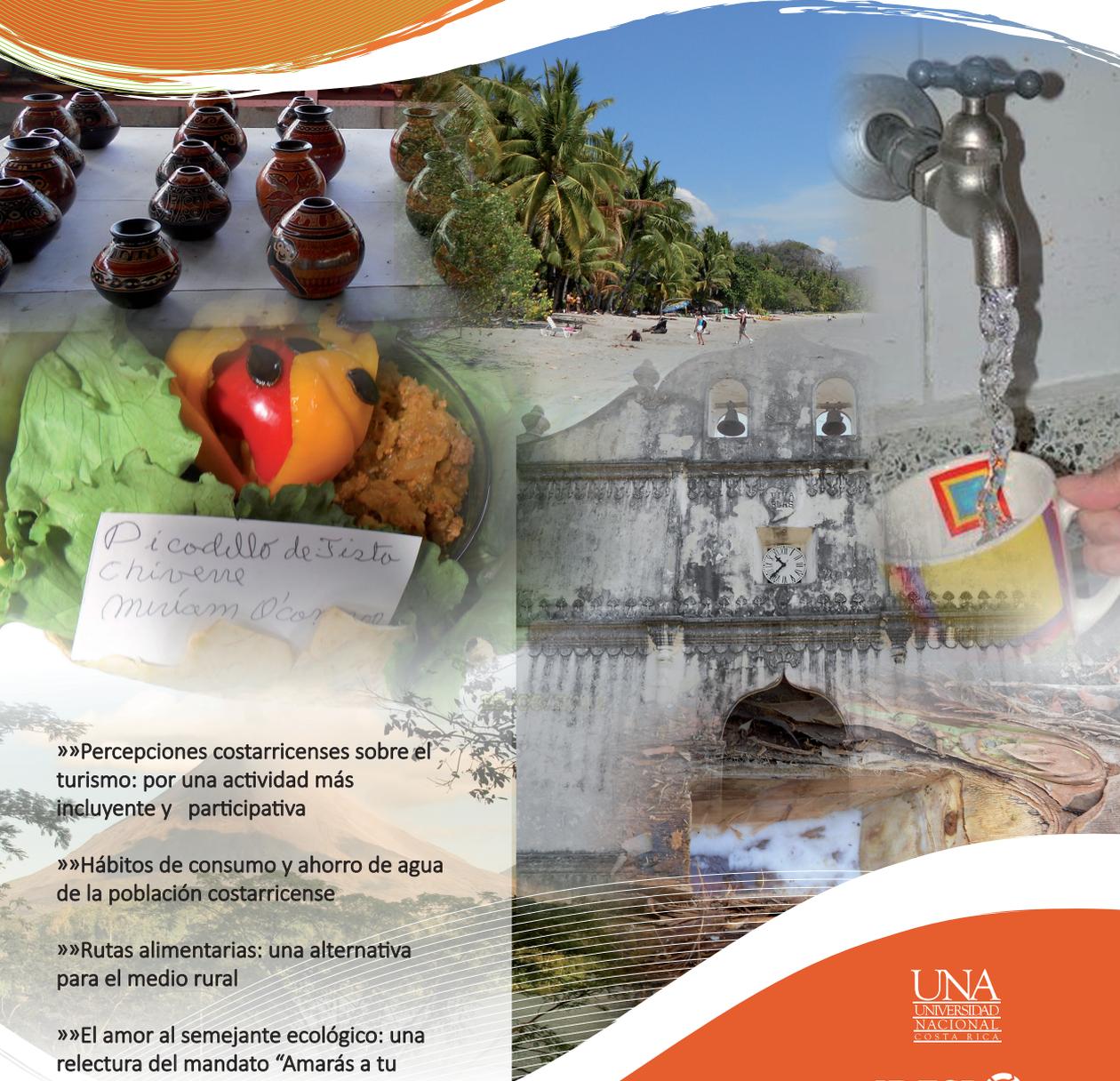


HORIZONTES AMBIENTALES

II EDICIÓN, Anual, 2013
ISSN: 2215-2423



»»Percepciones costarricenses sobre el turismo: por una actividad más incluyente y participativa

»»Hábitos de consumo y ahorro de agua de la población costarricense

»»Rutas alimentarias: una alternativa para el medio rural

»»El amor al semejante ecológico: una relectura del mandato "Amarás a tu prójimo"

UNA
UNIVERSIDAD
NACIONAL
COSTA RICA

IDESPO
UNIVERSIDAD NACIONAL

HORIZONTES AMBIENTALES
Programa IDESPO-UNA



Revista
**HORIZONTES
AMBIENTALES**

2013



TABLA DE CONTENIDOS

LA CULTURA AMBIENTAL EN EL CENTRO DE LA REFLEXIÓN

Guillermo Acuña González.....05

PRESENTACIÓN

Hugo González Calvo.....07

PERCEPCIONES COSTARRICENSES SOBRE EL TURISMO: POR UNA ACTIVIDAD MÁS INCLUYENTE Y PARTICIPATIVA

Hugo González Calvo y Andrea Fernández Díaz.....09

HÁBITOS DE CONSUMO Y AHORRO DE AGUA DE LA POBLACIÓN COSTARRICENSE

Jose Quirós Vega.....33

RUTAS ALIMENTARIAS: UNA ALTERNATIVA PARA EL MEDIO RURAL

María Elena Sosa Sosa.....51

EL AMOR AL SEMEJANTE ECOLÓGICO: UNA RELECTURA DEL MANDATO “AMARÁS A TU PRÓJIMO”

Mauricio Arley Fonseca.....91

304
H811h

Horizontes Ambientales / Universidad Nacional (Costa Rica). Facultad de Ciencias Sociales. Instituto de Estudios Sociales en Población. II edición (agosto, 2013)- . – Heredia, C.R. : UNA- IDESPO, 2013
v. ; 28 cm.

ISSN 2215-2423

1. COMPORTAMIENTO SOCIAL – PUBLICACIONES PERIÓDICAS. 2. MEDIO AMBIENTE – PUBLICACIONES PERIÓDICAS. I. Universidad Nacional (Costa Rica). Facultad de Ciencias Sociales. Instituto de Estudios Sociales en Población.

EDITORIAL:

Coordinador editorial: Nelly López Alfaro

Equipo responsable:
Programa Horizontes Ambientales

Nelly López Alfaro, José Quirós Vega, Yendry Vargas Trejos, Hugo González Calvo, Didier Gómez Guzmán, Gisela Segura Espinoza, Jacqueline Centeno Morales, Andrea Fernández Díaz

Diseño y diagramación:
Mónica Calderón Solano

Revisión filológica:
Mauricio Arley Fonseca



LA CULTURA AMBIENTAL EN EL CENTRO DE LA REFLEXIÓN

En años recientes, una agenda de investigación, trabajo de extensión y vinculación con comunidades, actores, sectores sociales y académicos de la más diversa naturaleza, ha sido impulsada y fortalecida por el Programa Horizontes Ambientales, del Instituto de Estudios Sociales en Población, IDESPO.

Esta agenda se interroga constantemente por la relación conflictiva e irresuelta entre el ser humano y su entorno medioambiental; asimismo, entiende que las decisiones, acciones y prácticas de las sociedades modernas tendrán sus implicaciones de corto, mediano y largo alcances en el equilibrio del sistema de vida persistente en el planeta. Al decir de Leonardo Boff, con la era ecológica se está alcanzando una nueva civilización, que llegará si se producen en la mente de las personas: cambios y transformaciones importantes, además de modificar sus patrones de relación con el universo.

A cargo de un equipo que combina experiencia y madurez con aprendizaje y crecimiento, esta agenda de investigación y reflexión ha impulsado la discusión de la cultura ambiental como eje articulador de su quehacer. Esta discusión ha sido acompañada de un trabajo sistemático y riguroso, donde se advierten metodologías participativas y colaborativas de trabajo con comunidades, así como el establecimiento de alianzas con sectores académicos comprometidos, ciertamente, con el impulso de la construcción de conocimiento sobre el desarrollo de la temática ambiental en el país y fuera de sus fronteras.

Hoy, el Programa sigue investigando, cuestionando, haciendo preguntas sobre la conflictiva convivencia del ser humano en su entorno, además de que profundiza el debate acerca de la evolución de la cultura ambiental como marco referencial que orienta el ejercicio presente y futuro de su gestión investigativa y extensionista.

Producto de esa evolución en la reflexión y la práctica, el programa presenta este segundo número de la *revista Horizontes Ambientales*, en el que se ascienden escalones importantes en cuanto al abordaje analítico de los procesos que ocupan su interés como actividad universitaria. Constituye un aporte especial, que sistematiza caminos trazados por el programa en épocas recientes, pero con nuevas preguntas e interrogantes, que sin lugar a dudas, convienen en nuevos desafíos para sus planteamientos futuros.

Se procura así, una reflexión acerca de los significados sociales y simbólicos que tiene la población costarricense sobre la actividad turística en el país. No está de más recordar el desarrollo de este sector como uno de los nuevos *ejes*

de acumulación que se han instalado en el desarrollo centroamericano, lo cual tiene vastas implicaciones económicas, culturales y societales en un país como Costa Rica. Esas implicaciones, y cómo las percibe la población costarricense, se incluyen en dicha reflexión.

Por otra parte, una creciente preocupación sobre la sostenibilidad del agua como bien percedero, es trabajada en el artículo sobre las prácticas y usos que las personas le dan, así como la latente discusión sobre los focos de contaminación que comprometen su consumo básico. Uno de los principales aspectos evaluados en esta reflexión es la existencia de un distanciamiento entre lo que se cree y se piensa respecto del agua como bien público colectivo, además de los efectos de su disminución, las prácticas de consumo y ahorro, que efectivamente implementa la población costarricense.

Un tercer punto de inflexión presenta otras formas de discutir la constitución de las identidades locales, tan trabajada en el país por campos disciplinarios como: psicología social, antropología, sociología, comunicación y filosofía. En esta ocasión, se presenta un interesante debate sobre la relación entre las rutas alimentarias y la constitución de procesos culturales de muy fuerte raigambre campesino y comunitario, mediante la revisión de la experiencia desarrollada en el Proyecto Morote, donde el programa ha tenido una incidencia fundamental.

Por último, se desarrollan planteamientos sobre la noción de *semejante ecológico* como una forma de fortalecer aquellos postulados básicos del programa, en los que se concibe al ser humano como un actor integral, nunca neutro, del proceso de equilibrio y sostenibilidad ecológica en el planeta. Este último artículo incluye una visita analítica muy interesante por los postulados y prácticas indígenas que derivan en mitos, simbologías, respecto de la constitución de ese otro semejante, en tanto participante de un proceso ecológico integral.

Con este número, como se verá, el Programa Horizontes Ambientales incorpora reflexiones de muy diversa composición y postura. Pero siempre teniendo como eje articulador la dimensión de la Cultura Ambiental como objeto de su quehacer, contribuyendo a fortalecer la agenda académica y social sobre este tema, tan urgente como necesaria. Esperamos que los artículos aquí presentados cumplan ese cometido.

M.Sc. Guillermo Acuña González
Director
Instituto de Estudios Sociales en Población



PRESENTACIÓN

La Universidad Nacional, como institución de educación superior, y consciente de su responsabilidad ambiental, ha venido realizando una serie de proyectos, programas y actividades que han contribuido al desarrollo sostenible y al fortalecimiento de culturas ambientales en ámbitos universitarios y nacionales. En ese sentido, el Programa Horizontes Ambientales: innovación y cambio, adscrito al Instituto de Estudios Sociales en Población (IDESPO) de la Universidad Nacional, promueve una nueva cultura ambiental como eje transversal que acompaña todas las acciones de investigación, extensión y docencia, que se llevan a cabo en el programa.

