó a las personas la opción de la creación de un museo y la producción de trabajos plásticos a través de grupos específicos que posteriormente se conocerán como los “grupos de artistas locales consolidados”. Se hizo un sondeo de habilidades y de personas interesadas en la creación artística, entre ellos se encontraron algunas personas que trabajaban la escultura en madera, la pintura y el textil como la costura, y muchas otras personas anuentes a participar en la experiencia.

Las primeras capacitaciones en técnicas artísticas se iniciaron en el año 2002 y con ellas las primeras conformaciones de “grupos de artistas locales consolidados”. Para esto se buscó el apoyo financiero de Fundecooperación, una organización holandesa dedicada al financiamiento de proyectos de desarrollo sostenible. Con la contraparte financiera y organizativa del hotel, se invitaron a especialistas del arte de San José, para capacitar a la comunidad con talleres en distintas técnicas plásticas.

Este proceso de capacitación técnica ha sido bastante largo y continúa en la actualidad. Se pretendió desde un principio que el mismo fuera acompañado de un involucramiento de los componentes naturales y culturales de la región. “A veces nos daban una charla y no era que de una vez íbamos a coser y a armar si no que a comenzar por conocer la cultura. Porque las costumbres de cada, nos hablaba Loida que cada tal país tal cosa, que cosas que se hacían en Nicaragua, hacer algo diferente porque si hay muchas cosas en el camino pero no todas son iguales. Hacer algo que fuera propio de nosotras y con cosas de la zona, entonces si fue un proceso muy lento pero yo creo que nos sirvió.” (Marta Figueroa, 2009)

Durante estos procesos se detectó la necesidad de espacios y materiales para llevar a cabo la creación. El financiamiento brindado por Fundecooperación permitió la compra de equipo básico para el taller ubicado en Islita, como lo era por ejemplo el horno y el torno para la producción cerámica. También se inició la construcción y equipamiento de un taller de maderas en la comunidad de Corozalito, ubicada a cinco kilómetros de Islita. El lote y la mano de obra fueron donados por los habitantes y la maquinaria fue financiada por Fundecooperación.

Poco a poco se fue consolidando cada vez más la producción por parte de los “grupos de artistas locales consolidados”, y participaban en éstos desde niños hasta adultos mayores. Para el año 2003 se inaugura la primera colección de obras realizada por los artistas



**Imagen 2. Placa con el nombre del “Museo Islita”, presenta abajo la consigna “Arte Contemporáneo al Aire Libre 2002”.**

visitantes, como el “Museo de Arte Contemporáneo al Aire Libre Islita” el cual se llama en la actualidad “Museo Islita”. Durante ese mismo año visitaron la comunidad otra oleada de artistas urbanos. Estas visitas no se entendieron como un encuentro, si no que cada artista realizó su trabajo de forma individual pero cada vez más obtuvieron el apoyo técnico y temático de los “artistas locales”.

Entre estos artistas se encuentran Otto Apuy, Ricardo Ávila, Gerardo Gonzales y Sulay Soto. Con la colección ampliada y los grupos constantemente produciendo su material;

el hotel vio la necesidad de crear una fundación que acompañara y apoyara al modelo artístico que se estaba desarrollando en la zona. Asimismo se integraron otros ámbitos de desarrollo de las comunidades como el educativo y ambiental dentro de esta red.

En el año 2004 se creó la “Fundación Villafranca y Zürcher para la Educación y el Turismo (FVZ)”. Esta generó una serie de alianzas institucionales para el apoyo financiero de las gestiones arriba mencionadas. Asimismo, a raíz del proceso de formación de los grupos artísticos en Islita, se daba la necesidad de una fundación para apoyar el modelo de Responsabilidad Social Empresarial que desde los inicios del hotel se estaba gestando. Bajo los ejes de “arte y cultura”, la FVZ plantea el modelo denominado “Modelo Islita de Turismo Responsable”.

La creación de la FVZ permitió que el modelo planteado por el HPI se difundiera y anexara a otras instituciones importantes como lo es el MINAET. Paralelo a esto se creó en conjunto con este ministerio la Fundación “Refugio de Vida Silvestre Camaronal”, la cual ha sido importante en la conservación de la flora y la fauna de la región, pero en especial de las tortugas.

La FVZ ha permitido un intercambio con otras instancias turísticas de la zona así como nuevos financiamientos como es el caso de la Fundación AVINA, quien en el 2005 se sumó al apoyo financiero específico para los grupos, sus capacitaciones y materiales. En el 2008, la Fundación AVINA brindó financiamiento para la publicación del caso del modelo de turismo responsable. Asimismo esta entrada de ingresos permitió también la ampliación de las capacitaciones en la comunidad. Es importante mencionar que éstas trascendían en gran parte la dimensión artística para incursionar en otros ámbitos de desarrollo importantes. Los grupos iniciales ampliaron sus técnicas plásticas con conocimientos en áreas de mercadeo, contabilidad, género, literatura, entre otros.

En este momento se da la consolidación total de por lo menos dos grupos: el “Grupo de Jóvenes Islita” quienes realizan pintura mural y cuadros, y el grupo conocido como “Las Papaturras”, un grupo de mujeres que realiza arte textil y otro tipo de propuestas como el dibujo, la pintura etc. Es así como se evidenció la necesidad de un espacio físico para la exposición y venta de los productos.



**Imagen 3. Fachada de la Casa Museo, ubicada frente a la plaza de fútbol de Islita.**

Para el año 2005 el hotel donó una pequeña casa la cual se convirtió en la Casa Museo en donde se exponen y venden las principales obras elaboradas por los “grupos de artistas locales consolidados”. Al siguiente año, a esta infraestructura se le anexó una construcción, financiada por la Fundación AVINA, que llegó a tomar la función de galería y taller.

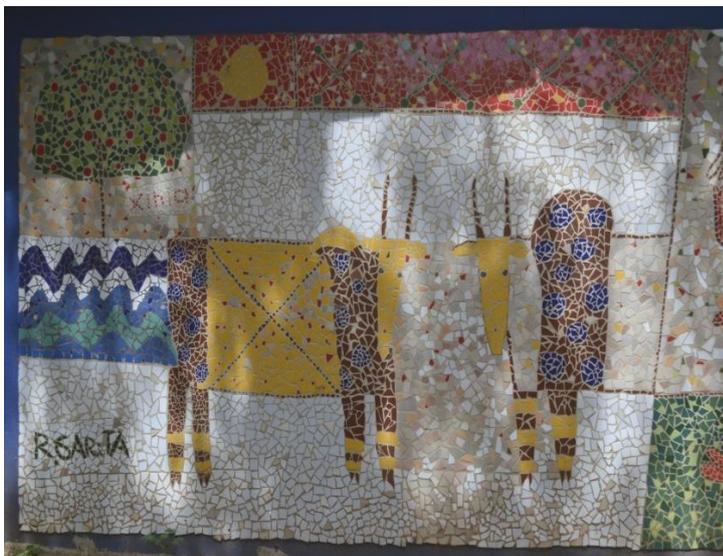
“Inaugurada en el 2006, la Casa Museo es un espacio amplio e iluminado que funciona como taller para los grupos culturales, en uno de los cuales se ubica el horno de cerámica, el torno, la prensa de grabado, herramientas y materiales. También tiene un espacio diferenciado en el que se expone la obra de artistas locales y foráneos, lo cual permite que tanto las personas de las comunidades como los huéspedes del Hotel tengan la oportunidad de disfrutar de las exhibiciones, de compartir con los artistas invitados y locales, y de adquirir sus obras a partir de una oferta original y diversificada.” (Pretiz, 2008: 55)

Posterior a esto, específicamente durante los años 2006 y 2007, en la comunidad se vivieron una serie de acontecimientos que despertaron aún más la creatividad y participación de los habitantes. Se organizaron más talleres y capacitaciones, se realizaron certámenes y concursos tanto en el área plástica como en la literaria, y se siguió trabajando con los grupos, con el rumbo hacia la búsqueda de maneras aptas para la comercialización de los productos.

Para esto se creó en el año 2008 la Asociación Trillo Azul S.A, empresa que se ha encargado de comercializar los productos mayoritariamente a través de empresas de diseño del espacio interno, lo cual ha significado la forma de comercializar más justa sin la presencia de intermediarios, es decir que no se deben inflar los precios a un 100 o hasta 200%. La creación de la misma se dio en conjunto entre Loida Pretiz, la actual directora artística, y Marta Figueroa una habitante de la comunidad de Islita e integrante del grupo “Bosquemar”.

Ante la necesidad de renovación de ideas en cuanto a la producción artística, se realizó en el año 2008 un segundo encuentro de artistas visitantes en la comunidad. A este se le llamó “Segundo Encuentro de Artistas” y tuvo la participación de artistas reconocidos a nivel Centroamericano. En el trabajo contó con el apoyo de diez o doce participantes de los “grupos de artistas locales consolidados”, quienes ya estaban muy familiarizados con una serie de técnicas plásticas. Se invitó a un artista del El Salvador, a una nicaragüense y a tres costarricenses, específicamente a Rolando Garita, Rafael Ottón Solís y Manuel Zumbado.

Es importante mencionar dos casos de trabajos que se llevaron a cabo en Islita y Corozalito, por parte de artistas reconocidos del medio nacional e internacional. El primero



**Imagen 4. Mural cerámico ubicado en el espacio público de Islita. Diseño del artista Rolando Garita y elaboración en conjunto con miembros de las comunidades.**

fue por el nacional Rolando Garita, durante este segundo encuentro de artistas. El segundo fue por parte de una artista muy reconocida en los Estados Unidos, llamada Jane Goldman quien realizó una intervención en el piso del aeropuerto ubicado en Corozalito en el año 2006.

En ambos casos se debía trabajar la intervención por medio de un mural, sin embargo, debido a las condiciones de humedad de la

zona costera, éstos se debían hacer en la técnica de mosaico ya que es más duradera y resistente en la intemperie. Las personas de la comunidad cuentan cómo, en ambos casos, fue muy importante el apoyo de los partícipes de los “grupos de artistas locales consolidados” ya que ellos les enseñaron básicamente la técnica del mosaico a estos dos artistas. Cecilia, una

participante del grupo “Las Papaturras” se refiere a su experiencia de trabajo con Jane Goldman: “Yo trabajé con ella en el aeropuerto. Es que ella es dibujante, pero ella no sabía trabajar la cerámica. Ella le preguntó a Loida que: cómo hacían eso. Porque ella había visto los murales. Ella hizo los diseños con tiza y nosotros lo trabajamos. Ella iba como loca.” (Cecilia Aguilar, 2012)

Lo anterior, simbólicamente representó para las personas de la comunidad, la equiparación con un artista reconocido y además se dio en ambos casos, un intercambio técnico y temático a manera de diálogo.

Para el año 2009 ya existían alrededor de veintidós obras en la colección del museo, así como una gran cantidad de experiencia acumulada por parte de los “grupos de artistas locales consolidados”, quienes además de intercambios con artistas urbanos, como los ejemplificados con anterioridad, habían recibido una gran información técnica y temática por parte de artistas y expertos en algunas temáticas.

Las visitas de estos artistas reconocidos del centro urbano, para la exposición de sus trabajos en la galería de la Casa Museo y también para la capacitación de distintas técnicas y temáticas; ha sido una especie de contínuum y ha significado para los partícipes de los grupos, un gran insumo en su conocimiento técnico. Prueba de lo anterior, fue la visita a las comunidades del artista costarricense Herberth Bolaños. Él trabaja el textil y la acuarela y en el mes de febrero del presente año visitó las comunidades para exponer en Casa Museo en Islita y posteriormente trabajar dos días en la capacitación del grupo “Las Papaturras”. Tuve la oportunidad de observar y participar en esta experiencia y además de socializar con el artista diversas opiniones e ideas importantes para la elaboración del presente trabajo investigativo.

Los apoyos financieros al proyecto de creación artística, también han sido parte de este contínuum. Prueba de esto es que tanto el HPI como la directora del proyecto de arte Loida Pretiz, se encuentran constantemente buscando respaldos institucionales y gubernamentales para este ámbito. En el año 2011, una nueva figura se sumó al apoyo financiero para así concretar algunas necesidades espaciales y ampliar un poco las opciones de trabajo de los grupos. Es así como el Gobierno Alemán donó una infraestructura especialmente destinada para el grupo “Las Papaturras”, ubicado en la comunidad de Quebrada Seca o comúnmente conocida como “Pilas”. Asimismo, actualmente se tiene la

iniciativa de la creación de un anfiteatro ubicado en el patio de la Casa Museo, el cual también se piensa ser financiado por el Gobierno Alemán.

### **2.3.2. “Los grupos de artistas locales consolidados” en la actualidad**

Actualmente el Museo Islita cuenta con veintiséis obras elaboradas por reconocidos artistas costarricenses y extranjeros, expuestas tanto en el espacio público como en la llamada Casa Museo. Alrededor de cincuenta y cinco personas de las cinco comunidades que se han venido mencionando, se encuentran conformando los “grupos de artistas locales consolidados” y trabajando constantemente una serie de técnicas para la elaboración de trabajos artísticos, utilitarios y de arte turístico.

A continuación, se presenta de manera muy sintética los seis “grupos de artistas locales consolidados” y su información básica:

- *“Asociación de Artistas del Papaturreo o Las Papaturras”*. Nace en el año 2002 y actualmente tiene alrededor de trece integrantes mujeres. Éstas trabajan la técnica de textil en diferentes formas, por ejemplo por medio del bordado de vidrios, conchas y otros materiales de la playa. Asimismo, crean joyería con estos materiales que son recolectados por ellas mismas. Su trabajo podría decirse que es utilitario y se encuentra muy dirigido hacia las ventas a los turistas. Sus principales capacitadoras técnicas han sido Emilia Rodríguez en joyería y Loida Pretiz en diseño y textil. Actualmente cuentan con un local que funciona como taller ubicado en la comunidad conocida como “Pilas”, donado por la Embajada de Alemania. La venta de los productos la llevan a cabo en la galería de la Casa Museo y por medio de empresas de diseño de interiores. Han realizado una serie de exhibiciones así como participaciones en ferias, las más importantes fueron en el Centro Cultural de España, ubicado en San José en el año 2009, así como dos exhibiciones en Antigua, Guatemala.
- *“Asociación Bosquemar”*. Nace en el año 2002. Está compuesta por hombres y mujeres. Su trabajo se trata de la creación de arte utilitario en madera de desecho de la playa, el cual se expone y se vende en la Casa Museo así como en su taller. Su principal capacitador ha sido Rodolfo Morales y han contado con el financiamiento de

Fundecooperación quienes donaron la maquinaria para trabajar la madera así como materiales para la construcción de un taller en Corozalito. Este grupo cuenta con el apoyo del hotel y el permiso del MINAET para la recolección de los desechos en playas cercanas.

- “*Grupo de Jóvenes Islita*”. Nace en el año 2003. Está compuesto por jóvenes mujeres desde los doce años en adelante. Ellas trabajan la técnica de pintura sobre madera comprimida previamente esgrafiada. Además realizan trabajos utilitarios como por ejemplo basureros, lámparas, juegos tradicionales, entre otros. Actualmente su trabajo es uno de los más buscados por los turistas y los pueden adquirir en la Casa Museo.
- “*Grupo Cantarrias*”. Nace en el año 2005. Se encuentra conformado por mujeres y trabajan la cerámica. Combinan trabajos de índole artística como lo son los cuadros o placas que cuentan las historias de las comunidades, así como objetos utilitarios como lámparas, manos que han servido de jaboneras para el hotel, etc. Su principal capacitador ha sido Mauricio Rodríguez. Sus ventas se dan en la Casa Museo y en el año 2006 llevaron a cabo una exhibición en la galería de ésta.
- “*Grupo Matrices*”. Se dedica a la técnica de grabado en madera. Trabajan grabados sobre textil para posteriormente enmarcar o en artículos utilitarios como bolsos, delantales etc. Realizan sus ventas en la Casa Museo. Sus inicios se dan con la visita de la artista estadounidense Catherine Kernan, paralelo a la visita de Jane Goldman en el año 2006. Este grupo ha recibido una serie de donaciones de Jane Goldman y otros artistas de Boston, Estados Unidos, los cuales donaron la prensa de grabado y materiales para consolidar el taller. En el año 2006 también recibieron la capacitación de la artista costarricense Sila Chanto.
- “*Grupo de niños*”. Es un grupo conformado por alrededor de ocho niños y niñas. Bajo la dirección y capacitación de varias personas, han recibido una serie de talleres no solo en artes plásticas, sino que también han elaborado títeres y obras teatrales, así como poesías y cuentos. Actualmente se encuentran bajo capacitación de Loida Pretiz en la exploración técnica de pintura, dibujo y mixtas.

Estos grupos se encuentran dirigidos por la artista costarricense Loida Pretiz quién se encarga de reunirse con los grupos de manera periódica en el taller de la Casa Museo en Islita, el taller del grupo “Bosquemar” en Corozalito y en el local del grupo “Las Papaturras” ubicado en “Pilas”. Además del seguimiento de los trabajos que realiza cada grupo, esta figura se encarga en gestionar nuevas capacitaciones técnicas y temáticas. Asimismo, Pretiz trabaja en conjunto con Marta Figueroa quién es integrante del grupo “Bosquemar” y actualmente también se dedica a la comercialización y exposición de los productos. Esta figura es fundamental ya que es la conexión que existe entre la empresa Trillo Azul y las empresas que hacen pedidos específicos a los grupos como por ejemplo las de diseño de interiores, el HPI, entre otras.

Para Pretiz, el trabajo de los grupos se debe dar a partir de los elementos constitutivos de su medio ambiente y comunidad, tanto en su materialidad como en las temáticas por plasmar. “Al menos yo creo que es posible trabajar con cualquier cosita local que tengan a mano, material para hacer arte, que lo que usted cuenta tiene valor. Que todo lo local tenga un valor. Local en el sentido que nosotros mismos como personas tenemos una gran inteligencia, una capacidad de diseño, una capacidad para asociarnos y hacer una organización. Y nuestros materiales locales, los palitos más insignificantes, los vidrios que llegan lijados a la playa, las piedritas que están ahí en la playa. Todo eso sirve para hacer arte. Y también sus historias personales, sus historias como comunidad, son temas suficientes para poner en lo que hagan.” (Pretiz, 2009)

La materialidad y el trasfondo que lleva cada creación es fundamental ya que de alguna manera refleja el proceso y la intención de plasmar elementos propios de la región. Los principales materiales, como se pudo ver en el relato de Pretiz, son propios de la zona y esto implica para la mayoría de los participantes, dedicar un tiempo y espacio específico para la extracción y el acarreo del mismo.

Un ejemplo de lo anterior lo brinda Juana, una habitante de Corozalito, quien relata su proceso de extracción de materiales y además queda claro en su relato el conocimiento que tiene del mismo. “Con material de la playa, con lo que sale de la playa. Palitos, cáscara de Jobo, lo que encuentro ahí, lo que me gusta para hacer lo que yo hago. La corteza de la palma. (...) La cáscara del jobo ya eso uno lo conoce porque es como grietosita aunque la mar la pule, pero uno va escarbando con un palo y ahí uno lo encuentra. Es la cáscara que se le cae al árbol y la mar la pule.” (Juana López, 2012)

Esta relación que existe entre el material extraído de la naturaleza y el creador es fundamental ya que se trabaja a partir de lo que se conoce y con lo que estas personas han vivido durante toda su vida. Asimismo, Pretiz insiste en que la elaboración de los objetos parta de esta relación que existe entre el medio rural y el creador.

“Se busca un lenguaje artístico único de la zona, que logre diferenciarse de las expresiones artístico-artesanales del país y de la región. Este lenguaje único y original se logra parcialmente mediante el uso de materiales de la zona nunca antes aprovechados, como es el caso de la madera de desecho de la playa, piedritas, conchas, vidrios pulidos por el mar, semillas y otros. Se genera así un proceso de experimentación con estos materiales y sus posibilidades expresivas. (...) Aparte del uso de recursos locales se trabaja con los grupos y con las personas la idea de un trabajo más artístico que artesanal, lo que requiere crear cada obra indagando en uno mismo, en sus raíces como persona, como comunidad, en su relación con la naturaleza y con las demás personas. Si bien éste no es el caso de todas las obras y productos desarrollados, es la tendencia principal de la producción de la zona.” (Pretiz, 2008: 56)

Es así como el proyecto artístico, desde su nacimiento, se ha planteado la importancia de la unicidad en cada objeto lo cual implica para Pretiz una diferencia fundamental entre una propuesta artística y una artesanal. Es importante tener esto claro ya que en el próximo capítulo, se enfrentarán estas categorías a una referencia y ubicación contextual de la discursiva que genera la dicotomía entre arte y artesanía a nivel histórico.

Es importante en este momento hacer una breve referencia a la naturaleza de los distintos trabajos que se llevan a cabo en Islita en la actualidad. Es por esto que a continuación se presentan tres cuadros que sintetizan y ejemplifican los distintos tipos de objetos estéticos que se elaboran en Islita por parte de los “grupos de artistas locales consolidados”:

**Cuadro 1. Intervenciones en el Espacio Público**

Tipo de arte u objeto estético	Descripción	Creadores	Espacios de exposición y-o venta	Ejemplos
1. Intervenciones en el espacio público	Intervenciones en el espacio público comunal en distintas técnicas: mural mosaico, pintura mural, técnica mixta, escultura con material de desecho, entre otras.	Artistas del centro urbano. Muchas veces estas intervenciones son el resultado del trabajo en conjunto con personas de las comunidades.	Espacio público: muros de casas, escuela, salón comunal, árboles, calles, plaza, entre otros.	-Murales en las paredes de la escuela, salón comunal, casas de habitación. -Intervenciones en los árboles alrededor de la plaza de Islita.



**Imagen 5. Esculturas realizadas por el artista Edgar Zúñiga. Madera de desecho. Atrás: murales en el espacio público de Islita.**

**Cuadro 2. Trabajos Artísticos**

Tipo de arte u objeto	Descripción	Creadores	Espacios de exposición y-o venta	Ejemplos
2. Trabajos artísticos	<p>Trabajos plásticos y literarios. Son el resultado de una exploración técnica y temática y por lo general tienen un trasfondo emocional del creador.</p> <p>Muchos trabajos son el resultado de algún taller temático llevado a cabo en las comunidades, por ejemplo: de género o de literatura.</p>	Grupos de artistas locales.	<p>-Galería Casa Museo.</p> <p>-Ferias y exposiciones en otras zonas del país. Por ejemplo en Guanacaste, Alajuela, San José, entre otras.</p> <p>-Exposiciones llevadas a cabo en Antigua, Guatemala.</p>	<p>-Dibujos autorretratos.</p> <p>-Placas cerámicas con temáticas de la región.</p> <p>-Cuadros en pintura.</p> <p>-Cuentos y literatura a partir de temáticas personales.</p>



**Imagen 6. Izquierda: Cuento “El gajito más pequeño de la naranja”. Escrito e ilustrado por Salvadora Cruz, integrante de tres “grupos de artistas locales consolidados”. Derecha: Tablas cerámicas con temáticas del parto y el nacimiento. Elaboradas por el grupo “Cantarrias”.**

**Cuadro 3. Arte Turístico o Souvenir**

Tipo de arte u objeto	Descripción	Creadores	Espacios de exposición y-o venta	Ejemplos
3. Arte turístico o souvenir	<p>Productos elaborados con la finalidad primordial de ventas. Mayoritariamente de corte utilitario y decorativo. Son el producto de una exploración técnica y por lo general llevan el nombre o la firma de su creador.</p>	Grupos de artistas locales	<p>-Casa Museo -Ventas bajo encargo al HPI y por medio de empresas de diseño de interiores. -Ferias realizadas en otras zonas y provincias, por ejemplo en San José.</p>	-Bisutería, llaveros, separadores de libros, basureros, espejos, móviles, etc.



**Imagen 7. Ejemplos de arte turístico elaborados por varios “grupos de artistas locales consolidados”:** Bisutería, pintura, separadores de libros, espejos y móviles. Expuestos y a la venta en Casa Museo.

Tanto las intervenciones artísticas en el espacio público, los trabajos artísticos y el arte turístico realizado por los grupos locales, pueden englobarse dentro de una categoría general que he denominado como “objetos estéticos”. Esta nomenclatura ayuda a concebir a los diferentes tipos de objetos o producción material que se encuentra en Islita, como objetos que forman parte del vasto campo de la estética humana.

Sin embargo, en el siguiente capítulo, se hará referencia a cada uno de ellos dentro de su contexto específico, ya que son las diferentes instituciones sociales y sus correspondientes representantes (artistas, curadores, historiadores del arte, antropólogos, espectadores, clientes, etc.), quienes especifican y determinan la naturaleza y el lugar específico de cada uno de estos objetos en los ámbitos e instituciones sociales. Es decir, son éstos quienes los insertan dentro de cada lugar “legítimo” (museo artístico, museo antropológico, galería, etc.) y los clasifican en cada sub-campo del amplio mundo estético por medio de su categorización en: arte, artesanía, souvenir, entre otras.

El análisis de los objetos estéticos en el caso de estudio específico, será considerando a los de la tercera categoría, que corresponde al arte turístico o también llamado souvenir. Sin embargo, es fundamental tener en cuenta que cuando se hablará del proyecto artístico y de sus principales impactos subjetivos en los partícipes; se estará haciendo referencia a los tres tipos de objetos estéticos mencionados con anterioridad. Especialmente, se hará énfasis en los procesos de creación más que en los objetos en sí. En el presente estudio no interesa ahondar en aspectos formales y estilísticos de los objetos, en algunas ocasiones se hará referencia a las temáticas plasmadas solamente.

# Capítulo III

## El ojo no fijo: perspectivas múltiples y simultáneas de los objetos estéticos elaborados en Islita

---

En nuestros tiempos se entiende que los artistas y productores de los objetos estéticos, pueden valerse de muchas herramientas formales y estilísticas para representar la realidad o realidades que les interesa plasmar de manera tangible. Se reconoce actualmente la infinidad de formas y medios de expresión, sobre todo el hecho de que es posible una gran cantidad de representaciones y lecturas de un mismo objeto.

Una característica fundamental del arte contemporáneo es que los objetos y las obras de arte se pueden concebir como “abiertos”, es decir que existe validez en la diversidad de lecturas e interpretaciones de las mismas, por parte de los espectadores. Esta idea también puede ser aplicada a la variedad de lecturas que se le pueden brindar a los contextos sociales en donde se encuentran insertos, y de donde parten, los objetos y las obras de arte.

El legado del arte moderno de la diversidad de posibilidades de percibir, y por ende de representar a la naturaleza, es adjudicado a aquellas figuras que en el ámbito artístico y de la creatividad en general, se centran en rescatar lo que para ellas es esencial de la realidad, sin importar si a ésta la plasman como “deformada” según los cánones académicos del momento. Dentro de los padres de esta postura en la pintura moderna se encuentra como referente fundamental el artista francés Paul Cézanne, quien planteó en su teoría de la composición, la existencia de lo que él denominó la “visión binocular”; es decir, dos puntos de vista o dos percepciones que se exponen de manera simultánea pero son distintas. Lo anterior lo llevó a quebrar la perspectiva lineal de representación de la naturaleza (o el objeto) para representarla bajo múltiples perspectivas.

Es así como Cézanne, “el padre de los pintores modernos”, nos recuerda con su teoría que un objeto puede ser sometido a varias lecturas y significaciones, según la perspectiva con la que se mire y con la que se quiera representar. Igualmente aplicable al análisis de una

realidad social, nuestro ojo no se encuentra fijo, y esta condición permite reconocer distintas definiciones o categorizaciones de la producción material que se lleva a cabo en Islita.

En el presente capítulo se exponen las principales maneras en que las diferentes instituciones sociales y sus representantes han definido, categorizado y nombrado a los objetos que se producen en esta comunidad, por parte de los llamados “grupos de artistas locales consolidados”. Recordemos que el proyecto artístico en Islita, desde sus inicios, define a estas creaciones como “obras artísticas contemporáneas”, que a su vez intentan contener un lenguaje artístico “único” y “diferenciado” en la región y en el país en general. Sin embargo existen otras visiones que no encasillan a los objetos bajo esta perspectiva artística, si no que los ubican dentro de otras concepciones como por ejemplo lo son la artesanía, la neoartesanía y el arte turístico o souvenir.

El objetivo primordial es hacer un repaso por cada una de estas categorías, exponiendo las principales razones por las cuáles se definen cada una de ellas. Para esto, se analizará cada una de las nomenclaturas adjudicadas a los objetos estéticos producidos en Islita, primeramente haciendo un repaso de éstas a nivel histórico, es decir, por medio de una referencia al contexto bajo el cual se han generado. Seguidamente se analizarán las mismas a partir de las visiones que le atribuyen tanto el proyecto artístico-hotelerero, así como las mismas definiciones manejadas por los partícipes del proyecto de creación.

Esto facilitará conocer las congruencias que existen entre el discurso manejado por el proyecto, el cual gestionó la creación y la consolidación de los grupos productores, así como por sus participantes, que son personas de las comunidades. Lo anterior permitirá dilucidar cómo éstas últimas están entendiendo y apropiando su creación, para así poder analizar, en capítulos posteriores, los principales impactos en el bienestar subjetivo, derivados de esta práctica.

### **3.1. La cultura como producción**

Antes de exponer las distintas concepciones que existen de los objetos creados en Islita, me parece importante hacer una reflexión previa referente a la visión de cultura que se manejará en el análisis de los procesos ocurridos en esta comunidad. Aclarar esta concepción se torna fundamental para fijar el marco referencial del cual se parte en esta investigación y

también para no cometer errores de deslegitimar manifestaciones culturales que no se encuentran necesariamente en los centros urbanos académicos y artísticos.

En la actualidad es común escuchar en los discursos de muchas personas, la manera en que éstas equiparan la categoría cultura con la de arte. Es muy claro comprender por qué se da lo anterior cuando escuchamos al actual Ministro de Cultura, Juventud y Deportes, Manuel Obregón, hacer afirmaciones como la siguiente: “Es importante llevar la cultura a los pueblos.”<sup>5</sup> No sólo a nivel institucional los marcos teóricos se encuentran distorsionados al equiparar la actividad artística solamente con la definición de cultura, sino también en el discurso generalizado podemos encontrar afirmaciones como la siguiente: “Esa persona no es culta”, al referirse a alguien que no conoce la obra de Pablo Picasso o de Ludwig van Beethoven por poner dos ejemplos.

Hay que dejar claro que el arte es una de las manifestaciones que conforman la cultura. Es un elemento constitutivo en vez de ser un sinónimo de la misma. La equiparación de ambas palabras, deviene de la idea decimonónica que la práctica y el conocimiento del arte “cultivan” a las personas que practican, conocen y frecuentan manifestaciones artísticas legitimadas por diferentes instituciones centrales como lo son las academias, los museos y galerías.

Asimismo, es muy común encontrar este tipo de pensamiento en las referencias que se hacen a las manifestaciones culturales (en general, no sólo del arte) periféricas. Retomando la afirmación del actual ministro de “la importancia de llevar la cultura a los pueblos”, es muy común la consideración de las zonas rurales o periféricas, no pertenecientes a los centros de arte legitimado, como “carentes de cultura”. Es así como, desde visiones centrales urbanas, podemos encontrar este tipo de aseveraciones erradas y totalmente deslegitimadoras de las prácticas artísticas y otras manifestaciones de las culturas de comunidades periféricas.

En Islita, el proyecto hotelero reconoció la importancia de integrar a los habitantes de las comunidades cercanas, no sólo mediante su colaboración con la fuerza de trabajo para el hotel, sino en la integración de los mismos en una relación de identificación con esta figura. Como bien se pudo ver en el capítulo anterior, la propuesta de hacer un museo de arte y por ende crear una serie de grupos productores, fue realizada por una especialista en mercadeo cultural llamada Marcela Valdeavellano quien propuso este proyecto bajo la concepción artística. “Entonces ella, con su especialidad en arte y cultura, planteó, que un destino como

---

<sup>5</sup> Tomado de una entrevista de Canal 9, realizada el día Jueves 22 de Marzo del 2012, a Manuel Obregón, actual Ministro de Cultura Juventud y Deportes.

Islita podría ser mucho más atractivo si tenía un eje cultural bien afianzado. Y que esa parte de la cultura iba a afianzar más esa relación de las personas con la comunidad. Porque empezar a centrarse en la identidad de la comunidad y el desarrollo cultural que podía darse ahí, iba a generar una relación positiva del hotel con la comunidad.”(Loida Pretiz, 2009)

En este caso la visión de cultura con la que parte la industria hotelera para el planteamiento del proyecto turístico es de generar arte para así vincular a la comunidad con el hotel, en una relación estrecha de identificación entre ambas instancias. La intención del proyecto de llevar artistas del centro urbano a capacitar a las personas de las comunidades rurales, nos sitúa de nuevo dentro de esta visión de equiparación del centro urbano como “culto” y la periferia como “sin cultura”.

En la actualidad, la elaboración de objetos estéticos en Islita, dedicados a la comercialización para el ámbito turístico, se ha vuelto parte de la cotidianidad de sus partícipes. El hecho que para las personas que conforman los grupos consolidados, tengan que reunirse ciertos días, prepararse, trabajar en el producto, pensar en conseguir la materia prima, etc, sitúan al hecho de producción de objetos como parte de su cultura. Es decir, como parte de sus hábitos, acciones materiales y pensamientos que se manifiestan en su día a día.