El abordaje de los problemas socio ambientales se sustenta en el trabajo ejecutado por el IDESPO durante las últimas décadas, tendiente a incentivar un cambio cultural a partir de la construcción de sociedades más justas, equitativas y solidarias, que tengan como motor de desarrollo la sustentabilidad socioambiental mediante una visión integral, con elementos que superan la dicotomía naturaleza-sociedad.

En esta ocasión se presenta el segundo número de la Revista Horizontes Ambientales, como un esfuerzo y compromiso del equipo investigador para mostrar algunas de sus experiencias y resultados del trabajo investigativo y de extensión, que se realiza en los diferentes proyectos y actividades que sustentan el quehacer del programa. De igual manera, esta publicación permite rendir cuentas sobre nuestra labor a la comunidad académica, a la población en general, y en particular, a muchas de las comunidades con las cuales trabajamos de forma conjunta.

En esta segunda edición, la revista presenta cuatro artículos: el primero derivado de una encuesta de percepción sobre los usos y posibilidades de costarricenses para realizar turismo nacional, donde se apuesta por una actividad turística más incluyente y participativa para nacionales. Un segundo artículo trata la valoración costarricense respecto del agua, en términos de: escasez, prácticas y usos, así como el impacto de la contaminación en la salud pública. El tercer artículo hace referencia al tema de las rutas alimentarias como una alternativa del desarrollo rural, lo cual permite destacar el valor sociocultural de identidad y seguridad que representan los productos alimenticios para una región o país. Finalmente, se presenta un artículo que nos llama a conocernos más e



interactuar realmente con la naturaleza, y para esto evoca el concepto del semejante ecológico, como la instancia dialógica y sensible con la naturaleza, tanto animal como vegetal.

Esperamos que estos artículos sean de interés y reflexión para la comunidad lectora, comprometida en los temas socio ambientales. Agradecemos sus comentarios y aportes para el crecimiento de la Revista Horizontes Ambientales.

Por parte del equipo investigador,
Hugo González Calvo



PERCEPCIONES COSTARRICENSES SOBRE EL TURISMO: POR UNA ACTIVIDAD MÁS INCLUYENTE Y PARTICIPATIVA

Hugo González Calvo¹
Andrea Fernández Díaz²

RESUMEN

Este artículo evidencia el comportamiento de la población costarricense que realiza actividad turística en el interior del país, a la vez, muestra la necesidad de que exista mayor acceso al turismo, sobre todo en las poblaciones de medianos y bajos recursos; así como concienciar al empresario sobre el valor que representa el turista nacional, quien permanece en el país durante el año, a diferencia del visitante extranjero.

El estudio también propone orientar el turismo hacia comunidades rurales, a las cuales les pertenecen los recursos naturales y socioculturales, que explota la actividad, por lo que deberían favorecerse de los beneficios sociales, económicos y psicológicos que conlleva el uso y la práctica del turismo y la recreación.

Los datos recolectados durante el periodo 2010 y 2011 parten de una encuesta telefónica realizada en el marco del Programa Horizontes Ambientales del IDESPO de la Universidad Nacional, y entre las iniciativas que se plantean, se destacan estrategias para: ofrecer capacitación empresarial a grupos comunales (asociaciones, cooperativas, MIPYMES) para gestionar proyectos orientados al turismo nacional, implementar programas de créditos especializados para el disfrute del descanso y la recreación de los sectores populares, e incentivar al Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y otros actores a fortalecer el componente del turismo nacional como elemento vital para la calidad de vida de las poblaciones nacionales.

Palabras claves

Turismo, recreación, accesibilidad y calidad de vida

¹ Profesor e investigador del IDESPO. Correo: hgonzalezcalvo@gmail.com

² Investigadora del IDESPO. Correo: afdezdz@hotmail.com



ABSTRACT

This article demonstrates the behavior of the Costa Rican population that makes tourism activity in the interior of the country, at the same time, it shows the need for greater access to tourism, especially in the towns of low and middle-income; as well as raise awareness to the employer on the value that represents the national tourist, who remains in the country during the year, as opposed to the foreign visitor.

The study also aims to guide the tourism to rural communities, to which belong to them the natural resources and cultural, that exploits the activity, so that should be favored of social benefits, economic and psychological that involves the use and practice of tourism and recreation.

The data collected during the period 2010 and 2011 are based on a telephone survey conducted in the framework of the IDESPO's Programa Horizontes Ambientales of the Universidad Nacional, and among the initiatives that arise, it highlights strategies for: provide business training to community groups (associations, cooperatives, MIPYMES) to manage national tourism-oriented projects, implement specialized credit programs for the enjoyment of the rest and recreation of the popular sectors, and encourage the ICT (Instituto Costarricense de Turismo) and other stakeholders to strengthen the national tourism component as vital to the quality of life of national populations.

Key words

Tourism, recreation, accessibility and quality of life.

INTRODUCCIÓN

El turismo y la recreación inciden directa y positivamente en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Los beneficios no solo son a través de la variable económica, generadora de empleo y riqueza, sino porque además los efectos sociales, culturales y ambientales permiten una efectiva integración social y cultural de las personas. El acceso social



al placer, que en buena parte es la incorporación social de las poblaciones mayoritarias a disfrutar libremente de espacios bellos y diversión, es ilustrativo de una sociedad que crece en su calidad de vida.³

Costa Rica, a nivel mundial, es uno de los precursores y líderes de un tipo de turismo centrado en la naturaleza, que ha mostrado, en las últimas décadas, altos índices de crecimiento en la denominada “industria turística”, pero sus políticas deben velar porque cada vez sea mayor la población costarricense que pueda disfrutar, recrearse y participar de la actividad turística nacional.

En alguna medida, la globalización ha abierto y está mostrando al mundo nuestro espacio turístico y los recursos nacionales. Sin embargo, no lo ha orientado aún hacia nuestras comunidades rurales, a las cuales les pertenecen esos recursos y que también deberían favorecerse de los beneficios sociales, económicos y psicológicos que conlleva el uso y la práctica del turismo y la recreación.

A partir de estas premisas es importante conocer la opinión ciudadana sobre las actividades turísticas en torno a un uso adecuado y sostenible de los recursos naturales y socioculturales que el país posee, así como de las posibilidades de acceso real que pueda tener la población nacional.

ACTIVIDAD TURÍSTICA Y ACCESIBILIDAD PARA NACIONALES

Las encuestas realizadas por el IDESPO de la Universidad Nacional durante los periodos de 2010 y 2011, sobre la opinión costarricense acerca de la actividad turística, plantea una serie de interrogantes⁴:

- ¿Hay tendencias de la ciudadanía costarricense en actividades turísticas dentro del país?

³ Cordero, Alen (2006). *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza: El caso del Turismo*. Buenos Aires: CLACSO.

⁴ Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre turismo, ambiente y recurso hídrico”, noviembre, 2010 y “Percepción de los costarricenses sobre temas relacionados con el ambiente” Setiembre, 2011. Programa Horizontes Ambientales, IDESPO-UNA.



- ¿Qué oportunidad tiene la ciudadanía costarricense para disfrutar ampliamente del turismo recreativo?
- ¿Cuán accesible son los precios de la actividad turística para nacionales?
- ¿Por qué la población nacional percibe un trato diferencial con relación al turista extranjero?
- ¿Existe un tipo de turismo y accesibilidad para nacionales?

Hace más de dos décadas que la sociedad costarricense se ha visto fuertemente permeada por el quehacer turístico, el cual se ha erigido como una de las actividades económicas de mayor crecimiento en la región centroamericana. Esto se evidencia por un aumento considerable en el número de visitantes al país, la cantidad de divisas que genera la actividad, su aporte y crecimiento en el empleo, así como un aumento de las inversiones en varios rubros: hotelería, residencial turístico, mercado inmobiliario, servicios, comunicaciones...⁵.

El turismo de naturaleza se ha centrado en una parte importante de la red de parques nacionales públicos y privados, buena infraestructura, fuerte clase media, fuerza de trabajo saludable y educada en la materia de conservación y sostenibilidad, un gobierno democrático y estable. Estos factores: como la paz y cercanía al mercado norteamericano, hacen que Costa Rica emprenda una industria turística centrada en el ecoturismo.

Año tras año, la visitación extranjera ha ido en ascenso debido a la propaganda emanada por la biodiversidad y prácticas sostenibles para la conservación de los recursos que posee nuestro país. Esta publicidad, que se ha tratado de desarrollar en las últimas décadas, no queda de lado para costarricenses, ya que al consultarles, la palabra “actividad turística”: un 30.4% lo relacionan con viajes, salir a pasear; el 21.8%, con playas; y 8.3%, con recursos naturales (ver gráfico N°1). Muchos de estos paseos, son a lugares cercanos para no permanecer varios días fuera de sus hogares; también se efectúan a playas favoritas; gran parte de la clase media social

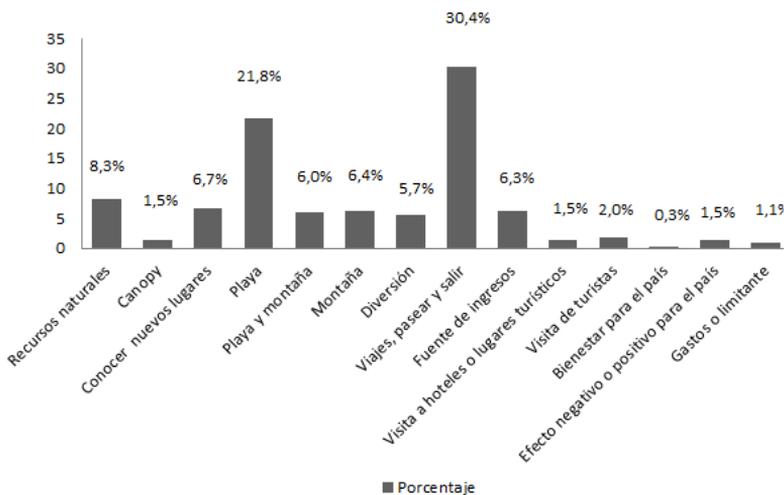
⁵ El ingreso de turistas generó, durante el 2004, un total de \$1.358,5 millones, mientras que el 2008 se registró un total de \$2.144.2 millones, lo que representa un total del 20.3% con respecto a las exportaciones totales del país. (*Estado de la Nación*, 2009).



mira como una buena opción las playas de Jacó y el puerto de Puntarenas; otros optan por sectores costeros de Guanacaste por su clima, belleza y limpieza.⁶

GRÁFICO N° 1

Lo que piensan los ticos cuando se les pregunta por la frase “actividad turística”



Fuente: Encuesta de opinión “Percepción del costarricense sobre temas relacionados con el ambiente”. Horizontes Ambientales, IDESPO-UNA, 2011.

Si bien este rápido crecimiento de la actividad turística responde mucho a una fuerte dinámica de las economías globales (internacionalización de la economía, flujos de capitales, expansión de empresas turísticas transnacionales...), y no en mucho a la dinámica de las economías locales, no se puede obviar la apuesta y el apoyo que se hace desde el sector gubernamental al sector turístico a finales de la década de los ochenta,

⁶ El financiero “Ticos viajan pero gastan menos” http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2004/septiembre/05/informe0.html tomado el 28 de agosto del 2012



cuando se visualizaba la actividad como un sector estratégico, y de este modo se diseñó una serie de políticas públicas de apoyo hacia la actividad. Este crecimiento numérico y expansivo de la actividad turística (orientado en gran parte al mercado extranjero), si bien evidencia un mejoramiento para el desarrollo económico de nuestra sociedad, y en especial de algunos sectores (sector financiero, hoteleros, algunas transnacionales, transporte), ha implicado a la vez un encarecimiento de los servicios turísticos, sobre todo para visitantes nacionales, así como también una limitación de acceso de nuestra población a muchos de los espacios turísticos, donde la actividad comercial se ha venido estableciendo y trasformando territorialmente.

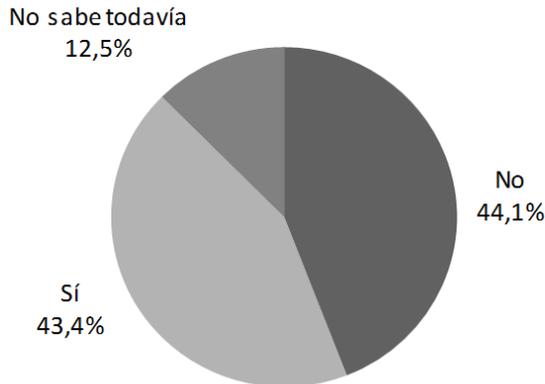
El espacio territorial que contemplamos en la actualidad, evidencia una modificación en el paisaje geográfico de algunas áreas y comunidades costeras y rurales, de vocación agrícola y pesquera en el pasado, que se reestructuran fuertemente hacia la actividad turística de sol y playa.

Las áreas costeras se llenan de hoteles, restaurantes, y residenciales turísticos; conforman un nuevo paisaje urbano, global, a veces excluyente y distante para muchas de las comunidades rurales que no estaban preparadas para su inserción y participación dentro de este proceso. El modelo turístico imperante reduce otras formas o modelos de desarrollo turístico más alternativos, de base comunitaria, así como el simple acceso a lugares de esparcimiento tradicional o recreativo al que los lugareños estaban acostumbrados.

El 44% de costarricenses (ver gráfico N°2) no pudieron o no tuvieron la oportunidad de acceder a sitios turísticos, debido a los altos costos de la actividad y sus productos, donde se incluyen los gastos en transportes, alimentación y en algunos casos el hospedaje. De igual manera, debe considerarse que, por lo general, el costarricense aún acostumbra a viajar en familia, por lo que debe pensar en un presupuesto para cuatro o cinco miembros, lo cual encarece aún más la práctica de esta actividad, orientada a la atracción de una clientela acomodada y adinerada, con exigencias adquiridas en regiones turísticas de comodidad alrededor del mundo.

**GRÁFICO N° 2**

Porcentaje de población que piensa realizar alguna actividad vacacional o recreativa durante las vacaciones de fin y principio de año



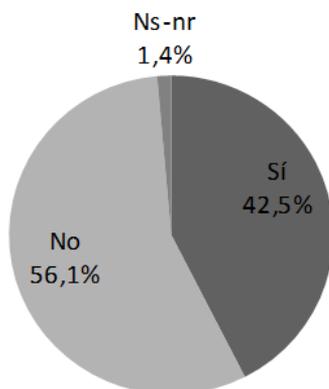
Fuente: Encuesta de opinión "Percepción de la población costarricense sobre ambiente, turismo y recurso hídrico". Horizontes Ambientales, IDESPO-UNA. 2010

Las mismas autoridades del sector han expresado, en varias oportunidades, que la actividad turística costarricense busca diferenciarse por la calidad y diversidad del producto ofrecido por encima del precio, e indudablemente que el encarecimiento de estos servicios afecta al nacional, sobre todo a los sectores de medianos y bajos ingresos.

Más de la mitad (56%) de costarricenses entrevistados considera que los precios para el turismo nacional no son accesibles (gráfico N° 3), esto corrobora en alguna medida lo anterior expuesto.

GRÁFICO Nº 3

Porcentaje de personas que consideran que los precios para el turista nacional son accesibles



Fuente: Encuesta de opinión "Percepción de la población costarricense sobre ambiente, turismo y recurso hídrico". Horizontes Ambientales, IDESPO-UNA. 2010

Debido a la exclusión de la demanda turística nacional, por los altos precios de servicios turísticos, el 41.6% (ver gráfico Nº4) de los consultados visitan alguna zona del país por lo menos una vez al año.

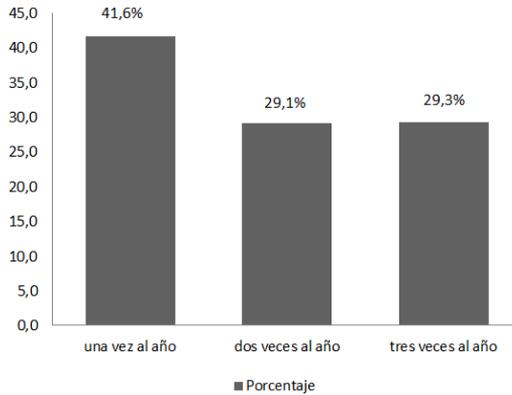
Debe entenderse que el ingreso económico de las personas define la forma de realizar las actividades, así como los lugares por visitar, de ahí que algunas opciones, para contrarrestar estas limitantes, sean acceder a lugares cercanos como balnearios, parques recreativos, excursiones y turismo de fin de semana.⁷

⁷ Quesada, Renato. (2010). *Elementos del Turismo: Teoría, clasificación y actividad*. 2ª edición. San José: EUNED.



GRÁFICO N°4

¿Cuántas veces al año realiza actividad turística?



Fuente: Encuesta de opinión "Percepción del costarricense sobre temas relacionados con el ambiente". Horizontes Ambientales, IDESPO-UNA, 2011.

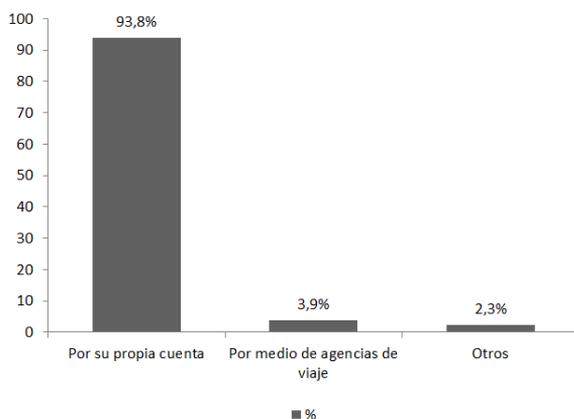
Una de las ventajas de realizar turismo doméstico en nuestro país es la facilidad para poder trasladarse por carretera, contrario al turista extranjero. El 93.8% de los consultados tienden a realizar la actividad turística por su propia cuenta, es decir, no hacen uso de algún *tour* operador (ver gráfico N°5).

Otras personas se trasladan por medio de transporte público o privado, y según la ARESEP, esta última opción se ha vuelto una prioridad debido a las malas condiciones de las carreteras, el congestionamiento vehicular, que tiende a presentarse en algunos sectores del país, el vandalismo, velocidad de los autobuses, diseño de recorrido de las rutas, entre otros⁸.

⁸ Autoridad Reguladora de Servicios Públicos. Transporte público: Buses <http://www.aresep.go.cr/cgi-bin/index.fwx?area=16&cmd=servicios&id=3424&sub=3424>. Tomado el 28/08/2012

GRÁFICO N°5

Formas en que planifican los turistas nacionales cuando viajan



Fuente: Encuesta de opinión "Percepción del costarricense sobre temas relacionados con el ambiente". Horizontes Ambientales, IDESCO-UNA, 2011

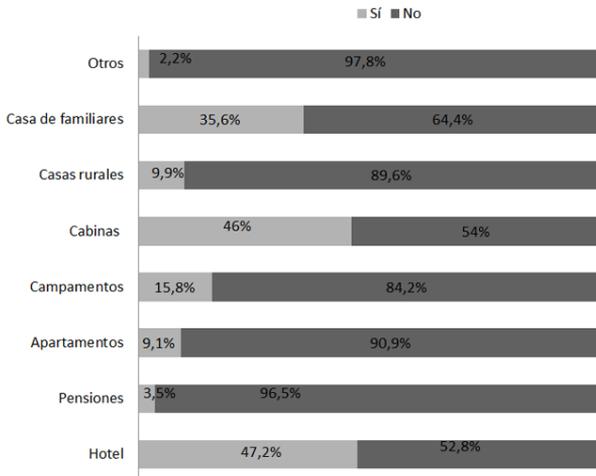
Ha habido un crecimiento en las grandes cadenas hoteleras internacionales, lo cual favorece indirectamente a otros segmentos del negocio como son los renta car y *tour* operadores; estos servicios están focalizados a la demanda extranjera, ya que el 47.2% de los costarricenses tienden a hospedarse en un hotel (ver gráfico N°6). La ventaja de los hoteles es la seguridad y comodidad, además de que implementan estrategias para enfrentar efectos de la crisis económica, con los paquetes del "todo incluido", lo cual facilita, a las familias nacionales, acceder a los servicios que se ofrecen, a un buen precio; también esto tiende a manifestarse cuando la visitación extranjera es baja, es decir, entre mayo, junio, setiembre y octubre.

Por otro lado, el 46% de los usuarios utilizan las cabinas; este tipo de hospedaje permite que varios miembros de un núcleo familiar comparta los gastos, lo que contribuye al pequeño emprendedor nacional que brinda estos servicios. Otro comportamiento importante ocurre en un 35.6%, que tiende a hospedarse en casa de familiares y aprovechan para visitar algunos sectores rurales o zonas costeras; esta tendencia se manifiesta en época de semana santa o final de año.



GRÁFICO N°6

Tipo de hospedaje que tiende a utilizar



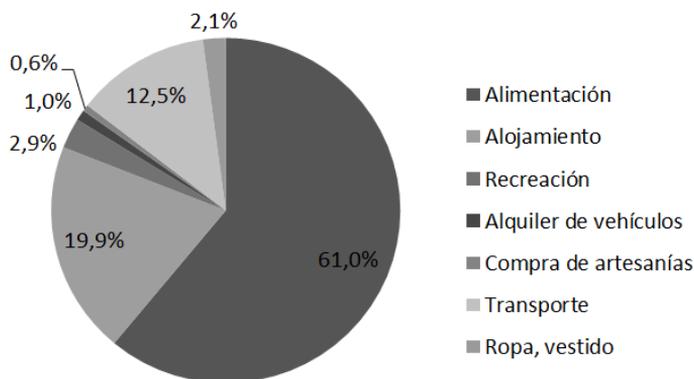
Fuente: Encuesta de opinión "Percepción del costarricense sobre temas relacionados con el ambiente". Horizontes Ambientales, IDESPO-UNA, 2011

En el gráfico N°7 se indica en qué invierte más el costarricense cuando vacaciona: el 61% indica que gasta más en alimentación y un 19.9%, en alojamientos. La trayectoria que ha desarrollado nuestro país como destino turístico, ha promovido una industria competitiva dentro la región centromericana, que ha permitido mejorar e innovar en este tipo de campo. Este comportamiento ha generado una rivalidad entre el pequeño y grande empresario, lo cual provoca que los mercados menores se especialicen y busquen estrategias para poder brindar servicios de calidad y que cumplan con los estandares establecidos⁹.

⁹ Sánchez, José, Artavia, Roberto & Barahona, Juan. (1996). *Turismo en Costa Rica: El reto de la competitividad*. INCAE: Centro Latinoamericano de Competitividad y Desarrollo Sostenible. Costa Rica.

GRÁFICO N°7

Lo que invierten más los turistas nacionales cuando visitan zonas turísticas en el interior del país



Fuente: Encuesta de opinión "Percepción del costarricense sobre temas relacionados con el ambiente". Horizontes Ambientales, IDESCO-UNA, 2011.