Se puede decir entonces que tanto las intervenciones artísticas que se han realizado en el espacio público de Islita, como los procesos de creación llevados a cabo por las personas de distintas comunidades de la región, se han llegado a interiorizar de tal manera en que, actualmente forman parte de la cultura de esas personas. Sobre todo si entendemos la cultura como el sistema de simbolizaciones que se comparten y se socializan de manera colectiva, y se conforma y manifiesta a través del grupo de representaciones sociales que comparte un grupo social en determinado contexto

Es por esto que se torna importante delimitar la concepción de cultura con la que se pretenden analizar las dinámicas propias del proyecto de creación en Islita. Esta concepción responde a patrones directamente relacionados con la producción, tanto a nivel material como simbólico. Es rescatable entonces la definición de cultura que nos brinda Néstor García Canclini, quién la entiende como “(...) la producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir todas las prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido.” (García, 1978: 32)

Esta delimitación que propone el autor, es fundamental para entender que toda creación humana inserta en un contexto social no se puede separar, y más bien se encuentra condicionada, por una estructura social que genera significantes. A la vez, este engranaje se ve determinado por una serie de aspectos económicos que configuran las creaciones humanas, brindándoles un papel indispensable dentro de la esfera social.

En este sentido, y para el caso de estudio específico, se concebirá la cultura más que como un instrumento coercitivo identitario, como una estructura a partir de la cual se genera la producción material y simbólica de un grupo de personas específico. Es decir, en donde lo económico y cultural se presentan como indisolubles, se sientan las bases también para el estudio de todo proceso de producción a lo interno de una comunidad.

Asimismo, “(...) estudiar la cultura como producción supone considerar no sólo el acto de producir sino todos los pasos de un proceso productivo: la producción, la circulación y la recepción. Es otra manera de decir que el análisis de una cultura no puede centrarse en los objetos o bienes culturales; debe ocuparse del proceso de producción y circulación social de los objetos y de los significados que diferentes receptores les atribuyen.” (García, 1978: 37)

Como parte de este proceso al cual se refiere el autor, es importante entonces conocer las diferentes atribuciones simbólicas brindadas a los procesos de creación, comercialización y recepción de los objetos estéticos de Islita. En este caso específico, existe una diversidad de categorizaciones adjudicadas a los procesos de creación y a los objetos en sí, y éstas se manifiestan de manera simultánea. Sin importar los nombres o las categorías que se le estén adjudicando a éstos, es importante tener claro que todo tipo de producción material, sea considerada artística o no, merece ser estudiada. Es por esto que es necesario someterla a análisis para así conocer a fondo los pesos simbólicos que le atribuyen las personas que se encuentran dentro de una realidad específica, así como los impactos subjetivos que los diferentes elementos del proceso productivo puedan generar en la gente.

### 3.2. Concepción del proyecto como fenómeno artístico

A lo largo de la historia, algunos teóricos importantes del pensamiento y la cultura han situado a la producción artística como una expresión universal humana fundamental. Hegel, por ejemplo, equipara esta práctica como actividad distintiva de la naturaleza humana y a la vez afirma que su producción resulta tan natural como lo es el acto del habla (Alcina, 1982: 15). En su sentido práctico, según esta visión, el arte responde o satisface a la necesidad de comunicación y trascendencia en los planos cotidianos y espirituales-rituales.

Por otro lado, dentro de este gran abanico del entendimiento de la práctica artística, existen otras concepciones que pueden llegar a decepcionar a aquellos que ven el arte como la gran escapatoria de una realidad que se queda corta en lo tangible, y le adjudican a la producción artística y al disfrute de la misma, la cualidad de ser la elevación espiritual y sensorial máxima humana. Entre ellas se encuentran los análisis que insertan al arte y sus distintas manifestaciones en relación a una producción más de bienes para la sobrevivencia en las dinámicas económicas del momento.

Si bien, muchos hemos sido arrebatados de nuestros sueños un poco utópicos de encontrar en el disfrute de la estética un plano supraterrrenal; no podemos obviar que la producción artística es en sí una manifestación de la realidad que se debe someter a análisis académicos, sobre todo en su dimensión con relación a las demás estructuras o campos de la cultura. No por esto se entiende el campo del arte y su papel en los contextos culturales como un tema de análisis poco fascinante, por el contrario, es un mundo que en definitiva dibuja y saca a la luz las dinámicas socioculturales, económicas y políticas específicas a cada momento histórico.

Dentro de esas posturas que nos bajan de la nube del color y el mero goce estético, e insertan al arte dentro de una dimensión estructural socioproductiva, están las aseveraciones en cuanto al rol de esta práctica dentro de las relaciones mercantiles derivadas de procesos como la globalización de la cultura y la economía. “El arte es producción porque consiste en una apropiación y transformación de la realidad material y cultural, mediante un trabajo y para satisfacer una necesidad social, de acuerdo con el orden económico vigente en cada sociedad”. (García, 1977: 55) (...) “Lo estético no es, entonces, ni una esencia de ciertos objetos ni una disposición estable de lo que se llamó “la naturaleza humana”. Es un modo de relación de los hombres con los objetos, cuyas características varían según las culturas, los modos de producción y las clases sociales.” (Ídem: 23)

Es así como Néstor García Canclini desecha la idea del arte como mera expresión trascendental humana para proponer la concepción del fenómeno artístico como producción condicionada por los contextos socioculturales en los que se desenvuelve. Esta visión se toma como uno de los puntos de partida para brindar las interpretaciones principales del desarrollo artístico que ha venido ocurriendo en Islita a partir del año 2003, sobre todo por la importancia que le brinda a los modos específicos de producción estética que se encuentran derivados de los intereses privados y se insertan y sirven a la economía mercantilista.

En la realidad específica en donde nos encontramos situados, se puede concebir al HPI como una especie de mecenas que generó y condicionó las distintas categorías de producción, distribución y consumo de los objetos tanto en la comunidad como en sus ámbitos externos. Como se expuso en el capítulo anterior, toda la producción de objetos que se lleva a cabo en Islita ha sido gestionado desde sus inicios por parte del hotel y son el producto de un discurso mediático. Bajo la idea de “arte como desarrollo” es que dicha entidad ha sido el propulsor, tanto ideológico como económico, de las manifestaciones de creatividad las cuales en la actualidad han permitido proyectar al hotel hasta las afueras de las fronteras costarricenses.

Una de sus principales cartas de presentación y atracción de esta institución, es la concepción del fenómeno de creación de objetos como “artísticos”. Se sintetiza y legitima la visión del arte a través de la existencia del Museo Islita, el cual se presenta como un museo al aire libre. Bajo la idea de “sacar el arte a las calles”; la estética se apropia del espacio público comunitario y esto tiene una serie de implicaciones tanto para el fenómeno del arte como para la comunidad en sí. Por un lado, se traslada al arte contemporáneo de su centro urbano de *arte mayor* o arte legitimado por parte de los conocedores del ámbito artístico, para insertarlo en un medio rural. Sumado a esto se encuentra la utilización del espacio público como concepción de museo, en donde hasta los árboles de la comunidad son objetos de contemplación por parte de los visitantes que ingresan a esta gran galería inmersa en el paisaje costero Guanacasteco.

“Empápese en la vibrante expresión artística del Guanacaste rural”.<sup>6</sup> Esta es la gran invitación que hace el hotel a vivenciar la experiencia de “turismo responsable” y creatividad que se puede encontrar en la comunidad. Las intenciones mediáticas por parte del hotel en cuanto al desarrollo de una iniciativa de corte vanguardista como lo es un museo al aire libre

---

<sup>6</sup> Tomado de: [www.hotelpuntaislita.com](http://www.hotelpuntaislita.com). (2009. Traducción personal).

en la playa, son sumarle un atractivo extra al destino turístico, exponiéndolo de esta manera a sus visitantes como un destino “exótico, original y auténtico”.<sup>7</sup>

La utilización del componente rural en el discurso publicitario trae consigo implicaciones importantes para el análisis de cómo los objetos producidos en esta comunidad se convierten en bienes mercantiles. Lo rural se vuelve en lo exótico, es así como el turista no solo visita una comunidad tradicional, si no que busca deleitarse y consumir el producto que niños y niñas, adultos mayores, trabajadores agrícolas, amas de casa, en fin, “gente común”, han elaborado con sus propias manos y por esta razón se cree también que han dado vida a una comunidad que antes estaba “estancada” en las prácticas tradicionales de sobrevivencia.

Esta idea de participación de los habitantes de las comunidades en los procesos de producción de objetos estéticos de manera colectiva, trae consigo una ruptura con la concepción tradicional del artista como genio-creador e incomprendido por la sociedad, que se ha venido construyendo desde el renacimiento. Al invitar a la comunidad a artistas reconocidos en el ámbito académico del arte contemporáneo, éstos son concebidos también como “gente común” que invitan a los demás a participar en una serie de procesos plásticos en donde la participación cívica y la plasmación de sus ideales y necesidades se podrían proyectar en una especie de pantalla gigante, como los podrían ser los murales.

Los procesos de participación colectiva y el ejercicio democrático a través de la expresión creativa y plástica, se llegan a acercar a la concepción de un arte público. Unas palabras del teórico principal de dicho movimiento, Siah Armajani, ayudan a tener una noción general de qué es esta manifestación de arte y cuáles son sus principales objetivos. “El arte público no trata acerca de uno mismo, sino de los demás. No trata de los gustos personales, sino de las necesidades de los demás. No trata acerca de la angustia del artista, sino de la felicidad y bienestar de los demás. No trata del mito del artista, sino de su sentido cívico. No pretende hacer que la gente se sienta empequeñecida e insignificante, sino de glorificarla. No trata acerca del vacío existente entre la cultura y el público, sino que busca que el arte sea público y que el artista sea de nuevo un ciudadano.” (Armajani. En: Baudino, 2008: 3)

Hay que resaltar el llamado que dicha afirmación hace de la necesidad de cambio de concepción de un arte que históricamente se circunscribía solamente al ámbito académico y se confinaba en museos. Tradicionalmente el arte ha sido para el deleite y apreciación de solo unos pocos conocedores de los lenguajes plásticos. En esta nueva concepción, el arte público

---

<sup>7</sup> Este tema será ampliamente abordado en el capítulo IV denominado “Imaginería Turística: los objetos y la autenticidad como parte de los imaginarios turísticos”.

invita al espectador a ser partícipe de la obra por medio de un compromiso de los creadores con la realidad y la diversidad de contextos socioculturales en donde se desenvuelven. Es decir, el arte público es una propuesta que aboga por un despertar crítico y una que tome en cuenta la comunidad, el territorio y las necesidades de su población.

En cuanto a su práctica formal de intervención del espacio público, el uso de técnicas específicas para lograr esto y la participación del conglomerado social en la creación de productos; los procesos creativos llevados a cabo en Islita se acercan a cumplir una manifestación de arte público. Sin embargo, es importante detenerse en este aspecto y analizar si realmente se puede hablar de la aplicación de una teoría y de un método artístico con carácter social activo y participativo para el caso específico.

El hecho que la finalidad del producto estético y todos los procesos que estos conllevan, han sido dirigidos para el consumo turístico, nos lleva más bien a acercarnos a una concepción de “arte para un público”, en donde la existencia del consumidor es la que hace posible la manifestación. Es decir, sin hotel y su visión turística empresarial y “responsable”, no habría sustento para llevar a cabo la posibilidad de expresión colectiva, tanto a niveles de iniciativa como en cuanto a posibilidades económicas.

Si bien es cierto, el hotel propone la idea romántica de un “arte popular”, la realidad nos indica que no podría llegar a conceptualizarse un fenómeno de este tipo bajo esa denominación. “El arte popular, producido por la clase trabajadora o por artistas que representan sus intereses y objetivos, pone todo su acento en el consumo no mercantil, en la utilidad placentera y productiva de los objetos que crea, no en su originalidad o en la ganancia que deje su venta.” (García, 1977:74) En Islita el desarrollo de técnicas derivadas del arte, por parte de los “grupos de artistas locales consolidados”, responde y reafirma la lógica de mercado capitalista bajo la cual se rige el hotel.

La iniciativa no es parte de lo que podría concebirse como un “desarrollo de base” (Kleymeyer, 1993), es decir una gestión que nace a partir de las necesidades y acciones propiamente comunitarias. En este caso es el ámbito privado por medio del HPI, y otras organizaciones no gubernamentales las que han aportado los medios económicos para que se lleve a cabo el proyecto de creación, desde las capacitaciones hasta la dotación de infraestructura específica como talleres y materiales.

Como en toda relación de mecenazgo, existen dos dimensiones: la del cliente y el artista o artistas que deben suplir la demanda de éste. En este caso, la dimensión del cliente se refiere

al hotel, el cual crea ciertas demandas, sobre todo con respecto a algunos artículos denominados como “arte utilitario” como lo pueden ser lámparas, llaveros, jaboneras, etc, pero también se añade al turista como espectador y consumidor de las diferentes creaciones.

“Toda obra de arte es hija de su tiempo” (Kandinsky, 1978:21) Estas palabras tan sensibles y sabias que nos expone el artista Wassily Kandinsky, nos reafirman que es el contexto el que brinda las condiciones para el desarrollo y las características propias de las prácticas artísticas. Es decir, el tiempo y el espacio es el que establece la especificidad y los roles que tiene el arte en sociedad, por ende también los valores económicos y simbólicos que cada grupo cultural le adjudica.

En el caso de Islita, el modelo de turismo bajo el cual impera el HPI, ha sido el motor propulsor para una serie de iniciativas llevadas a cabo en la comunidad, las cuales se conciben y se ofertan como “artísticas”. Este hecho es también un indicador del ritmo de nuestros tiempos globalizados en donde las ofertas turísticas tienen que adaptarse a las demandas de manera dinámica, ya que el tipo de turista actual, el cual es consumidor de diferentes destinos, servicios y productos, busca constantemente agregar valores a su experiencia trasfronteriza.<sup>8</sup>

### **3.3. La figura del museo en la legitimación de la categoría arte**

Las definiciones y percepciones de los fenómenos artísticos pueden ser muy extensas y ahora más que nunca son abiertas a diversidad de interpretaciones, por esta razón es válido y necesario someterlas al cuestionamiento de varias disciplinas y no solo limitarlas al campo artístico. Desde las ciencias sociales, y de la antropología en este caso de estudio específico, interesa conocer las instancias de la cultura que influyen y determinan la adjudicación de la categoría “arte” a los objetos de producción material humana. Asimismo, es inherente a la antropología someter a análisis las causas de la diferencia de discursos entre un arte legitimado por la cultura hegemónica o también conocido como las *artes mayores* y la producción de objetos por parte de las culturas periféricas o subalternas, que corresponden a comunidades como las campesinas e indígenas, la cual se concibe muchas veces como *artes menores*.

---

<sup>8</sup> Este tema será ampliamente abordado en el capítulo IV denominado “Imaginería Turística: los objetos y la autenticidad como parte de los imaginarios turísticos”. En donde se hará referencia a los imaginarios e idearios turísticos actuales y cómo las ofertas se adecúan y suplen a los mismos.

Como se ha podido ver el, tipo de turismo desarrollado en Islita, así como todas las condiciones infraestructurales que van acorde al tipo de gestión artística en la comunidad, ubican al turista directamente dentro de una experiencia estética. Es decir, desde que los mismos ingresan al territorio comunal, se enfrentan a una variedad de intervenciones plásticas en el espacio público del mismo. Éstas fueron el resultado del intercambio entre artistas centrales y los habitantes de Islita y otras comunidades aledañas, y podría decirse que desestructuran la manera convencional de concebir una comunidad rural guanacasteca a nivel infraestructural. Es decir, la conformación clásica del centro comunal rural, compuesto por lo general por la iglesia, la plaza, la municipalidad, el bar, la pulpería, entre otros, ha sido en este caso, intervenida estéticamente y esto es algo que difícilmente el turista va a encontrar en otra comunidad de la provincia, del país e inclusive en el resto de América Latina.

Dentro de este viaje entre las texturas, formas y colores de intervención de los elementos naturales e infraestructurales de la comunidad (desde árboles hasta paredes), se encuentra un espacio que se presenta como más familiar a la categoría artística convencional, un espacio que por tradición “legítima” y alberga al objeto estético. Me refiero a la figura de la Casa Museo de Islita, un espacio físico en donde se desarrollan una serie de relaciones sociales y productivas. Es ahí en donde se ubica el taller de producción de muchos de los objetos que realizan los “grupos de artistas locales consolidados” y en donde éstos también tienen la posibilidad de exposición y venta de los mismos a los turistas que visitan la comunidad.

En esta sección se hará referencia a la figura del museo como institución histórica que permite la concepción de los objetos estéticos, insertos dentro de él, como arte. Es necesario comprender el rol que juegan estos espacios en las sociedades occidentales y cómo son, en conjunto con las instituciones académicas, los que han sentado las bases o cánones institucionales para las definiciones del campo del arte.

“(…) el museo hace un llamamiento a la universalidad práctica de la mirada estética, capaz de aplicarse a toda cosa designada como digna de ser percibida estéticamente, es decir incluso a objetos que no han sido producidos para suscitar tal percepción.”(Bourdieu, 2000:3) El hecho de que un objeto se encuentre expuesto en un museo le adjudica inmediatamente la categoría de arte. Se crea entonces una dialéctica entre la oferta museística y los espectadores, ya que éstos últimos, al entrar en la institución estarán predispuestos,

simplemente por el hecho de la existencia de la misma, a esperar que todos los objetos que van a encontrar confinados dentro de ésta serán artísticos.

Lo anterior fue fuertemente satirizado en el año 1917 por el artista francés Marcel Duchamp, quien fue invitado a participar como parte del jurado de una exposición artística en la galería Grand Central en Nueva York. En un acto de rebeldía ante la institución y el academicismo que fijaba los parámetros del arte de élite de la época en Europa y Estados Unidos, Duchamp introduce en la exposición un orinal firmado con el seudónimo de “R. Mutt”. Con este acto el artista pretendía rechazar la idea de que sólo las manifestaciones “legítimas” de arte, como lo eran la pintura y la escultura académica, podían ser dignas de admiración y por ende posibles de someter a juicio dentro de las instituciones museísticas y las galerías.

La oposición a la sacralización de las obras de arte que suscitó Duchamp con su criticada obra, que llamó “La Fuente”, sumado a otros objetos de uso cotidiano, los cuales llamaba “Ready Mades” (traducido del inglés como “ya hechos”); sienta las bases para un arte en donde “todo es válido”. Esta es una premisa del arte contemporáneo, que acepta la diversidad de lenguajes, técnicas y tratamientos estéticos de los objetos dentro de un sistema del arte que se encuentra interconectado, es decir, de alcance global a nivel geográfico, que trasciende las fronteras. Son estas razones las que permiten que en el ámbito del arte contemporáneo, se le brinden diversidad de lecturas y percepciones a un mismo objeto, cualquiera que sea, ahora considerado como “artístico”.

Los objetos creados en Islita, por parte de los grupos, si bien no corresponden a una línea académica determinada o rígida, sí se insertan dentro de la Casa Museo y este hecho de pertenecer a la institución museística los convierte, según lo planteado por el proyecto, en “obras de arte”. En este caso, la disposición estética de suscitar en los turistas, que llegan a ser los espectadores y compradores en el museo, la idea de que se encuentran frente a un fenómeno artístico; ha sido implantada desde su génesis, es decir, desde que el modelo de desarrollo turístico construido en la zona ha adjudicado la categoría de artistas a quienes participan en los procesos de creación y por ende sus productos son considerados como arte.



**Imagen 8. Arte turístico elaborado por Juana López, habitante de la comunidad de Corozalito. Expuesto y a la venta en Casa Museo.**

“Decía Loida que lo que yo hiciera que ojalá no lo vendiera así como artesana, si no que era arte y que lo llevara allá (a la Casa Museo). Porque allá se venden muy bien las cosas.”

(Juana López, 2012)

Este relato ejemplifica cómo el proyecto en Islita no sólo categoriza a los objetos insertos dentro del museo como arte sino que también a sus creadores como artistas. Su visión deslegitima en cierta medida a otras formas de creación y circulación de objetos estéticos que no corresponden a los cánones museísticos como lo son la artesanía y el souvenir.

La actual directora del museo y de los “grupos de artistas locales consolidados” refuerza esta visión al referirse por ejemplo a otros tipos de dinámicas y espacios de ventas de objetos estéticos. “No no no, es que no es el concepto de chinamito y esa gente que anda vendiendo en Malpaís. Ellos tienen su dignidad y su espacio en el museo y en el taller.” (Loida Pretiz, 2009)

La instancia museística, así como otras instancias educativas, además de juzgar a los objetos como dignos de ser categorizados como arte o no, son las que a su vez influyen decisivamente en la generación de parámetros para la “debida” percepción y apreciación de las obras de arte. Es decir, el acceso y enfrentamiento que las personas tienen en sus vidas con las distintas manifestaciones del campo artístico, les permite construir una serie de códigos de lectura de las obras y fenómenos. Pero estos códigos parten, y son reforzados, por estas instituciones que acompañan al desarrollo cognitivo de algunas personas durante sus vidas.

Es así como la percepción es condicionada por una serie de instancias formales inherentes a la sociedad occidental, y el grado de enfrentamiento con éstas permite acumular el conocimiento que se convierte eventualmente en una herramienta más de lectura de un ámbito social, como lo es la lectura de las representaciones de la realidad por medio del arte. Es así como Pierre Bourdieu reconoce que “(...) la capacidad para percibir y descifrar las

características propiamente estilísticas está en función de la competencia propiamente artística, dominio práctico, adquirida mediante la frecuentación de obras o mediante un aprendizaje explícito de los esquemas clasificatorios que permiten situar cada elemento de un universo de representaciones artísticas en una categoría propiamente artística”. (Bourdieu, 200: 4)

Según el autor, la competencia artística que presentan las personas es fundamental para la lectura y percepción “adecuada” de las obras de arte. Sin embargo, esta visión aburguesada de lo que debería ser el proceso de concepción, apropiación y hasta disfrute del arte, excluye en gran medida a aquellos individuos que no han tenido acceso a las instancias formales de educación y socialización artística. Esta exclusión lleva a la categorización de los “no cultivados” como perceptores “ingenuos” del arte.

Lo anterior también se aplica a los creadores de objetos. Aquellas personas que no tienen estudios universitarios o académicos son productores de un “arte ingenuo” o bien, producciones valoradas como “menores”, como lo son concebidas muchas veces las artesanías. “También las contradicciones entre lo universitario y lo artesanal, lo profesional y lo campesino son conciliables en una misma persona, en el recinto de la subjetividad.” (García, 1978: 74) Más adelante veremos ejemplos de cómo las personas que participan en la creación de objetos estéticos en Islita, son conscientes de su carencia de estudios formales, sin embargo han interiorizado la discursiva promovida por el proyecto, de considerarse como artistas.

Los turistas que visitan Islita, quienes son los espectadores y compradores de los objetos elaborados ahí, muchas veces se encuentran enterados del tipo de gestión y capacitación que se llevó a cabo con las personas de las comunidades. Estos valoran, algunas veces, el talento de las personas que crean los objetos, sin muchos conocimientos en el arte, solamente los técnicos. Un ejemplo de una valoración positiva lo brinda Eileen, una turista Estadounidense que indica: “Allá en el museo en Chicago hay arte de Monet y Renoir, y es increíble. Pero yo prefiero cosas más simples de la tierra, que cualquiera, que muchas personas puedan aprender a hacer. Creo que cuando las personas van a un museo y dicen: “Esto es arte, el único arte” a veces piensan: “Yo no puedo hacer eso”. Y por eso nunca tratan. Pero ver cosas naturales, que hacen estas personas, sin una educación especial, yo creo que es algo increíble.” (Eileen, 2009).

La falta de competencia artística por parte de los creadores es, como se pudo ver anteriormente, un atractivo para el turista a la hora de admirar y comprar los objetos. Sin embargo considero que la adjudicación de éstos como arte *primitivista* o *naïf*, puede llegar a ser una postura exotizante de los objetos y de sus creadores, por ende una posición de poder (en este caso de superioridad en el conocimiento) ante los mismos.

Como veremos más adelante en el capítulo cuatro dedicado a los imaginarios e idearios turísticos en Islita, el fenómeno de la atribución de este tipo de categorías, muchas veces inferiores dentro del mundo artístico elitista; es parte del atractivo sensual (Adorno, 1980: 25) y el exotismo que posee el objeto, concebido también como “puro” y “auténtico”. Estas categorizaciones adjudicadas al objeto toman el rol de capital simbólico que le suma un valor extra a la experiencia turística, la cual es acompañada y sintetizada por la adquisición de los objetos.

### 3.3.1. ¿Arte? ¿Diverso?

En esta sección se hará referencia a un ejemplo, en Costa Rica, de cómo la institución museística inserta manifestaciones de arte periféricas y pretende, de esta manera, posicionarlas dentro de la categoría de arte central. En el mes de marzo del presente año se presentó en el Museo de Arte Costarricense una exposición denominada “Arte Diverso”, la cual reunió una serie de pinturas, esculturas, trabajos textiles, entre otros, de habitantes de tres territorios indígenas del sur de Costa Rica.



Imagen 9. Nombres de los expositores. Museo de Arte Costarricense.

A continuación se presenta un fragmento del texto que se expuso al espectador, el cual fue escrito por la ex directora del museo, la artista Florencia Urbina:

#### Arte en Costa Rica

“La producción simbólica en territorios indígenas no se reconoce como arte y es aun etiquetada como artesanía, y al pensar en ella se tiende todavía a pensarlo como “arte indígena, como algo separado del resto del arte nacional. Esta negligencia contribuye a su invisibilización y marginalización. La historia del arte costarricense excluye a los artistas Térrabas, Ngabes, Bribris, Cabécares, Chorotogéas, Malekus y Borucas.

Sin embargo históricamente, artistas a nivel mundial se han inspirado y apropiado de iconografías Indias. Paradojicamente, cuando un artista mestizo o criollo apropia la iconografía nativa, su producción se convierte en una “obra de arte” mientras que la producción de los artistas de territorios indígenas es todavía considerada arte popular o artesanía, objetos decorativos y de uso cotidiano.

(...) Arte Diverso es la primera exposición de artistas Térrabas, Ngabes y Boruca del sur del país en el Museo de Arte Costarricense que posiciona a cada uno de ellos dentro de nuestra historia del arte, nutriendo y educando a todos los costarricenses y abriendo el espacio para futuros diálogos visuales, poniendo en evidencia que el arte es verdaderamente una herramienta para la inclusión.”

Florencia Urbina Crespo

Directora, Museo de Arte Costarricense

Marzo 2012

El texto presentado en la exposición, deja claro el esfuerzo por reconocer la diversidad de la creación de objetos estéticos que existe por parte de otras comunidades no urbanas ni centrales. En ella se expuso una serie de trabajos en pintura, textil, grabado y escultura de personas de tres comunidades del sur costarricense. Algunas de estos trabajos expuestos son tradición en estas comunidades, por ejemplo en lo que respecta al trabajo de talla o escultura directa sobre madera. Los nombres de las personas que elaboraron estos objetos son presentados al espectador junto con su apellido y la denominación de artistas.

Si bien la producción de estos objetos es parte importante de la cultura de los pueblos en donde fueron tomados, es muy delicado llegar a denominarlos como “arte”. Lo anterior no

es porque estos no tengan un valor estético y técnico muy rico, por el contrario, estos cuentan con una expresión plástica única, resultado de la tradición en su manufactura. Sino que se debe considerar el contexto bajo el cual se ha elaborado tradicionalmente los mismos. Estas personas seguramente han tenido durante muchos años, una necesidad de acompañar por medio de iconografías y objetos, las principales características y modos de vida de su cultura, lo cual evidentemente se ha perpetuado a través de los años por medio de la enseñanza y el aprendizaje tradicional.



**Imagen 10. Escultura en madera tallada, realizado por un habitante de un territorio indígena del sur del país. Expuesto en el Museo de Arte Costarricense.**

Con la llegada a estas comunidades de un grupo de artistas centrales, investigadores y gestores culturales del Ministerio de Cultura Juventud y Deportes, y después insertar estos objetos en un museo urbano, no basta para legitimar y evidenciar la existencia de este tipo de expresiones y manifestaciones estéticas. Considero que lo anterior puede ser visto más bien como una manera de exotizar a estos objetos, ya que al espectador no se le brinda información sustancial de los significados propios de esta producción específica.

Deborah Root hace referencia a la manera en que se le adjudica la categoría “arte” a diferentes manifestaciones materiales de culturas específicas, por lo general no occidentales: “Una vez que al objeto lo han llamado como arte ya sea por parte de los especialistas relevantes o por el mercado, éste tiende a ser expuesto de manera solitaria, mostrado como una forma estética en vez de una fuente de información cultural (...) El arte universaliza al objeto y lo sitúa más allá de la cultura.” (Root, 1996: 111.Traducción personal.)

De esta manera, sucede una invisibilización de los contenidos simbólicos que podría tener el objeto, para la cultura de donde parte (significados y valoraciones simbólicas, usos rituales, etc.). Así como otro tipo de información contextual (proceso de manufactura, tradición, etc.). El objeto, entendido por el museo bajo la categoría de arte, es exhibido solamente como una “estética de los exótico”, con fines meramente mercantiles o para su contemplación superficial.

Es necesario entonces reconocer y estudiar la producción de objetos estéticos que se lleva a cabo en las zonas periféricas, desde su cultura misma. Y no pretender traspasarlos a la lógica urbana, central y de *artes mayores*, ya que estas instancias y dinámicas, poco tienen que ver con sus prácticas cotidianas y sus maneras de concebir sus creaciones de objetos. Propongo entonces acompañar este tipo de esfuerzos de exposición con un estudio a fondo desde la cultura misma de donde se tomaron los objetos, porque si no se estaría desarraigando de su contexto e insertando en otro totalmente ajeno y regido bajo unos cánones institucionales específicos.

Este tipo de acciones deben ser acompañadas de explicaciones y entendimientos de sus significados. No me refiero a poner un estudio antropológico para el espectador al lado de cada objeto, pero por lo menos trabajar efectivamente en una comunicación, un puente que permita la comprensión de dónde, de qué cultura, los significados y las visiones de vida de dónde proviene ese objeto. Si el objetivo principal de este tipo de exposiciones es que los espectadores solamente conozcan que existe la creación en pueblos indígenas, considero que está bien, ya que las pocas personas que visitaron la exposición salieron de ahí y se dieron cuenta que existen estos objetos. Pero si retomamos el objetivo que expone en el texto Florencia Urbina de categorizar a estas manifestaciones como arte y visibilizar la producción simbólica de estos pueblos, entonces no creo que se cumpla ese objetivo.



**Imagen 11. Pintura realizada por un habitante de un territorio indígena del sur del país. Expuesta en el Museo de Arte Costarricense.**

Es importante tener claro que el objeto por el objeto no trasciende en su significado. Una imagen de un hombre con un tocado de jaguar como la que se presenta en uno de los cuadros de la exposición, para el espectador común sin o conocimientos previos sobre las culturas indígenas costarricenses, va a ser una imagen de un hombre con un tocado de jaguar solamente. Esto puede llamarle mucho su atención, inclusive puede llegar a hacerse preguntas o hipótesis sobre su posible significado. Si el mismo no es expuesto por parte de la institución, las personas nunca lo van a conocer, porque los espectadores al igual que los turistas no son por lo general conocedores a profundidad de lo que observan o vivencian, y en la mayoría de los casos tampoco éste es su objetivo.

Retomando el caso de los objetos insertos en la Casa Museo en Islita, la producción que se realiza en ese contexto, sea cual sea el objeto, la técnica empleada, el estilo desarrollado, etc; está destinada para que la valoración y la compra del mismo, por parte de los turistas, se haga a partir de la categoría artística. Es decir, son percibidos como objetos estéticos diferenciados de otros que se categorizan como artesanías o souvenir, aún cuando muchos de los considerados como arte, son objetos prácticos o de carácter utilitario. Esta diferenciación debe ser entendida a partir de su referente histórico sobre todo en la dicotomía que se ha construido entre las categorías de arte y artesanía. La primera responde a nivel histórico, a un espacio central legitimado y la segunda a la periferia, por ende referida a una práctica propia de las llamadas “culturas populares”.

### **3.4. Caracterización de la práctica artesanal**

Antes de exponer la manera en que se conciben los objetos elaborados en Islita en función de una dicotomía entre el arte y las artesanías, considero fundamental presentar una caracterización de la práctica del artesanado, para así tener un marco referencial y comprender esta forma de producción y sus implicaciones específicas. Hay que dejar claro en este punto que la elaboración de objetos que ocurre en Islita no se puede categorizar como una práctica artesanal tradicional, sin embargo antes de presentar cómo se podría concebir, es importante delimitar y ejemplificar un caso específico en donde sí se presenta una práctica artesanal que se encuentra actualmente dirigida al ámbito turístico.

En términos generales, las artesanías pueden ser entendidas como una de las primeras actividades de tipo manual desarrolladas por los seres humanos. En donde, a partir de una materia prima, intervenida por una serie de procesos mentales, ideológicos y técnicos, se plasma la historia y las visiones de mundo de sus artífices y de la comunidad en la que éstos se insertan. A su vez, las artesanías además de generar un carácter identitario dentro de las comunidades, trascienden fronteras geográficas trasladando con ellas una serie de concepciones, tradiciones y principios simbólicos que a su vez son recibidos, reinterpretados y resemantizados por otros grupos humanos que hacen uso o disfrutan (en el caso del goce estético) de éstas.