En nuestro país, la industria turística se localiza generalmente en sectores rurales, por lo que la gestión de este tipo de actividad debe empoderar a las comunidades locales, es decir, que participen en las distintas etapas para generar un producto o experiencia turística desde su concepción hasta su operación. Esto permite desarrollar un turismo enfocado desde el sector rural y agrícola, con actividades como: visita a comunidades, participación en actividades locales y agrícolas, paseos por sectores aledaños, entre otros; un esfuerzo de este orden genera el encadenamiento de distintos emprendimientos.

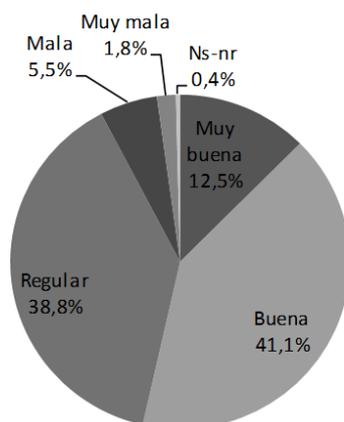
Lo anterior cataloga al turismo rural comunitario como el medio para integrar a las organizaciones y asociaciones en beneficio de todos los miembros que conforman una comunidad. En nuestro país, este tipo de estrategia ha impulsado una serie de gremios para formar agencias de viajes, tour operadores y a la vez, mayor participación de las comunidades en los beneficios que genera el turismo para el país.



El gráfico N°8 revela que un porcentaje considerable de consultados (41.1%) valora, de manera positiva, la actividad turística, en el tanto genera beneficios al país y a algunas comunidades en especial. Un importante porcentaje la define apenas como regular (38.8%) y mala (5.5%), y para esto se aduce lo caro que representa este producto para el turista nacional, con afirmaciones como: “el turismo es muy caro”, “el turista nacional no puede”, “no nos alcanza”, y “los precios son altos para nosotros”.

GRÁFICO N° 8

Valoración de la actividad turística desarrollada en Costa Rica, según personas entrevistadas (datos en porcentaje)



Fuente: Encuesta de opinión “Percepción de la población costarricense sobre ambiente, turismo y recurso hídrico”. Horizontes Ambientales, IDESPO-UNA, 2010.

Las necesidades de nuestras economías dependientes han llegado a que se conciba la llegada de turistas al país como un instrumento generador de riqueza y bienestar. Mucho del discurso oficial y de la promoción turística se centra en la necesidad de atracción cuantitativa del turismo internacional: las estadísticas oficiales del sector se centran en cuantificar y potenciar la llegada de turistas extranjeros para generar beneficios. Las campañas divulgativas del turista: un millón y dos millones, nos acercan a esta realidad (a veces engañosa), que cuanto “más, estaremos mejor”, como país y como sector turístico. Esto no siempre es así, un turismo de calidad

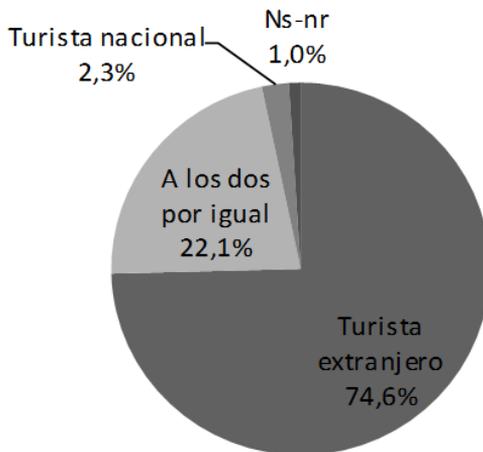
e innovador con responsabilidad social y ambiental puede dejarnos más beneficios (económicos, sociales y ambientales) con menos visitantes.

Pareciera que el crecimiento económico es origen y fin del desarrollo turístico, pero se dejan de lado otros aspectos culturales, sociales, ambientales, de integración y solidaridad, que están presentes en una actividad promotora de contactos entre las personas, a través de la comunicación, gozo, integración, ocio y descubrimiento del otro.

Otro elemento que gravita en torno a la encuesta y se muestra en el gráfico N° 9, es la opinión de costarricenses acerca de una predilección mayor (74.6%) en el trato que percibe hacia el turista extranjero, por parte de los empresarios del sector. Desde sus inicios, la actividad fue orientada de forma exógena y endógena a la atracción de inversión y divisas para el país, como una forma de encadenarse a la economía mundial.

GRÁFICO N° 9

Opinión sobre quién recibe un mejor trato de los empresarios turísticos (datos en porcentajes)



Fuente: Encuesta de opinión "Percepción de la población costarricense sobre ambiente, turismo y recurso hídrico". Horizontes Ambientales, IDESCO-UNA. 2010.



Esta lógica del mercado es vista y hasta cierto punto “comprendida” por los nacionales, quienes ven o perciben un mayor trato o predilección hacia el turista extranjero, en razón de argumentos fundamentalmente de índole económica:

“Porque los empresarios creen que el extranjero tiene más dinero o trae más dólares”

“Porque el turista extranjero tiene mayor poder adquisitivo y mayor poder económico”

“El turista extranjero deja más ganancias, da más propinas, paga más”

“Porque es una actividad que depende y es orientada al mercado extranjero”¹⁰.

Esta percepción, sentida por el nacional, puede inhibir aún más la visitación de nacionales a ciertos sitios turísticos, y anteponer, en alguna medida, las relaciones entre el empresario (sobre todo nacional) y costarricenses. Esta situación se percibe más cuando ocurren crisis en el sector (atentados a las Torres Gemelas -2000-, crisis mundiales -2008, 2009...), con lo cual los empresarios del sector dirigen sus miradas hacia los nacionales para alivianar dichas crisis, pero una vez pasada, se vuelve a mantener los precios iniciales y se deja momentáneamente las promociones y deferencias al turismo nacional. Es cuando se han escuchado frases de costarricenses que manifiestan: “ahora sí nos necesitan”, “ahora sí coquetean con nosotros”.

Es necesario que el empresario valore el aporte y visitación del turismo nacional, cuyo dinero es igual de rentable y al que se le puede crear una atmósfera positiva para que el empresario asuma una cultura y un estilo de vida en torno a fomentar también este tipo de actividad hacia el turismo nacional. De igual manera, se podrá evidenciar la inversión y el riesgo de empresarios para desarrollar su actividad, y la necesidad que tienen de recuperar parte de la inversión, así como la estacionalidad de este tipo de actividad, cuya temporada alta coincide muchas veces con las vacaciones escolares de los nacionales. Debe considerarse además que el promedio de

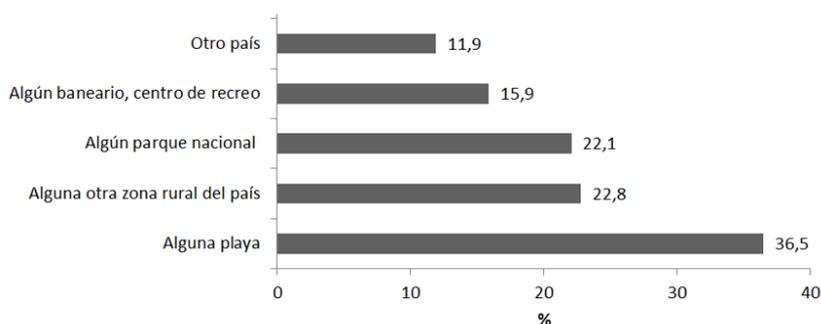
¹⁰ Respuestas dadas por los entrevistados a la pregunta “¿Por qué cree que los empresarios tratan mejor al turista extranjero?”. Encuesta Opinión, IDESPO, “Turismo y ambiente...”, noviembre, 2010.

gasto y estadía del turismo extranjero es más atractivo para las empresas prestatarias de servicio en este periodo de temporada alta.

Por tradición, los costarricenses consideran muy ligadas sus vacaciones con la oportunidad de visitar las playas, el producto de sol y mar que ofrecen las costas, tanto del Pacífico como del Caribe, en donde precisamente el sector empresarial ha venido desarrollando una fuerte oferta turística que tienta al nacional, razón de más para orientar esfuerzos que beneficien tanto a los oferentes como a la demanda local. Otros lugares de visitación preferidos por costarricenses son los pueblos rurales, en donde se comparte con familiares y amigos, así como las visitas a algunos de los parques nacionales (ver gráfico N°10).

GRÁFICO N° 10

Lugares que piensa visitar la población costarricense en las vacaciones de fin de año (datos en porcentajes)



Fuente: Encuesta de opinión "Percepción de la población costarricense sobre ambiente, turismo y recurso hídrico". Horizontes Ambientales, IDESCO-UNA. 2010.

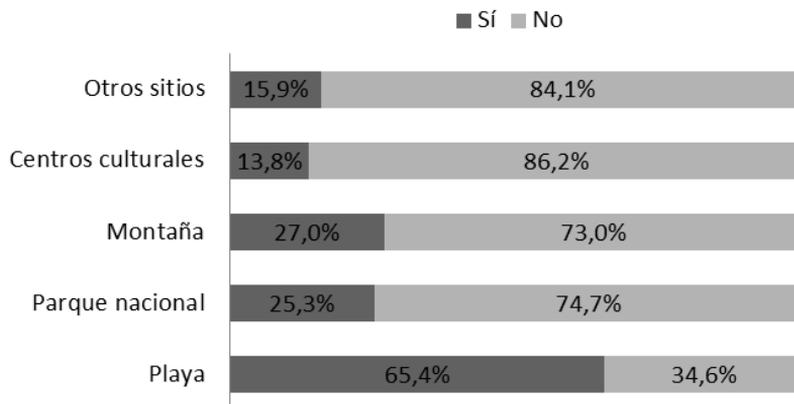


Un poco más del 10% de los entrevistados optan por viajar fuera del país, principalmente hacia los Estados Unidos, aunque también están México, Colombia y Panamá como los destinos favoritos para sus compras de fin de año y la diversión¹¹.

Esta tendencia en los costarricenses se mantiene durante el 2011: el 65.4% respondió la playa (ver gráfico N°11). Debemos tomar en cuenta que algunos sectores nacionales costeros están administrados por el sistema de áreas protegidas, por lo que los visitantes tienden a relacionar un parque nacional con la playa, en este caso muchos respondieron que la playa que más visitan es Manuel Antonio, zona donde se encuentra el parque nacional del mismo nombre.

GRÁFICO N°11

Lugar que tiende a visitar cuando realiza actividad turística



Fuente: Encuesta de opinión "Percepción del costarricense sobre temas relacionados con el ambiente". Horizontes Ambientales, IDESPO- UNA, 2011.

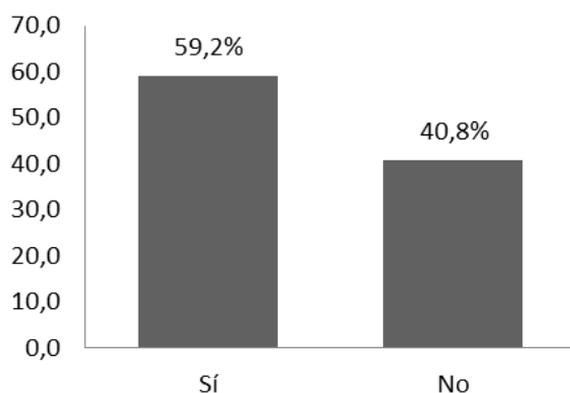
¹¹ La Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) estima que saldrán unos 141.578 costarricenses al extranjero entre noviembre y diciembre de este 2010. Estados Unidos, México, Colombia, Cuba y Panamá entre los destinos favoritos. Periódico *Al Día*, 2010 evelyn.fernandez@aldia.co.cr

Finalmente, debe hacerse hincapié en algunos esfuerzos que el ente rector ICT lleva a cabo en sus departamentos de promoción y fomento por promover información y actividades para el turista nacional, como son algunas de las ferias en pueblos y comunidades que buscan no solo el acercamiento del nacional a este tipo de actividades turísticas y recreacionales, sino también una apuesta por el pequeño empresario local y comunitario, así como por rescatar las tradiciones y la identidad de nuestros pueblos y ciudades. En los planes futuros del ICT se vislumbra la opción de enfocarse más hacia el turismo nacional, como al mercado de turismo social, lo cual es un signo positivo en esta dirección de mayores oportunidades hacia el mercado local¹².

Con base a esto, el 59% manifestó estar de acuerdo (ver gráfico N°12) con la publicidad y anuncios que desarrolla el ICT, por su parte, el 41% presenta un desacuerdo debido a que la divulgación de los sectores turísticos siempre es la usual, por lo que recomiendan que se den a conocer otros sectores del país.

GRÁFICO N°12

Está de acuerdo sobre la publicidad y campañas que realiza el ICT



Fuente: Encuesta de opinión "Percepción del costarricense sobre temas relacionados con el ambiente". Horizontes Ambientales, IDESPO-UNA, 2011.

¹² Información brindada por el máster Luis Antonio López Acuña, funcionario del ICT, en conferencia "Turismo y Desarrollo Local", celebrada en la Universidad Nacional, Heredia, agosto, 2011.



UN TURISMO INCLUYENTE Y PARTICIPATIVO PARA NACIONALES

Es evidente que los problemas económicos que sufre la población nacional, los altos precios que tiene la actividad y la necesidad de mayores facilidades e información, inhiben a muchos costarricenses para que practiquen con más regularidad el turismo dentro del país.

Sin embargo, al interior de esa población nacional, que aboga por más facilidades y oportunidades para disfrutar del turismo, debemos dirigir una mirada a los distintos grupos o colectivos que conforman esta población nacional, como son: jóvenes, adultos mayores, personas con alguna discapacidad, así como familias de menores ingresos, que son quienes sufren en mayor medida su derecho a disfrutar de las actividades turísticas y recreativas que el país ofrece.

Todavía sigue siendo válido y útil, en nuestras sociedades modernas, defender el derecho a las vacaciones, al ocio y al turismo para el mayor número posible de personas.

La Organización Mundial de Turismo Social (OITS) resalta la investigación llamada Retos para el futuro del turismo social, desarrollada en el 2011, la cual muestra que incluso en las economías más desarrolladas de Europa, casi un 40% de la población no se va de vacaciones, principalmente por razones financieras y de otra índole. Estos datos conciernen a todas las edades de la población, pero en particular a muchos jóvenes y estudiantes que tienen un poder adquisitivo limitado, a las familias con ingresos modestos, que no llegan a producir una suma suficiente para las vacaciones y también a una buena parte de las personas de tercera edad, que tienen mucho tiempo a su disposición, pero cuyos recursos también a veces están muy limitados¹³.

Conceptos tan mencionados en la actualidad como solidaridad y sostenibilidad son un reto para permitir que muchas personas confrontadas con dificultades económicas, familiares o físicas, ejerzan, de manera concreta, su derecho a las vacaciones y el turismo.

¹³ OITS (Organización Mundial de Turismo Social), "Retos para el Futuro del Turismo Social, 2011. Ginebra.

En alguna medida, el denominado turismo alternativo y rural comunitario, que se ha venido planteando en el país, permite destacar ese espíritu de solidaridad, de mayor participación y sostenibilidad ambiental y social, que se esperaría para un nuevo modelo de desarrollo turístico en el país.

Un nuevo enfoque o modelo de desarrollo turístico, que nos permita paralelamente una actividad turística, debería ser:

- Más incluyente para costarricenses
- Más participativo hacia las comunidades rurales
- Valorativo de la sostenibilidad de los recursos naturales y socioculturales de las comunidades del país
- Aspire a mejorar el bienestar y la calidad de vida de la población nacional, y en especial de los distintos colectivos que la componen

En foros de discusión se ha venido planteando esta problemática y se está abogando por la necesidad de crear y promover programas, proyectos y estrategias de turismo que permitan gestionar y facilitar las condiciones para que cada vez sean más las familias costarricenses que puedan disfrutar de las actividades turísticas y recreativas que el país ofrece.

Al mismo tiempo, se plantea la necesidad de que cada vez más costarricenses participen activamente en sus comunidades rurales como pequeños y medianos empresarios, como emprendedores de esta actividad, que pretende convertirse en un instrumento de desarrollo comunitario hacia una mayor democratización y sustentabilidad del turismo.

CONSIDERACIONES GENERALES

A continuación se presentan, a manera de conclusión, algunas iniciativas propuestas para potenciar este tipo de actividad, que busca promover y sensibilizar una actividad turística más humana y participativa para los diferentes sectores de nuestra sociedad:

- Establecer una red de información y coordinación de los distintos actores que trabajan con el tema del turismo nacional y comunitario. Este es un elemento básico para mejorar la organización y el conocimiento de la actividad en nuestra región.



- Impulsar una campaña de tipo educativo (formal-informal) con las poblaciones locales, acerca de los beneficios del turismo como elemento complementario en su calidad de vida y como un derecho conquistado. Al mismo tiempo, hacia los empresarios locales del sector, en el tanto que al ser una actividad que involucra segmentos muy amplios de población, se vuelve rentable y puede ser alternativa para la temporada baja, como para las crisis cíclicas que afectan al sector.
- Ofrecer capacitación técnica y empresarial a los grupos comunales (asociaciones, cooperativas, MIPYMES, emprendedores, otros actores), para que puedan plantear y gestionar proyectos y actividades de vocación turística, orientados al turismo nacional.
- Abogar por una real participación local en el desarrollo de un turismo social en las comunidades, que busquen una efectiva participación y retroalimentación con distintos sectores involucrados de la sociedad civil (comunidad-empresa-asociaciones).
- Diseñar e implementar, con los entes establecidos (ONG, bancos, gobierno, municipios, cooperativas, asociaciones), programas de créditos especializados para el disfrute del descanso y la recreación de los diferentes sectores.
- Promover e incentivar la práctica del turismo nacional y la recreación de las poblaciones rurales, que a pesar de residir donde se circunscriben muchos de los atractivos y bellezas escénicas, pocas veces las poblaciones tienen oportunidades para el disfrute de estos atractivos.
- Fortalecer e incentivar al pequeño y mediano empresario local, así como a la empresa familiar y comunal, con la finalidad de que sea la base para apoyar e incentivar la práctica del turismo nacional en las distintas comunidades.
- Incorporar y capacitar a los grupos locales y comunales en el manejo y práctica eficiente de esta actividad, en especial las mujeres y los grupos más necesitados, de tal manera que permita involucrarlos y ser partícipes del proceso, y aumenten así sus niveles de bienestar.
- Incentivar más al ICT como ente rector de la actividad turística, a que fortalezca los planes y políticas de desarrollo, así como el componente del turismo nacional, elemento vital para la calidad de vida de las poblaciones nacionales.
- Las campañas publicitarias del ICT debe promocionar sectores rurales, que permita dar a conocer los emprendimientos rurales de nuestro país.

Algunas de estas iniciativas o propósitos se han estado tratando de implementar y coordinar de acuerdo con el esfuerzo y la voluntad de los distintos sectores relacionados con el caso, como por ejemplo: banca nacional, ICT, INA, universidades, cooperativas, y algunas ONG. En otros casos, se debe buscar nuevos espacios de diálogo y discusión para sensibilizar más a los distintos actores vinculados con el tema, y tratar sobre los beneficios y las bondades de este tipo de actividad para nuestras poblaciones.

BIBLIOGRAFÍA

Autoridad Reguladora de Servicios Públicos, Transporte público: Buses <http://www.aresp.go.cr/cgi-bin/index.fwx?area=16&cmd=servicios&id=3424&sub=3424>. Tomado el 28/08/2012

Cordero, Alen. (2006). *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza: El caso del Turismo*. Buenos Aires: CLACSO.

Encuesta Opinión. (2010). *Percepción de la población costarricense sobre turismo, ambiente y recurso hídrico*. Programa Horizontes Ambientales. IDESPO-UNA, Heredia.

Cañeda, Ernesto. (2011). *Turismo en Centroamérica, nuevo escenario de conflicto*. Fundación Prima y Alba Sud, Nicaragua.

González, H. (2007). El turismo alternativo en la región centroamericana, *VI encuentro Nacional de Turismo del capítulo Dominicano de la COMPEHT*. República Dominicana.

Fernández, Evelyn. (26 de octubre, 2010). Se estima que 141.578 ticos viajarán a fin de año. Periódico *Al Día*. San José, Costa Rica.

OITS (Organización Mundial de Turismo Social). (2011). *Retos para el Futuro del Turismo Social (turismo para todos)*. Ginebra.

Programa Estado de la Nación Costa Rica. (1998). *Cuarto Informe sobre el Estado de la Nación. Tema especial: Desafíos de la Región Huetar Norte*. Extraído de www.estadonacion.or.cr/Info1998/nacion4/cap1-97g.htm



Proyecto Internacional Transfronterizo (2008-2010). Turismo Transfronterizo y Desarrollo local en Cuenca del San Juan (Costa Rica-Nicaragua).

Sánchez, José, Artavia, Roberto & Barahona, Juan. (1996). *Turismo en Costa Rica: El reto de la competitividad*. INCAE: Centro Latinoamericano de Competitividad y Desarrollo Sostenible. San José, Costa Rica.

Ticos viajan pero gastan menos. (agosto 2012). *El Financiero*. Fuente: http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2004/septiembre/05/informe0.html.

ANEXO

CUADRO N°1

Razones por las cuales las personas entrevistadas consideran la actividad turística como buena, regular o mala

| CALIFICACIÓN | RAZONES | PORCENTAJE |
|-------------------------|---|------------|
| Muy buena- buena | Se genera, se produce beneficios al país y a las comunidades | 22 |
| | Menciona aspectos relacionados con la promoción - mercadeo | 19.8 |
| Regular | Por aspectos económicos (es muy caro, no alcanza, precios altos, el nacional no puede, turismo es caro) | 20.6 |
| | Falta promoción, información, mercadeo, programas | 17.4 |
| Mala y muy mala | Por aspectos económicos (es muy caro, no alcanza, precios altos) | 29.3 |
| | Por aspectos de la crisis | 24.1 |

Fuente: Encuesta Opinión "Percepción de la población costarricense sobre turismo, ambiente y recurso hídrico" Horizontes Ambientales, IDESPO-UNA.2010.



HÁBITOS DE CONSUMO Y AHORRO DE AGUA DE LA POBLACIÓN COSTARRICENSE

Jose Quirós Vega¹

RESUMEN

Este documento presenta los resultados de una encuesta telefónica de percepción realizada entre el 11 y el 24 de octubre de 2010, con el principal objetivo de determinar la percepción que tiene la población costarricense sobre la escasez del recurso hídrico en Costa Rica y los hábitos de consumo de agua entre la población.

Se profundizó en el análisis sobre la valoración que la población da al agua; también se indagó acerca de la escasez del agua a nivel nacional y comunal, sobre las prácticas adoptadas por las personas en el consumo y ahorro de agua, así como lo relacionado al saneamiento e impacto de la contaminación de aguas residuales en el ambiente y la salud pública.