En esta definición que se propone con anterioridad, se hace indispensable hacer hincapié en el proceso productivo como una totalidad dentro de la esfera social. “Necesitamos, por

tanto, estudiar a las artesanías como proceso y no como resultado, como productos en los que resuenan relaciones sociales y no como objetos ensimismados.”(García, 1978: 59)

Para poder dimensionar y comprender lo expuesto anteriormente por el autor, presento a continuación una caracterización de la práctica artesanal en donde he dado énfasis al proceso productivo y sus implicaciones socioculturales, más que al producto final. Esta caracterización no pretende ser exhaustiva, sin embargo será un buen punto de partida para posteriormente conocer las diferencias entre la práctica artística y la artesanal, que se maneja en el caso del proyecto de Islita.

- Tradición

La práctica artesanal deviene necesariamente de un aprendizaje que se hereda de generación en generación y casi siempre de manera informal, es decir en el ámbito de la cotidianidad. Es por esta razón que muchas veces el producto artesanal carga en él la historia y la subjetividad de las comunidades en donde se producen. Esta práctica aún cuando es de corte tradicional, se encuentra muy propensa a cambios e incorporaciones a nivel técnico y estilístico. Es decir, no por ser tradicional, los objetos y las maneras de trabajarlos tienen que ser inmutables, por el contrario los productos artesanales reflejan el contexto de donde parten. En él se sintetizan los cambios socioculturales y las dinámicas de las comunidades en donde se practican. Por ejemplo un cambio en la materia prima posiblemente revela un cambio en la agricultura o industria, o un cambio en su manufactura puede ser causado por un cambio tecnológico o de conocimiento a nivel comunal.

- Presencia de taller

Existencia de un espacio físico destinado específicamente para el desarrollo de objetos. En este se trabaja la materia prima después de su extracción del medio natural. Muchas veces este espacio físico está ligado al ámbito doméstico y es por esta razón que, por lo general, las relaciones que se desarrollan en éste son interacciones muy íntimas. Ya sea entre el productor y su familia, la cual muchas veces también participa, o bien entre varios productores que no necesariamente tienen que ser familia.

- Relación con la materia prima

El productor genera una relación estrecha con la materia prima que utiliza para elaborar su producto. Desde su extracción del medio natural, su preparación, su manipulación y hasta la finalización del producto, existe una relación que es corporal. Se involucra el cuerpo físico así como la mente del creador, tanto hasta al nivel en que los artesanos llegan a reconocer si una materia prima les es útil o no, a partir solamente de los sentidos, por ejemplo tocándola, oliéndola y hasta saboreándola.

- Temporalidad

Los procesos de creación de los productos artesanales cuentan con una temporalidad por lo general extensa, ya que se parte desde el acarreo y la preparación de la materia, pasando por todo el proceso de creatividad y producción específica que a la vez es muy delicado, y por último su uso, el cual puede ser de índole utilitaria, decorativa o comercial.

- Diversas funciones

Considero que un producto artesanal no se encuentra terminado sino hasta que se cumpla su función, ya sea la de servir a cierta necesidad por ejemplo doméstica (para guardar alimentos o la cocción de éstos), para usarlo como decoración o bien para la comercialización del mismo. En este caso, y sobre todo si nos referimos a los productos artesanales comercializados para el turismo, la función muchas veces es de índole decorativa o contemplativa. Esta última se puede catalogar como una función suntuaria, en donde el objeto artesanal refuerza el status de su comprador, ya que éste al exhibir estos objetos estéticos en su casa, muchas veces pretende demostrar el poder adquisitivo y las posibilidades de ocio y de recreación que tiene.

- Creatividad

Los artesanos son personas que mantienen un ejercicio de creatividad constante ya que se encuentran abiertos a ideas novedosas a partir de la realidad en la que viven. Por ejemplo muchos dicen que el material “les habla” y con solo verlo ya saben en qué tipo de producto va a finalizar ese material. Esta es una gran capacidad de abstracción de la realidad y se genera entonces un juego entre el manejo del recurso intangible (las ideas) y el tangible (los recursos técnicos y formales).

- Sello personal

A partir de esta relación con el medio y la materialidad, así como la creatividad de cada persona, es que los artesanos por lo general desarrollan lo que podría llamarse un estilo personal. El desarrollo de la personalización plasmada en el producto tiene mucho que ver con la capacidad creativa de cada persona, pero también con sus opciones de materia prima. La combinación de estos elementos hacen que muchas veces cada artesano tenga ese sello único que lo hace diferenciarse de otros, aún cuando hagan el mismo producto, muchos alegan que existe una especificidad estilística dependiendo de cada persona.

- Comercialización informal

La mayoría de las veces las dinámicas de comercialización de los productos artesanales no se rigen por normas muy definidas previamente. Muchos productos carecen de una marca o registro ante la ley. Lo anterior les permite regatear los productos a beneficio casi siempre propio pero por otro lado esta informalidad presenta la desventaja que puede causar robos de diseños y re-ventas sin necesariamente hacer referencia a su creador original.

- Adjudicación de pesos simbólicos al objeto

Ese producto final está lleno de elementos simbólicos, por ser el resultado de un proceso ya sea individual o colectivo, en donde su condición de ser un objeto tradicional lo liga directamente a un pasado o historia de vida o de comunidad. Asimismo, el desarrollo de los productos en una temporalidad determinada, generalmente extensa, permite a su productor la adjudicación de muchos pesos simbólicos a los objetos, al final de cuentas éstos no son más que una síntesis de una experiencia, de un intercambio simbólico entre el productor o productores con la materia con que se trabajó y todas las intersubjetividades que se manifestaron durante el proceso de su creación.

### **3.4.1. Una comunidad con tradición artesanal. San Vicente de Nicoya**

Esta sección se encuentra dedicada a ejemplificar las características principales del artesanado, descritas con anterioridad, a partir de un caso Guanacasteco. Específicamente se tomará el caso de la comunidad de San Vicente ya que cuenta con una tradición alfarera que data desde 2000 a.C. Durante un estudio etnográfico que llevé a cabo en dicha comunidad

pude conocer el funcionamiento interno de la producción artesanal a nivel comunal, así como aspectos de comercialización de los productos que se da mayoritariamente en las afueras de la misma.

La referencia a esta comunidad y a su práctica artesanal, se torna fundamental para dicha investigación ya que permitirá conocer un caso en el cual sí considero que se estén elaborando objetos de manera artesanal y esto permitirá contrastar este tipo de producción con la que se lleva a cabo actualmente en Islita, como parte del proyecto turístico de creación de objetos estéticos, catalogados por éste como artísticos.

San Vicente se encuentra a dos kilómetros de otra comunidad llamada Guaitil. En la actualidad, la tradición cerámica Chorotega es perpetuada en ambas comunidades y a partir de mediados del siglo XX, esta práctica ha tomado un giro hacia la comercialización de los objetos artesanales para la generación de capital para sus habitantes. Esta comercialización ha estado orientada especialmente hacia la industria turística de la provincia y de otras áreas del Valle Central.

En el pasado la cerámica se realizaba con funciones domésticas, agrícolas y rituales. Después del contacto europeo se perdieron muchos significados de la cerámica pero la técnica ha sobrevivido en manos de mujeres. Ha existido un buen acceso a las materias primas y se realizaban para brindarles usos domésticos como los comales, las tinajas, etc. En la década de los años sesentas se dio un giro en el trabajo cerámico y se empezaron a trabajar los motivos precolombinos, con fines para el turismo que estaba iniciando en la región. En este momento empezaron a incursionar los hombres como artesanos.

En la actualidad sí podría afirmar que San Vicente es un pueblo de artesanos, de hecho muchos de los pobladores se refieren a él como “la cuna de la cerámica”. Gran parte de la población habitante de la comunidad es familia y la práctica ha sido traspasada de manera generacional. Por ejemplo Zoraida Grijalba tiene setenta y cinco años, y cuenta cómo aprendió a elaborar la cerámica gracias a su abuela y a su madre. En la actualidad todos sus hijos y nietos hacen cerámica y ella todavía lleva a cabo esta práctica, aunque en menor cantidad que en tiempos pasados, ya que considera que el trabajo se ha tornado muy cansado para su edad.

La mayoría de las casas tienen un espacio destinado para trabajar, o bien un taller y un horno para cocer las piezas. Este tema es muy importante ya que denota que el trabajo es artesanal- según la caracterización presentada con anterioridad- por la presencia del taller y el

acceso y manipulación directa de la materia prima, lo cual permite que la técnica se realice de manera familiar y/o comunal.



**Imagen 12. Taller ubicado en la casa de un artesano en la comunidad de San Vicente. Atrás se encuentra el horno de barro para llevar a cabo la cocción de las piezas.**

Aún cuando algunos usos de la cerámica que se realiza en San Vicente son de corte doméstico y cotidiano (los comales, ollas, objetos religiosos, entre otros), esta actividad está muy orientada hacia el mercado turístico. Esta es una de las principales razones por las que, desde el año de 1992, el pueblo se planteó la idea de la creación de un museo que mostrara la historia de la cerámica y a su vez se pudieran vender las piezas de los artesanos de la comunidad.

Los artesanos han optado por la opción de comercialización en las afueras de San Vicente, lo cual no es una práctica nueva ya que en tiempos pasados las vendían en comunidades cercanas como Filadelfia, Corralillo, Quebrada Honda, entre otros. Ahora van a vender sus productos a tiendas y en las afueras de los hoteles de Guanacaste como en Papagayo, por ejemplo.

Otros viajan a otras zonas turísticas del país como lo hace Jhonny, un nieto de Zoraida quien realiza sus ventas en Sarapiquí, en la provincia de Heredia. Otras personas optan por vender sus piezas, por medio de intermediarios, en las tiendas de souvenirs y en ferias en muchas zonas de Costa Rica, pero en especial en Guanacaste.

Existe en la actualidad una apertura en cuanto a las nuevas técnicas. “Aquí no se usa torno, desde siempre se han usado solo los moldes. Antes sólo las mujeres trabajaban la cerámica, ahora todos. Los jóvenes cada día van inventando cosas nuevas. Antes la pintura que se usaba era la blanca, algo muy sencillo, ahora hasta se le hacen manchas a las piezas, pero las técnicas son iguales. Los jóvenes usan pilón y zaranda fina, también alujan las piezas con piedra. Ahora usan las tapas de betún Nugget para pulir la pieza, cada día se inventan cosas nuevas. Al turista le gusta más, es más llamativo, se vende más. La creatividad es aceptada por el turista.” (Maribel Sánchez, 2011)

En San Vicente se puede decir que coexisten dos niveles de producción y consumo artesanal: por un lado el tradicional, por lo general de herencia precolombina que responde también a una artesanía de corte utilitario. Por otro lado el suntuario, el cual corresponde a la artesanía a la cual se le adjudica un valor de uso decorativo o contemplativo. Este es producido para responder a una demanda sobre todo turística, y es por esto que se presenta como opción, para los habitantes de la comunidad, como medio de subsistencia en la lógica actual capitalista.

Los procesos intersubjetivos que se viven en una comunidad, son fundamentales en la organización y condicionamiento de las relaciones de producción. Es muy importante resaltar el hecho que en San Vicente existe una apropiación histórica de la tradición alfarera. Esto se ha interiorizado por muchos años en las mentalidades de sus pobladores, y se presenta como parte de su estilo de vida. En este caso, la cerámica parte de la tradición familiar, entonces necesariamente el modo de organización de la producción sigue esta línea. Lo anterior se evidencia en que la producción de San Vicente se lleva a cabo en talleres familiares especializados y el conocimiento se construye y trasmite en los ámbitos comunales y familiares.

### **3.5. Una dicotomía histórica: arte vs artesanía**

El gran dilema histórico de la categorización y concepción de los objetos estéticos que separan las llamadas *artes mayores* de los objetos artesanales, ha sido una cuestión de gran interés por parte de los historiadores del arte occidental. Asimismo, si se concibe el fenómeno de producción de objetos como parte indisoluble de las dinámicas socioculturales y

económicas en donde se encuentran insertados y por donde circulan, entonces se puede considerar este dilema histórico como digno de estudio para las ciencias sociales también.

Es importante brindar una pequeña contextualización de esta discursiva que escinde las artes de las artesanías, para comprender bajo qué contexto histórico y temporal es que se conciben a estas prácticas como ámbitos separados. Asimismo, no basta con ubicar al dilema a nivel histórico o espacial, sino que se debe comprender cuáles fueron las formas de producción del momento que permitieron crear estas categorías.

Para el caso de Islita, a partir del referente de esta discursiva histórica, es que se pretende comprender la visión de los objetos estéticos con respecto a un modelo de desarrollo, en este caso a partir del turismo, el cual cuenta con una concepción de éstos como arte y dejan claro que no son considerados como artesanías. Esta categorización parte de la cultura hegemónica, que por lo general, deslegitima las prácticas y los productos artesanales, ya que éstos corresponden, casi siempre, a contextos rurales. Se conciben a estos últimos como objetos “no auténticos” y por ende de un valor menor que los objetos categorizados como obras de arte.

Un referente histórico importante en la valorización de los oficios artesanales y la equiparación de éstos con categorías como el arte, es el movimiento llamado “Arts and Crafts” o “Artes y Oficios”, traducido al español, propuesto a mediados del siglo XIX en Inglaterra por William Morris. Éste era un artesano, diseñador, escritor, poeta y activista político, muy sensible ante los cambios sociales y las condiciones laborales, derivados de los procesos de industrialización que estaban ocurriendo en Europa durante esa época.

Morris se preocupó principalmente por recuperar las artes y promover los oficios medievales, como medida en contra de la producción masiva que se estaba gestando gracias a la revolución industrial. Además cuestionaba “el arte por el arte”, gran consigna que se desarrollaba en esos tiempos de la creación de arte sin ningún fundamento social. “En la Edad Media los artistas eran artesanos, orgullosos de ejecutar cualquier comisión con sus mejores habilidades. Morris fue el primer artista (no el primer pensador, ya que Ruskin lo precedió) en darse cuenta de lo precarias y decadentes que se habían convertido las bases sociales del arte desde los siglos del Renacimiento, y especialmente durante los años desde la Revolución Industrial.” (Pevsner, 1960: 22. Traducción personal.)

Su gran influencia se plasmó en la arquitectura y la artesanía, ya que Morris hacía énfasis en la decoración. Las nociones de Morris del buen diseño eran paralelas a las de una

buena sociedad. “No quiero arte para unos pocos, como tampoco quiero educación para unos pocos, o libertad para unos pocos.” (Morris en Pevsner, 1960: 22. Traducción personal.) Además de la accesibilidad del arte, la educación y otras garantías sociales para toda población, su gran lucha se centraba en que el obrero no fuera explotado en las fábricas, sino que éstos pudieran desarrollar sus habilidades en ambientes favorables. Además él era el principal enemigo de la industria de máquinas. Privilegiaba la creatividad y los objetos hechos a mano, ante la producción en serie por medio de máquinas.

La importancia de hacer referencia a este movimiento es que Morris y sus sucesores intentaron revalorizar las labores artesanales, legitimando esta práctica en tiempos en donde el academicismo dictaba parámetros de lo que debía ser arte o no en occidente. Esto, sobre todo a partir de la figura de la academia y la figura del museo, que por medio de sus exposiciones en galerías y los famosos salones de exposiciones, decidían quién entraba o no dentro de las llamadas *artes finas* o *artes mayores*.

Es así como se puede entender que esta dicotomía entre arte y artesanía es una creación histórica, que no responde solamente al tratamiento técnico de los objetos estéticos, sino que más bien a una división tajante entre modos de producción y consumo, el primero dirigido a una élite y el segundo a las llamadas culturas de masas. Esta escisión ha sido perpetuada de manera histórica y es por esto que se destinan espacios supuestamente “legítimos” y diferenciados en las sociedades para cada una de éstas prácticas. “En las galerías y los museos urbanos el arte, en el campo las artesanías.” (García, 1978: 58)

Sin embargo, estos límites muchas veces se difuminan porque en la actualidad, específicamente en las dinámicas turísticas, es muy fácil encontrar que las artesanías elaboradas en contextos rurales son apropiadas bajo lógicas comerciales que corresponden más a sistemas urbanos. Un paralelismo que se puede destacar entre el movimiento de Artes y Oficios con el fenómeno que sucede en Islita, es que lastimosamente las piezas creadas a mano y no de manera serial, se convierten en inaccesibles para gran parte de la sociedad, ya que los costos y el tiempo de un trabajo artesanal elevaban los precios del producto final, haciendo que sean accesibles solamente para las personas con un alto poder adquisitivo. “En tiempos en donde prácticamente todos los objetos de uso cotidiano son manufacturados con la ayuda de maquinaria, los productos de los artistas-artesanos serían comprados por un círculo muy estrecho solamente.” (Pevsner, 1960: 24. Traducción personal.)

Morris deja como enseñanza que la artesanía no es en sí un nivel de producción de objetos estéticos menor al arte académico sino que lo legitima y le brinda en un valor social importante, tal como se le adjudicaba a los artesanos durante el Medievo. Asimismo, el artesano según el movimiento, es una persona que cuenta con una serie de características especiales de creatividad y habilidades técnicas y manuales que hacen que su producción sea única y destacable por su nivel de sensibilidad. Es por esto que Morris introduce la importancia de brindar buena calidad de vida a estas personas, quienes tenían y tienen, derechos iguales a los artistas académicos, los cuales eran contratados en su momento por parte de las élites.

Esto es de suma importancia para el presente estudio, ya que en el capítulo cinco de esta investigación, se analizará la manera en que la creación de objetos estéticos ha brindado bienestar en las vidas de las personas que participan actualmente en el proyecto de Islita. En realidad no importa al final cómo se nombre a los objetos estéticos, si arte, artesanía o souvenir; lo que interesa son los aportes al mejoramiento de las condiciones de vida y en general al bienestar subjetivo, que puede ser derivados de los procesos de creación de objetos.

### **3.6. Contemporáneo vs tradicional**

A lo largo de este capítulo se han expuesto las diferentes maneras de conceptualizar y ubicar a los objetos estéticos según sus formas de producción, su circulación y su consumo en sociedad. Se han sentado las bases históricas y socioproductivas para comprender la separación categorial que se da entre el arte y la artesanía, que corresponde básicamente a una división entre el ámbito central que corresponde a lo urbano, y el periférico que remite a lo rural. Lo anterior se ha ejemplificado por medio de casos de estudio llevados a cabo en el centro urbano, así como en otras comunidades rurales del país en las que por supuesto se encuentra incluida Islita.

En esta última sección se pretende conocer la discursiva manejada por parte del proyecto de creación de objetos estéticos en Islita, y cómo ha concebido éste la producción de los objetos que se llevan a cabo ahí y por ende a sus creadores. El proyecto turístico, el cual planteó y propició la existencia del museo y de los grupos fabricantes de objetos estéticos, es una iniciativa sumamente vanguardista. Su propuesta de desarrollo a través de lo que el proyecto conceptualiza como arte, es signo de que actualmente “todo es válido”.

El resultado de los encuentros y capacitaciones entre artistas centrales con los habitantes de comunidades rurales de Nicoya como lo son Islita y el resto de comunidades aledañas y participantes también en el proyecto; ha dado como resultado la definición de la creación de objetos, por parte de estos grupos, en lo que se conoce como arte contemporáneo. Se han visto las razones e implicaciones que tiene la categoría de arte y la categoría de lo contemporáneo específicamente, con respecto a la visión o delimitación del ámbito de lo tradicional que remite a producción de objetos en grupos humanos periféricos o rurales.

En este sentido se puede reconocer otra dicotomía fundamental para entender cómo se está comprendiendo por parte del proyecto, sus partícipes y sus espectadores-compradores, el fenómeno de creación en Islita. Un contexto rural y tradicional se encuentra con la contemporaneidad cuando se introducen una serie de manifestaciones artísticas centrales, además de la visión del desarrollo contemporáneo, en comunidades que se basaban anteriormente en la producción agropecuaria tradicional.

En un nivel general es importante determinar cómo se concibe el tiempo y el espacio específico para cada categoría. Lo que se considera “tradicional” remite a las personas directamente con las siguientes características: el pasado, lo autóctono, lo indígena, lo campesino, lo rural, etc. Por otro lado, la categoría “contemporáneo” hace referencia a un lenguaje universal, al aquí y al ahora. Asimismo, según lo contemporáneo, todas las lecturas y manifestaciones de la cultura son válidas en un mismo espacio y tiempo.

**Cuadro 4. Concepción del tiempo y el espacio**

	Tradicional	Contemporáneo
Tiempo	Pasado	Ahora interconectado
Espacio	-Geográfico específico -Rural o nacional -Local -Periferia	-Mundial virtual -Global-cosmopolita- universal -Centro

Al hablar de la visión temporal-espacial contemporánea hay que hacer necesariamente referencia a ésta como parte del proceso de globalización, o también llamado mundialización, de las manifestaciones culturales. El proceso globalizador ha sido característico de la

humanidad, tal y como lo expone Daniel Mato, es una tendencia histórica de la misma. Sin embargo hay que reconocer que los medios tecnológicos han propiciado que la globalización actualmente sea cada vez más acelerada, ya que los medios virtuales fomentan la comunicación inmediata. Es por esto que el autor prefiere referirse a este fenómeno contemporáneo como “(...) la tendencia histórica a la interconexión”. (Mato, 2001: 131)

Existen ahora posibilidades tecnológicas que permiten la comunicación y el encuentro de personas en cuestión de segundos. Este aspecto de la comunicación inmediata ha permitido redireccionar totalmente la manera en que se dan las relaciones humanas en la actualidad. Es por esto que se debe desechar la visión romántica de considerar a las comunidades y a las culturas como organismos estáticos, homogéneos y con fronteras definidas.

Esta característica de interconectividad nos hace replantear la manera en que entendemos las relaciones sociales en nuestros entornos inmediatos, geográficamente hablando. Lo que ocurre entonces es que se da el fenómeno de expansión de las fronteras, tanto en el sentido tangible (por los avances tecnológicos de transporte y otras vías de comunicación), así como en sentido simbólico (mayor accesibilidad al conocimiento de distintas manifestaciones y tradiciones culturales mundiales, por medios como por ejemplo el Internet). Cambia entonces la noción de territorio en el sentido geográfico, y lo local se vuelve parte de ese diálogo global.

Con respecto a la producción de objetos estéticos, que fue resultado de los intercambios entre artistas urbanos con los habitantes de Islita y otras comunidades cercanas a ésta, se insertó la discursiva del arte contemporáneo en un contexto rural. Lo anterior propició cambios en la cotidianidad y modos de vida de estas personas, así como en las maneras de auto-concebirse y representarse como comunidad, ya que los referentes identitarios se reconfiguraron y tomaron como principal elemento el desarrollo turístico y el proyecto de creación artística.

Lo primordial de resaltar aquí es que se introdujo a las vidas de estas personas una práctica que no era parte de su cotidianidad pero ha sido valorada y aceptada de manera positiva. Una evidencia de esto es que con el paso de los años se ha ido interiorizando la creación de objetos de manera tal que las personas que participan en los “grupos de artistas locales consolidados”, consideran esta práctica como un trabajo.

Sin embargo, como se expuso con anterioridad, esto ha sido un proceso de interiorización que no se dio de la noche a la mañana y se suscitaron algunas reacciones iniciales de

extrañamiento ante el arte contemporáneo, ya que esta manifestación no era para nada un elemento tradicional en su cultura. “Hubo siempre gente como más sensible a querer participar en el proceso. Había también en la comunidad personas como más tradicionales que encontraron que el arte era como muy extraño, porque era arte contemporáneo y querían cosas más tradicionales.” (Loida Pretiz, 2009)

Los encargados del proyecto se fueron percatando de lo anterior y es por esto que fueron trabajando poco a poco en la concepción de arte contemporáneo, ya que en la zona las personas se dedicaban a oficios tradicionales como la agricultura, la ganadería y la pesca. Aquellas personas que trabajaban algún tipo de objeto estético lo hacían desde técnicas más cercanas y tradicionales en la zona como lo era el trabajo en madera por citar un ejemplo.

“Ocurrió que había un artista de la comunidad de Pilas que trabajaba de salonero en el hotel, pero hacía esculturas por su cuenta en pochote de dinosaurios. Él dibujaba y dibujaba, tenía una inquietud artística muy grande. Entonces se le pidió a él que hiciera también un mural, una cosa completamente de él, sin embargo lo apoyó mucho Luis Chacón. Lo que hizo Marcos, el muchacho de Pilas, fue una carreta con bueyes, un poco como un pedido de la comunidad que decía: “Está bien, toda la loquera pero también hagamos algo nuestro”. El que está por la escuela, que es de un muchacho de la comunidad rescatando un tema que había solicitado ya gente de la comunidad, que estaban quedándose como: “Que bonito pero queremos otras cosas también”. (Loida Pretiz, 2009)

La referencia que indica Pretiz, de la necesidad de la comunidad de ver plasmadas temáticas tradicionales, se dio ya que el lenguaje artístico con el que trabajaron gran parte de los artistas centrales era no figurativo o comúnmente llamado “abstracto”. Pretiz encontró que las personas de las comunidades rurales se manejaban bajo un lenguaje figurativo, es decir que plasmaban lo que veían y vivían tal y cómo lo percibían. Muchas temáticas se centraban, y aún se centran en la flora y la fauna de la región. “(...) Pero sí estaban metidos en el rollo de las dos palmeritas, del sol sobre la playa y el atardecer, o la casita típica, todo ese tipo de lugares comunes dentro del arte que la gente maneja a nivel de las comunidades porque no han tenido una formación más allá. Entonces una dirección que yo considero que en este caso fue Luis Chacón muy buena, les permitió a estos muchachos hacer algo en lo tradicional pero darles un aire diferente como más contemporáneo.” (Loida Pretiz, 2009)

El tratamiento de temáticas tradicionales o propias de la zona, que son catalogadas por los artistas centrales dentro de un estilo *naïf*<sup>9</sup>; es ligado directamente con la falta de competencia artística que cuentan los creadores de estos objetos estéticos. Los artistas del centro llaman a este tipo de manifestaciones y tratamientos artísticos como “lugares comunes” en el arte, tal y como se denota en el relato anterior cuando Pretiz se refiere a la plasmación de las dos palmeras, el sol sobre la playa, la casa típica, etc, cómo representaciones tradicionales que se llevan a cabo por personas de las comunidades que no tiene experiencia ni exploración artística previa.

Sin embargo, como el proyecto ha operado bajo la discursiva de categorizar a las creaciones dentro del arte, el mismo tiene la necesidad de ubicarlos dentro de una corriente artística. En el caso del “Grupo de Jóvenes”, el cual actualmente está conformado solamente por mujeres las cuales realizan trabajos en pintura como cuadros, basureros y juegos tradicionales. Su trabajo es categorizado dentro del estilo *naïf*.

“Al principio Loida nos dijo que, yo y mis tres hermanas, el tipo de pintura de nosotras era *naïf*. Que era muy diferente. Que es a lo que nosotras vemos no a la realidad. Algunos lo hacen como calcado. La mayoría de los cuadros míos es de mi imaginación, no es que yo lo vea y lo tenga que hacer exactamente.” (Adriana Sánchez, 2012)



**Imagen 13. Cuadros realizados por el “Grupo de Jóvenes”. Expuestos y a la venta en Casa Museo.**

<sup>9</sup> Término que en francés significa: Ingenuo.

Como se observa en este caso, los partícipes apropian la discursiva que se maneja en el ámbito artístico central y se llegan a identificar con las categorías que les son adjudicadas. Es así como el trabajo de capacitación en distintas técnicas del arte como lo ha sido la pintura, el mosaico, la cerámica, etc, fue acompañado desde el principio con la inculcación y la categorización de sus productos como artísticos y dentro de éstos se reconoce al *naïf* como estilo artístico principal. Asimismo, desde el principio se ha trabajado bajo la categoría contemporánea y este trabajo técnico y conceptual también ha sido un largo proceso.

En la actualidad los participantes de los “grupos de artistas locales consolidados” conciben su creación como arte contemporáneo en contraposición a otras manifestaciones como lo son la artesanía y el souvenir. Al preguntarles a éstos qué entienden por arte contemporáneo es muy común que recurran al elemento temporal en primera instancia. “Díay a mí me parece como que es de todos los tiempos, contemporáneo.” (Higinia Calderón, 2012)

La categoría de lo tradicional, en el caso del proyecto artístico de Islita, se concibe como el pasado histórico el cual debe ser traído a la actualidad a partir de la expresión artística. “Para mí sería como traer algo del pasado a la época actual. Por ejemplo, nosotros en lo que es cerámica, estuvimos haciendo cosas que llevan esos trípodes que son piezas indígenas, pero no con el dibujo indígena si no con dibujos como pececitos y cosas de ahora. Usamos el estilo de los indígenas que usaban barro, la técnica, pero le hacemos los dibujos con lo cotidiano.” (Salvadora Cruz, 2012)

La dimensión temporal como necesaria para definir la contemporaneidad en el arte, es acompañada por la visión de los creadores en Islita de algo fundamental para ellos que es la creatividad, la cual se plasma en la unicidad de sus creaciones. “Contemporáneo también porque nosotros lo hacemos, lo estamos haciendo ahora y es nuestra propia inspiración, no es que estamos haciendo algo que hizo Picasso o algún otro famoso, si no que es original.” (Marta Figueroa, 2009)

La discursiva manejada por el proyecto artístico e interiorizada por sus partícipes, hace un fuerte énfasis en la categorización de los objetos como arte y no como artesanía, lo cual por supuesto lleva a que sus creadores sean concebidos y se autoconciban como artistas y no como artesanos. Es importante entonces detenerse en las características que hacen que los objetos sean divididos bajo esta dicotomía, que como se expuso en secciones anteriores, es histórica.

Como se dijo anteriormente, la unicidad es fundamental para la definición del arte que maneja el proyecto y sus partícipes. Un ejemplo de lo anterior lo expresa Cecilia, quien pertenece a los grupos de grabado, cerámica y textil: “Bueno la idea de las Papaturras es ser artistas, no artesanas. Porque el artesano hace todo en el montón. Usted va a una galería de artesanía y todo es igual. Igual, igual, igual. Uno se preocupa porque cada cosa sea diferente, inclusive entre nosotras tratamos de que sean diferentes.” (Cecilia Aguilar, 2012)

Sumado a esto, las personas que crean los objetos en Islita consideran también que para catalogarlos como arte, estos deben ser producto de su expresión y específicamente es necesario que el objeto tenga un trasfondo, en palabras de ellos “que lleve una historia personal”. “Para nosotros ese concepto de hacer arte llevaba todo en general, que es una pieza única y que también va a decir algo mío, algo muy personal. Puede ser un sueño que yo tenga, o puede ser como un tipo de terapia de un miedo que yo tenga o algún recuerdo feo que uno quiera como deshacerse de eso.” (Marta Figueroa, 2012)

En algunos casos, dependiendo del trabajo que se realice, los creadores pueden llegar a conceptualizar lo que hacen como arte a los trabajos que implican la unicidad y que a la vez cuentan su historia personal, y como artesanía a aquellos que se realizan en serie. Por ejemplo Salvadora, quien pertenece a los grupos de grabado, cerámica y textil se considera tanto artesana como artista, su definición de ambas categorías se rige bajo la diferenciación entre la serialidad y la unicidad.

“Yo siento que somos las dos, porque hacemos obras repetitivas pero también hacemos obras únicas. Empleamos, en algunas obras que hacemos únicas, poniendo parte de lo que somos o historia personalizada en una obra. Entonces yo pienso que eso es arte. Uno trata en una obra de contar una historia.” (Salvadora Cruz, 2012) En este caso se denota también la importancia que los partícipes le atribuyen al hecho de la expresión a través de sus creaciones, lo cual ha sido fundamental para el bienestar en sus vidas.<sup>10</sup>

También existe la percepción, bastante generalizada por parte de los pertenecientes a los grupos, de que el artista es aquella persona que cuenta con algún tipo de competencia artística, especialmente con estudios académicos. Ellos reconocen la falta de estudios con los que cuentan, sobre todo en lo que respecta a la educación media. Gracias a las capacitaciones

---

<sup>10</sup> Esta temática de la expresión como elemento primordial para el bienestar subjetivo, será ampliamente abordado en el capítulo V que se titula “Efectos secundarios del color: consecuencias y conclusiones de impactos subjetivos de los procesos de desarrollo turísticos y artísticos en Islita”.

técnicas que ha brindado el proyecto turístico y artístico, ellos ahora se conciben, la mayoría de las veces, como artistas y a sus productos como arte contemporáneo. “Bueno nosotras no tenemos educación académica, somos prácticamente autodidactas. Por lo que dice la gente, di es un arte contemporáneo.” (Marta Figueroa, 2009)

Por otro lado, la visión que tienen del artesano es la de aquella persona que no necesariamente cuenta con estudios, pero en muchos casos se hace la referencia a que el trabajo artístico es un trabajo más legítimo, más “fino” ya que tiene una base de estudios previos. El trabajo artesanal, además de ser en serie, lo conciben como de menor detalle y finura que el artístico.