Del estudio se desprende cómo la población entrevistada valora el agua y reconoce la potencial escasez a futuro, sin embargo, las prácticas y hábitos de consumo sobre el recurso hídrico discrepan en su percepción. Existe una conciencia sobre el inadecuado tratamiento a las aguas residuales y el impacto negativo que estas pueden tener sobre la salud humana; a la vez, se presenta un alto consenso de la necesidad de tratar adecuadamente dichas aguas y la disponibilidad por pagar para que se dé dicho tratamiento.

Palabras claves:

Agua, recurso hídrico, aguas residuales, salud humana, contaminación, consumo humano.

¹ Investigador del IDESPO, biólogo. Correo: quirosv@yahoo.es



ABSTRACTS

This research presents the results of a telephone poll conducted from October 11th to October 24th, 2010 which primary aim is to determine the kind of perception Costa Rican population has of the dearth of water resources, as well as their habits of water use.

The importance of water resources for Costa Rican citizens was also profoundly analyzed. In addition, the shortage of water at national and local levels, the implemented water consumption practices along with water savings were enquired. More to the point, this investigation includes studies on sanitation and the impact of waste water on the environment and public health.

The research produced data on how Costa Rican inhabitants value water supplies and recognize the potential future shortage of water.: however, their practices and habits of water use differ their perceptions. Costa Ricans are mindful of the fact that there is not an adequate treatment of sewage, and the harmful impact of this issue on human health. At the same time, they support the proposal of an adequate management of waste water and agree to pay for it.

Key words:

water, water resource, waste water, sewage, human health, pollution, consumption.

INTRODUCCIÓN

El Programa Horizontes Ambientales forma parte del Instituto de Estudios Sociales en Población (IDESPO) de la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA). Es un programa que se ha orientado en la atención de problemas ambientales con un enfoque “socio-ambiental”, articulado con un eje transversal de “cultura ambiental”; de esta manera se promueven conceptos e ideas que ayudan a la ciudadanía a abordar los temas ambientales desde una perspectiva biocentrista. Su área de acción es la investigación, extensión y docencia con una cobertura nacional, que incorporan, dentro de sus procesos y acciones, a la ciudadanía, autoridades, instituciones y sectores empresariales.



Horizontes Ambientales cuenta con líneas prioritarias de acción como son:

- Cultura ambiental
- Gestión ambiental
- Turismo sostenible y población
- Ordenamiento territorial

Dentro de estas líneas, el Programa mantiene intereses por desarrollar acciones dirigidas hacia la identificación del comportamiento y percepciones de la ciudadanía costarricense en diferentes temas ambientales, es por ello que dentro de su plan de acción se ejecuta una actividad anual denominada “encuesta ambiental”.

Los datos recolectados de la encuesta sirven de insumo para retroalimentar las acciones y las actividades de investigación, extensión y docencia, que se desarrollan a lo interno del Programa y del IDESPO. Además revisten de importancia para el país debido al inminente problema ambiental que se manifiesta en el país y el mundo, sobre todo en el tema de escasez del agua.

JUSTIFICACIÓN

El agua es un recurso indispensable para la industria, agricultura, desarrollo, vida humana y demás seres vivos. La carencia de agua trae consigo enfermedades, denominadas enfermedades hídricas, como el cólera, fiebre tifoidea, *shigellosis* y la hepatitis A y B; estas enfermedades son transmitidas por el agua contaminada (Giraldo, 2004). Según esta autora la cantidad y calidad del agua favorecen el desarrollo de un país en salud y productividad.

Dentro de la región centroamericana, Costa Rica es uno de los países con mayor disponibilidad de agua. Según estudios de GWP (2011), nuestro país registra la mayor demanda sobre este recurso (20,73%); este patrón de consumo de la población costarricense puede traer como consecuencia una escasez del recursos hídrico.

El aumento poblacional, el crecimiento urbanístico e industrial, la intensificación de la actividad agrícola y pecuaria han aumentado una mayor demanda sobre el recurso hídrico y un incremento en la degradación de la calidad del agua.



Es importante la identificación de los modos de abastecimiento y consumo de agua por parte de la población, así como su percepción del recurso hídrico; esta información puede servir de base para la toma de decisiones y la implementación de acciones enfocadas sobre la protección y racionalidad que se adopten sobre el recurso hídrico y una postura de la “cultura del agua”. Es por eso que el presente estudio tuvo como objetivo de investigación lo siguiente:

Determinar la percepción que tiene la población costarricense sobre los hábitos de consumo de agua y la posible escasez del recurso hídrico en el país.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

El estudio se llevó a cabo entre el 11 y el 24 de octubre de 2010. Se aplicó una investigación cuantitativa mediante una encuesta a 800 personas, todas mayores de 18 años, costarricenses o extranjeros (as) con dos o más años de residir en el país y residentes en viviendas particulares que poseen teléfono residencial (fijo). En el cuadro 1 se describen las características demográficas de la población encuestada.

CUADRO 1.

Características demográficas de la población encuestada

| CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS | PORCENTAJE |
|------------------------------|--------------|
| Sexo | |
| Femenino | 52.5 |
| Masculino | 47.5 |
| Total | 100.0 |
| Edad | |
| De 18 a 24 años | 19.3 |
| De 25 a 34 años | 19.0 |
| De 35 a 44 años | 21.0 |
| De 45 a 54 años | 18.8 |
| De 55 a más años | 22.0 |
| Total | 100.0 |

Fuente: IDESP. Encuesta percepción de la población costarricense, módulo recurso hídrico, octubre, 2010.



La investigación utilizó una encuesta estructurada que incluyó información sobre la valoración del agua, el conocimiento de la problemática del recurso hídrico, los hábitos de consumo de agua en los hogares, el conocimiento y uso de medidas dirigidas a optimizar el consumo de agua, entre otros.

La encuesta se aplicó con un 95% de confianza, con un error máximo de 3.5 puntos porcentuales. El instrumento utilizado constaba de cuatro módulos:

- Turismo
- Población, ambiente y recursos naturales
- Recursos hídricos
- Gestión de cuencas

Para los efectos del presente documento, se enfocará el análisis en los resultados del módulo “*recurso hídrico*”. La investigación tuvo como propósito establecer una línea base sobre la percepción que tiene la población costarricense sobre el tema. A continuación se presentan los principales resultados extraídos del estudio.

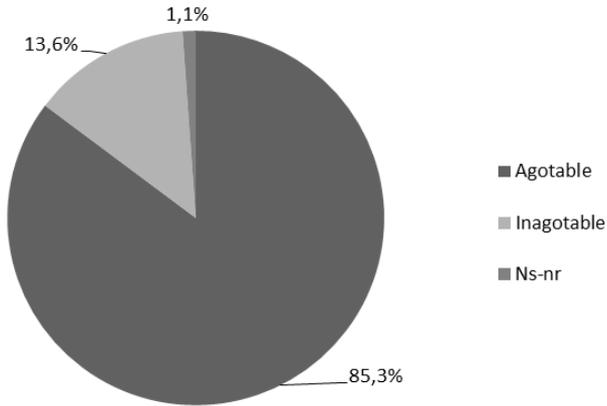
RESULTADOS

En la investigación correspondiente al módulo “recurso hídrico”, una de las preguntas de la encuesta iba dirigida a indagar sobre el significado que tiene el agua en la población consultada: un 98,5% se refirió al agua como un recurso indispensable y vital.

En cuanto a las opciones que se le planteaban a la población sobre la cantidad de agua disponible en el planeta y aprovechable para consumo humano, un 72% estima que en el mundo existe entre un 25% y un 50% de agua disponible que puede ser utilizada para tal fin. Dichos datos dejan al descubierto la falta de información al respecto, ya que el agua cubre tres cuartas partes de la superficie de la Tierra; de esa cantidad el 97,5% es agua salada distribuida en los diferentes mares y océanos del mundo; el restante 2,5% es agua dulce (Valverde, 2010). Del total de agua de la tierra, tan solo un 1% puede ser aprovechada por el ser humano; esto representa una fracción muy pequeña de lo que dispone el ser humano para sus múltiples necesidades.

GRÁFICO 1

Personas que opinan si el agua es agotable o inagotable.



Fuente: IDESPO. Encuesta percepción de la población costarricense, módulo recurso hídrico, octubre, 2010.

Al preguntar sobre la condición finita del agua, un 85% de los entrevistados tienen conciencia de que el agua es un recurso agotable (gráfico 1). Para complementar esta información, se preguntó si: ¿existe escasez de agua en Costa Rica? El 51% de las personas encuestadas manifestaron que en Costa Rica sí existe escasez del recurso hídrico. Y ante la pregunta: ¿existe escasez de agua en su comunidad? El 21% respondió que las comunidades en Costa Rica sí enfrentan la problemática de falta de agua.

En cuanto al consumo de agua, un 74% de las personas entrevistadas desconocen el consumo medio de agua que se da en sus hogares. De igual forma, el 72% de los entrevistados desconocen de dónde proviene el agua que llega hasta sus hogares o confunden esta condición con la empresa, asociación o municipalidad que les presta el servicio, y solamente un 28% logran identificar la procedencia del agua, sea desde una naciente, pozo o río, como fuente principal de la que proviene el agua que los abastece.



Por otra parte, el 92% de las personas encuestadas mencionan que ahorran agua, por lo que se indagó las razones que los motivan para efectuar acciones a favor de ahorrar agua; en el cuadro 2 se especifican dichas razones, las cuales se pueden agrupar en “económicas” (28%) y por “conciencia o sensibilidad ambiental” (69%).

CUADRO 2

Razones para ahorrar agua

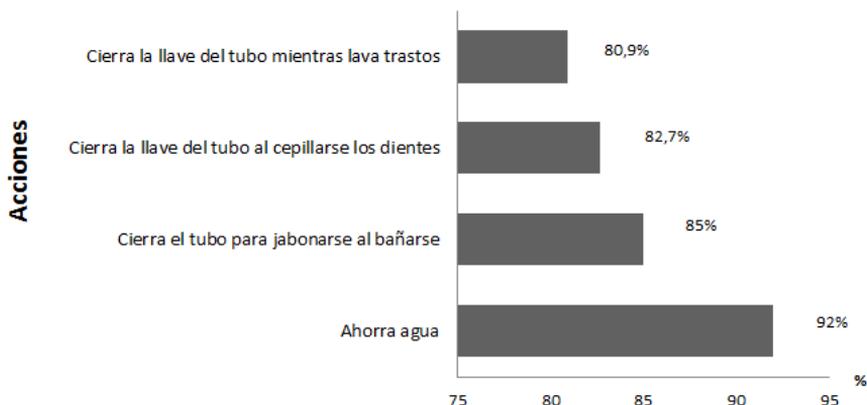
| RAZONES | PORCENTAJE |
|---|------------|
| Economizar, gastar menos | 28,1 |
| Conciencia, sensibilidad y responsabilidad | 22,5 |
| Evitar escasez y agotamiento | 13,8 |
| Preocupación por el futuro y futuras generaciones | 11,9 |
| Evitar desperdicio | 9,8 |
| El agua es necesaria | 4,7 |
| Proteger el planeta | 3,3 |
| Cuidar el agua, cuidar el recurso | 3,3 |
| Poco tiempo en la casa | 0,3 |
| Por costumbre | 0,3 |
| Otros, NS/NR | 2,0 |
| Total | 100 |

Fuente: IDESPO. Encuesta percepción de la población costarricense, módulo recurso hídrico, octubre, 2010.

Como complemento al ahorro del agua, ocho de cada diez personas encuestadas dice que ha adoptado prácticas proactivas como cerrar la llave cada vez que se enjabonan, cuando lavan trastos o cuando se cepillan los dientes (gráfico 2).

**GRÁFICO 2**

Usos prácticos con el agua



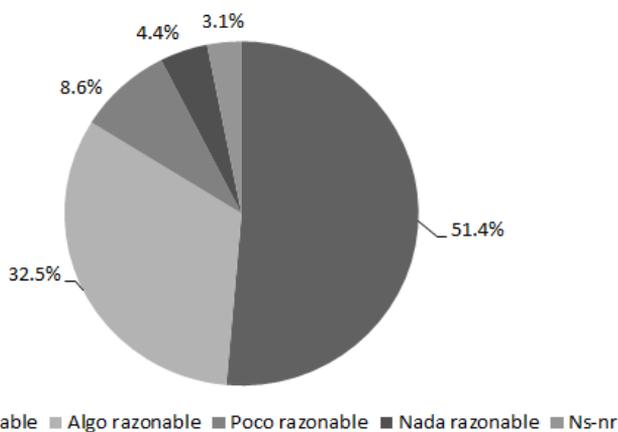
Fuente: IDESPO. Encuesta percepción de la población costarricense, módulo recurso hídrico, octubre, 2010.

En contraste con las acciones positivas, un 41% de las personas encuestadas dicen que utilizan agua potable para lavar los carros e igual porcentaje dice que riegan las zonas verdes con agua potable; acciones menos positivas de utilizar o ahorrar el agua.

Indistintamente de las acciones proactivas o menos proactivas que mencionan las personas encuestadas, la mayoría considera que el monto que paga por el agua es muy razonable (51%) o algo razonable (33%), como se muestra en el gráfico 3.

**GRÁFICO 3**

Relación con el pago de agua en hogares



Fuente: IDESPO. Encuesta percepción de la población costarricense, módulo recurso hídrico, octubre, 2010.

Al estudiar el uso que se le da al recurso hídrico es necesario abordar el tema del saneamiento del agua, en esta encuesta se encontró que las prácticas de las personas encuestadas muestran la ausencia de un adecuado tratamiento de las aguas residuales jabonosas que se producen en los hogares, tal como se señala en el cuadro 3.

CUADRO 3

El sitio donde se disponen las aguas residuales jabonosas producidas en los hogares

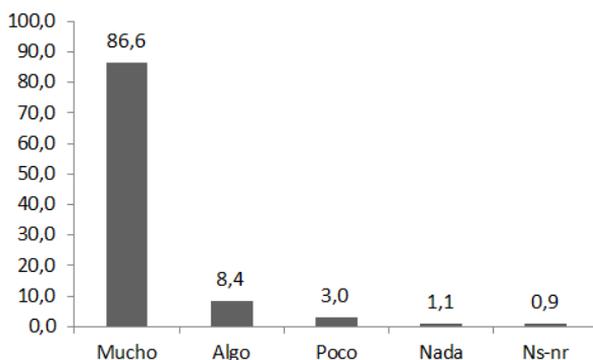
| DESTINO DEL AGUA RESIDUAL | PORCENTAJE |
|---------------------------|------------|
| Alcantarilla | 24,8 |
| Caño a la calle | 20,0 |
| Drenaje | 19,3 |
| Tanque séptico | 16,5 |
| A la tierra | 9,6 |
| Caño a fuente de agua | 6,8 |
| Otras, NS-NR | 3,1 |

Fuente: IDESPO. Encuesta percepción de la población costarricense, módulo recurso hídrico, octubre, 2010.

Complementariamente se indagó sobre: ¿cuánto contamina las aguas residuales (jabonosas y del inodoro) no tratadas al ambiente? Como se refleja en el gráfico 4, el 87% de las personas encuestadas opinan que dichas aguas provocan mucha contaminación al ambiente y un 97% reconoce que este tipo de aguas pueden provocar problemas de salud en los seres humanos.

GRÁFICO 4

Grado de contaminación de las aguas residuales en el ambiente



Fuente: IDESPO - Encuesta percepción de la población costarricense, módulo recurso hídrico, octubre, 2010.



Como medida de mitigación al impacto provocado por la descarga del agua residuales no tratada, se consultó a las personas encuestadas sobre su disponibilidad de pagar para que las aguas sean tratadas: un 92% respondió estar dispuesto a pagar para que se dé ese tipo de servicio.

DISCUSIÓN

5.1 Disponibilidad y escasez de agua

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio, la problemática del agua, relacionada a su potencial escasez en un futuro próximo, está incorporada al conocimiento y al quehacer cotidiano de la población investigada; sin embargo, aún no se constituye en un tema de preocupación actual.

La población entrevistada manifiesta una percepción alta del valor del agua, dado que un 98,5% la califica como un elemento indispensable y vital. Esta valoración es respaldada por el Centro Panamericano de Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente: *“El agua es fundamental para la vida y la salud. El derecho humano al agua es indispensable para llevar una vida saludable con dignidad humana”* (citado por Giraldo, 2004). En virtud de este principio, todo ser humano tiene derecho a obtener agua de calidad y en cantidad suficiente para satisfacer sus necesidades básicas.

Cuando se trata el tema de una posible escasez del agua, las personas encuestadas reconocen que el agua es un recurso finito. Un 85% está de acuerdo con que el agua es un recurso agotable (gráfico 1), que podría escasear en cualquier momento; esta posición difiere considerablemente del discurso que se manejaba años atrás, donde se afirmaba que *“el agua era un recurso inagotable”*.

El tema de escasez está presente en la población y es identificado como tal, de esta manera el 51% manifiesta que existe escasez de agua en Costa Rica, mientras un 21% indica tener problemas de falta de agua en su comunidad; es una preocupación y reconocimiento que se está empezando a dar entre la población.



A parte de la escasez, existen otros problemas relacionados con el agua que se hacen cada vez más visibles en Costa Rica y todo el mundo (ADTI, 2003, citado por Madroñero, 2006). Según datos de la UNESCO (2011), mil millones de personas carecen de acceso al agua potable y 2400 millones, a un saneamiento adecuado. La escasez generalizada de este recurso, su destrucción gradual, creciente contaminación, sumado a la expansión económica, el crecimiento demográfico, acompañados de los estilos de vida de alto consumo y producción excesiva de residuos han llevado al empleo, cada vez mayor, de agua (Madroñero, 2006; Valverde, 2010; GWP, 2011), así como a su deterioro e impacto en su calidad.

En el “IV Foro Mundial del Agua” celebrado en marzo de 2006 en la ciudad de México, se establecieron compromisos entre todos los países participantes para abastecer de agua, en calidad y cantidad, a todos los habitantes del planeta (Araya y Martínez, 2007). De una forma complementaria, la UNESCO propone como uno de los objetivos del milenio: reducir a la mitad el porcentaje de personas que carecen de acceso al agua potable para el 2015, esto significa que 1500 millones más de personas accederán a algún abastecimiento de agua mejorado (UNESCO, 2011).

La calidad de agua es una característica de vital trascendencia para el consumo humano, de ahí que su preservación y manejo deban ser una constante preocupación de usuarios y autoridades. Sin embargo, se ha conducido a un desperdicio desmedido y a un uso irracional de este recurso, que trae como consecuencia perjuicios para el ambiente y la salud humana. En contraposición, su manejo debería ser un medio importante para aprovechar eficazmente y conservar los recursos hídricos y demás recursos naturales.

5.2 ¿Se puede acabar el agua?

Un concepto que ha provocado un desinterés y sobre explotación del recurso hídrico es la concepción que se tiene acerca de la abundancia de este recurso sobre la tierra. En términos globales, nuestro planeta está constituido por, aproximadamente, dos terceras partes de agua, pero de esta cantidad tan solo un 1% puede ser aprovechado por el ser humano; sin embargo, en la realidad, esta situación no es percibida, prueba de ello son los datos que proporcionan el estudio, donde un 72% de la población entrevistada cree que el ser humano dispone entre un 50% y un 25% del agua que existe en el planeta para su consumo, cuando en la realidad este porcentaje es mucho menor, como se señaló anteriormente.



De la cantidad de agua disponible globalmente, existen grandes variaciones en la distribución del recurso hídrico en el planeta. El continente americano dispone de un 41%; Asia, el continente mayormente poblado y de mayor extensión geográfica de la Tierra, cuenta con un 36%; África tiene un 17%; Europa, un 8%; y Oceanía, un 4% del agua dulce (Valverde, 2010).

En la región centroamericana, la disponibilidad de agua dulce es de 723,072 mm³/año (GWP, 2011). La cantidad de agua con que dispone Costa Rica es de 113,100 mm³/año con una oferta per cápita de 24,784 m³ (GWP, 2011).

La demanda que Costa Rica tiene sobre el recurso hídrico es de un 20,73%, la más alta de la región (GWP, 2011), su uso está destinado para el consumo humano, la industria, generación hidroeléctrica y la agricultura. Esta supuesta provisión y abundancia del recurso hídrico en Costa Rica genera en la población un desinterés por preocuparse de la cantidad de agua que se gasta o consume en los hogares. En el estudio resultó que solo un 25% de las personas encuestadas tiene conocimiento de la cantidad de agua consumida en sus hogares, esto hace pensar que la población adopte prácticas inapropiadas como las de lavar el carro o regar la zona verde con el agua potable que es suministrada por la cañería. Estas acciones colocan a la población costarricense en una posición de comodidad y lujo, donde le da un uso inapropiado al agua con una calidad apta para consumo humano a la que tiene acceso.

Ante la posible escasez de agua, la ciudadanía y las autoridades deberían buscar opciones para aprovechar otras fuentes útiles en actividades donde no se requiere un recurso hídrico de alta calidad; una opción viable podría ser la utilización de agua de lluvia. En Costa Rica la precipitación registrada es desde los 1300 mm/año hasta los 7500 mm/año, esto indica la riqueza de agua disponible. En términos globales, Araya y Martínez (2007) consideran que esta fuente puede proveer de agua a una población de 1400 millones de habitantes, que actualmente no cuentan con acceso a este recurso a nivel mundial.

5.3 Calidad del agua para consumo humano

El Centro Panamericano de Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente señala que el derecho a obtener agua de calidad y en cantidad suficientes para satisfacer necesidades básicas, es un derecho humano indispensable para llevar una vida saludable con dignidad.



La alta demanda del recurso hídrico genera una degradación en su calidad, propiciada por la generación de aguas residuales que no reciben un tratamiento adecuado. Estas condiciones limitan las fuentes de abasteciendo de agua para el consumo humano, lo que obliga a la población y a las autoridades públicas encargadas del tema a buscar nuevas alternativas para abastecer a la ciudadanía.

Costa Rica se ha destacado por poseer un suministro satisfactorio en cuanto cobertura y calidad de agua, en donde se abastece prácticamente el 100% de la población (Miranda, 1997). La UNESCO coloca a Costa Rica como uno de los países con mejor acceso a fuentes mejoradas de agua para la población, con un 99% de distribución en la población de zona urbana y un 92% de distribución en la zona rural (Valverde, 2010; GWP, 2011).

A pesar de este logro, las personas no tienen conciencia o conocimiento de cuál es la fuente primaria del agua de la que se toma el agua que abastece sus hogares, esto fue muy evidente con los resultados de la investigación. En la consulta se encontró que un 57% respondió que el AyA, la ASADA, la Municipalidad u otras entidades eran las encargadas de distribuir el agua, mientras un 28% aseguró que el agua provenía de un río, una naciente o pozo, mientras que un grupo representado por el 15% desconoce de dónde viene el agua que llega a su casa.

El conocer el lugar de origen de donde se toma el agua para conducirla hasta los hogares que lo demanden es esencial; esta información puede ser tomada como base para la implementación de planes o campañas de educación que aborden el tema del recurso hídrico, su protección y preservación, incluyendo aquellos sitios de donde se toman. Uno de los componentes que se pueden cubrir es la protección, recuperación y mantenimiento de esas fuentes para asegurar una adecuada captación de agua sin perjuicio para la salud humana y sin impactar el ambiente.