Un ejemplo de lo anterior lo expone Juana quien es una habitante de la comunidad de Corozalito. Por razones de salud ella no ha sido parte de ningún grupo local, sin embargo maneja una visión propia del concepto de artista, referido principalmente al acabado del producto: “Como que haga algo muy bonito, muy fino. Sí a uno le parece que un artista es el que trabaja más mejor las cosas. (...) Yo digo que yo no me siento artista. Diay yo pienso que lo que yo hago lo hago para entretenerme y Loida me dice que no que ¿Por qué? Y yo le digo que no, que yo no siento que lo que yo hago sea tan importante como para sentirme que soy artista.” (Juana López, 2012)

Para contrastar las concepciones que manejan el proyecto artístico y sus partícipes, tanto del arte como de la artesanía, se recurrió a la experiencia de un artista central reconocido. Herberth Bolaños es actualmente el director de la escuela de Artes Plásticas de la Universidad Nacional y su testimonio y opinión es fundamental de tomar en cuenta, no solo porque es una persona que cuenta con estudios académicos y mucha experiencia en el campo artístico, sino porque también él expuso su trabajo en la galería de la Casa Museo y posteriormente impartió capacitaciones al grupo de textil llamado “Las Papaturras” y al “Grupo de Jóvenes” que trabaja la pintura.

Bolaños reconoce que los “grupos de artistas locales consolidados” se encuentran en un proceso todavía de exploración el cual no ha trascendido del nivel técnico. Él considera que para llegar a catalogar a las personas como artistas, es necesario que exista un largo proceso de exploración de los medios plásticos, en este caso, y de una apropiación del lenguaje artístico que a su vez permita plasmar su entorno inmediato para poder así llegar a proponer arte.

Un ejemplo de su visión, para el caso de Islita, lo brinda a partir de la falta de exploración en el color: “El colorido no trasciende más allá de una posición similar porque usted no ve por ejemplo indagaciones de color diferentes, las propuestas de color se mantienen todas a una misma intensidad de luz. No hay esa diferencia lumínica, que es muy propia del lugar además. Tenemos un sol intenso y después tenemos un atardecer. Esas intensidades de luz no están puestas ahí. Es simplemente un pastel, todo es color pastel.” (Herberth Bolaños, 2012)

Sumado a la apropiación del lenguaje artístico por medio de un proceso de exploración técnico y temático, Bolaños recurre a la categoría del tiempo como aspecto determinante para la categorización de los objetos como arte. “Yo lo que creo es que para que un objeto lleve esa trascendencia es porque se sostiene en el tiempo, el tiempo es el mejor jurado. Ese objeto se mantiene, se sostiene porque está ahí y es un asunto de que no hay manera de derribarlo. En otro tipo de trabajos, fácilmente el objeto se va olvidando.” (Herberth Bolaños, 2012)

Bolaños no define a los objetos que se elaboran actualmente en Islita como arte y a sus creadores como artistas. Esto se debe a que, según él, en primera instancia no cuentan con una exploración profunda técnica y de los medios. Asimismo, derivado de esta carencia de la exploración material y personal, los objetos entonces no trascienden en el tiempo y son objetos fáciles de olvidar, a diferencia de los que sí considera él como obras de arte de los “grandes maestros”, que son recordadas por la humanidad sin importar el paso de los años.

Siguiendo la línea de la temporalidad, Bolaños tampoco ubica a este tipo de creaciones de objetos estéticos dentro de lo que se concibe como la artesanía tradicional. En este sentido concuerdo con el artista ya que una característica fundamental de la artesanía, propuesta en la sección de “caracterización del artesanado”, es la existencia de la práctica en un grupo o comunidad, de forma tradicional. Asimismo dentro de la caracterización considero fundamental que el conocimiento sea transmitido de manera generacional y especialmente de forma familiar.

Con respecto a estas características de una temporalidad específica en la artesanía, y a partir de la experiencia que el artista vivió por medio de la capacitación de los grupos de textil y de pintura, Bolaños afirma: “(...) ellas no son artesanas, no lo podemos llamar artesanas porque la artesanía lleva una tradición muy larga, y el concepto de artesanías es una cuestión heredada de familia en familia. Y se ve que el grupo es muy nuevo, que aunque tengan doce años en relación a un proceso artesanal, es muy nuevo. (...) siento que a ellas se les debe enfocar por un área mucho más neo-artesanía y empezar a desarrollar en ellas las

habilidades. Una neo-artesanía es básicamente algo que nace en la urbe, o nace en un espacio como éstos grillado desde la urbe. Donde ellas van a desarrollar técnica y todo pero no es que nacieron con esto.” (Herberth Bolaños, 2012)

Continuando con el ámbito de las artesanías, la antropóloga costarricense Giselle Chang distingue entre los principales principios de clasificación de éstas los siguientes: la ubicación geográfica, la procedencia socioeconómica y la pertenencia a una cultura específica de los artesanos. A su vez toma en cuenta aspectos como la ubicación histórica del producto, la organización del taller artesanal, la materia prima y la función o uso en sociedad. (Chang, 2001:18)

Al igual que Bolaños, Chang define la neoartesanía como aquella que “(...) surge, fundamentalmente, de un entorno urbano, como respuesta a nuevas necesidades sociales, donde el conocimiento se adquiere a través del sistema educativo formal e informal; en algunas líneas, se nota la influencia de artistas y diseñadores con formación académica y aunque el conocimiento de su manufactura no se trasmite de generación en generación, en lo estético puede presentar elementos tradicionales o de inspiración en el entorno.” (Chang, 2001: 21)

El proyecto de creación en Islita actualmente se encuentra enfocado en la exploración de las distintas técnicas derivadas de las artes plásticas y por supuesto que en conjunto se lleva a cabo una exploración temática y de las habilidades y capacidades de cada uno de los partícipes. Hay que dejar claro que el objetivo primordial de la creación de estos objetos es para su posterior comercialización, la cual se lleva a cabo en la Casa Museo o bien bajo pedido de los turistas del HPI. Asimismo existe una comercialización de los productos que se da bajo empresas de diseño de interiores.

Bajo esta dinámica de comercialización dentro del ámbito turístico es que se puede comprender muy bien por qué, además de la condición de una temporalidad, no se ubican a los objetos elaborados en Islita bajo la concepción de una artesanía tradicional. Tal y como lo expone Néstor García Canclini, las artesanías en la contemporaneidad se encuentran inmersas en las dinámicas propias de nuestros tiempos, del capitalismo y de la interconexión a nivel global. “La dificultad de establecer su identidad y sus límites se agrava en los últimos años porque los productos juzgados artesanales se modifican al relacionarse con el mercado capitalista, el turismo, “la industria cultural”, con formas “modernas” de arte, comunicación y recreación.” (García, 1978: 57)

Las definiciones que expresan tanto Bolaños como Chang de las neoartesanías, concuerdan muy bien con el proceso de creación de objetos estéticos que ha venido ocurriendo en Islita en los últimos años. Esto permite añadir un elemento más a la discursiva histórica entre la definición del arte y de la artesanía, que es la concepción de una neoartesanía. Esta última añade más complejidad al entendimiento y definición teórica de los objetos elaborados en Islita, pero a la vez es muy acertada ya que considero que se ajusta al contexto que se encuentra bajo análisis.

El hecho de traspasar un conocimiento técnico del ámbito urbano al rural, por medio de la capacitación de diversas técnicas y formas de expresión plástica, es propio de las relaciones contemporáneas, específicamente del desarrollo turístico contemporáneo. En el caso de estudio específico, el proyecto turístico ha buscado trascender las ofertas turísticas convencionales que se brindan en las zonas rurales y es así como nace la creación de los objetos. Aún cuando se han tratado de conceptualizar a estos objetos como arte contemporáneo, se pueden observar la diversidad de otras categorías que se le atribuyen a los mismos.

Por el contexto y la gestión en donde nace la iniciativa de crear y vender los objetos, es que no se puede terminar esta discusión sin antes referirse a una última categoría, de entendimiento de los mismos, que es la de souvenir o algunas veces arte turístico.

### **3.6.1. Souvenirs y arte turístico**

Al denominar a los objetos estéticos producidos en Islita como souvenirs, hay que hacer necesariamente la referencia al tipo de souvenir que corresponde con este caso, ya que existen muchos tipos de éstos que dependen principalmente de su materialidad (natural o sintético), sus tipos de producción (si es manual o industrial) y por supuesto sus formas de uso o consumo. Muchas veces esta categorización de este tipo de objetos es considerada de manera despectiva, sobre todo se teme, en este caso, a que se piense al objeto como algo comercial o bien a sus creadores como unos “vendidos” porque priorizan las ventas ante la unicidad del producto.

En el caso de Islita, los objetos creados ahí, se pueden sintetizar bajo la categoría general de souvenir y esta conclusión es posible debido al valor de uso que tienen los mismos. Es decir, éstos tienen la finalidad de ser creados para ser comercializados y sus compradores, los

turistas, los adquieren para llevar un recuerdo a sus países o lugares de origen, de la experiencia turística que vivieron en Islita. “(...) el concepto en sí como tal es eso, es el recuerdo del lugar adonde estuve (...) Es un objeto de recuerdo pero para ponerlo en una pared. Tiene la utilidad de recordar el lugar.” (Herberth Bolaños, 2012)

Es importante aclarar que en esta definición se están tomando en cuenta los objetos estéticos que son producidos por parte de los “grupos de artistas locales consolidados”. Si bien existen algunos casos en que se crean trabajos que no son para la venta en Casa Museo o para el HPI, estos son la excepción. Por ejemplo, existen algunos trabajos muy importantes que han sido parte de exposiciones como por ejemplo la que se llevó a cabo en Centro Cultural de España, ubicado en San José, a la cual se hizo referencia en el capítulo dos, o bien para exponer fuera de las fronteras como fue el caso de los trabajos llevados a Guatemala. En estos casos se han incluido tanto objetos de souvenir como otros que corresponden más a un trabajo artístico por la exploración personal que se llevó a cabo al realizarlos, como lo fue el caso de los autorretratos.

Desde los inicios de las capacitaciones técnicas y temáticas de los grupos, se ha inculcado en los participantes la importancia de plasmar las historias personales de cada creador o bien temáticas emocionales importantes para ellos. Lo anterior, según el proyecto, marca la diferencia entre un objeto estético cualquiera y una obra de arte, ya que ésta última contiene un significado personal de su creador. Para Bolaños, lo anterior no aplica en este caso ya que el turista adquiere el objeto por su valor estético, o de uso en el caso de los objetos utilitarios. “Lo que pasa es que en el momento en que yo compro ese objeto, para mí ese significado no lo tiene. Porque yo no conozco la vida de la persona y no sé si está contenta o está triste. Si no que la gente se lo lleva como un souvenir. Entonces yo le decía a Loida que este objeto puede ser un souvenir o una neo-artesanía.” (Herberth Bolaños, 2012)

El souvenir se encuentra incluido dentro de una clasificación del arte que se denomina *arte mercantil*<sup>11</sup> (Root, 1996), la cual se refiere a un tipo de arte que se encuentra orientado a suplir las demandas de un mercado específico y no parte, en la mayoría de los casos, de los deseos de expresión de sus creadores. Se encuentran orientados al mercado turístico y son específicamente elaborados para sintetizar la experiencia turística a través de un objeto.

Hay que recordar que los partícipes de los diferentes grupos han tenido un largo proceso de capacitación técnica y temática, guiada siempre bajo una visión de la necesidad de

---

<sup>11</sup> Traducido del término en inglés: “commodity art”.

explorar y plasmar en los objetos los significados e historias personales. Es por esto que se reconoce que los productos que se elaboran ahí no pueden ser categorizados como cualquier tipo de souvenir. Es por esta razón, y para legitimar la validez y el esfuerzo que se ha realizado por medio de las distintas capacitaciones, que los objetos estéticos elaborados en Islita corresponden más a lo que podría catalogarse como un arte turístico. Se incluye la palabra “turístico” dentro de su definición ya ha quedado claro que uno de los objetivos primordiales del creador es que estos productos sean adquiridos por el mercado turístico.

Asimismo, otra característica importante de estos objetos que los diferencia de otros tipos de souvenirs producidos de manera masiva, es el hecho de que en Islita todo el trabajo es manual. Esta característica será ampliamente abordada en el siguiente capítulo ya que es uno de los elementos que más influye en la compra y la valoración positiva de estos objetos, por parte de los turistas. Más adelante se exponen ejemplos de cómo los compradores hacen referencia a la característica “hecho a mano” en contraposición a souvenirs que se pueden encontrar en cualquier otro lugar y que por lo general provienen de países extranjeros en donde son fabricados de manera masiva.

Este es un aspecto fundamental y muy importante que destaca la producción de arte turístico de Islita en contraposición a la oferta de souvenirs que se encuentra en otros destinos turísticos. Es muy común ahora caminar por aeropuertos, supermercados o tiendas de regalo, y encontrar un pequeño espacio para la venta de souvenirs supuestamente costarricenses. La empresa principal que se dedica a vender este tipo de souvenirs masivos en nuestro país es la compañía Café Britt, la cual envía los diseños de artesanos y creadores costarricenses al exterior, específicamente a China, para ser elaborados en materiales sintéticos como la resina o el plástico, por ejemplo. Posteriormente estos objetos producidos de manera masiva son comercializados en Costa Rica y son actualmente los souvenirs más adquiridos por los turistas ya que se encuentran en espacios de muy fácil acceso, como los previamente mencionados.

En la región geográfica inmediata en donde se encuentra ubicada la comunidad de Islita, se puede decir que no existe una gran presencia de manufactura de objetos de manera artesanal y que cuenten con una amplia tradición, como sí ocurre en otras regiones del país. Este hecho fue reconocido desde el principio por las personas que han dirigido el proyecto artístico y como lo explica su actual directora, Loida Pretiz, reconocer esto fue un punto de partida importante a la hora de capacitar y gestionar a los grupos. “Nosotros lo que tratamos

de decir es que en la zona de Islita no hay una gran tradición artesanal, no tenía yo para agarrarme como cuando llegas a una comunidad indígena en Guatemala, que hacen textiles hace cientos de años. (Loida Pretiz, 2009)” Es por esto que al inicio de los grupos se hizo una labor de reconocimiento de intereses, capacidades y habilidades manuales en la población, más que iniciar el trabajo a partir de prácticas ancestrales como si se puede trabajar en otras zonas del país en donde si hay una extensa tradición artesanal.

Existen tradiciones artesanales importantes en algunas regiones específicas del país, como lo son las cerámicas Guanacastecas (por ejemplo los casos anteriormente citados de San Vicente y Guaitil), la cestería en el Valle Central (específicamente en las comunidades de Mora y Quitirrisí), y el trabajo textil en los territorios indígenas del sur del país (por ejemplo Boruca), por poner algunos ejemplos. Sin embargo estos objetos no han podido ser muy comercializados como souvenirs para la demanda del turismo extranjero, ya que muchas veces sus productores no cuentan con los debidos medios económicos y otras facilidades para la comercialización de los mismos, por ejemplo para su transporte, posicionamiento en el mercado, asesoría y respaldo jurídico, entre otros.

Lo anterior ha suscitado que en el mercado local se combine la producción nacional con otros objetos de souvenir provenientes de otros países de América Latina. En la década de los años ochenta entró fuertemente el mercado de productos Salvadoreños, en los noventa primó la producción suramericana, específicamente de Bolivia y Perú y en la actualidad los souvenirs provienen principalmente del oriente, de países como China, Indonesia y Tailandia.

Lo anterior se puede considerar como un fenómeno que no está mal en el sentido que se ofrece al turista una oferta de objetos estéticos a nivel regional, sin embargo no se ha abordado por el comercio de esa manera y más bien ha primado la mentira y la invención de la proveniencia de esos objetos. Como experiencia personal, recuerdo en Moravia en la calle donde se encuentran las tiendas de artesanías y souvenirs, que el vendedor en un caso me indicaba que unos bolsos elaborados en textil eran costarricenses, cuando en realidad yo tenía conocimiento que eran elaborados en Perú.

El turista, sobre todo el extranjero, no especializado o informado de la procedencia de cada objeto de souvenir no tiene por qué saber de dónde viene cada objeto y tampoco conoce la producción nacional, es por esto que la estrategia de mentira por parte de los vendedores de souvenirs, funciona exitosamente y es perpetuada. La falta de apoyo institucional en Costa

Rica hacia el sector del artesanado ha suscitado que se permita lo anterior y no se les brinde un respaldo a los productores.

Asimismo, la falta de apoyo por parte del gobierno a las empresas artesanales, que por lo general son pequeñas empresas familiares, se manifiesta no sólo en la falta de apoyo financiero y respaldos jurídicos, sino que también en los mecanismos para la conservación y difusión de las prácticas tradicionales. Existen instituciones que se encargan de capacitar artesanos sobre todo en comunidades rurales, sin embargo los niveles de capacitación se limitan a planos técnicos y no trascienden en la investigación de tradiciones o la suscitación de creatividad artesanal desde lo interno de cada comunidad.

Un ejemplo de este tipo de capacitaciones la presenta en la actualidad en nuestro país el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), el cual está dedicado a la capacitación, facilitación y desarrollo de conocimientos técnicos y empresariales en distintas áreas, sobre todo con respecto a actividades económicas como la agricultura y los oficios tradicionales. Con respecto a las capacitaciones en el ámbito artesanal, las cuales se encuentran muy dirigidas hacia el ámbito de elaboración de objetos con fines turísticos, esta institución aplica una especie de “receta” en la creación. Sobre todo en lo que respecta a la capacitación de grupos de mujeres de zonas rurales para la manufactura de objetos artesanales y souvenirs.

Como parte de una observación participante que llevé a cabo en el año 2006 en territorio indígena Maleku, ubicado en la provincia de Alajuela en la zona norte del país, pude conocer de manera personal la metodología con la que trabaja esta institución. Para ese entonces se encontraban capacitando a un grupo de mujeres en la elaboración de souvenirs en jícara.

Los productos en jícara, sobre todo la talla de éstas, son tradicionales en los pueblos Maleku, hasta los niños de estas comunidades lo practican, sin embargo el INA introdujo variaciones estilísticas y temáticas en la elaboración de productos que se adaptaran más a la demanda turística nacional y regional, donde prima el colorido como atractivo para el extranjero.

Al observar la metodología con la que opera esta institución, pude reconocer que ésta lleva a la zona ideas preconcebidas de lo que deberían ser los tratamientos formales y temáticos de los objetos en jícara. Por ejemplo llevaban los moldes, los colores y la animalística por plasmar. Privilegiaba el color puro sin degradación y como animales los más gustados por el turista como lo son los monos y las ranas, íconos emblemáticos en la actualidad de una “Costa Rica verde”, es decir el imaginario de una Costa Rica ecológica.

No se trabajó con las mujeres una exploración derivada de los principales elementos simbólicos y determinantes en su cultura. Por ejemplo, durante mis visitas a dicho territorio indígena, me he dado cuenta de la importancia que sus habitantes atribuyen a la temática de la muerte en su cotidianidad. Tradicionalmente se considera que existen dos tipos de muerte: la mala muerte es resultado de un accidente por ejemplo una picadura de culebra o ahogarse en el río, y la buena muerte se atribuye a causas naturales como la muerte por vejez o alguna enfermedad. En ningún momento esta institución indagó aspectos culturales relevantes para los mismos integrantes como lo son la temática de la muerte, o bien la importancia que se le atribuye a ciertos animales como el jaguar, el cual es vital en su mitología.

En la actualidad el turista que visita este territorio indígena se encuentra con estos objetos coloridos, los cuales podrán llevar a sus casas junto a las fotografías y los recuerdos de su experiencia turística la cual fue acentuada por el espectáculo que el turista puede pagar para conocer sobre la supuesta tradición indígena. En este participan los niños quienes expresan algunas palabras en la lengua nativa Maleku, la cual en realidad se está perdiendo ya que solamente un 20% de su población la conserva y se ha perdido gracias a los procesos de ladinización que se ha venido sufriendo por la falta de trabajo agrícola, el cual solamente se le da a los “blancos” y no a los indígenas<sup>12</sup>. Asimismo, los actores portan lo que ellos llaman sus trajes y máscaras tradicionales los cuales son producto de una invención para dicho espectáculo y no forman parte de la cotidianidad ni de la tradición de estas personas.

Es rescatable en Islita la metodología empleada por la directora del proyecto y de los grupos locales, Loida Pretiz, ya que procura en la medida de lo posible que se utilice como la materia prima de la zona. También se puede decir que los “grupos de artistas locales consolidados” han tenido algunos procesos de indagación de temáticas propias de la región y muchas veces se plasman las costumbres y tradiciones de Guanacaste.

A continuación se presentan ejemplos de las tradiciones plasmadas en una serie de tablas cerámicas, elaboradas por una de las integrantes del “Grupo Cantarrias”, el cual se dedica a la elaboración de objetos cerámicos. Salvadora me expresó cómo para ella fue muy fácil encontrar historias que contar en los cuadros cerámicos, ya que ella tiene muy vivos los recuerdos de su niñez y de los modos de vida tradicionales de Guanacaste.

---

<sup>12</sup> Estos datos son derivados de una conversación informal con dos jóvenes pertenecientes al palenque o comunidad de Margarita en territorio indígena Maleku, llevada a cabo en el mes de Noviembre del año 2010.



Imagen 14. Tablas cerámicas realizadas por Salvadora Cruz, integrante del “Grupo Cantarrias”.

En una ocasión ella me contó la historia que se narra en la primera tabla cerámica, la cual se trata sobre la práctica tradicional de la recolección de cultivos en el campo, y ella lo expone de manera graciosa y muy clara:

“Cuando estaba pequeña tenía un tío que vivía como a dos kilómetros, en el Guanacaste que llama uno. Llegaba un señor a tocar guitarra con mi papá, el siempre llevaba unas bestias y nos las prestaba y entonces lográbamos para ir adonde ese tío. El tenía cuadrado, pues cuadrado sembrado. Entonces él siempre le decía a mi mamá que mandara a traer maíz. Entonces mi mamá se fue conmigo y yo iba jalando una bestia, un caballo. Se hacían esos pegaderos de barro y la condenada bestia no quería pasar entonces yo más la jalaba, por último se paró de manos y yo salí vaciada ahí dentro del charco. A un lado quedó el cuadrado y al otro el saco del maíz. De ahí me sacó mamá llena de barro.” (Salvadora Cruz, 2012)

Las tablas cerámicas son solo un ejemplo de los objetos estéticos que anteriormente clasifiqué como “trabajos artísticos”, junto a éstas también se encuentran elaboraciones literarias, autorretartos, entre otros. Una funcionalidad primordial que tiene la creación estética es la documentación. En este sentido, si se piensa a futuro, este tipo de manifestaciones estéticas podrían estar documentando importantes elementos culturales tradicionales de estas comunidades.

A su vez, este proceso de exploración temática a partir de la elaboración de objetos estéticos, se ha tornado importante para los partícipes de los “grupos de artistas locales consolidados”, en la medida en que son ellos mismos quienes han indagado en su propia historia, sus costumbres y sus tradiciones, y esto refuerza la “imagen valorativa” (Sieber en Alcina, 1982) que tienen como grupo cultural.

# Capítulo IV

## Imaginería Turística: los objetos y la autenticidad como parte de los imaginarios turísticos

---

La veneración de objetos es una práctica humana universal. En todas las culturas se puede identificar que la elaboración de éstos no se limita a su creación para fines meramente utilitarios o cotidianos. El ser humano trasciende lo utilitario y es ahí donde surge la adjudicación de universos simbólicos a los objetos y a la elaboración específica de los mismos para ser venerados, para que brinden protección y buena suerte, entre otros ejemplos. En fin, un objeto puede tener una serie de funcionalidades que no corresponden solamente a la satisfacción de necesidades cotidianas de sobrevivencia orgánica, si no que trascienden al plano simbólico, mitológico o religioso.

En América Latina existe un legado de la religión cristiana que responde a la práctica de adoración de imágenes. La imaginería barroca ha sido parte importante de esta tradición religiosa en donde escultores especializados se han dedicado a la elaboración de imágenes de santos, ángeles y arcángeles en madera, vidrio, pelo humano, entre otros materiales. Según el cristianismo cada uno de estos personajes tiene su representación terrenal plagada de signos y símbolos que los caracterizan. Este es tan solo un ejemplo de una tradición religiosa occidental en donde la imagen se vuelve un sustento del credo y de una ideología para hablar en términos más generales.

Es por esta razón que me surgió la idea de realizar una analogía conceptual entre la imaginería de una tradición religiosa con las imágenes que sustentan la experiencia turística, es decir el souvenir o el arte turístico. El turismo se ha convertido, en los últimos años, en discurso o credo del desarrollo y progreso en nuestro país. La elaboración de los objetos para que el turista se lleve recuerdos a sus países de origen, se ha tornado para muchas personas en una forma de subsistencia económica. Por ende una arista más del fenómeno turístico como lo han sido las normas “debidas” de atención al visitante, los servicios hoteleros y de entretenimiento, entre otros.

Los objetos de uso cotidiano, conocidos también como “utilitarios”, no necesariamente tienen que estar exentos de la adjudicación de una dimensión simbólica. Por el contrario muchos de los objetos funcionales, al ser tan vitales dentro de la cotidianidad de ciertas personas y grupos, pasan a ser simbolizados a veces hasta el nivel que llegan a ser íconos identitarios de una región o cultura específica. Tal es el caso del comal en la provincia de Guanacaste el cual funcionalmente es utilizado para la cocción de las tortillas de maíz. En San Vicente en Nicoya, existe una especialización en la manufactura de los objetos cerámicos. Mayra es la especialista en comales y muchas personas de la zona, así como turistas, visitan su casa-taller para elegir los que más les gusta y conviene.

El comal, por tradición, es un objeto que forma parte de los íconos representativos de la “Guanacastequidad” o en otras palabras, de la cultura Guanacasteca. Hoy en día, un comal hecho a mano por Mayra o por cualquier otra persona que trabaje la cerámica, puede ser un recuerdo o un regalo muy simbólico aún cuando nunca llegue a ejercer su funcionalidad primaria en la cocina y vaya a terminar colgado en una pared de una casa, a manera de decoración. Se le adjudicará entonces una nueva funcionalidad a éste, la de recordar una experiencia o una visita a la región

En el caso de Islita, los objetos no responden a un orden de elaboración tradicional milenaria como en el caso que expuse con anterioridad, pero existe un hecho importante y es que se están elaborando gracias y bajo el contexto del modelo de Turismo Responsable Islita. Esto le da un valor agregado a los mismos y los convierte en objetos muy atractivos para el turista el cual, al comprar el objeto, responde a la lógica de RSE y realiza una devolución económica a la comunidad.

En este capítulo se exponen, en primera instancia, las principales concepciones de idearios e imaginarios turísticos que han sido sintetizadas en cuatro grandes categorías según Daniel Hiernaux-Nicolas (2002). Paralelo a estas definiciones, se exponen cómo los objetos estéticos son complemento de estos imaginarios y en general de las experiencias turísticas que buscan los visitantes en sus destinos de viaje. Sin embargo, este sistema de producción y consumo de objetos estéticos está inmerso dentro de una serie de estándares o características específicas que definen su autenticidad, ya que gran parte de la búsqueda del turista se orienta por vivir una experiencia única y exótica, por ende su objeto de recuerdo debe responder a estos imaginarios de exotismo y autenticidad. Es así como se presenta también una serie de

características que, según las lógicas culturales y de mercado, definen o no a los objetos como auténticos, únicos y hasta irrepetibles.

Las llamadas “marcas de autenticidad” son sujetas a análisis cultural ya que son construidas como imaginarios y representaciones de contextos culturales específicos. En el sistema capitalista e industrializado en el que se inserta el HPI, los turistas buscan en sus objetos características que los remitan más bien a un estado “primitivo” de la humanidad por la presencia de elaboración manual en contraposición a la mecánica, la utilización de materiales provenientes de la tierra y la garantía de que el diseño va a ser único en el mundo.

Aún cuando el turista romantiza los objetos y su experiencia turística en general, éste se sigue guiando bajo una lógica mercantil capitalista. Es por esta razón que el fenómeno, sin importar si se llama arte, artesanía o souvenir, nos inserta dentro de lo que podría concebirse como una tienda de regalos, con sus debidas dinámicas mercantiles y sociales específicas. Es por esto que se expone en este capítulo una última sección dedicada a explicar y ejemplificar, por medio de relatos etnográficos, estas relaciones en tres casos guanacastecos: Playa Conchal, San Vicente e Islita.

#### **4.1. Ofertas e imaginarios turísticos**

A partir de finales de la década de los años ochenta e inicios de los noventa, se empezó a dar una respuesta a las prácticas de turismo masivo, así como una nueva búsqueda de destinos no frecuentados por el mismo. El nuevo tipo de turista, que algunos autores denominan como “post-turista”, responde a una preocupación de la época por la crisis medio ambiental. Por esta razón, el mismo demanda en sus visitas destinos que se presenten como más “conscientes” y en “armonía” con la naturaleza.

Asimismo, este tipo de turista cuenta con un alto poder adquisitivo y por lo general visita muchas partes del mundo, y por esto presenta, por lo general, una serie de gustos específicos y sofisticados. También se ha caracterizado por la búsqueda de experiencias turísticas novedosas, “auténticas” y “exóticas” tanto en el ámbito del medio ambiente como en el cultural. Los hoteles, y los servicios turísticos en general, se han ajustado a este tipo de demanda y han ofrecido opciones de ocio y recreación orientados a satisfacer los idearios del nuevo tipo de turista.

“Básicamente, la tendencia de la demanda marcó que los que fueron nuevos productos ofertados se encontrasen encuadrados en dos grandes paquetes altamente vinculados: medio ambiente físico (la naturaleza) y medio ambiente cultural (patrimonial-identitario). Estos elementos contribuyeron en principio al fin prefijado, esto es, renovar los destinos de masas, pero más importante aún fue potenciar el desarrollo del turismo en muchas áreas a las que el clima y la geografía no ayudaron con los turismos clásicos, lo cual consumaba plenamente al sistema turístico como máximo representante de los movimientos globalizadores. (Santana, 2003: 33)

Junto a este fenómeno de turismo sofisticado y diferenciado de los “convencionales destinos turísticos”, propio de los años noventas, nacen una serie de caracterizaciones para este nuevo turismo entendido como “alternativo”. Entre ellas se encuentran el “turismo ambiental o ecoturismo”, el “turismo étnico”, el “turismo rural”, entre otros. En la actualidad, se puede decir que las dos últimas categorías se condensan en una sola, en el “turismo cultural”.

Gran parte de la oferta cultural se encuentra dirigida a la apreciación de la cultural material, y por lo general de corte monumental, de las poblaciones visitadas. Tanto el componente cultural como medio ambiental, se aprecian desde una visión que los convierte en “exóticos”, es decir ajenos pero atractivos a la vez, para el turista. “Cultura y naturaleza, presentadas a modo de paisajes conjuntos o disociados, segmentados como historia, adaptación monumentalidad, etnografía, fauna, arquitectura, arqueología, flora, gastronomía... así con un orden algo caótico, han reordenado y redefinido el sistema. A través de esta forma de turismo, además de las modas y estilos de vida que le acompañan, se logran ofertar una serie de manifestaciones culturales caracterizadas por su atemporalidad, no estar aparentemente sujetas a ningún espacio y hallarse agregadas a grupos humanos o sociedades más virtuales que reales.” (Ídem)

En Costa Rica, ha primado en la oferta turística el componente ambiental, sin embargo, ante la gran cantidad de destinos que lo proponen dentro de sus paquetes turísticos, la mayoría han incorporado el elemento “cultural” como parte de los atractivos, enfocado muchas veces en el capital humano y su producción material, y en muy pocos casos el capital simbólico. La RSE ha llegado a ser la oferta empresarial que promete “consciencia” ante las problemáticas ambientales, pero también ofrece el involucramiento de las poblaciones receptoras del turismo en los procesos de “desarrollo”.

Los turistas que visitan Islita responden a este nuevo tipo de turismo “consciente con el medio y con la cultura”, pero a la vez cuentan con una serie de deseos y necesidades específicas para que su experiencia turística sea multidimensional y multisensorial, es decir, que en su visita a la región puedan realizar distintas interacciones con el medio físico y humano, lo cual a su vez les genere sensaciones diferentes y novedosas.

Esta construcción de experiencias “ideales” se dan porque las personas se encuentran constantemente re-pensando la historia, sus realidades actuales y modificando sus prácticas, sus deseos y hábitos constantemente. Es así como, se construyen de manera colectiva los imaginarios sociales de las realidades, los cuales se encuentran sujetos a interpretaciones de carácter subjetivo.

“El imaginario puede ser entonces definido en forma preliminar como el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado. La representación que el imaginario elabora de un proceso, es construida a partir de imágenes reales o poéticas (inmersas en el campo de la fantasía). (...) El imaginario turístico es entonces aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico; es decir, a las numerosas manifestaciones del proceso de viajar”. (Hiernaux-Nicolas, 2002: 8)

El turismo es una construcción social que se encuentra marcada y elaborada a partir de los imaginarios de las sociedades occidentales. Es decir, la idea de viajar por placer y ocio responde a una serie de idearios, normas y comportamientos de las sociedades capitalistas en donde la experiencia de conocer y viajar a otras tierras está plagada por los ideales de esas sociedades, sobre todo por el consumo de bienes y servicios. Asimismo, es importante aclarar que los imaginarios responden a un contexto económico y social específico. Es decir se construyen, pero también nos hablan del contexto histórico en el que nos encontramos insertos. Un ejemplo que ya se ha mencionado con anterioridad, es que desde los años noventas, y aún en la actualidad, ha primado la preocupación por la preservación del medio ambiente.

Ante las posibilidades actuales de obtener la información y la comunicación de manera inmediata, la industria turística ha tenido que adaptar sus ofertas a una clientela que se encuentra sumamente informada y comunicada, y por esta razón no se conforma con los destinos y ofertas clásicas para el ocio y la recreación. “No se puede olvidar que los destinos, las agencias de viajes y tour-operadores, tratan de conquistar cuotas de mercado, captando a

una clientela específica a través de la creación de expectativas diferenciadas, aunque sea en matices, (...) Si algo distingue a estas formas sofisticadas de turismo es la posibilidad de incrementar su atractivo añadiendo y/o modificando subproductos-componentes del producto general, adecuándolo por supuesto a las condiciones y requerimientos de su clientela potencial, pero también a las posibilidades de inversión y características concretas de las empresas (generalmente pequeñas o medianas) y agencias (gubernamentales o no) implicadas en las áreas de explotación.” (Santana, 2003: 35)

Costa Rica es actualmente uno de los destinos turísticos más reconocidos a nivel mundial, sobre todo por su biodiversidad y distintas opciones de paisajes en un territorio geográficamente pequeño, por ende muy fácil de recorrer en poco tiempo. Esto hace que la oferta turística sea extensa y variada, sin embargo existen muchos hoteles y centros turísticos que no se conforman con ofrecer las mismas atracciones que otros y por esto han optado por diversificar sus ofertas de diversión y atención al visitante.

El autor Daniel Hiernaux-Nicolas hace referencia a lo anterior a nivel general: “(...) se reconoce de que la oferta se ha diferenciado profundamente en cuanto a la multiplicación de destinos, pero no fundamentalmente en diferenciación del “producto” turístico. Por ello, el exotismo ha empezado a primar cada vez más como estimulante a nuevos viajes, reduciendo a los destinos clásicos y demasiado “vistos”, a una simple caja de resonancia de la demanda turística de quienes no pueden o quieren acceder a productos más elaborados y sofisticados”. (Hiernaux-Nicolas, 2002: 24)

Es decir, ya no basta con ofrecer los convencionales “tours de monos”, las clases de surf y snorkeling como atractivos principales, ya que se han vuelto muy comunes para las personas que visitan Costa Rica, y muchos de ellos vienen al país varias veces y no quieren repetir siempre las mismas experiencias. Asimismo, el turista con alto poder adquisitivo, por lo general, se encuentra constantemente en busca de prácticas que estén “a la moda” como por ejemplo las clases de Yoga, y es muy común en nuestro país encontrar ahora que los hoteles ofrecen esta práctica como su especificidad.

En el caso de estos hoteles llama mucho la atención la explotación del recurso Yoga que es ofrecido al huésped en todas sus manifestaciones: comida vegetariana, ropa especial, meditación y hasta iconografía referente al Yoga en las paredes y en artículos en la tienda de regalos. La oferta específica del turismo, en este caso, se encuentra de manera generalizada y es apropiada por los visitantes quienes han optado por hospedarse en ese tipo de hoteles por

su especificidad del Yoga. A la vez se comportan bajo las conductas y actos derivados de esta práctica, que para muchas personas a nivel mundial, se ha vuelto en ideología y hasta podría decirse que en religión.

Este ejemplo de un producto específico ofrecido al turista sirve para ilustrar lo que se concibe como un modelo turístico. “Un modelo turístico es entonces una combinación de un acto y un producto turístico, que puede ser generalizado como tipo ideal en un contexto dado. La presencia repetitiva de ofertas similares (...) así como la evidencia de comportamientos similares de numerosos turistas (...), induce a plantear que se está en presencia de un “patrón” o “modelo”. El modelo es así una referencia a comportamientos “acto-producto”, que pueden ser identificados como dominante en un destino en una región determinada.” (Hiernaux-Nicolas, 2002: 30)

Dentro de este esquema se encuentra el HPI quien ha optado por ofrecer dentro de sus atractivos la opción de visitar un museo y la posibilidad de comprar objetos realizados en este espacio para llevar un recuerdo de la experiencia vivida. Si bien no se pueden observar conductas tan generalizadas, o mejor dicho estandarizadas, en los turistas en Islita, si se puede hablar de una serie de imaginarios e idearios que estos buscan suplir durante su visita.

En este caso, la experiencia turística convencional es trascendida por la opción de la posibilidad de adquirir objetos producidos a mano y en la misma comunidad. Es por esto que pretendo a continuación explicar cuatro idearios que Hiernaux-Nicolas identifica como los principales imaginarios turísticos del mundo occidental. Éstos los presento en tres secciones y haré especial referencia al caso de Islita, y cómo en este destino turístico se pueden observar estos imaginarios e idearios buscados por el turista. Asimismo, cómo los diferentes servicios y atractivos que el hotel y su modelo turístico ofrecen para suplir las necesidades derivadas de los idearios, por ejemplo a través de: la comodidad, aire acondicionado, restaurante gourmet, cancha de golf, spa, tours de senderos, tour a caballo, clases de surf, el museo, entre otros. Este último en realidad es una oferta bastante novedosa y “exótica”, ya que muchos turistas afirman que no conocían un lugar que tuviera un museo en donde la gente de la comunidad elabora y vende arte turístico.

#### 4.1.1. La conquista de la felicidad

“La felicidad es algo que el turista quiere ver presente en todo acto turístico” (Hiernaux-Nicolas, 2002:13). El acto turístico se refiere a la práctica, en palabras del autor de “hacer turismo”. Como ya expuse con anterioridad, éste se encuentra plagado de conductas y comportamientos que se ligan, en las sociedades occidentales, directamente con las prácticas de consumo. Este hecho es importante para la presente investigación ya que evidencia que la adquisición de ciertos objetos, en este caso los estéticos o el arte turístico, son pruebas de la felicidad que se vivió durante la experiencia de vacacionar.

Asimismo, el turista tiene un deseo muy importante de retratar de manera tangible, sus momentos de felicidad solamente. “(...) los álbumes de fotos, los videos y las estanterías están repletos de demostraciones del consumo turístico cultural, imágenes que muestran al turista junto o abrazado al nativo, la misma persona en pose ante las pirámides, un cañón o un castillo, cuando no ataviada con las mejores galas indígenas supuestamente participando de un ritual o una tarea productiva. El ansia de fijar la memoria, de materializarla en un formato que permita compartirla, está ampliamente generalizado.” (Santana, 2003: 39)

Para corroborar esta teoría basta con ingresar al Facebook de las personas que conocemos (o muchas veces ni conocemos) y observar sus fotografías de vacaciones. La presencia de paisajes, de comidas y de objetos adquiridos, y en general de sonrisas en las fotografías, son la evidencia del retrato de los momentos de felicidad. Las personas no documentan momentos de enojo, dolor, angustia, cansancio, entre otros, ya que estos están asociados con la desdicha e infelicidad, y no son exactamente la prueba de que se pasaron buenos momentos durante las vacaciones o el acto turístico.

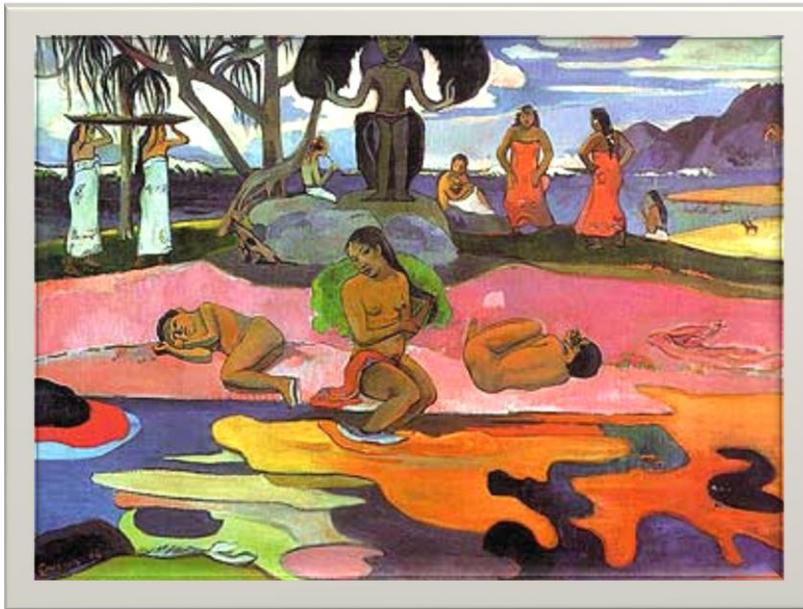
De igual manera que las fotografías, la adquisición de objetos estéticos, sean estos elaborados en la misma comunidad que se visitó, o bien, las más comunes reproducciones masivas; vienen a reforzar el recuerdo de estos momentos y evidencian que “se estuvo allí”. “No es extraño encontrar múltiples y variadas reproducciones miniaturizadas de construcciones (pirámides egipcias o mayas, templos y catedrales con solera medieval, torres y obras escultóricas) que, aunque lleven la inscripción Made in Taiwan, China o cualquier otra área con mano de obra barata, ésta se vuelva invisible a los ojos del que adquiere su prueba de ‘estar allí’.” (Ídem)

El imaginario se trasmite por medio de lo que Hiernaux-Nicolas llama como “subterfugios”, pero también a través del relato. Es así como se puede llegar a concebir al

objeto como un relator, la prueba tangible y el recordatorio de la experiencia de felicidad. Tal y como se puede evidenciar en esta exclamación de Eileen, una turista estadounidense quien expresó con emoción y una gran sonrisa en su rostro, lo que ella siente al entrar en su casa y ver todos los artículos decorativos que ha adquirido en Casa Museo en Islita, tales como: espejos, móviles, cuadros, entre otros. “Y cuando yo pongo la llave y abro la puerta ¡Es Islita!” (Eileen, 2009. Traducción personal)

Ya sea que se coloque finalmente el objeto en la casa, en la oficina de trabajo, o en la casa u oficina de alguna amistad, en el caso que haya sido un regalo; este objeto va a estar inserto, de alguna manera u otra, en la cotidianidad de la persona que viajó, y por ende se le adjudicará un uso simbólico importante, el de recordar la experiencia y la felicidad. “(...) el turista reintegrado a la vida laboral recompone, en la mirada diaria al objeto-souvenir, una suerte de iluminación que da sentido al contexto de vacaciones del cual se encuentra temporalmente excluido. Por ello, es que el objeto, más que ser visto como simple objeto de memoria (“souvenir”) adquiere un papel central en la recordación por su apoyo a la capacidad del turista para entender mejor su experiencia, extraerle los idearios y reconstruir los imaginarios; el objeto de memoria es entonces una puerta de comprensión de las dimensiones subjetivas del acto turístico, y por ende, un potente instrumento analítico del imaginario.” (Hiernaux-Nicolas, 2002: 32)

#### 4.1.2. El deseo de la evasión y el descubrimiento del otro



*“Dice la gente: todos estos colores ficticios (de mis cuadros de Tahití) no pueden existir en la realidad. Sin embargo, eso existe como equivalente de la grandeza, la profundidad y el misterio de Tahití, cuando uno quiere expresar estas cosas en un metro cuadrado de lienzo”. (Gauguin en: Hess, 1998: 47)*

Imagen 15. “El día de los dioses”. Paul Gauguin, 1894.

Paul Gauguin fue un gran pintor francés del siglo XIX. En un intento desesperado por escapar de los convencionalismos y la artificialidad asfixiante del estilo de vida de Europa de fin de siglo, se embarcó en 1891, en una aventura a la Polinesia. Esto, con el fin de encontrar la esencia humana de sus habitantes “primitivos y exóticos” y poder plasmar así el verdadero sentido de vida y “la pureza humana” en sus cuadros.

Al igual que Gauguin, muchos de los turistas que visitan Islita en la actualidad están tratando de escapar de sus realidades asfixiantes y ritmos de vida ajetreados. Estos buscan una experiencia distinta en donde el día a día esté cargado de sensaciones novedosas para sus cuerpos y para sus ojos, así como la pureza de la naturaleza que los rodea y los sumerge en un ambiente de posibilidades que probablemente nunca antes habían experimentado. En general se busca la evasión de la propia sociedad para sumergirse en otra muchas veces lejana.

Es así como, desde el canto de un pájaro en la mañana, las paredes de las casas llenas de colores y texturas, hasta las personas que son habitantes de esas tierras trabajando en sus labores cotidianas; el turista construye la experiencia de una vida “exótica” y “puramente humana”. “La diferencia es entonces objeto de consumo y la comunidad visitada se equipara

ahora con el Mall o centro comercial en donde la otredad es convertida en una mercancía más que puede ser comprada.” (Root, 1996: Viii. Traducción personal.)

Es por esto que la presencia del componente de la otredad se torna tan importante para los turistas actuales. En el caso de Islita, el hecho de que los objetos sean elaborados por las manos de los habitantes de la comunidad hace que ese objeto que se llevarán a sus casas tengan un valor agregado, ya que es hecho por una persona perteneciente a una sociedad “exótica”, y ellos (los turistas) aunque sea por cuestión de una semana o menos, vivieron en esta sociedad. Aún cuando no hayan salido del restaurante, del spa y en general del hotel para conocer la cultura de Islita y alrededores, pudieron vivir en otra sociedad y esto es lo que importa al volver a sus hogares.

Hay casos de turistas que visitan Islita que pretenden ir más allá de una experiencia convencional, y se interesan por conocer e involucrarse en las actividades de la “cultura local”. Por ejemplo, algunos compradores de objetos quieren conocer quién los manufactura y pueden llegar a conocer a la persona que hizo el objeto que se están llevando. También hay otros que se interesan por participar un poco en las actividades cotidianas de la comunidad. “Ese público exige cosas, retroalimenta también. Es un turista que quiere venir a vivir una experiencia. Digamos, quiere venir y hacer un collar con las Papaturras o a algunos les gusta venir y jugar un partido de fútbol en la plaza, o hacer una candela (...) El turista hasta el momento es de muy alto poder adquisitivo y quieren ir a vivir una experiencia pero igual se quieren ir al spa, pagar ochenta dólares por un masaje, en su cuarto con aire acondicionado.” (Pretiz, 2009)

El HPI presenta como oferta turística la posibilidad de conocer la iniciativa de creación de objetos estéticos, y esto es primordial como parte del atractivo que ofrece el hotel. Hay que recordar que este modelo se basa en lo que se conoce como un “turismo cultural” que pretende involucrar las manifestaciones propias de las comunidades en donde se encuentra el hotel, durante la experiencia turística.

“En el caso del turismo, se ha matizado y se ha filtrado por la intervención de los agentes turísticos que delimitan, a través de la oferta selectiva, lo que puede ser visto y lo que es preferible esconder”. (Hiernaux-Nicolas, 2002: 22) La estrategia mercadológica del hotel ofrece esta opción de elaborar objetos con las personas de la comunidad y esto se exhibe principalmente en su página de internet o bien se pasa de boca en boca la información por medio de huéspedes del hotel.

### **4.1.3. El regreso a la naturaleza**

Como se pudo ver en la sección anterior, la característica del arte que llama la atención al visitante es la elaboración por parte de personas “comunes y corrientes” de la comunidad. Esta condición la convierte en una “creación pura” y por ende en objeto de fascinación: la estética de lo exótico.

Los visitantes expresan que se están llevando una parte de Isleta con ellos a sus casas en el sentido medio ambiental, les recuerda a las conchas, los árboles, semillas y otros elementos de la naturaleza que son materia prima para la elaboración de los souvenirs. De alguna forma los conecta con la naturaleza, con la playa y con el paisaje de la región en general

Tanto el producto como la diferencia del contexto cultural, son apropiados por parte de los visitantes, en su mayoría extranjeros. En una relación mercantil, el hecho de que un turista viaje una distancia muy grande y compre este tipo de manifestaciones estéticas, le dan cierto grado de poder ante la cultura que visita. Sobre todo si este contexto es rural y está en un país considerado como del “tercer mundo”, como lo es concebido Costa Rica.

“Exotismo, en su forma mercantil aparece como una apreciación sofisticada de otras culturas o una nostalgia estetificada por un lugar o tiempo diferente, pero el contenido de las imágenes exóticas lo vinculan fuertemente al colonialismo y al sistema contemporáneo del dominio de la economía y la cultura.” (Root, 1996: 30. Traducción personal.)

Como se pudo ver en la afirmación anterior, el turista extranjero al adquirir estéticas de lo diferente, además del grado de empoderamiento simbólico que logra por medio de su moneda, obtiene a la vez un estatus específico. A la hora de llegada a su país, no trae consigo solamente la idea romántica de como estuvieron en un territorio que antes era indígena y por eso se crea la idea de que todavía se vive en armonía con la naturaleza, sino que, al llegar a su ciudad de origen, éste desempaca objetos que después pondrá en su gran “repisa antropológica” como muestra y prueba de sus visitas a comunidades rurales alrededor del mundo.

La exotización del componente indígena como medida de atracción turística es una práctica muy común por parte de las agencias y otros entes turísticos. Esto ocurre de forma muy natural en muchos países latinoamericanos que han optado por vender su tradición indígena y en ciertos casos hasta inventarla (como lo es por ejemplo en la elaboración de máscaras y otros souvenirs que no corresponden a su tradición), como una medida de sobrevivencia en el sistema capitalista.

Como parte del discurso mediático del HPI, las particularidades tanto culturales como medio ambientales de la región se han exagerado y hasta inventado para crear así la mejor escenografía para el turista. Toda esta exaltación de los componentes propios de una región y cultura nos traen a la luz una inquietud fundamental, la temática de la autenticidad. “La cultura es igual que la naturaleza: un espectáculo.” (García, 1978: 11)

¿Los Chorotegas tenían una tradición del masaje como parte de sus rituales? Un dato muy interesante que el hotel aporta en su casa Spa, en donde presenta el “Masaje Chorotega” como una de las experiencias que por una cantidad considerable de dólares el turista puede disfrutar: “Arte Chorotega: Masaje de Espalda, Cuello y Cabeza. Un ritual calmante y de curación practicado por una de las tribus nativas de Guanacaste para liberar la tensión que se da típicamente desde la espina hasta el cráneo. Una cálida infusión de romero con aceites picantes armonizan cuerpo y mente para una experiencia única de paz.”<sup>13</sup>

El turista que disfruta de un consumo cultural y que responde al perfil del visitante de este destino turístico, descrito ya en secciones anteriores, probablemente en próximo año va a “googlelear” utilizando como palabras claves “lugares exóticos” y se preguntarán ¿Cuál será nuestro próximo destino? Para responder a esta pregunta la gran industria mediática del turismo los guiará a partir de imágenes, que al igual como lo plasma Gauguin en sus obras de Tahití, se encuentran cargadas de colores incomprensibles, discursos y construcciones de nuevos mundos de esas realidades poco exploradas.

## **4.2. Las marcas de la autenticidad**

Ante este panorama descrito con anterioridad, de cómo la industria turística se vale de la invención y exaltación de componentes “exóticos” para la experiencia de los visitantes, como lo son el legado indígena, la armonía y conexión con la naturaleza y hasta las supuestas tradiciones materiales de una cultura; es que nace la necesidad de ubicar y analizar a los objetos estéticos elaborados en Islita y en general al fenómeno de producción y consumo del arte turístico.

Más que cuestionar si es éste es o no un “arte genuino”, es decir aquella visión del arte portadora del aura del creador a la que se refiere Walter Benjamin, se torna fundamental estudiar e identificar que este sistema de objetos están hablando de un contexto de relaciones

---

<sup>13</sup> Tomado de: Hotel Punta Islita. “*Menú Casa Spa*”. Pág. 3. (Traducción personal.)

económicas y de una especificidad de un modelo turístico que busca la relación con la naturaleza, la autenticidad y lo exótico en la experiencia turística.

Fundamentalmente se da la búsqueda de la originalidad, en este caso, en ir más allá de las fotografías de la convencional postalita que se llevan consigo a su país de origen como souvenirs. Los turistas, al colocar el objeto en sus casas u oficinas, como ya se había expuesto con anterioridad, tendrán un recuerdo de su viaje a Islita y a la vez lo cuentan y testifican a través de una pieza, un objeto exótico, hecho a mano por “gente común”. Esto refuerza su imaginario turístico que se enfoca en esa experiencia feliz, exótica y en armonía con la naturaleza.

El autor Christopher Steiner (1999) retoma los principales planteamientos que Benjamin propuso en su ensayo denominado “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” (1973), y los enfoca bajo el contexto de las relaciones de producción y consumo del arte turístico Africano.

En su tiempo, Benjamin planteó cuestionamientos fundamentales sobre la autenticidad del arte en un contexto de industrialización creciente en el mundo occidental. Debido a los medios mecánicos que facilitaron la reproducción de las obras de arte, Benjamin consideraba que se pierde la esencia de las mismas, al pasar de planos de creación y consumo ritual a la cotidianidad.

Lo anterior llama mucho la atención de Steiner quien se plantea el fenómeno de producción masiva y no masiva del arte turístico, bajo las concepciones planteadas por Benjamin de la pérdida del aura y la autenticidad de la obra reproducida. Fundamentalmente Steiner se cuestiona lo siguiente: ¿El creador tiene que preocuparse constantemente en satisfacer las demandas de un consumidor o un mercado específico que es la industria turística? Y “¿Aquellos que crean arte turístico son realmente artistas? ¿Es el arte turístico realmente arte? ¿Qué hace la gente con ellos (el arte turístico) después de haberlo comprado?” (Steiner, 1999: 89.Traducción personal.)

Estas preguntas básicas que se hace el autor son paralelas a gran parte de los intereses de la presente investigación, ya que en este caso es fundamental, más que tratar de encasillar o categorizar a los objetos estéticos como arte, artesanía, souvenir u otros, conocer qué dimensiones simbólicas son atribuidas a los objetos por parte de los creadores y los compradores. Esto para entender que la producción de objetos estéticos responde al contexto específico bajo el cual se están elaborando. “En lugar de concebir el arte turístico como un

sistema aislado de la producción y reproducción cultural, es más apropiado concebirlo como uno de los muchos sistemas de representación.” (Steiner, 1999: 102. Traducción personal.)

Lo anterior demuestra cómo se puede posicionar a la producción específica, directamente dentro de un sistema cultural lleno de representaciones y construcciones sociales derivadas de la práctica de elaboración. Antes de juzgar la validez y la autenticidad de una creación, se debe estudiar cuáles son las dimensiones simbólicas atribuidas a las mismas para más bien validar o no las gestiones que se encuentran detrás de los procesos de producción y consumo, y con esto se puede determinar a la vez el éxito de la misma en el sentido en que estén manifestándose ciertas dimensiones del bienestar subjetivo, en los creadores.

En los compradores también interesa saber cómo se apropian del objeto por medio de lo que se puede concebir como “rituales” del turista con respecto al objeto que han comprado, para conocer las dimensiones simbólicas que tanto compradores como destinatarios (en el caso de que sean un regalo) les atribuyen.

Como ya se había expuesto con anterioridad, la visión de Benjamin pretende romantizar a los objetos estéticos y concebir como válidos y auténticos a aquellos que sólo sean creados bajo el contexto ritual. “Es de decisiva importancia que el modo aurático de existencia de la obra de arte jamás se desligue de la función ritual. Con otras palabras: el valor único de la auténtica obra artística se funda en el ritual en el que tuvo su primer y original valor útil.” (Benjamin, 1973: 26) Esta visión del autor posiciona a todas aquellas elaboraciones que no responden a esta génesis y función ritual mágica-religiosa, como objetos sin validez cultural.

Existen posiciones que analizan el arte turístico, las cuales responden al modelo de Benjamin, y legitiman al arte turístico según su contexto de creación. Steiner expone el caso de Benneta Jules-Rosette quien al igual que él, estudia también las relaciones entre productores y consumidores del arte turístico Africano. “Entre otras cosas, Jules-Rosette aspira a elevar la validez cultural y la importancia intelectual del arte turístico demostrando que esa forma de arte no consiste solamente en objetos de producción masiva sin sentido pero existen signos de estética genuina creativa y algunas veces genio artístico (en contraste al modelo de Benjamin).” (Jules-Rosette en: Steiner, 1999: 89. Traducción personal.)

Si bien concuerdo con la tarea de Jules-Rosette de reconocer la validez estética y la creatividad del arte turístico, aún cuando éste sea parte de un sistema de producción masiva, se debe tener claro que en el caso específico de Islita, los creadores se encuentran

reproduciendo técnicas dotadas por otras personas que son los artistas del centro urbano quienes los han capacitado.

Después de casi diez u doce años (en algunos de los casos), de existencia de los llamados grupos de artistas locales consolidados, la dimensión técnica en la creación ha sido bastante trabajada. Sin embargo a futuro se debe traspasar a un nivel de exploración de la creatividad para proponer a partir de la técnica aprendida algo personal. “Ahora están acostumbradas a recibir una cuestión puramente técnica. Y en esta etapa en la que están, lo técnico ya no es tan importante. Vea que todas hacen lo mismo. Es una tablita de tanto por tanto, pasan la línea con gubia y pintan y etc. Eso hace que hayan entendido una técnica pero no la pasan más allá. Usted no ve una cosa diferente de lo que hace una compañera de otra. Entonces va a pasar mucho más tiempo para que ellas puedan liberarse y soltarse.” (Bolaños, 2012)

Según el artista Herberth Bolaños, esta transición permitirá entonces que los creadores pasen de una simple reproducción de patrones técnicos a la expresión de su creatividad a partir de los medios plásticos. Es decir, si se logra realizar lo anterior entonces se podría hablar de un lenguaje artístico de cada creador, con propuestas técnicas y expresivas inherentes a cada uno, o según Bolaños, “más auténtico”.

Las concepciones de autenticidad en el arte turístico también pueden variar según las culturas. “Yo sugiero, que el arte turístico efectivamente produce sus propios cánones de autenticidad un discurso auto- referenciado- de la realidad cultural que genera una medida interna de valor-verdadero.” (Steiner, 1999: 95. Traducción personal.)

El caso que analiza Steiner de arte turístico africano, se trata de un modelo de elaboración masiva y en serie de los objetos. “Buscando a través de cualquier galería de arte o mercado instalado en el oeste Africano urbano, uno se impresiona inmediatamente por las líneas de objetos idénticos situados uno al lado del otro en estantes y paredes para su exposición.” (Steiner, 1999: 94. Traducción personal).

La idea de autenticidad del objeto, que se forma el comprador responde a esta lógica que han apropiado los creadores al exhibir por ejemplo un mismo tipo de máscara, elaborada con la misma madera, adornada con las mismas conchas y con presencia del exacto mismo diseño, de manera canónica. Es así como, la autenticidad es expuesta por los vendedores y medida por los creadores a partir de los elementos repetitivos o redundantes en vez de los que manifiestan la unicidad u originalidad. “En este esquema, el objeto único representa lo anómalo o lo no-deseado, mientras que una amplia gama de (estéreo) tipos significan lo

canónico y por lo tanto lo que no es preferible de coleccionar.” (Steiner, 1999: 96. Traducción personal.)

En el caso de Islita la concepción de autenticidad del objeto se define por parte de los creadores a partir de la unicidad en cada creación. Los productores manifiestan que desde el inicio del proyecto, la directora del mismo les ha inculcado la visión de que cada pieza debe ser única y eso los va a diferenciar entre un artesano y un artista, tal y como se pudo ver en el capítulo tercero. “Loida nos inculcó el concepto entonces fuimos entendiendo que podíamos hacer piezas únicas, esa era la idea, hacer piezas únicas. Que no fuera algo en serie, como una receta que podía hacer una y después entonces podía hacer veinte. La idea no es esa, si no hacerla diferente cada pieza. Que cada pieza que adquiere el cliente es única. Los únicos que tienden a hacer algunas copias, pero está dentro de la técnica, es la xilografía, pero cada pieza dice que es una de tantas copias. Entonces en este caso el cliente está sabido de eso, que van a haber otras copias.” (Marta Figueroa, 2012)

Como se puede observar en el relato anterior, tanto creadores como compradores del objeto buscan su especificidad y unicidad con respecto a otras piezas. Asimismo, los productores reconocen que la especificidad de su trabajo no solo se encuentra en el producto final sino que también en sus formas de trabajo, del uso del material y de las temáticas que se tocan, logrando así una “identidad” específica. “Tal vez las telas son iguales pero las formas de trabajar son diferentes. Algunas bordan de una forma, otras de otra. Unas bordan con conchas, otras bordan con palitos. Es decir que nosotras tratamos que los trabajos de nosotras no sean iguales. Sí pueden ser parecidos pero no iguales. Porque yo puedo hacer una ramita y hacerle las hojas con palitos, pero otra en vez de usar palitos usa conchas. Y casi todas tenemos ya una identidad. Al menos ya nos identificamos con los animales también. Porque al menos a mí me gustan las mariposas, otras que los perritos y así.” (Cecilia Aguilar, 2012)

Un aspecto primordial recalcado por los turistas, es que ellos buscan esta especificidad en los objetos que adquieren para llevarse a sus casas como adornos o regalos. Diferencian y valoran la producción que se realiza en Islita con respecto a otros souvenirs que pueden encontrar en centros turísticos cercanos. “Es souvenir auténtico, no del tipo de aeropuerto. Cada vez que viajo, especialmente a América Central, siempre trato de encontrar los lugares en dónde los artesanos locales tienen sus trabajos. Resultan ser los mejores regalos para otra gente, pero también me toca llevarme algo a casa para mí”. (Turista Estadounidense, 2012. Traducción personal.)

Marta Figueroa, es la actual encargada de la Casa Museo y de la atención a los visitantes de ésta, reconoce que los turistas específicos que visitan Isleta valoran mucho que los objetos no sean producidos de manera masiva y los comparan constantemente con objetos que pueden encontrar en zonas cercanas como Sámara y Carrillo, por citar dos ejemplos. “Hay una parte de la demanda que si es muy consciente de eso, yo creo que eso va a ir creciendo también. Porque aquí nos llegan más clientes del lado de Sámara y Carrillo, que dicen que en Sámara no hay nada hecho por los locales. Hay cosas que son súper baratas, porque tienen una mano de obra atrás que no tiene ningún respaldo. Pero creo que eso nos toca a nosotros de tener esa campaña. El comprador que viene aquí valora eso.”(Marta Figueroa, 2012)

Aparte de la característica de la unicidad estilística en la creación de los objetos, existe otra que considero fundamental para reconocer lo que, tanto creadores como consumidores, consideran una marca de la autenticidad. Este es el acabado rústico o no perfecto, el cual evidencia que el objeto es hecho a mano y por personas sin mucho conocimiento en la técnica. Néstor García Canclini remite a esta característica como una de las fundamentales búsquedas dentro del imaginario turístico. “La fascinación nostálgica por lo rústico y lo natural es una de las motivaciones más invocadas por el turismo.” (García, 1978:72)

También existe una visión generalizada que cuando un objeto presenta alguna evidencia de que es elaborado a mano, es sinónimo de su autenticidad. “Hay cosas que para mi siguen siendo artesanía porque son muy similares a lo que usted ha visto en otros lados, solo que tienen el toque personalizado. Porque esos vidrios tienen cosas muy diferentes, como muy rústicos, porque es algo muy manual. Usted ve que el alambre está un poco dañado en algunas partes, porque no es una persona que tenga mucha experiencia en el asunto. Tal vez yo no diría que es arte pero sí es algo muy personalizado, que lo hace ser único.” (Marta Figueroa, 2012)



**Imagen 16. Collares de vidrio. Realizados por integrantes del grupo “Las Papaterras”. Expuestos y a la venta en Casa Museo.**

En este caso es el alambre dañado y no perfectamente trabajo. Sumado a esto, existe una equiparación de la categoría “rústico” con la falta de experiencia y competencia artística de su creador. Estas características, según el testimonio específico, presentan al objeto como único y tal vez no se ubica dentro de una categoría de arte pero si se considera que lleva la marca de su creador, por ende se le confiere la denominación de “objeto personalizado”.

A continuación se presenta otro relato que sirve para ejemplificar muy claramente lo anterior. Félix es un habitante de Corozalito, y aún cuando no conforma parte de ninguno de los grupos consolidados, su trabajo en madera, sobre todo de pilones, marimbas y bateas, es muy buscado por Harry Zürcher, el dueño del HPI, quien le ha hecho encargos de estos objetos para decorar el hotel, ya que éste sabe lo que llama la atención al turista en cuanto a características de los objetos de decoración. “Aquí tal vez el gusto de nosotros, el acabado si uno pudiera lo dejaría bien bonito, bien pulido. Ojalá barniz y toda la cosa, para el gusto de nosotros de verlo así. Pero para la gente, tal vez para el extranjero es diferente. Cuando hice los pilones de don Harry, yo quería dejarlos bien puliditos y él me dijo: “No no no, déjalo que le quede la seña del hacha, la motosierra o el machete, lo que sea con lo que vos trabajas. Déjale eso así, yo para comprar una cosa bien detallada y bien pulida voy a Sarchí. Estamos aburridos de ver eso.” Para mí mejor porque menos tenía que meterle trabajo. Pero así como les gusta a ellos uno tiene que hacerlo al gusto de ellos porque uno lo hace para el cliente y como el cliente lo quiere uno tiene que dejárselo así. Si es cierto que si ellos quieren algo bien bonito y bien detallado ellos saben adónde venden eso.” (Félix, 2012)

Ambos relatos expuestos con anterioridad ejemplifican, desde la visión de los productores, la importancia de la autenticidad en los objetos por medio de características fundamentales como lo son “rústico” y “hecho a mano”. La búsqueda de la autenticidad en el arte turístico es generalizada para los compradores de este tipo de objetos. Para el caso de Islita, se pudo observar más arriba la comparación que hacen los turistas de los objetos que pueden encontrar en esa comunidad con otros que provienen de centros masivos de producción, especialmente del oriente, y son distribuidos por intermediarios.

Los vendedores e intermediarios están conscientes que para el turista es indispensable la presencia de “marcas” o hechos que atestigüen esa autenticidad. Steiner hace referencia al caso africano: “Uno de los indicadores más simples de la “autenticidad” de una máscara Africana son las “marcas de sudor” en el interior de ésta-signo de que la máscara “ha sido bailada” (Steiner, 199: 98. Traducción personal.) Lo anterior no impide que comerciantes

africanos que venden las máscaras a los turistas en los mercados, muchas veces tiñan el interior de las mismas con aceites derivados de la palma, en los lugares adonde originalmente se encontrarían estas marcas de sudor.

Las dinámicas comerciales que se generan a partir de la búsqueda de satisfacción de los requerimientos que hacen los turistas en su búsqueda por objetos exóticos y auténticos, son muy interesantes y pertinentes para dicha investigación. Serán ejemplificados a continuación por medio de tres relatos etnográficos en distintas regiones de Guanacaste.

### **4.3. La tienda de regalos**

#### **4.3.1. Un espacio no convencional: El caso de Playa Conchal**

En las afueras del Hotel Meliá Conchal, después del portón de salida que divide al “parque de diversiones” hotel todo incluido con la playa de arena blanca y aguas turquesas del pacífico costarricense, se encuentran los llamados “artesanos” posicionados en círculo con sus puestos de ventas. El círculo invita al turista a pasearse por cada uno de los puestos, a hacer una especie de “window shopping” tal y como se hace en el centro comercial, antes de decidirse por los artículos que llevarán como souvenirs a su país de origen.



**Imagen 17. Ventas de souvenirs en Playa Conchal. Fotografía por Layla Zaglul.**

La lógica comercial es interesante ya que los vendedores de los productos utilizan sus mejores estrategias de ventas, especialmente la labia. Casi todos hablan inglés y en su discursiva prima la mentira y la exageración. Se hacen pasar por los creadores de los productos o bien familiares de los supuestos creadores. “Yo digo que esto lo hace mi tía aquí en Costa Rica” (Alex, 2011), dice un joven Nicaraguense, cuando en realidad muchos de los artículos supuestamente artesanales y hechos a mano son re-ventas.

Los mismos son comprados a un proveedor que los trae de países como Tailandia, Indonesia o China y los encargan bajo catálogo. “Esto yo se lo compro a un Argentino que es el que trae las cosas desde Tailandia para vender en esas tiendas grandes de souvenirs que hay en Tamarindo. Yo le encargo la cantidad de cosas y el material que quiero.” (Alex, 2001)

La mentira como estrategia de venta no solo se aplica en el origen o procedencia de manufactura de los objetos, como se hace cuando se inventa que lo hacen ellos mismos o sus familiares y que son de Costa Rica cuando ni siquiera son hechos en América. También se miente en cuanto a la materia prima de los mismos. Esto ocurre sobre todo con los objetos hechos en madera. Hace unos años éste era un material muy común en la artesanía costarricense y muy reconocido en el exterior por la diversidad y variedad de maderas de calidad que se podían conseguir en nuestros bosques.

En la actualidad estos productos provenientes de los países asiáticos elaborados de manera masiva, imitan las propiedades de la madera cuando en realidad, casi siempre, son conglomerados que fusionan maderas baratas con materiales derivados del petróleo como el poliuretano o el plástico. A los turistas se les vende como si fueran maderas de mango, cocobolo y coco especialmente.

Para Alex, el joven Nicaragüense que se dedica a revender productos comprados por catálogo, este fenómeno si afecta a los artesanos del país sobre todo a los que tienen tradición y especialización en la madera como lo son los de Sarchí y San Carlos. Sin embargo él reconoce que es muy normal que se esté dando este fenómeno ya que la materia prima sobre todo la madera, es muy cara y para el artesano costarricense se hace cada vez más difícil conseguirla y trabajarla. En cambio, Alex indica que en los países asiáticos que se están dedicando a la producción masiva de objetos aparentemente artesanales, es muy común que las personas estén acostumbradas a trabajar de manera industrial y muy mal pagados ya que muchos viven con tan solo un dólar diario.

La opinión de Alex ayuda a dimensionar el fenómeno de la producción masiva de objetos estéticos y de souvenir desde la perspectiva de la manufactura y materia prima de los mismos. También Alex toma en cuenta que en Costa Rica muchos de los artesanos han dejado de lado la tradición debido a que no existe el mercado turístico que existía hace una década aproximadamente. “En Costa Rica desde el año 2000 ya no hay turismo”. (Alex, 2011)

#### 4.3.2. Los museos: casos de San Vicente e Islita, Nicoya

Además de la exhibición de trabajos y objetos, en ambos casos los museos de estas comunidades están destinados a la venta de los productos elaborados en las mismas. La finalidad de las tiendas de regalos de los museos es que el turista adquiera objetos catalogados como “artísticos” en Islita y como “artesanales” en San Vicente, pero sobre todo lo que interesa es la característica de estos objetos “hechos a mano”.

En ambos casos los objetos que se venden en los museos traen consigo la firma o el nombre de la persona de la comunidad que los realizó. La mayoría de las veces es adjudicada directamente al producto, es decir no solamente por medio de una etiqueta que después puede ser desadherida del mismo. En el caso de la cerámica en San Vicente, los artesanos firman por medio del calado o pintura de la pieza. En Islita, dependiendo de la técnica con la que se realizó el objeto se pinta, se cala o se borda la firma del creador.



Imagen 18. Ejemplos de piezas cerámicas elaboradas y a la venta en San Vicente. Se encuentran firmados por medio del calado.

Éstas pueden ser de distinta índole, ya que unas contemplan el nombre completo (es decir nombre y apellidos), otras solamente su nombre de pila y en otros casos solo las iniciales.

La presencia de la firma en el objeto genera entre el objeto y su comprador una relación importante de cercanía. Refuerza la idea de objeto “hecho a mano” lo cual se convierte en un capital simbólico para el mismo. La firma o nombre es un elemento clave que para el turista se convierte en el sello de autenticidad del objeto ya que éste busca tener el aura del creador sintetizado en lo material o físico. Al tener el objeto la firma o nombre, los compradores saben que no están comprando un objeto masivo hecho en Asia como lo es el caso de Café Britt.

Mi visita a San Vicente coincidió con una serie de capacitaciones que se estaban realizando en la comunidad vecina de Guaitil, para coordinar con los artesanos de ambos pueblos la realización de un sello para adjudicar a las artesanías la denominación de origen. Maribel Sánchez, la actual presidenta de la Asociación del Ecomuseo de San Vicente, expresa que esto es muy importante para que los artesanos se consoliden como una empresa, ya que temen que les copien los diseños como lo están haciendo algunas personas de otras regiones del país y de Centroamérica, quienes copian los diseños y dicen que son artesanos de San Vicente. “Café Britt nos ha quitado todo el mercado a los artesanos. Tiene el monopolio. Por eso se está dando la lucha para sacar el sello de garantía, para que nadie nos pueda imitar. Igual no pueden ya que ninguna pintura reemplaza al curiol. Los chinos son astutos pero no nos ganan.” (Maribel Sánchez, 2011) Asimismo, algunas empresas invitan a los artesanos a firmar para que les den sus diseños y posteriormente los envían a china para la fabricación masiva de los mismos, solo que en otros materiales como la resina y el plástico.

El turista busca en su viaje la experiencia de lo exótico y lo auténtico o puro. Es por eso que bajo esta estrategia, en ambos casos, los museos ofrecen al visitante una experiencia para comprender la elaboración de los objetos dentro del contexto comunitario. Parte de la experiencia total es conocer sobre la procedencia y manipulación de la materia prima. Es así como en el caso del Ecomuseo de San Vicente, al turista se le muestra paso a paso la elaboración del proceso de una pieza cerámica. Se le explica desde la extracción y preparación del barro hasta la horneada del mismo. Esto le confiere a este museo la categoría de Ecomuseo, el cual en la actualidad se encuentra como parte de la red de museos comunitarios del Museo Nacional. El concepto de Ecomuseo implica: “Que el museo involucre a todo el paisaje comunitario. La participación activa de la comunidad y el turista forman parte de la cotidianidad. Cuando llegan turistas que quieren aprender sobre la

cerámica, se les lleva adonde se extrae el barro y se les muestra todo el proceso, ellos lo van haciendo con las personas de la comunidad.” (Ronald Martínez. 2011)

En Islita por otro lado, la Casa Museo permite al visitante ver el proceso de manufactura de las piezas ya que el taller se encuentra anexado a la tienda de regalos y a la galería. La manipulación “en vivo” de la materia prima, que muchas veces proviene de la playa como lo son las conchas, maderas, arena, entre otros, le refuerza al comprador que su objeto es “auténtico y puro”. “Cada día más el turista quiere vivir una experiencia, no solo ir a tirarse panza arriba al sol. Entonces si pueden ir a una comunidad no sólo a ver obras, sino por ejemplo a hacer un taller de joyería con las Papaturras o a hacer una taller con el grupo de grabado.” (Loida Pretiz, 2009)

El hecho de que estos objetos estén siendo producidos para el mercado turístico, lleva muchas veces a que la producción se adecúe al gusto del comprador. En San Vicente los artesanos se han adaptado al gusto y a la demanda del turista. Otros se dedican a elaborar piezas que simplemente les gusta hacer, como lo son las réplicas arqueológicas que según muchos artesanos no son gustadas por los turistas. “Los turistas expresan que todo es lindo. Lo ecológico es lo que más les gusta. Precolombino, antepasados si hacían tema ecológico pero más sugerido. Se hacen más que todo animales de la zona. El mono se vende más en papagayo. El colibrí, la salamandra, se busca el animal de la zona. El mono en Guanacaste (...) Hay personas que les gusta conservar (la tradición indígena por medio de las réplicas). Al turista no le agrada. Les gustan las piezas con el mono, el garrobo. Las piezas arqueológicas no son gustadas. Se me pegan las arqueológicas, éstas se hacen solo bajo encargos.” (Maribel Sánchez, 2011)

Aún cuando es tradición ancestral, y se realiza de manera cotidiana y generacionalmente, la artesanía en San Vicente hoy en día se encuentra al servicio de la industria turística. Los creadores, artesanos, toman en cuenta los gustos y la demanda del turista y a partir de eso producen piezas específicas. Esto lo convierte en souvenir, pero se combina la satisfacción de la demanda estilística del turista con la producción según los gustos personales de cada artesano. Por ejemplo a Maribel le encanta hacer la Múcura (mujer) y a la vez se le vende bastante. Es una lógica de juego de intereses comprador-vendedor que funciona actualmente.

# Capítulo V

## Efectos secundarios del color: conclusiones e impactos subjetivos de la participación en los procesos de desarrollo turísticos y artísticos en Islita

---

La comunidad de Islita, así como los caseríos cercanos a ésta, han sido protagonistas de una serie de cambios infraestructurales, económicos y sociales en los últimos años. La introducción de la industria turística ha significado el motor de desarrollo para dicha región. Este discurso es interiorizado y compartido tanto por los promotores y ejecutantes de la gestión turística, así como por los habitantes de las distintas comunidades. Muchos de éstos han participado como fuerza laboral en el proyecto hotelero y es por esto que ellos, así como sus familias, han sido impactados directamente por la industria turística.

Es por esta razón que se torna importante analizar la visión de desarrollo bajo la cual se ha ejecutado la gestión turística, que como ya he expuesto en capítulos anteriores, tiene la particularidad del involucramiento de los habitantes de las distintas comunidades en los procesos de desarrollo de la zona. Más inusual aún es esta propuesta turística en la medida en que ha propiciado la participación comunal a través de distintos procesos de producción de objetos estéticos. Es en este último ámbito en que se enfoca el presente capítulo, pero el objetivo principal es conocer la manera en que el elemento de creación de éstos ha generado una serie de impactos, significados y beneficios en distintas dimensiones de las vidas de sus creadores.

Este capítulo combinará la teoría antropológica del bienestar, que a su vez es sumamente interdisciplinaria, con las perspectivas de los habitantes y los gestores. El carácter reflexivo de dicho capítulo es crucial y es en sí la síntesis del proceso investigativo.

En una primera sección se presentan algunas conclusiones sobre los tipos de gestiones y modelos de desarrollo turístico existentes, así como los principales factores que influyen en estos procesos. Seguidamente, se invita al lector a reflexionar sobre la posibilidad de desarrollar iniciativas turísticas que tomen como base el bienestar comunal, por medio de un repaso por una visión no economicista del desarrollo y más bien, una que tome en cuenta los aspectos subjetivos del ser humano en pro de su bienestar.

Seguidamente se expone la importancia que el elemento de creación lúdica puede tener en las personas a nivel general, para después mostrar la especificidad encontrada en Islita y las distintas dimensiones del bienestar y los pesos simbólicos adjudicados a los procesos de creación, por parte de los participantes de los “grupos de artistas locales consolidados”. Posteriormente se analiza el proceso de gestión artística llevada a cabo en la comunidad, haciendo especial énfasis en las implicaciones del uso de ciertas categorías para denominar a los objetos estéticos creados ahí, así como la metodología empleada para el desarrollo y la consolidación de la producción. Asimismo, se presentan las principales valorizaciones, que han atribuido al proyecto, las personas que no son directamente partícipes de los grupos pero que de alguna u otra manera han sido impactadas por el mismo. Éstas son los turistas-compradores y los familiares de los partícipes, especialmente los niños quienes representan las nuevas generaciones y posiblemente serán relevo de muchos de los creadores actuales.

Esta última sección que se dedica a pensar en estas comunidades a futuro, abre la posibilidad de generar una reflexión final en cuanto a los impactos subjetivos generados de la creación estética y la importancia de incentivar y apoyar institucionalmente a la misma. Así como pensar la posibilidad de un desarrollo turístico, en nuestro país, que contemple como prioridades las necesidades y el bienestar de las comunidades receptoras.

## **5.1. Conclusiones generales entorno al fenómeno del turismo**

### **5.1.1. Algunos factores que influyen en el desarrollo y en la gestión turística en una región determinada**

Existe una serie de características o elementos que vinculan un espacio geográfico y por ende a su comunidad habitante, al turismo. A continuación presento un listado general de elementos que considero los principales atractivos turísticos a nivel latinoamericano. Éstos se

encuentran ejemplificados con lugares o casos específicos y están ordenados según lo que considero su importancia:

- *El paisaje y su especificidad geográfica.* Es decir si es montaña, zona costera, si existe la presencia de ríos u otras fuentes de agua. La biodiversidad de especies, de flora y fauna, específicas de la región. Un ejemplo de esto es el Parque Nacional Corcovado situado en la península de Osa en Costa Rica, el cual representa un porcentaje muy alto de la biodiversidad planetaria en una extensión territorial muy pequeña.
- *La presencia de arquitectura pre-colonial como templos y vestigios arqueológicos.* Éste caso es muy común en el norte de Centroamérica y en la región Caribe de México, en donde existen vestigios arquitectónicos de importantes culturas precolombinas. O bien, la presencia de arquitectura específica de un contexto histórico y que representa un estilo de la época. Un ejemplo de lo anterior se puede ver en las iglesias y los balcones peruanos que son el reflejo de una arquitectura colonial. Como producto de los patrones arquitectónicos impuestos en la región de América y la utilización de mano de obra indígena, se crea el estilo arquitectónico denominado como “Barroco de Indias”, en donde se plasma el sincretismo religioso entre ambas culturas.
- *Existencia de una tradición o manifestaciones contemporáneas de objetos estéticos.* Estos pueden ser arte, artesanías, neo-artesanías, souvenirs u otros. Especialmente si existen talleres especializados para la manufactura de éstos y que se puedan a la vez conocer o visitar. Ejemplos de este tipo de comunidades en Costa Rica son: San Vicente (Nicoya, Guanacaste), Sarchí (Alajuela) y el caso de esta investigación Islita (Nicoya, Guanacaste).
- *La celebración de festejos, festivales u otras ceremonias de corte tradicional y que corresponden a cierto grupo religioso o artístico.* Éstas por lo general son reconocidas a nivel mundial y su epicentro de celebración es específico a una región

geográfica. Tal es el caso de la celebración de la semana santa en la ciudad de Antigua, Guatemala.

Las especificidades que presentan cada región o comunidad, así como el éxito turístico derivado de éstas, depende mucho del tipo de gestión que se lleve a cabo a partir de los elementos característicos. Es decir, no basta con tener las condiciones geográficas o las manifestaciones materiales y culturales para que la zona o comunidad tenga éxito a nivel de atracción turística. Muchas veces una región presenta todas estas cuatro variables en conjunto, pero debido a la falta de gestión y apoyo Estatal e institucional, no se llega a concebir la región como un espacio turístico reconocido a nivel mundial.

El tipo de gestión que se lleve a cabo por parte del Estado o bien de autogestiones que nacen a partir del conocimiento y esfuerzos “de base” a nivel comunal, pueden influir en los apoyos de entes o instituciones gubernamentales y no-gubernamentales. Es decir, si existe una inquietud y acciones para la promoción de las características específicas de la región o comunidad para potenciarlas a nivel turístico, existirá a su vez interés por otros entes que brinden apoyo financiero y capacitaciones para llevar a cabo los proyectos.

Un elemento fundamental para que los desarrollos sean de base en contraposición a modelos turísticos impositivos extranjeros, o de enclave, es lo que el autor David Kleymeyer denomina como “la energía cultural”. Sobre todo con respecto a los contextos comunitarios latinoamericanos, Kleymeyer recalca la importancia de “(...) el orgullo y una firme identidad cultural, así como la solidaridad y la energía colectiva resultantes” (Kleymeyer, 1993: 21), en donde es fundamental la participación de los eventuales beneficiarios en el diseño de proyectos y gestiones dirigidas al desarrollo comunitario.

De esta forma el autor afirma que “(...) la expresión cultural, con toda su riqueza y variedad, es un medio importante para generar y orientar una fuerza social vital que puede llamarse energía cultural”. (Ídem) Es decir, la fuerza de la identidad local, la energía cultural, no solo posibilita la creación de iniciativas sólidas y duraderas, sino que permite a las comunidades conocer cuáles son sus fortalezas y diseñar iniciativas a partir de ello. Dicha fuerza social vital debe estar en la raíz de la iniciativa, dándole impulso y en última instancia determinando el éxito de la misma. Una energía cultural débil, caracterizada por un sentido de identidad frágil y una imagen colectiva negativa, se convierten en elementos que obstaculizan los proyectos de desarrollo y reducen la participación, motivación y acción comunitaria.

La existencia y el éxito de un desarrollo de base no sólo se debe a la existencia de cohesión social o de la energía cultural, la falta de medios económicos y la falta de capacitación en ciertos temas administrativos y de gestión de proyectos en las comunidades, son también obstáculos para poder elaborar propuestas para proyectos de gestión turística planteados desde y para la atención de las necesidades de las comunidades mismas. Lo anterior puede llevar a que la elaboración e implementación de estos proyectos se den por parte de agentes externos a las comunidades o al país en sí. Esto puede tener implicaciones a nivel de desconexión identitaria entre los actores y entes gestores, y las regiones geográficas y sus comunidades humanas.

Asimismo, puede causar que el tipo de gestiones turísticas se den sin atender los intereses principales de las personas y del medio ambiente, convirtiéndolas así en una especie de turismo de la dependencia, denominado por algunos autores como “enclave”, en donde puede primar la explotación del medio natural, de la fuerza laboral y la incorporación de patrones y prácticas culturales totalmente ajenos y no beneficiosos. Lo anterior trae a la luz la pertinencia y las posibilidades de que se desarrollen gestiones turísticas positivas para la naturaleza, y dirigidas también hacia el beneficio de las comunidades humanas receptoras.

Es importante, a la hora de llevar a cabo estudios del desarrollo que partan del turismo, cuestionar el modelo bajo el cual opera cada caso específico. De esta manera se podrían determinar los impactos que tienen los desarrollos turísticos en dos esferas: la social y la medio ambiental, que a su vez no las podemos concebir como dicotomías indisolubles sino que al hablar de un entorno comunitario, necesariamente se incluye al ser humano como parte del medio ambiente.

“De tal manera diremos que si el turismo no contribuye a superar la pobreza y otras necesidades sociales de las comunidades donde este se emplaza, entonces socialmente tal desarrollo no es ventajoso. Del mismo modo, si el desarrollo turístico conlleva destrucción de la naturaleza, su efecto es negativo para el entorno natural.” (Cordero y *otros*, 2002: 52) Es por esto que también al hablar del tipo de desarrollo turístico sostenible, es un elemento fundamental de atender, no solo la protección y recuperación de elementos naturales en peligro, sino que también el bienestar de las comunidades humanas.

### **5.1.2. Contextualización de la visión de un desarrollo basado en el bienestar**

En la historia del gobierno costarricense se han dado una serie de procesos que han permitido que el Estado se acerque a lo que se conoce como un Estado de Bienestar. Es decir, una responsabilidad por parte de este ente de brindar a las personas ciertas estructuras fundamentales que garanticen una buena calidad de vida, con todas las implicaciones que esta categorización conlleva. La serie de garantías sociales de carácter público y democrático, hasta hace pocos años eran de interés fundamental por parte de los gobiernos costarricenses. Entre los principales bienes sociales se encuentran la salud y la educación pública. Estos dos pilares del bienestar humano, sumado a un relativo “pacifismo”, han implantado un imaginario social de bienestar en nuestro país, tanto así que Costa Rica es considerada por muchos como un “país feliz”.

Menciono esta última adjetivación de nuestra población por dos razones básicas. La primera es para incitar a un cuestionamiento y re-pensamiento crítico y constante de nuestra verdadera realidad como país. Segundo, lo que está más directamente relacionado con esta investigación, la importancia de una categoría aparentemente tan simple como lo es la felicidad en un análisis sobre el desarrollo humano.

Esta noción puede ser considerada desde muchas aristas, sin embargo es importante mencionar el tipo de desarrollo bajo el cual se han tratado de guiar a las gestiones realizadas en Islita y en las comunidades cercanas, sobre todo la que le compete a la creación artística.

La idea de tomar en cuenta el capital humano en el desarrollo económico de una región responde a una visión, podría decirse “ética” del mismo. “En los últimos años hemos presenciado cambios significativos en el análisis del crecimiento y el desarrollo económico, cambios que se traducen en la nueva relevancia que se atribuye al “capital humano”. (...) –en particular al desarrollo de la destreza y la capacidad productiva de toda la población–ha contribuido a suavizar y humanizar la concepción de desarrollo”. (Sen, 2001: 76)

Esta visión trasciende los indicadores convencionales de desarrollo, sobre todo los basados en el enfoque del Producto Interno Bruto, y engloba dentro del enfoque tradicional economicista a valores humanos fundamentales como lo son las capacidades y libertades con que cuentan las personas para incrementar distintas dimensiones del bienestar en sus contextos.

Un caso de desarrollo económico y social que parte de la creación de objetos estéticos, se acerca a un enfoque de desarrollo de capacidades humanas, lo cual tiene implicaciones

directas e indirectas en el ámbito económico de la región. “En consecuencia, la ampliación de la capacidad del ser humano reviste una importancia a la vez directa e indirecta para la consecución del desarrollo. Indirectamente, tal ampliación permitiría estimular la productividad, elevar el crecimiento económico, ampliar las prioridades del desarrollo, y contribuiría a controlar razonablemente el cambio demográfico; directamente, afectaría el ámbito de las libertades humanas, el bienestar social y la calidad de vida tanto por sus valores intrínsecos como por su condición de elemento constitutivo de las mismas.” (Sen, 2001: 77)

Es así como el fomento de las capacidades y oportunidades (libertad) de las personas para desenvolverse de manera positiva y satisfactoria en sociedad, tiene implicaciones en el bienestar a corto y largo plazo. La noción de un modelo de desarrollo inclusivo y valorativo del componente humano o “cultural”, tiene como objetivo entonces impactar distintas dimensiones de los contextos sociales y de las estructuras que los conforman. Estas pueden ser tangibles o medibles, como el caso del crecimiento económico, o bien subjetivas y un poco más incómodas de determinar, como lo es en general la felicidad entendida como bienestar.

La implementación de un modelo de desarrollo comunitario basado en la participación de los habitantes en distintos procesos creativos, responde en definitiva a la concepción de desarrollo “humanizado” que expuse con anterioridad. Es así como el modelo de Turismo Responsable Islita inició su gestión a partir del reconocimiento de una serie de necesidades comunales que dentro de su papel “solidario, responsable y filantrópico” debían ser atendidas.

Entre estas necesidades el modelo visualizó lo que ellos consideraron como un índice alto de pobreza debido a que la actividad agropecuaria era casi la única opción laboral en la región y esta era deficiente. Esta problemática estaba generando un proceso migratorio fuerte el cual desembocaba en la falta de cohesión y acción comunitaria.

Esta situación permite identificar la dimensión fundamental en la cual se basa la perspectiva antropológica del bienestar, esta es la satisfacción de necesidades humanas a través de una serie de bienes comunales. Montoya y Drews sintetizan los distintos bienes y necesidades que, a su criterio, presentan la mayoría de comunidades: “Los bienes de la comunidad incluyen el capital financiero, los recursos naturales, el capital construido, y los capitales humano, social, cultural y político. Las necesidades humanas incluyen los requerimientos orgánicos de subsistencia, de protección de la persona y del entorno, las

libertades de movimiento y de expresión, así como las necesidades existenciales de afecto, entendimiento, participación, creación, ocio, identidad y trascendencia.” (Montoya y Drews, 2007: 5)

La manera en que ambas categorías se desenvuelven unas con respecto a las otras, es decir la oferta de bienes con respecto a la demanda de necesidades, son lo que caracterizan el bienestar comunitario. En la medida en que las necesidades puedan ser solventadas por los bienes con que cuenta la comunidad, existe presencia de bienestar. Si existe carencia de medios para solucionar problemáticas y necesidades, entonces se manifiesta el malestar comunitario.

Es por esta razón que, es importante aclarar que al referirse a una perspectiva de bienestar, se debe tomar en cuenta que en las realidades no siempre va a existir un balance entre las necesidades y los satisfactores de las mismas. Sobre todo en nuestros contextos latinoamericanos, la norma es que las comunidades no cuentan con una relación positiva entre estas dos dimensiones y es así como los malestares comunitarios se evidencian en aspectos como la pobreza, concebida esta última de manera muy generalizada, pero sobre todo concerniente a la capacidad de acceso a recursos básicos como la comida, los servicios de salud y la educación.

Los resultados del juego entre necesidades y satisfactores, ya sea en su fórmula de bienestar positivo o negativo, se dan a partir de los medios de vida de las comunidades. Es decir, “las maneras de vivir” y los mecanismos de organización interna de cada comunidad son los que, en gran parte, determinan las consecuencias de las dinámicas de demanda y satisfacción. Este concepto de medio de vida puede ser equiparado a una concepción de cultura instrumental, en donde ésta sería entendida como la base de la planificación de mecanismos para solventar problemáticas y necesidades propias al grupo social.

Sin embargo, no todos los mecanismos de reconocimiento de necesidades y acciones para cubrir éstas son generados por parte de las comunidades mismas, es decir partir de lo que podría denominarse como un “desarrollo de base”. Hay que tener en cuenta dentro de la ecuación, que no es posible considerar a las comunidades humanas (y sus “culturas”) como organismos vivos y autosuficientes. Es decir, existe una serie de agentes y situaciones externos a los grupos que muchas veces son los generadores de mecanismos de acción para la resolución de problemas fundamentales.

En el caso específico, la figura del HPI ha sido la instancia facilitadora para la gestión y atención de estas necesidades. Casi de manera paternalista, esta institución ha catalizado una serie de bienes comunales los cuales se manifiestan en los ámbitos infraestructurales, de servicios básicos y de organización comunal. “Además de ser una alternativa laboral importante para Islita y para las demás comunidades locales, deteniendo la migración y favoreciendo el nacimiento de gran cantidad de empresas familiares que se gestan alrededor del servicio turístico, el Hotel también ha formado parte de las gestiones locales para el logro de servicios del Estado en la parte ambiental, de agua, educación y otros; aspectos que son de beneficio para comunidad y Hotel al mismo tiempo”. (Pretiz, 2008: 46)

Es así como el hotel ha asumido el rol en la comunidad de proveedor de ciertas estructuras básicas para el desarrollo y a la vez ésta responde al paternalismo mediante la participación. Es así como se crea un imaginario compartido en los habitantes del hotel como creador de las condiciones para elevar la calidad de vida de los habitantes de varias comunidades, al facilitar éste sobre todo una serie de servicios básicos e infraestructurales como lo son por ejemplo la escuela, la iglesia, calles, puentes, el acueducto, entre otros.

Aparte de una adecuada estructura de servicios, existe un listado de elementos fundamentales que permiten determinar la “calidad de vida” de países y regiones. Entre los más importantes se encuentran la educación y la alfabetización de la población, una reforma agraria efectiva, índices positivos de salud, incentivación de inversiones, índice altos de exportaciones, entre otros. Como en el caso de este listado, muchas veces no se contempla la dimensión de la creatividad, específicamente de la creación de diferentes objetos estéticos, como portadora de bienestar o propiciadora de calidad de vida.

El encuentro entre artistas “reconocidos” del medio nacional e internacional con los habitantes de las comunidades guanacastecas, fue la experiencia que marcó el punto de partida para la gestión y consolidación de una serie de grupos artísticos en la zona. Esta iniciativa se dió como resultado de otro reconocimiento de necesidades por parte del hotel y su modelo de Turismo Responsable. “Cuando el liderazgo empresarial, representado por el Vicepresidente del Hotel Punta Islita y la experta internacional Marcela Valdeavellano, unió sus esfuerzos para construir un nuevo modelo de desarrollo del Hotel, su punto de partida fue la identificación de los nichos no desarrollados, alrededor de los cuales se podían construir nuevas estrategias que potenciaran las ventajas competitivas de la empresa. (...) El Hotel Punta Islita elaboró una estrategia sustentada en la construcción de un destino con un enfoque

en los valores y recursos culturales, y no sólo en la naturaleza y el buen servicio, como había sido lo usual.” (Pretiz, 2008: 53)

Es evidente la necesidad mercadológica con la que contaba el hotel, de ofrecer al turista un valor agregado en su experiencia de estadía. Lo que ellos denominan como “recurso cultural” responde directamente al recurso humano y éste, a partir de la gestión artística debía ser validado, reforzado y convertido en un capital humano, que a su vez se convertiría en capital simbólico y mercadotécnico para el hotel.

El habitante de esa región de Guanacaste, aparte de ser de por sí ya exótico para el turista, debía crear arte, ese arte “puro” al que ya tanto me he referido en capítulos anteriores. Esta estrategia en definitiva ha sido beneficiosa para el hotel como instrumento mercadológico, sin embargo se puede afirmar la existencia de una serie de impactos en el bienestar subjetivo de la población que ha sido partícipe de esta gestión específica.

Antes de identificar y analizar cuáles han sido estas dimensiones específicas y las implicaciones que han tenido a nivel comunitario, es importante brindar una reflexión de la importancia que tiene la creación y la simbolización que se le adjudica a estos procesos.

## **5.2. Principales dimensiones del bienestar subjetivo derivadas del proyecto de creación artística en Islita**

### **5.2.1. La dimensión simbólica en los procesos de creación artística**

*(...) el arte en total no es una creación inútil de objetos que se deshacen en el vacío sino una fuerza útil que sirve al desarrollo y a la sensibilización del alma humana.  
(...) El arte es un lenguaje que habla al alma de las cosas que son para ella el pan cotidiano  
(Kandinsky, 1978: 114).*

La mayoría de las veces los objetos estéticos no hablan por sí solos, no comunican en realidad las implicaciones contextuales y trascendentales que hay detrás de los aspectos formales como pueden ser sus materiales, su estilo y su color. Es importante entonces trascender el análisis del objeto como solamente un producto que es creado y apropiado para fines meramente inmediatos como lo puede ser, por mencionar un ejemplo, el goce estético de quien los utiliza o contempla.

En secciones anteriores de esta investigación hemos podido ver cómo los compradores de los objetos elaborados en Islita, atribuyen una serie de valores simbólicos a los mismos, sobre todo al arte turístico. La experiencia de participación y creación artística que han vivido algunas personas en Islita y otras comunidades cercanas, debe ser estudiada también bajo una visión de los efectos más allá de lo evidente.

Antes de conocer a fondo estos efectos, para el caso de estudio específico, es importante reconocer la dimensión simbólica que el ser humano genera y plasma, de manera dialéctica, en todo proceso creativo. Esta temática ha sido de gran interés por parte de teóricos del arte, filósofos y científicos sociales, así como por los mismos artífices quienes reconocen que la creación de objetos y productos artísticos, conllevan intrínsecamente una serie de pesos simbólicos y en realidad se pueden concebir a éstos como portadores de una gran cantidad de significados.

Lo anterior, ha llevado a que exista un debate amplio sobre la definición del arte y su funcionalidad en sociedad. Se puede afirmar que tanto la práctica de crear objetos estéticos como la de teorizar al respecto de ellos, son concebidos como fenómenos universales. Es así como José Alcina le atribuye una importancia grande al estudio del mismo: “(...) se plantea el fenómeno del arte como una realidad de carácter universal que forma parte del contexto cultural de todas las sociedades humanas del pasado o del presente, y que, por consiguiente, puede y debe ser analizado a partir de la teoría antropológica”. (Alcina, 1982: 11)

En toda producción material, realizada por los seres humanos, se genera intrínsecamente una producción de sentido. Esto, en la medida en que durante el proceso de elaboración de objetos materiales, se está plasmando una serie de subjetividades en el producto. Es así como se puede entender que la producción es un proceso generador y transmisor de significantes, tanto a nivel individual como comunal.

Esta producción puede ser entendida como una “producción significativa” que se encuentra determinada por el entramado de relaciones sociales. Es decir, que es una producción que vincula y concierne directamente a la comunidad en la que se desarrolla. Es por esto que se torna fundamental dilucidar el carácter simbólico que se le atribuye a los procesos de elaboración de objetos estéticos.

Trascender el estudio de éstos como meros objetos tangibles al ámbito social y subjetivo, implica concebirlos de primera entrada como parte de lo que se pueden denominar los bienes simbólicos de una cultura. El objeto estético, bajo esta perspectiva, es considerado

como un bien simbólico, más que económico, que responde a un ámbito estructurado en donde se pueden reconocer las significaciones que las personas extraen o atribuyen a los mismos, en un proceso que acompaña y complementa su construcción y conocimiento de la realidad social en la que se encuentran.

Los productos y los procesos de creación de obras de arte y de los objetos estéticos en general, como parte del universo social, y no sólo como bien económico, tienen impactos subjetivos en las personas. Los impactos y las lecturas subjetivas que se le dan a éstos, responden a una serie de elementos que se derivan del contexto histórico y social en el que las personas se han desarrollado.

Un ejemplo de lo anterior, que es muy frecuente en Islita, es la plasmación de los elementos naturales en sus creaciones. Por lo general las personas, al crear, se nutren de su contexto inmediato y en este caso, al ser parte de un contexto rural poco impactado por patrones urbanos, las personas se encuentran muy ligadas con su medio natural. “Me encantan mucho las matas y las aves. Como que yo amo mucho la naturaleza. Al menos yo lo que hago es casi inspirándome en lo que veo: los árboles, los siembros, las aves.” (Juana López, 2012)

Es por esta razón que el insumo inmediato para plasmar en las creaciones estéticas es el entorno natural y es así como, en estos objetos, queda representada esa relación con la naturaleza propia de los contextos rurales y costeros. Asimismo, las personas afirman su gran amor o apreciación por la flora y la fauna, y es por esto que les parece importante trabajar a partir de este tipo de temáticas.

Aparte de la valoración y el reforzamiento de la relación entre el ser humano y la naturaleza, que se sintetiza al plasmar este tipo de iconografía en los objetos, en un contexto comunitario, las relaciones sociales humanas que se generan a partir de la práctica de creación, específicamente, también son fundamentales para crear vínculos identitarios y utilitarios dentro de la misma comunidad.

Las relaciones y la participación comunitaria crean a su vez vínculos simbólicos y permite reforzar un sentimiento de identidad comunal. “Las artes en cualquier lugar o tiempo, en cuanto reflejan valores culturales, desarrollan lo que podría ser llamado la imagen valorativa que la cultura tiene de sí misma. Esta imagen puede llegar a ser objetivada, de manera que represente un reforzamiento simbólico de los valores que refleja.” (Sieber en: Alcina, 1982: 61)

Es así como el concepto que expone Sieber de imagen valorativa, remite directamente a una concepción de identidad comunitaria. Si los procesos de creación se realizan de manera conjunta, se está creando entonces una participación comunitaria lo cual refuerza la imagen valorativa de esa población. Desarrollar mecanismos de participación comunitaria por medio de la creación estética puede tener una serie de repercusiones en el bienestar de las personas. Psicológicamente el proceso de creación humana nos permite elevar los niveles de felicidad personal. Crear implica tomar decisiones y al final de un proceso físico y mental, permite ver el producto de las elecciones y esfuerzos.

La creación y expresión a partir de procesos plásticos, le brinda al ser humano una oportunidad para la exploración de su esencia y su interior, por ende lo hace consciente de sus necesidades fundamentales tanto orgánicas como espirituales y trascendentales. Esta auto-reflexión permite que las personas se auto-adjudiquen un lugar importante en el mundo y por ende desarrollen su vida a partir de la satisfacción de sus necesidades.

Cabe rescatar que la creación artística y lúdica es estrictamente expresión de la subjetividad y por ende comunica, lo cual la sitúa directamente dentro de un plano universal humano. La plasmación de esta necesidad de expresión, a través de medios artísticos tangibles, como lo son los plásticos, nutre una necesidad básica humana personal, es decir la expresión del creador. A su vez esta expresión al ser dirigida a una colectividad y al ser apreciada por otras personas de la misma comunidad o ajenas a ésta, se puede tornar en bienestar colectivo.

Los procesos de creación juegan a su vez un papel de despertar las emociones más elementales y necesarias del ser humano, que muchas veces se dejan de lado en la vida diaria debido a la satisfacción de aspectos y necesidades más tangibles, por decirlo de alguna manera. Tal y como lo expone de manera muy sensible el artista Wassily Kandinsky, en el enunciado que se encuentra al inicio de esta sección, a través de la creación y la expresión artística es posible traer a la luz una variedad de sensaciones y realidades que, muchas veces en la cotidianidad, pasan por desapercibidas pero que son fundamentales para atender los asuntos del alma.

Es así como se puede entender que el bienestar humano o comunitario no se centra simplemente en la satisfacción de necesidades plenamente materiales. Las manifestaciones del arte y la estética deben ser consideradas como las puertas de entrada para el análisis de estructuras y dinámicas sociales, sobre todo en lo que respecta al desarrollo y bienestar de

contextos comunales específicos. “La innumerable variedad de formas que expresan belleza, que han surgido del trabajo de la imaginación creadora, proporciona alguna de las más profundas satisfacciones que el hombre conoce.” (Alcina, 1982: 16)

Asimismo, es importante tener en cuenta que la satisfacción de las necesidades subjetivas del ser humano, repercute directamente en los aspectos tangibles y orgánicos del mismo. Es decir, si existe satisfacción en los aspectos subjetivos tales como la felicidad, el sentido de pertenencia a un grupo, la expresión, la trascendencia, entre otros, se genera entonces una esfera de bienestar que repercute directamente en los ámbitos orgánicos y tangibles de las personas, como por ejemplo la salud y el acceso al empleo. Es por esto que no se pueden considerar los elementos subjetivos como disociados de los tangibles. De ahí se deriva la importancia de los estudios de las relaciones, la expresión, la comunicación y la subjetividad que se genera entre las personas que han sido partícipes de una serie de distintos procesos de creación.

### **5.2.2. Dimensiones del bienestar y pesos simbólicos encontrados en el proyecto Islita**

Después de hacer un repaso por la dimensión simbólica de la creación artística en el ser humano, y con base en las observaciones y conversaciones llevadas a cabo en la comunidad de Islita, se puede decir que los participantes de este proyecto cargan de pesos y valoraciones simbólicas no al producto final o al objeto de arte en sí, sino al proceso y la experiencia de la creación de éstos.

En la producción llevada a cabo en Islita, los vínculos simbólicos con la creación de objetos no se derivan de una tradición ancestral. Es decir no se concibe a la creación como parte de una herencia familiar y por ende histórica, como sí ocurre en comunidades con tradiciones artesanales extensas, como ya se ha mencionado en el ejemplo de San Vicente, en Nicoya. Sin embargo, los grupos de creadores en Islita tienen alrededor de diez años de existencia y durante éstos han adjudicado una serie de pesos simbólicos importantes a la creación.

Al ser estos procesos catalizados por el proyecto turístico, y desarrollados de manera colectiva en la comunidad, es muy común encontrar una discursiva generalizada la cual tiene una correspondencia entre los gestores del proyecto y sus partícipes. Sin embargo, es importante mencionar que en ésta prima la valoración positiva que se le ha brindado al

proyecto en cuanto a generador de una serie de impactos subjetivos importantes en las personas, y este hecho es fundamental de atender.

Es así como se presentan a continuación las principales dimensiones del bienestar subjetivo que se pueden reconocer como impactos generados a partir de la participación en el proyecto artístico. Las mismas no se presentan de manera jerarquizada y van a ser sometidas posteriormente a análisis y ejemplificaciones, con los principales relatos derivados de los intercambios que pude vivir con las personas de Islita y de otras comunidades cercanas.

- Expresión
- Autoestima
- Socialización y ocio
- Aprendizaje
- Empleo
- Cohesión e identidad comunitaria

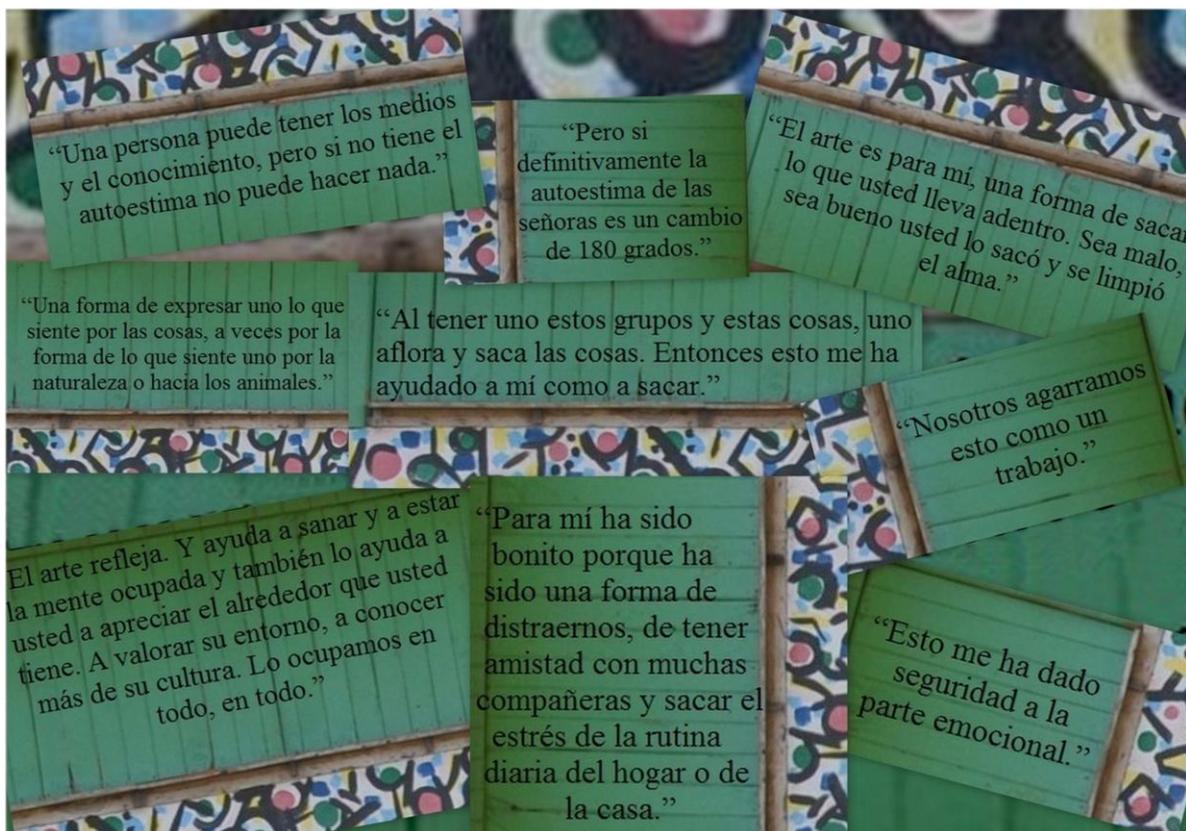


Imagen 19. Significados atribuidos a los procesos de creación de objetos estéticos, por parte de algunas de las integrantes de los “grupos de artistas locales consolidados”.

Se pueden observar anteriormente ejemplificadas las distintas dimensiones del bienestar citadas más arriba. Además de éstas, se puede observar en estos ejemplos de relatos, el valor funcional que le brindan las personas a la experiencia lúdica, sobre todo con lo que respecta a la posibilidad de participación y expresión por medio de la creación de una serie de objetos estéticos.

Hay que recordar que los “grupos de artistas locales consolidados” han recibido estos últimos diez años, además de una serie de capacitaciones técnicas en el área plástica, talleres temáticos en donde se ha trabajado principalmente el ejercicio de auto-reflexión y expresión. A partir de estas capacitaciones es que los participantes reconocen los inicios de un cambio y una influencia en su bienestar. “Ese bienestar fue como tan increíble lo que fue sucediendo. Porque en esas reuniones no fue solamente ir a capacitarse en un tema, si no que fue un espacio donde se hablaba de cada persona. Cada persona se expresaba y decía sus cosas y así es como empieza todo esto a transformarse”. (Marta Figueroa, 2012)

Al estar estos grupos conformados, mayoritariamente, por población femenina, los talleres y capacitaciones han estado muy dirigidos a la temática de género. Especialmente a la valorización de la mujer en un medio rural en donde sus oportunidades laborales son todavía más escasas que la de los hombres, debido a que éstos tiene la posibilidad de trabajar en labores físicas que históricamente han sido ocupadas por la población masculina, como lo es el trabajo de la agricultura, la pesca, el cuidado de las fincas (jornaleros), la construcción, entre otros.

Aún cuando este trabajo investigativo no tiene como objetivo primordial analizar los procesos de participación y creación artística, bajo una perspectiva de género, lo anterior es sumamente importante de mencionar ya que los procesos de creación han calado más en la población femenina. Sobre todo con respecto a la perspectiva del ocio, ya que debido a la desocupación laboral y la atención de las labores de la casa, los niños y en general la familia, la mujer ha estado relegada al espacio privado y el hecho de participar en estos grupos la ha insertado dentro de una dinámica de vida muy distinta a la habitual.

Al preguntarles a las participantes sobre lo que ha significado para ellas la participación en esta iniciativa y descubrir la creación y expresión plástica, se remitieron directamente a la importancia que los procesos han tenido para su autoestima en general, y para su valorización y participación dentro de la comunidad. Esta misma observación es compartida por el artista Herberth Bolaños quien afirma que más allá de que si las participantes de estos grupos se

deben considerar artistas o no, la importancia de su participación ha radicado en los efectos que ha tenido en sus vidas. “Entonces el valor está en que personas que no tenían absolutamente nada que hacer, que estaban ahí prácticamente atendiendo a su marido y en las cuestiones de la casa. Descubren esto y logran trascender el mundo que era así y ahora es más amplio. Y eso les permite enriquecerse como personas.” (Herberth Bolaños, 2012)

Además de pasar del ámbito privado del hogar a la visibilización comunitaria, la población femenina que ha participado en estos grupos ha podido elevar sus niveles de autoestima al dedicar su tiempo y sus ideas a la elaboración de objetos estéticos y no solo a las responsabilidades que, solo “por su condición de mujeres deben de atender”, como lo son las labores del hogar.

“Imagínese que antes yo casi que a la playa ni iba y ahora me gusta ir. Yo antes no iba, no salía, solo trabajaba. Y me encanta, viera que si yo me gusta. Yo ahora cuando tengo un chancecito me voy para la playa y busco cosillas.” (Juana López, 2012) Como se puede ver en el testimonio de Juana, quien afirma que toda la vida se ha dedicado a atender a su familia y a los trabajos domésticos, el hecho de crear ha implicado cambiar una serie de patrones muy rígidos de trabajo en el ámbito privado y doméstico de la mujer.

Ella creció en la montaña de Corozalito, y cuenta cómo fue la crianza de sus ocho hijos sin ninguna tecnología, ni siquiera luz eléctrica para facilitar las tareas domésticas. Leticia, su hija menor, se refiere a la conexión que su madre tiene con la naturaleza ya que ha pasado la mayor parte de su vida en una casa con piso de tierra solamente. En la actualidad Juana y su esposo Félix, viven en el centro de Corozalito en una casa que no fue en la que ella creció.

“Y aquí, mami dice que a ella nunca le gustaría tener piso de cemento aquí afuera. A ella siempre le ha encantado andar descalza. Ella dice: “Es que a mí me encanta, yo me quito los zapatos y yo siento la tierra.” Y le decimos: “Mami pero le ponemos cemento es mejor”. Y ella dice: “Es que si no yo tendría que salirme de la casa a busca la tierra”. Es algo curioso, siempre ella ha estado en el campo y como dicen muy conectada a la tierra.” (Leticia, 2012) Lo anterior demuestra su gran conexión con la naturaleza la cual experimenta al tener que salir de la casa a la playa para buscar la materia prima para crear arte turístico, sobre todo cuando acarrea palos y semillas lavadas por el mar.

El caso de Juana es solo un ejemplo de cómo la creación ha permitido a estas personas involucrarse en el ámbito público y comunal. A nivel personal, les ha permitido experimentar el ocio, la cual considero que es una de las más fundamentales perspectivas del

bienestar subjetivo, derivada de los procesos de creación artística. “Si consideramos el arte como un aspecto del proceso productivo de una sociedad, deberemos entender que este género de producción se verifica a partir del concepto relativo del ocio. (...) El ocio, pues, se halla en la base del arte, como en la base de gran parte de los desarrollo más elaborados y complejos de la cultura” (Alcina, 1982: 47-48).

La participación y la creación, como hemos visto, además de que ha significado un mecanismo para salirse de la rutina al enfrentarse a una actividad distinta de recreación; se ha convertido en parte importante de la producción de esa cultura. “Es que en todas las situaciones es buenísimo porque estás ocupada en algo, antes estaba ocupada también pero estaba con una responsabilidad solo mía. En cambio aquí venimos, compartimos, conversamos, peleamos. Es un ambiente de salir un ratito de la casa, hacer algo que es, inclusive, productivo. Entonces se siente uno saliendo de la casa un ratito y diay alguno cinquito siempre es bueno.” (Cecilia Aguilar, 2012)

El hecho de que estas mujeres trasciendan del espacio doméstico a los espacios de creación implica que tienen que sacar tiempo, buscar a alguien para el cuidado de los niños, adquirir materiales, pensar en ideas para plasmar y elaborar, etc. Además les permite algo fundamental que es la convivencia y socialización con otras personas. “Siempre lo disfrutamos cuando trabajamos en grupo. Cuando nos hacen un pedido nos reunimos todas y trabajamos. Una va haciendo una cosa, otra hace la otra. Entonces estamos pendientes de que si una está pasando tinta, la otra está pasándolo en la tela, la otra va aplanchando. Lo disfrutamos porque estamos ahí unidas, sacando chistes y trabajando.” (Marielos Calderón, 2012) Sobre todo si la creación es de manera colectiva, como lo es expuesto en el caso anterior, se produce de esta manera una ritualización, derivada de los procesos de creación estética.

Los espacios físicos y temporales dedicados para la producción son importantes en el reforzamiento de la perspectiva de la socialización. Además de la importancia que tiene el espacio físico, por medio de la adecuada infraestructura para la creación (por la presencia de materiales y herramientas como el horno para la cerámica, etc.), el espacio temporal para la convivencia y la creación de lazos identitarios entre las personas, es algo fundamental. “Antes era muy diferente el conocimiento (entre las personas de la comunidad), nos saludábamos y listo. En cambio ahora el contacto al estar unidas, eso nos ha ayudado más a conocernos.” (Marta Figueroa, 2009)

Tanto el Museo al Aire Libre como la Casa Museo, representan los espacios fundamentales que permiten el desarrollo de una serie de relaciones sociales intersubjetivas. Entre los mismos productores se genera un espacio de interacción que va más allá de la obra artística, la intervención del espacio público y la producción de objetos estéticos específicos se desarrollan bajo una serie de intercambios sociales lo cual genera una convivencia.

Asimismo las dinámicas que se desarrollan en éstos, responden a las relaciones típicas de los espacios rurales en donde se generan patrones, relaciones y asimilaciones de los otros de manera cercana. La intimidad se vuelve una característica importante que genera ambientes de confianza en contraposición, podría decirse, a las dinámicas urbanas en donde los límites se encuentran muy marcados entre lo que son los espacios destinados para el trabajo y los dedicados al ocio.

Es por esta razón que en la actualidad ha habido una apropiación de la iniciativa de creación por parte de algunas de sus participantes como parte de su estilo de vida, en la medida en que se torna una actividad importante en el plano personal, tanto que inclusive les gustaría dedicarse de lleno a este tipo de oficio como medio de subsistencia. Lo ven como un aprendizaje que no tuvieron ya que muchas no asistieron al colegio. “Nosotros no fuimos a una universidad, algunas no ha llegado ni a sexto grado. Aquí han ido desenvolviéndose y conociendo gente. Aquí algunas antes no pegaban ni un botón. Aquí hay muchas señoras que con costos, tal vez cosían en la casa, remendaban las camisas de marido y ya.” (Cecilia Aguilar, 2012)

Debido a las ventas, sobre todo con lo que respecta al arte turístico, se generan ingresos lo cual ha permitido que las personas consideren este tipo de práctica como un trabajo. “Entonces nosotros lo agarramos también como una entrada de dinero para nosotros que no teníamos trabajo ni nada. Y la mayoría todavía solo se sostiene solo con los cuadros.” (Adriana Sánchez, 2012)

Asimismo, el hecho de que estas mujeres han podido ganar dinero a partir de la venta de los objetos, ha significado para muchas un cierto grado de independencia de sus maridos. Lo anterior ha sido fundamental para reforzar su autoestima. “Después con respecto a lo económico, si caen los cinquitos que a todas las mujeres nos gusta tener, porque diay para no pedirle al marido hasta para los calzones ¿Verdad?” (Cecilia Aguilar, 2012)

Lo anterior demuestra que la adjudicación de una dimensión simbólica también trasciende hacia el elemento económico. En un contexto rural de tradición agrícola, este hecho se torna

fundamental ya que a futuro, si la actividad de producción se encuentra debidamente atendida y expandida hacia las afueras del mercado cercano, la actividad de producción de arte turístico se podría convertir en una oportunidad importante de generación de ingresos, tal y como lo expone Néstor García con el caso de los objetos artesanales: “Dado el carácter empobrecido y estacional de la producción agrícola, las artesanías aparecen como un recurso complementario apropiado. (...) A los campesinos sin tierra les permiten encontrar otro modo de subsistencia.” (García, 1978: 69)

Por último, es muy común que las mujeres participantes de estos grupos le han adjudicado una dimensión subjetiva al proceso que se encuentra directamente ligada al hecho de expresar. Esta es la de concebir los espacios de producción como si fueran terapia. “Entonces nosotros para curarnos de cosas vividas, entonces nos pusieron como ejercicios a algo que nos dolió mucho o hacer como un cuento con un final diferente. A una historia triste hacerle un final feliz. Entonces ahí fue cuando yo comencé a escribir. Me acuerdo de un cuento que escribí que le puse “El gajito más pequeño de la naranja”. (Salvadora Cruz, 2012)

El hecho de expresar anécdotas, ideas, de comentar y socializar los hechos que ocurren en las comunidades, pero sobre todo de traer a la luz aspectos difíciles del pasado, como se ve en el relato de Salvadora, ha brindado bienestar en estas personas. Esta expresión puede ser considerada desde una perspectiva de salud mental. Es importante tener en cuenta que algunos aspectos subjetivos, como lo son la felicidad, la expresión y las buenas relaciones sociales, por ejemplo, pueden generar a largo plazo una serie de condiciones de desarrollo en las personas más tangibles como lo puede ser un buen estado de salud, acceso a empleo, entre otros.

### **5.3. Conclusiones referentes al proyecto artístico**

#### **5.3.1. Algunas implicaciones de las categorizaciones conceptuales atribuidas a los objetos estéticos elaborados en Islita**

La discursiva general manejada por el proyecto de creación artística en Islita concibe a los objetos estéticos, elaborados por los llamados “grupos de artistas locales consolidados”, como arte. Esta categoría hace referencia inmediata a que cada objeto realizado por estas personas es una obra de arte, específicamente porque se realizan a mano y no existe repetición en los diseños. Esto les confiere las características de obras auténticas y únicas.

Asimismo, este tipo de producción es considerada por el proyecto y por sus creadores como arte ya que se les adjudica un trasfondo conceptual y emocional.

En contraposición a la categoría de arte, el proyecto turístico concibe a los objetos artesanales como repetitivos, elaborados en serie y comerciales. Además se consideran a éstos como carentes de una significación profunda, tanto conceptual como emocionalmente, atribuida por su creador.

La dicotomía histórica que separa tajantemente a las obras de arte de los objetos artesanales, ha sido previamente analizada en el capítulo tres de dicha investigación. En este caso, hay que comprender que la pretensión de dotar a los objetos estéticos producidos en Islita de la categoría artística, se deriva del hecho de que desde los inicios de la producción por parte de los grupos locales, se instauró en ellos la idea de que los objetos debían llevar un trasfondo emocional, anecdótico y por ende un aura distinta de otros objetos realizados bajo otras circunstancias, por ejemplo bajo la producción masiva.

Esta información no es común que trascienda al comprador. Algunos turistas se interesan y llegan a conocer a la persona creadora y la historia detrás de ésta y del objeto elaborado. Normalmente son casos circunstanciales en donde el comprador se interesa por saber quién hizo el objeto que está adquiriendo, y justamente se encontraba su creador en el lugar y hasta pueden llegar a conocerse. En este caso, hay que tomar en cuenta que existen barreras que muchas veces no permiten que los creadores comuniquen este tipo de información “oculta” en el objeto a los compradores. Por ejemplo, muchas veces no se habla el mismo idioma, o bien el turista está partiendo del lugar o simplemente no tiene el tiempo suficiente para compartir debidamente con el creador.

Hay que recordar que la producción en Islita combina lo utilitario con este tipo de elaboraciones de objetos con contenidos temáticos y emocionales. Los productos de corte utilitario, como lo son los llaveros, lámparas, separadores de libros, etc, son los más adquiridos por el turista, por ende los que generan más ingresos para la personas de las comunidades. Los souvenirs, o el arte turístico, llegan a solventar el aspecto de la necesidad económica en la zona, debido a la carencia de posibilidades laborales.

El proyecto de creación en Islita, teme a que se le atribuya la categorización de souvenir a los productos elaborados ahí, ya que por lo general esta categoría se liga a un tipo de arte comercial. Sin embargo hay que hacer la diferencia entre el tipo de souvenirs que son importados al país provenientes de grandes industrias extranjeras y producidos en masa, con

este tipo de arte turístico que se acerca más a una producción de corte artesanal como la que se lleva a cabo en Islita. La primera, en lo que concierne a los procesos de distribución, circulación y ventas, responde más a objetos que son producidos meramente para fines comerciales y no son dotados de un proceso de producción manual y sin ningún contenido o trasfondo simbólico.

El turista adquiere el arte turístico de Islita por un valor estético y de uso ornamental. La adjudicación simbólica que éstos le brindan a los objetos se concreta con la llegada a su país o región de origen, ya sea cuando estas personas los posicionan en sus casas como adornos o los utilizan (en el caso de los productos utilitarios), o bien cuando los regalan a sus seres queridos. No importa en qué parte del mundo estos objetos terminen ubicados, definitivamente van a ser un recuerdo más de una experiencia turística vivida.

Es por esto que no encuentro problema alguno en categorizar la producción de objetos estéticos llevada a cabo en Islita como souvenirs o arte turístico. Esto valida a este tipo de trabajos ya que se reconocen las adjudicaciones simbólicas brindadas por sus compradores. Sin embargo, es más valioso aún entender que el arte turístico realizado en Islita se encuentra cargado de pesos simbólicos por parte de sus creadores y esto responde no al producto en sí sino al proceso experimentado durante la creación.

Lo anterior no puede ser comprendido sin antes hacer una breve mención del tipo de gestión artística llevada a cabo en el caso del proyecto artístico de Islita. Para esto se hace referencia a continuación, a las principales fortalezas y debilidades encontradas en los trabajos de gestión de los “grupos de artistas locales consolidados”.

### **5.3.2. Análisis de la metodología empleada por el proyecto artístico**

- Fortalezas

#### *Cambio en la concepción tradicional del artista*

La creación de los llamados “grupos de artistas locales consolidados” tuvo como catalizador las intervenciones del espacio público por parte de artistas urbanos. Derivados de estos encuentros entre artistas reconocidos y las personas de la comunidad de Islita y otras cercanas, es que se generaron una serie de capacitaciones técnicas y temáticas, dirigidas a estas personas sin formación artística. Posteriormente las intervenciones que se siguen

realizando en el espacio público de la comunidad de Islita involucran de manera activa a estas personas interesadas en la creación artística.

Es así como este tipo de intervenciones de arte público son creadas a partir de la consulta y el consenso comunitario en conjunto con artistas con gran trayectoria en el medio urbano. Es importante resaltar entonces cómo el trabajo colectivo que se dio en ciertas obras públicas implica una ruptura de la concepción tradicional de lo que representa un artista, es decir aquella visión del genio creador individual y propone la democratización en la creación y representación artística. “A nivel teórico, o simplemente para el conocimiento de la situación del arte latinoamericano, es importante entonces desprenderse de toda concepción que sostenga la irracionalidad de la creación, la excepcionalidad del artista y su superioridad ante el público. En el campo práctico, el arte sólo podrá encontrar una nueva función social en una reorganización radical de la cultura en la que la experimentación formal, la búsqueda creativa, surjan de las necesidades sociales y sean posibles como actos colectivos en el seno de la vida cotidiana”. (García, 1977: 77)

Lo anterior posiciona a la creación lúdica o artística dentro de un plano fundamental para la organización comunitaria. Esto permite involucrar cada vez más a las personas dentro de esta realidad y las invita a criticar, cuestionar y repensar la sociedad y su propia identidad.

#### *Trabajo a partir de materiales de la zona*

La relación intrínseca que se genera con el material, desde el acarreo del mismo en la playa y otros lugares, hasta la manipulación corporal que se le brinda al mismo, se acerca mucho a la relación que tiene un artesano con su material. En el caso de materiales que provienen de la naturaleza, el conocimiento que tienen las personas de estos materiales es de suma importancia, ya que toda la vida han crecido alrededor de los mismos. Lo anterior genera una identificación mayor con la práctica de creación que no ocurriría si se realizara con materiales que no son propios de la zona.

Asimismo, la relación que existe entre éstos y el creador es rectificadora en la medida en que se elaboran los objetos a mano, lo cual, como ya se ha mencionado con anterioridad, le brinda un capital simbólico al producto final. Esta característica del mismo, así como la experiencia de poder ver la manipulación “en vivo”, es uno de los principales atractivos que influye de manera positiva en la adquisición de los objetos por parte del turista.

### *Utilización y plasmación de las temáticas de la zona*

Al igual que ocurre con los materiales de la zona, la utilización de referentes tradicionales y propios de la zona son fundamentales para generar en la creación una relación y apego identitario. Las personas recurren a su entorno inmediato, tanto geográfico como cultural, para extraer ideas e inspiración y posteriormente plasmarlas en sus trabajos.

Esto es fundamental también ya que podría decirse que, por medio de la utilización de las temáticas propias, se está documentando la historia y la cultura de esas comunidades. Asimismo, no se imponen temáticas totalmente ajenas, lo cual generaría una desconexión identitaria entre el objeto y su creador.

### *Espacios de producción como generadores de convivencia*

El hecho de que los talleres se encuentren situados en las mismas comunidades de donde provienen las personas, o que algunas tengan que viajar hasta otras comunidades cercanas, hace que los mismos funcionen como centros para la convivencia social más allá de la producción de objetos en sí. En estos espacios se generan una serie de relaciones intersubjetivas importantes las cuales son fundamentales, no solo para el ocio de las personas si no para la expresión y la generación de un sentimiento comunitario.

### *Intercambios de ideas*

La variedad de intercambios que se han propiciado con los capacitadores y las personas de las comunidades han sido fundamentales para que estas últimas se nutran de ideas e información fundamental para la creación. Asimismo, el intercambio generado con artesanos y otros productores de objetos de la capital, de Guanacaste y hasta de otros países, ha sido fundamental para conocer la producción material de otras regiones y no llegar a considerar la producción que ocurre en Islita y las otras comunidades cercanas, como única.

- Debilidades

### *Dependencia a la dirección técnica y temática*

Los grupos se encuentran muy dirigidos tanto técnicamente como en la organización y gestión de los mismos. Se crea entonces una dependencia a la dirección y la reproducción de

su concepción de objeto estético y su discursiva en general como arte, valorizando de manera un tanto peyorativa a las categorizaciones de artesanía y/o souvenir.

Esta dependencia posiblemente no está dejando pasar a los grupos a un plano más exploratorio en la creación. Lo que ocurre o puede ocurrir, es que se estanquen en la reproducción técnica que las figuras de dirección y los artistas del centro urbano propongan.

#### *Dificultades de autogestión*

Debido a lo expuesto con anterioridad, es posible que las tareas de autogestión en cuanto a la comercialización, exposición y presentación de los productos, sean difíciles de llevar a cabo a lo interno de los grupos. Es importante aquí la necesidad de generar ideas y propuestas “de base” para que las tareas administrativas de los grupos surjan también de las necesidades y visiones de los propios creadores.

### **5.3.3. Valorizaciones del proyecto artístico y de sus productos por parte de los turistas y de los familiares de los creadores**

Además de conocer a fondo las distintas valoraciones simbólicas y las dimensiones del bienestar que se reconocen en los productores, a partir de la creación de objetos en Islita, es importante hacer una referencia a la manera en que otras personas, aparte de éstos, valoran el proyecto. Especialmente se hará referencia a la visión que tienen los turistas que visitan Islita, así como los familiares de los partícipes de los grupos de artistas locales, sobre el proyecto de creación de objetos estéticos.

Con respecto al turista, se ha mencionado con anterioridad que el aspecto que más llama la atención a la hora de adquirir los objetos es su característica de elaboración manual así como la unicidad de los objetos, unos con respecto a otros elaborados en la misma comunidad, así como con respecto a los souvenirs que se encuentran en otras zonas turísticas del país. Recordemos lo expuesto en el capítulo III por una turista estadounidense, la cual afirma que el tipo de arte turístico de Islita no es el “típico souvenir” que se encuentra en otras playas, sumado a que los materiales con los que éste se elabora la remiten directamente con su visita a Islita.

Es así como el turista comprador adjudica una especie de aura a los objetos, ya que consideran que contienen pureza al ser elaborados a mano por personas sin formación artística académica y habitantes de una zona rural. El aura, derivada del exotismo del

contexto de creación, se convierte en capital simbólico del objeto estético. Asimismo, al comprarlos directamente en Islita, los turistas están ayudando a los productores locales y al bienestar de la comunidad en general. Para éstos, las razones principales de adquirir esos objetos, se refieren a que cada uno les va a recordar a ellos mismos, y a quienes reciban éstos como regalos en sus países de origen, la experiencia turística.

Esta valoración positiva que le brinda el turista-comprador no se limita solamente a los objetos que se realizan en Islita, sino en general a la institución hotelera, su visión y las gestiones que ésta ha desencadenado con la comunidad. Valoran de manera muy positiva el hecho de que se involucre a los habitantes de distintas comunidades en los procesos de desarrollo de la zona, así como las iniciativas que se desarrollan para la protección del medio ambiente a partir de diversas acciones como la conservación de las tortugas, los mecanismos de reciclaje, entre otros.

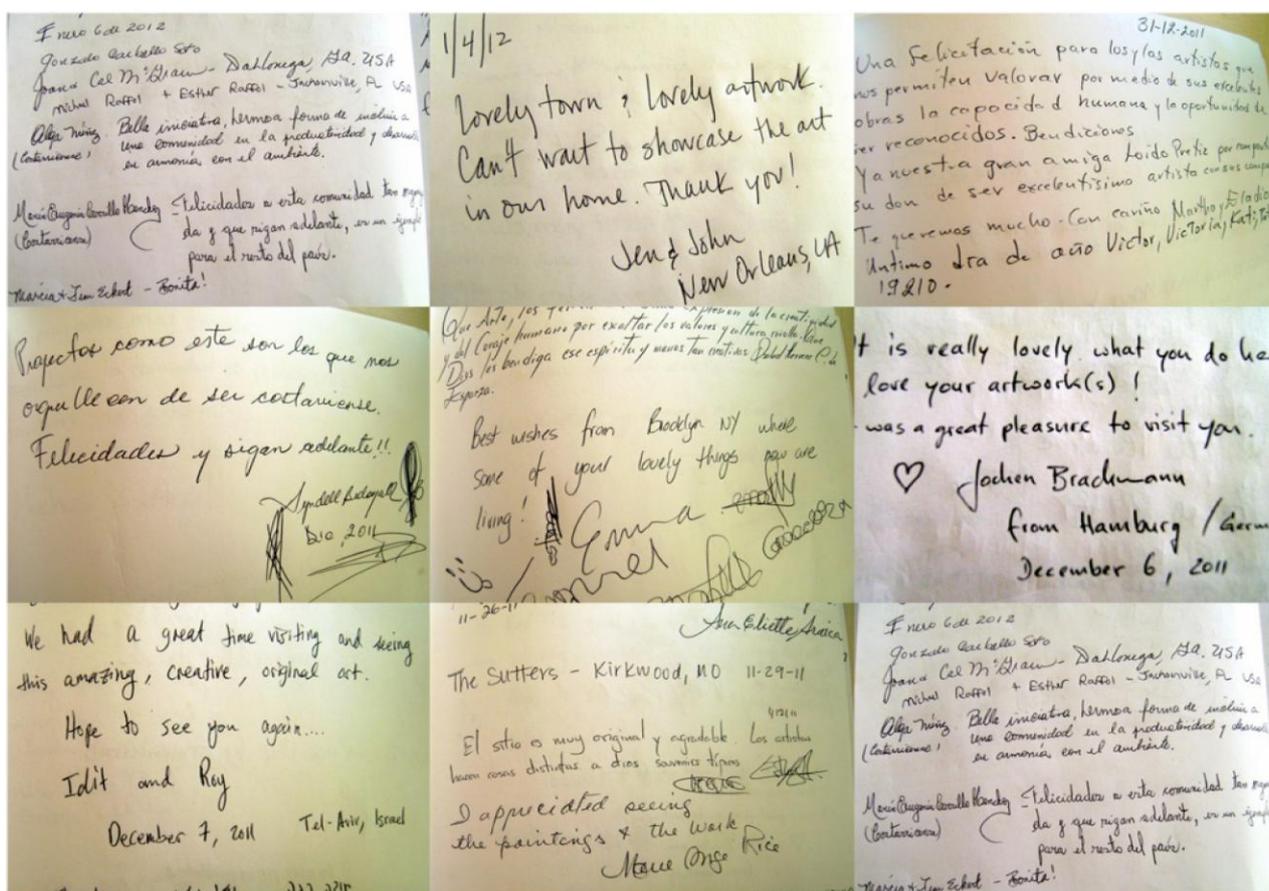


Imagen 20. Comentarios y opiniones de los turistas acerca del Museo Islita y el proyecto artístico. Incluidos en el libro de firmas de los visitantes, Casa Museo.

La valoración positiva que le brinda el turista a su experiencia, específicamente con la visita al Museo al Aire Libre Islita y a la Casa Museo, se puede observar al recurrir al libro de firmas y comentarios de los visitantes de Casa Museo. En este, personas de todas partes del mundo y del país emiten sus comentarios y opiniones con respecto a lo que han podido ver y vivenciar durante su visita en la comunidad, específicamente en el museo.

Las opiniones de los turistas quedan bastante ejemplificadas con los relatos anteriores. A su vez existe un nivel alto de satisfacción de los mismos con el paisaje y la cultura de la región. Recordemos que gran parte de los imaginarios turísticos se centran en el contacto con la naturaleza y el conocimiento del otro a partir de una visita a un territorio específico. La región en donde se encuentra ubicado el HPI y el Museo Islita se encuentra, aún, muy levemente intervenida por la infraestructura del desarrollo turístico. Las edificaciones del HPI, aún cuando se encuentran ubicadas en la comunidad de Islita y muy cercanas a la playa, no generan el impacto de la magnitud que si se vive al ingresar a otros centros turísticos desarrollados bajo un modelo no sostenible como los son Jacó (ubicado en la provincia de Puntarenas) o Tamarindo (ubicado en Guanacaste).

Esto permite que la experiencia que vive el turista con la naturaleza sea considerada “pura” o “salvaje”, ya que muchos animales aún no han emigrado de la zona porque no hay tanta presencia de cemento, tala de árboles y otros elementos que los obligan a buscar nichos más adecuados para alimentarse y vivir.

De igual manera, lo anterior ocurre con la comunidad humana de la zona, la cual participa en la atención al turista ya que la mayoría de las personas que viven cerca laboran en el hotel. Esto, sumado a que, como ya se mencionó con anterioridad, algunos turistas pueden conocer y hablar con las personas que elaboran los souvenirs que posteriormente se llevarán a sus casas. El conocimiento, aunque muchas veces es breve y superficial, de lo que el proyecto llama “la cultura local” es decir, las formas de vida de los habitantes de comunidades cercanas, dota de bienestar al turista que muchas veces proviene de dinámicas culturales y ritmos de vida muy distintos a la que se viven en Islita y sus alrededores.

En el testimonio de Eileen, una turista estadounidense, se pueden ver dos perspectivas del bienestar manifestadas en Islita. Por un lado, a partir de su experiencia personal ella expresa el sentimiento de bienestar que le produce esta comunidad. Por otro, ella retrata la cotidianidad de los habitantes de estas comunidades guanacastecas y cómo, a su parecer, ella considera que viven satisfactoriamente: “No necesitan, cosas y cosas para vivir contentos.

Son muy contentos con la familia, la gente y el mar y esas cosas que son las más importantes. Y también, cuando estoy aquí y hablo con la gente, yo veo que la gente aquí pasa por la vida más despacio.” (Eileen, 2009. Traducción personal.)

No es en vano que lo expuesto por Eileen llame la atención a los turistas que provienen de países lejanos y con ritmos de vida muy rápidos. En general en las comunidades guanacastecas, el componente familiar es de suma importancia así como la característica de un ritmo de vida, podría decirse, relajado. La directora del proyecto artístico tiene muy presente la importancia de esta última característica de la cultura Guanacasteca y es por esto que ella considera importante no imponer patrones externos a la hora de trabajar con los grupos locales. “Yo recuerdo que al muchacho que hace esculturas en pochote le dije que por qué no hacía iguanas y las podía vender un montón y dejar de trabajar tanto como salonero. Y él dijo: ¿Si yo me pongo a hacer eso, a qué hora juego fútbol, a qué hora estoy con mis amigos, a qué hora estoy con mi mamá? (...) No todas las personas ahí se meten en una cosa de estrés. (...) no los queremos hacer entrar dentro de una dinámica de mercado que nada que ver.” (Loida Pretiz, 2009)

En este testimonio también queda claro la importancia de la familia y a la hora del desarrollo del proyecto artístico, ha sido fundamental el apoyo de los familiares a los creadores. Sobre todo, si se toma en cuenta que la mayoría o casi la totalidad de los partícipes son mujeres, el apoyo de sus esposos ha significado para ellas la asistencia y por ende la permanencia en los grupos.

Asimismo, el efecto del bienestar que se deriva de la creación, temática que se desarrolló con anterioridad, influye de manera positiva en las familias como una especie de onda expansiva. “Es una cosa que influye en el estilo de vida. Es calidad de vida, porque al estar bien mamá y la abuelita, están bien el resto también”. (Marta Figueroa, 2012)

Los niños y jóvenes que han crecido inmersos en esta realidad, han podido vivenciar el cambio sociocultural generado en la comunidad. En la actualidad tienen una valoración positiva de lo que ha significado para sus madres el hecho de participar en la iniciativa de creación. Un ejemplo lo brinda Leticia, la hija de Juana, la cual también ha participado con el grupo Bosquemar y actualmente elabora arte utilitario en madera y otros materiales de la playa.

Su relato ejemplifica la manera en que ella ha analizado la importancia que tiene la creación para su madre. También demuestra como la adjudicación de una dimensión

simbólica a la creación de objetos estéticos, no se limita solamente directamente al creador de los mismos, sino que también trasciende al ámbito familiar, en donde cada miembro tiene una interpretación propia de los procesos. “Yo le digo que yo siento que a ella la niñez se la cortaron un poco, porque ella nos cuenta que tuvo que trabajar mucho. Entonces yo siento que esto que hace mami es sumamente importante. Porque eso que ella hace es como una parte que no tuvo y ahora la está expresando. Entonces yo me siento súper orgullosa. Le digo yo a mami que qué bueno que ahora ella haciendo estas cosas y que haya podido sacar eso, y también que ha aprendido a tomarle tiempo e importancia a otras cosas. Entonces para mí es como que ahora está viviendo esas cosas a través del arte.” (Leticia, 2012)

Una perspectiva de este tipo que tiene una hija de su madre como partícipe de los procesos de creación artística, hace pensar mucho en el futuro de los niños que han crecido bajo un contexto de creación. Considero fundamental estudiar la población infantil y, a nivel del proyecto artístico, es fundamental generar cada vez más mecanismos de trabajo con ellos debido a la gran creatividad que presentan.

### **5.3.5. La generación más auténtica**

En la referencia y ubicación categorial de los objetos estéticos elaborados en Islita, se habló sobre la autenticidad de los mismos. Se ha sometido a análisis cuáles son aquellos elementos que determinan, para el turista-comprador, que los objetos son realmente únicos. Sin embargo, no se ha hecho referencia a esta categoría de autenticidad en las personas que participan en los grupos locales, que al final de cuentas son quienes elaboran los objetos estéticos.

Como ya se mencionó, los niños que viven en la comunidad de Islita y otras cercanas, han sido los principales observadores y han vivido muy cercanamente los procesos de creación artística de sus padres, abuelos y otros familiares. En mis visitas a Islita tuve la oportunidad de hablar y jugar con los niños, así como de participar con ellos durante una sesión de trabajo de su grupo artístico.

En una ocasión nos encontrábamos en la plaza de fútbol de Islita en donde hay muchas obras de intervenciones de artistas urbanos. Entonces les pregunté: “¿Qué ha sido para ustedes vivir dentro de tanto arte?” E hice referencia a todos los murales y otras intervenciones en el espacio público. Una de las niñas respondió con una pregunta: “¿Cómo entre tanto arte?” Le respondí: “Sí, vean los murales, los árboles...” Todos observaron

detenidamente su entorno y otra niña respondió: “Pero sí vean, las paredes de la escuela, aquellas otras. Todo tiene color” Inmediatamente la primera niña respondió: “Pero si toda la naturaleza es de color”.

Esta experiencia me permitió comprender la visión que tienen los niños del fenómeno de arte que se ha venido experimentando en su comunidad en los últimos años. Si tomamos en cuenta que las edades de los niños rondan entre los ocho y los doce años, es totalmente coincidente con los inicios de los procesos de intervención y con la formación de los grupos locales. Es por esta razón que en sus relatos ellos equiparan el arte con la naturaleza, ya los muros intervenidos y el hecho de que sus padres, abuelos, tíos y en general conocidos de la comunidad, sean creadores de objetos estéticos. Inclusive a futuro ellos tienen el deseo de ser artistas.

Si se toma esta información para la creación de un panorama hipotético del desarrollo y participación de esta generación en el proyecto de arte, es muy acertado considerar que los niños de estas comunidades podrían llegar a significar “la generación más auténtica” dentro de la creación. En ese caso, podría entonces hablarse a futuro de una tradición en la creación, muy próxima a la de un proceso artesanal.

Esta generación, sumado al reconocimiento internacional de Islita como destino turístico específico por el componente artístico, puede llegar a posicionar a dicha comunidad en unos años como una “comunidad de arte”. La figura de Joe, un estadounidense el cual tiene su casa y galería de arte en el centro de Islita, puede ser un primer indicio de nuevos asentamientos de personas con intereses específicos en la producción de objetos estéticos y arte en contacto con un medio natural y rural.

Este hecho es importante de atender ya que el desarrollo turístico que se puede seguir suscitando en la zona, es muy probable que sea dirigido a la especificidad artística y al involucramiento de los habitantes de las comunidades en este desarrollo. En contraposición a modelos de desarrollo turístico impositivos en donde entes externos se apropian y explotan el paisaje natural y humano de la región, sin tomar en cuenta la preservación del medio ambiente y el bienestar de sus habitantes.

## 5.4. Reflexión final

A lo largo de esta investigación, se ha analizado el caso de estudio específico en el cuál las personas de Islita, así como de algunas comunidades aledañas, han podido experimentar la creación de objetos estéticos destinada, especialmente, a la venta para el consumo turístico. Se ha identificado que la venta de los mismos ha generado un cierto ingreso económico para sus fabricantes, sin embargo, esta no ha sido la dimensión de bienestar que ellos atribuyen como la más significativa.

Las principales dimensiones del bienestar adjudicadas a estos procesos de creación se refieren principalmente al ocio, la recreación y la expresión. Es así como se reconoce que, más que un espacio de producción comercial dirigido a la generación y acumulación de capital, la posibilidad tanto infraestructural como temporal de la participación en estos grupos ha significado para sus partícipes un ámbito fundamental para su exploración emocional. Lo anterior ha generado un refuerzo en su autoestima y ha significado también una oportunidad para el intercambio de relaciones interpersonales, por ende un incremento en la cohesión social comunitaria.

Este último elemento es fundamental en un análisis que se enfoca en el bienestar comunitario, ya que se reconoce que el impacto que tiene el espacio de creación de objetos estéticos, va más allá de una simple recreación comunal y trasciende también hacia otras personas de la comunidad que no participan directamente en los grupos. Los familiares de los creadores también se han beneficiado de esta práctica. Por una parte, en el ámbito económico, ya que se reconoce como un ingreso al hogar, pero sobre todo en un sentimiento de felicidad el cual se puede entender en este sentido como bienestar.

Lo anterior es importante de reconocer, especialmente con respecto a la generación de niños, la que he denominado como “la generación más auténtica”, en el sentido en que si éstos continúan con la práctica de creación de objetos estéticos, posiblemente se puede perpetuar y aumentar el grado de bienestar comunal experimentado hasta el momento.

Se puede decir entonces que, sin importar la categorización adjudicada a los objetos estéticos elaborados en Islita, un resultado fundamental de los procesos de creación de éstos, es la generación de una serie de impactos o bienestares a nivel subjetivo. Lo anterior permite reconocer también que tanto el bienestar como la felicidad son aspectos determinantes para la calidad de vida de las personas. Estos indicadores son importantes de proponer, plantear,

implementar y analizar en planes de desarrollo, en contraposición a los modelos que se basan solamente en la medición y el incremento de los aspectos económicos.

Los resultados de todos estos procesos de participación se presentan como fundamentales en un análisis de un modelo de gestión de esta índole, sobre todo porque para muchos se presenta como una experiencia de turismo ejemplar y un modelo a seguir. Así como por el reconocimiento de su importancia en la vertiente de la incentivación de un desarrollo creativo local que permita la exploración y explotación de las dimensiones del bienestar en las personas, más allá del ámbito meramente económico.

El caso de Isllita lleva a reflexionar también sobre la importancia del desarrollo y apoyo institucional de distintas manifestaciones culturales de nuestro país, como lo son por ejemplo la creación lúdica como el arte, la música, la danza y el deporte, así como otras tradiciones culturales específicas de las comunidades como su lengua, su comida, etc. Es así como, el papel de las instancias que deben velar por los distintos y diversos elementos constitutivos de las culturas de Costa Rica, debe ser el de apoyo para incentivar las iniciativas de desarrollo, fomento y perpetuación de las mismas.

Con respecto a las principales manifestaciones culturales de comunidades que se encuentran bajo procesos turísticos, considero que la postura y el papel de los entes principales como lo son el Ministerio de Cultura Juventud y Deportes, el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Educación Pública, los gobiernos locales y otras instancias, debe ser el fomento de la investigación y el apoyo financiero para el desarrollo de estas manifestaciones. Asimismo se debe tener un diálogo constante entre estos entes y las comunidades para que estas prácticas se puedan proponer desde las comunidades, es decir a partir de sus deseos y necesidades, y a su vez, se puedan alcanzar etapas en donde las propuestas puedan auto-gestionarse por ellas mismas.

Se ha avanzado mucho en materia de fomento de las artes, la lengua y la tradición culinaria de áreas periféricas del país, sin embargo es necesario que estas iniciativas tengan clara la importancia de su desarrollo, para el bienestar de cada comunidad, así como para valorar la historia y la cultura de cada una.

El fomento y la perpetuación de este tipo de manifestaciones no debe estar dirigido solamente para que estos sean posibles productos turísticos. Pienso mucho en el caso del género musical del Calypso, el cual se encuentra en un incipiente reconocimiento como tradición cultural e historia fundamental de nuestro país. Sin embargo, existen visiones de la

importancia de fomentar que los jóvenes de la región Caribe del país, aprendan a ejecutar su música “para que cuando ellos (los turistas) se bajen de los cruceros, sean estas personas (los limonenses) las que estén tocando el Calypso”. Esta visión a mi parecer, es sumamente reduccionista y no valora la riqueza cultural, y la importancia histórica y simbólica que tiene esta práctica en esta región.

De igual manera sucede con la producción estética que se lleva a cabo en territorios indígenas, en donde ha primado la invención de la tradición, la falta de un reconocimiento de los valores simbólicos e históricos de la creación de ciertos objetos, ya que esta práctica se ha fomentado en la medida en que pueda reforzar, por medio de un elemento tangible como lo puede ser un souvenir, la imagen que se ha creado de una “Costa Rica ecológica y pacífica”.

Así como se debe investigar la tradición cultural desde lo interno de cada comunidad para que estas no lleguen a convertirse en solamente un producto “exótico” para la industria turística, se debe también generar investigación que cuestione y evalúe constantemente los procesos de “desarrollo” turístico que se llevan a cabo en todo el país.

Tenemos en la actualidad el ejemplo del modelo turístico implementado en Guanacaste, en donde ha primado la explotación de los recursos naturales, la falta de atención a las necesidades básicas de las comunidades receptoras, así como la generación de problemáticas de índole social y económica en éstas. Es muy claro que este modelo de turismo del tipo “enclave”, no es la opción adecuada de desarrollo para este país. Sobre todo porque no se encuentra en “manos de las comunidades”, es decir, el país continúa en una lógica de la dependencia económica a las potencias visitantes como lo son los países de Europa y los Estados Unidos de América.

Este tipo de desarrollo impositivo, no va a permitir la posibilidad de direccionar las acciones en beneficio de las comunidades receptoras. Es por esto que se deben fomentar las posibilidades de expresión e intercambios comunales, ya que estos pueden llegar a convertirse en espacios importantes para la generación de oportunidades de participación social y política en las comunidades. “Con suficientes oportunidades sociales, los individuos pueden configurar en realidad su propio destino y ayudarse mutuamente. No tienen por qué concebirse como receptores pasivos de las prestaciones de ingeniosos programas de desarrollo.” (Sen, 2001: 28)

Se debe cambiar de una postura pasiva y receptiva a una activa y propositiva, y el primer paso es cuestionar: ¿Hacia dónde va el desarrollo turístico en Costa Rica? Se puede

observar un creciente interés por parte de ciertas empresas de desarrollar modelos bajo la “responsabilidad social y medio ambiental”, sin embargo: ¿Serán verdaderas y efectivas estas propuestas? o ¿Responden estas ofertas a una simple fachada que, bajo un “turismo blando” (Santana, 2003), pretende incrementar solamente su reconocimiento, y no verdaderamente el bienestar humano y la conservación de los recursos naturales?

Estas preguntas solo podrán tener respuesta en la medida en que se generen investigaciones de los verdaderos efectos que los tipos de modelos turísticos, que imperan actualmente en el país, puedan estar generando en las comunidades receptoras. La investigación a su vez debe estar acompañada de la difusión de los principales resultados, para así invitar a la criticidad de los organismos de desarrollo, de los entes de apoyo, de las comunidades receptoras del turismo y de la población en general, para así prever que se sigan dando desarrollos “no conscientes” y “anti-éticos”, en zonas en donde el turismo es muy incipiente, como por ejemplo en la Península de Osa.

# Bibliografía

---

## Libros

- Adorno, Theodor. (1980) *Teoría estética*. Taurus Ediciones, S.A. Madrid, España.
- Alcina Franch, José. (1982) *Arte y Antropología*. Alianza editorial. Madrid, España.
- Arizpe, Lourdes. (2001) “*Cultura, creatividad y gobernabilidad*”. En: Mato, Daniel. Estudios Latinoamericanos sobre Cultura y Transformaciones Sociales en Tiempos de Globalización. CLACSO.
- Atkinson, Paul y Hammersley, Martyn. (1994) *Etnografía: métodos de investigación*. 1ra Edición. Paidós. Barcelona, España.
- Bajoit, Guy. (2003) *Todo cambia: análisis sociológico del cambio social y cultural en las sociedades contemporáneas*. 1ra Edición. LOM Ediciones. Santiago, Chile.
- Bauman, Zygmunt. (2003) *Comunidad en busca de seguridad en un mundo hostil*. Siglo veintiuno de España editores, s.a.
- Bourdieu, Pierre. (2000) “*Sobre el poder simbólico*”. En: Intelectuales, política y poder. Traducción de Alicia Gutiérrez. UBA-Eudeba. Buenos Aires, Argentina.
- Bonfil Batalla, Guillermo. (Comp.) (1993) *Hacia nuevos modelos de relaciones interculturales*. Consejo nacional para la cultura y las artes. México.
- Cordero, Allen et al. (2002) *Imaginario social y turismo sostenible*. 1ra Edición. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO. San José, Costa Rica.
- \_\_\_\_\_. (2002) *El desarrollo del turismo sostenible: los casos de Manuel Antonio y Texel*. 1ra Edición. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO. San José, Costa Rica.
- Cordero, Allen. (2006) *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza: el caso del turismo*. 1ra Edición. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO. Buenos Aires, Argentina. Delgado, Juan et al (1999). *Métodos y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Editorial Síntesis. Madrid, España.
- Chang, Giselle et al. (2001) *Nuestras Artesanías*. Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana. San José, Costa Rica.
- García Canclini, Néstor. (1977) *Arte popular y sociedad en América Latina*. Editorial Grijalbo. D. F, México.

- \_\_\_\_\_. (1978) *Las culturas populares en el capitalismo*. Ediciones Casa de las Américas. La Habana, Cuba.
- \_\_\_\_\_. (2004) *Diferentes Desiguales y Desconectados: Mapas de la Interculturalidad*. Editorial Gedisa. Barcelona, España.
- Gardner, Howard. (1987) *Arte, mente y cerebro. Una aproximación cognitiva a la creatividad*. Editorial Paidós. España.
- Hess, Walter. (1998) *Documentos para la comprensión del arte moderno*. 2da Edición. Ediciones Nueva Visión SAIC. Buenos Aires, Argentina.
- Hiernaux-Nicolas, Daniel et al. (2002) *Imaginario Sociales y Turismo Sostenible*. Cuaderno de Ciencias Sociales N° 123. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO. Sede Académica, Costa Rica.
- Kandinsky, Wassily. (1978) *De lo espiritual en el arte*. 3ra Edición. Barral Editores, S.A. Barcelona, España.
- Kilani, Mondher. (1990) *Procedimiento, enfoque y método en la antropología*. En: Introduction à l' anthropologie, Lausanne, Payot. Traducido y condensado por José Camacho-Zamora.
- Kleymeyer, Charles. (1993) *La expresión cultural y el desarrollo de base*. Fundación Interamericana. Virginia, EEUU.
- Mato, Daniel. (2001) "Producción transnacional de representaciones sociales y transformaciones sociales en tiempos de globalización". En: Mato, Daniel. Estudios Latinoamericanos Sobre Cultura y Transformaciones Sociales en Tiempos de Globalización. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO.
- Montoya, Felipe y Drews, Carlos. (2007) *Medios de vida, bienestar comunitario y conservación de especies*. WWF-Programa marino y de especies para Latinoamérica y el Caribe.
- Parsons, Michael J. (2002) *Cómo entendemos el arte. Una perspectiva cognitivo-evolutiva de la experiencia estética*. Editorial Paidós. España.
- Pérez Sáinz, Juan Pablo et al. (2000) *Encuentros Inciertos: globalización y territorios locales en Centroamérica*. FLACSO. San José, Costa Rica.
- Pevsner, Nikolaus. (1960) *Pioneers of modern design: from William Morris to Walter Gropius*. Penguin. Inglaterra.
- Pretiz, Loida. (2008) "Museo Islita de Arte Contemporáneo al Aire Libre, Hotel Punta Islita". En: *Responsabilidad social empresarial y alianzas intersectoriales. Estudios de caso 1*. Fundación AVINA. Costa Rica.

Root, Deborah. (1996) *Cannibal culture. Art, appropriation and the commodification of difference*. Westview Press. Colorado.

Sen, Amartya. (2000) *Desarrollo y Libertad*. Editorial Planeta, S.A. Barcelona, España.

Steiner, Christopher. (1999) "Authenticity, Repetition and the Aesthetics of Seriality. The Work of Tourist Art in the Age of Mechanical Reproduction". In: Phillips, Ruth and Steiner, Christopher. *Unpacking culture: art and commodity in colonial and postcolonial worlds*. University of California Press.

### Artículos de revistas

Alfaro, Alicia. (1993) *La artesanía: formas de la identidad y la herencia culturales*. En: Revista Herencia. Vol. 5. N° 1. Universidad de Costa Rica, Vicerrectoría de Acción Social. San José, Costa Rica.

Camacho, José y Pardo, Marta Eugenia. (1993) *Etnología, epistemología y cualidad*. En: Revista Reflexiones N°. 27. Facultad de Ciencias Sociales, UCR. Pp. 19-31.

Mauro, Carmen. (2003) *Desde la otredad*. En: Revista Girasol: Revista de la Escuela de Estudios Generales de la Universidad de Costa Rica. N° 5. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. Pp. 87-91.

Weil, Jim. (2001) *Un ecomuseo para San Vicente: artesanos de cerámica y turismo cultural en Costa Rica*. En: Revista Herencia. Vol. 13, N° 1. Universidad de Costa Rica, Vicerrectoría de Acción Social. San José, Costa Rica. Pp. 137-154.

Bourdieu, Pierre. (1984) "Outline of a sociological theory of art perception". From: *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Columbia University Press.

\_\_\_\_\_. (2000) "Disposición estética y competencia artística". En: Revista Lápis. Año XIX, N° 166. España. Octubre del 2000.

Ortiz, Renato. (1997) "La modernidad-mundo: nuevos referentes para la construcción de las identidades colectivas". En: Revista TELOS. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad. Fundesco. Madrid. Marzo-Mayo.

Ruiz Fontanarrosa, Blanca. (2000) "Identidad cultural, arte y acción social: Palmares, el cooperativismo y la memoria colectiva". En: Revista Herencia. 11, 2. Universidad de Costa Rica. Vicerrectoría de Acción Social. San José, Costa Rica. Pp 167-171.

Santana Talavera, Agustín. (2003) "Turismo cultural, culturas turísticas". En: Horizontes Antropológicos. N°20. Pp. 31-57. Porto Alegre, Brasil. Octubre.

Sen, Amartya. (1999) *El futuro del Estado del bienestar*. Conferencia pronunciada en el "Círculo de Economía" de Barcelona. En: La Factoria. N° 8, Febrero.

\_\_\_\_\_. (2001) *Teorías del desarrollo en el siglo XXI*. En: Leviatán: Revista de hechos e ideas. N° 84, Pp. 65-84. Madrid, España.

### **Trabajos Finales de Graduación**

Bolaños, Bernal. (1977) *El Desarrollo de las pequeñas industrias y artesanías en Costa Rica*. Tesis final de graduación en Dirección de Empresas. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.

Borowy Sevilla, Francia y Centeno Díaz, Herbert (1996). *Los cambios en la dinámica sociocultural en dos comunidades costarricenses: Barrio Cubillo y Barva, frente al fenómeno del turismo*. Tesis final de graduación en Antropología Social. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.

Escalona, María José y Guzmán, Gloriana. (2010) "*Apuestas locales para el mejoramiento comunitario y la conservación del medio ambiente en Playa Junquillal, Santa Cruz, Guanacaste: La promoción del bienestar comunitario a partir de una estrategia local*." Tesis final de graduación en Antropología Social. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.

Luján, Manuel Enrique. (1990) *Situación actual de la artesanía de Quitirrisí*. Tesis final de graduación en Antropología Social. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.

Madrigal Castro, Gisella. (1997) *Mal País exótica y bella: cambio cultural y turismo en una comunidad costera*. Tesis final de graduación en Antropología Social. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.

Villalobos, Millaray. (2006) *Viajar viviendo y vivir viajando: las andanzas de viajeras y viajeros artesanos latinoamericanos, un acercamiento desde la mirada antropológica*. Tesis final de graduación en Antropología Social. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.

### **Documentos inéditos**

Montoya, Felipe. (2005) *La multifuncionalidad de las artes para el desarrollo comunal*. San José, Costa Rica.

## Referencias de internet

Baudino, Luján. (2008) *Una aproximación al concepto de arte público*. Boletín Gestión Cultural. N°16: Arte Público. Buenos Aires, Argentina.  
[www.gestioncultural.org/boletin/2008/bgc16-LBaudino.pdf](http://www.gestioncultural.org/boletin/2008/bgc16-LBaudino.pdf)

Rojas, Mariano. (2004) *The complexity of well-being a life satisfaction conception and a domains-of-life approach*. WED ESRC research group on wellbeing in developing countries.  
<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/ICAP/UNPAN029029.pdf>

Solano, Andrea. En punta Islita se gestan cinco obras de arte contemporáneo. En: Periódico La Nación. [http://www.nacion.com/In\\_ee/2008/junio/18/aldea1582665.html](http://www.nacion.com/In_ee/2008/junio/18/aldea1582665.html). Costa Rica, Miércoles 18 de junio del 2008.

*“Hotel Punta Islita. Costa Rica luxury resort, Small Luxury Hotel member”*.  
<http://www.youtube.com/watch?v=uNck8YvRRM8> Última visita: 28-05-2012

[www.hotelpuntaislita.com](http://www.hotelpuntaislita.com)

<http://www.sitiosdecostarica.com/cantones/Guanacaste/nadayure.htm>

## Otras referencias

Hotel Punta Islita. *Menú Casa Spa*.