El sensibilizar a la gente sobre la relevancia que tiene el cuidado de las fuentes de captación de agua para consumo humano puede inducir en ellos, cambios en hábitos y crear una mayor valoración sobre el recurso hídrico; de esta manera se podría estar influyendo en la creación de una cultura del agua en la población. En este ámbito no se estaría empezando de cero, ya que el estudio demostró cómo una gran mayoría de las personas encuestadas ya realizan prácticas proactivas en el uso del agua: en el gráfico 2 se muestra que cerrar el tubo al bañarse, cepillarse los dientes o al lavar trastos, alcanzan porcentajes que se ubican por encima del 80%; todo esto redundaría en un ahorro de agua a nivel del hogar y un adecuado aprovechamiento de dicho recurso.



Siempre existirá una motivación en las personas para realizar distintas acciones para el ahorro de agua. El estudio mostró cómo existen diferentes motivaciones para aplicarlo, estas van desde lo económico hasta la conciencia ambiental. En el cuadro 2 se señalan las respuestas, las cuales se podrían agrupar en dos categorías: una primera categoría de ahorro llevado por motivación “económica”, representada por un 28% de la población. La otra categoría se podría llamar de “conciencia o sensibilidad”, representada por un 69%; nuevamente estos datos dan pautas para ser considerados a la hora de abordar el tema del ahorro del agua en planes o campañas de educación masiva.

El valor económico que se le pueda dar o que tiene el agua, es considerado en la conducta o “cultura del agua” de la ciudadanía, sin embargo, el valor otorgado ha conducido a un desperdicio desmedido y a un uso irracional de este recurso, que trae como consecuencia perjuicios para el ambiente. Sobre este tema, el estudio contempló la consulta con respecto al costo económico para que el agua llegue hasta el hogar. El gráfico 3 indica una clara tendencia de opinión en señalar cómo el costo que se paga por el agua es de “muy razonable” y “algo razonable” (51% y 33%, respectivamente). Esto indica que la mayoría de la población entrevistada está conforme con el costo que paga por el servicio y de cómo influye en la práctica del ahorro o no.

5.4 Saneamiento

En el Plan de Acción Centroamericano para el Desarrollo Integrado de los Recursos Hídricos (PACADIRH), promovido por el Parlamento Centroamericano (PARLACEM), cuyos lineamientos fueron definidos en 1996, se enfatiza cómo las enfermedades transmisibles por aguas contaminadas (enfermedades hídricas), constituyen uno de los más graves riesgos para la salud de los habitantes de la región.

La Organización Mundial para la Salud (OMS) sostiene que el 85% de causas de enfermedades y de muertes en el mundo se asocian con el agua contaminada y la falta de acceso a esta (Valverde, 2010). En este contexto, las tres cuartas partes de los habitantes de la región carecen de los servicios mínimos de suministro de agua potable y saneamiento (Comisión Regional de Recursos Hidráulicos, 1997).

La percepción de los entrevistados fue muy alta, un 96% opina que existe una vinculación estrecha entre la calidad del agua residual y enfermedades,



sumado a esto, un 87% de la población encuestada, estima que el grado de contaminación ambiental, producto de las aguas residuales, pone en riesgo a todos.

A pesar de este criterio, la ciudadanía tiene malos hábitos para disponer las aguas residuales de sus hogares. En el cuadro 2 aparecen las diferentes formas en que se evacúan estas aguas, sin que se garantice el tratamiento; de esta forma se están disponiendo las aguas residuales con serios impactos en el ambiente (agua superficial, subterránea y el suelo).

Se estima que solo un 37% de las aguas residuales en Costa Rica reciben tratamiento (Valverde, 2010). El deterioro de las fuentes de agua es propiciado por un aumento de la demanda del recurso y por un incremento en la descarga de aguas residuales no tratadas (Miranda, 1997). En el país se estima que el 63% de aguas residuales es descargada como agua cruda a ríos y quebradas (Informe N° 14 de *Estado de la Nación*, 2008, citado por Valverde, 2010). Estos efectos están acompañados por un incremento en la densidad poblacional a nivel general (Valverde, 2010).

Hasta los años noventa, la principal fuente de contaminación de las aguas superficiales en Costa Rica la constituía la actividad del beneficiado del café (Miranda, 1997). En la actualidad, esta fuente ha cambiado por las descargas de las aguas residuales domésticas que son evacuadas en alcantarillas o descargadas directamente en los cuerpos de agua (Valverde, 2010); estos datos son coherentes con los resultados del presente estudio (cuadro 3).

A la pregunta sobre la disposición de las personas encuestadas a pagar para que se traten las aguas residuales, un 92% está de acuerdo en hacerlo; esto significa que no existiría un obstáculo para la ejecución de esta medida, donde se tendría el mayor inconveniente es en la disponibilidad de infraestructura adecuada, como las plantas de tratamiento de aguas residuales para realizar su depuración, así como las vías de captación y conducción de estas aguas hasta las plantas respectivas.

Es un reto que tienen por delante las autoridades responsables del tema y a las que debe dar respuesta de forma inmediata. Una opción para solventar el problema puede ser la adopción de sistemas de tratamiento no tradicionales que han sido propuestos y aplicados en otros sitios del mundo (CENTA, 2008), de los cuales se podrían realizar adaptaciones para el país.



HALLAZGOS RELEVANTES

Es positiva la percepción de las personas encuestadas en considerar que el agua es un recurso vital para todo ser vivo, así como el contar con un abastecimiento de este líquido que reúna las condiciones de calidad y cantidad para consumo humano.

El concepto que se tenía anteriormente de que el agua era un recurso inagotable ha cambiado sustancialmente. Hoy existe la conciencia de que el agua es un recurso finito que puede llegar a escasear en cualquier momento, esto se está viviendo en algunas comunidades de Costa Rica. A nivel mundial, cerca de la tercera parte de la población no tiene acceso al agua.

A pesar de las amenazas de escasez de agua en un futuro no muy lejano, la población costarricense se siente ajena a ese problema, siente que a ellos no les va a suceder. Las prácticas de consumo hacen evidente este pensamiento, ya que el desperdicio y mal uso que se hace de este recurso se puede apreciar en la vida cotidiana del costarricense. No existe una “cultura del agua” en la población costarricense que valore y preserve este recurso tan vital.

Los hábitos de consumo, el incremento de la población costarricense y los modelos de producción agudizan el grado de contaminación de las aguas residuales, así como el impacto que estas generan sobre otros recursos como el agua superficial, subterránea y el suelo.

Existe una conciencia en las personas encuestadas para sanear la calidad de las aguas residuales, reducir su repercusión negativa sobre la salud de la población; manifiestan su anuencia para que se les cobre por el tratamiento de aguas, pero para llegar a esto se encuentran obstáculos como la ausencia de plantas de tratamiento que funcionen adecuadamente, además de la falta de sistemas de captación y conducción que dirijan esas aguas hasta las plantas depuradoras.

Para el tratamiento de las aguas residuales existen tecnologías no tradicionales que han sido implementadas con éxito en diferentes partes del mundo y podrían ser adaptadas a las condiciones del país.



BIBLIOGRAFÍA

Araya, M. y Martínez, J. (2007). *Sistemas de captación y aprovechamiento de agua de lluvia para uso doméstico y consumo humano en América Latina y el Caribe*. Colegio de Postgraduados, México.

CENTA. (2008). *Manual de depuración de aguas residuales urbanas*. Ideasamares, España.

Comisión Regional de Recursos Hidráulicos. (1997). Plan de acción Centroamericano para el desarrollo integrado de los Recursos Hídricos (PACADIRH). En *Prácticas institucionales sobre cuencas hidrográficas*. Comisión Cuenca Río Grande de Tárcoles. San José, Costa Rica. Pp. 105-142.

Giraldo, M. (2004). *Guía de promoción y desarrollo comunitarios para asegurar la calidad del agua en los países en desarrollo*. OPS/CEPIS, Lima, Perú.

GWP. (2011). *Situación de los recursos hídricos en Centro América*. Asociación Mundial para el Agua, Tegucigalpa, Honduras.

Miranda, F. (1997). El Programa de planes voluntarios para el control de efluentes industriales en el Gran Área Metropolitana de San José, Costa Rica. En *Prácticas institucionales sobre cuencas hidrográficas*. Comisión Cuenca Río Grande de Tárcoles. San José, Costa Rica. Pp. 193-216.

Madroñero, S. (2006). *Manejo del recurso hídrico y estrategia para su gestión integral en la micro cuenta Militayo, Pasto Colombia*. Tesis sometida a consideración de la Escuela de Posgrado, Programa de Educación para el Desarrollo y la Conservación del CATIE como requisito para optar por el grado de *Magister Scientiae* en Manejo Integrado de Cuencas Hidrográficas. Turrialba, Cartago.

UNESCO. (2011). *Los objetivos de desarrollo del milenio y el agua*. http://www.unesco.org/water/wwap/facts_figures/mdgs_es.shtml (Consultado 5 de octubre del 2011).

Valverde, R. (2010). *La problemática del agua en Costa Rica*. San José: Editorial UCR.



RUTAS ALIMENTARIAS: UNA ALTERNATIVA PARA EL MEDIO RURAL

María Elena Sosa Sosa¹

RESUMEN

Las rutas alimentarias son una opción de desarrollo rural para el campesinado. Estas rutas guardan una relación muy estrecha entre el visitante y el alimento, lo cual permite que la comunidad rural se integre a procesos de desarrollo regional rural y fomente su identidad a partir de los productos.

Experiencias a nivel mundial nos brindan una pauta de éxito de la incorporación de esta alternativa turística en el medio rural. Como parte de esta experiencia se ha hecho un abordaje de esta temática en el cantón de Nicoya, propiamente en el Proyecto Morote, realizado por la Universidad Nacional.

Palabras claves:

Turismo rural, seguridad alimentaria, identidad cultural.

ABSTRACT

Food routes are an option for rural development for the peasantry. These routes kept a very close relationship between the visitor with food, same as identity gives the population and allows integrating the rural community to rural regional development processes. Experiences worldwide give us a pattern of successful incorporation of this alternative in rural tourism. As part of this experience, this article has made addressing this issue in the Nicoya canton, properly in the Morote project conducted by the National University.

Key words:

Food routes and Rural tourism

¹ Estudiante ecuatoriana, pasante de la Maestría en Desarrollo Regional.
Correo: melenasosas@gmail.com



INTRODUCCIÓN

El sector rural ha sufrido problemas en estos últimos años. La globalización ha traído medidas de ajuste estructural que se han destinado, en la mayoría de los casos, a favorecer la inversión extranjera directa, la cual domina el comercio minorista de alimentos y provoca que en el área rural: la apertura y el creciente papel regulador de los mercados sean aprovechados fundamentalmente por empresas con tierras de mayor potencial para la producción de exportables, con capacidad de acceder al crédito, tecnología e información sobre las condiciones de los mercados interno y externo, aspecto del cual carece el sector rural; esto también causa que los beneficios se concentren en determinados productos (Schejtman, 2004).

Los cambios económicos a nivel mundial y la diferente concepción que se da actualmente en cuanto a la relación hombre-naturaleza, dieron origen al término “sustentable”, adaptado por la Organización Mundial de Turismo como “turismo sustentable”, el cual pretende satisfacer las necesidades de los turistas y de las regiones receptoras mediante la búsqueda de oportunidades en la gestión de los recursos, de forma tal que se promueva la satisfacción de las necesidades económicas, sociales y estéticas de la población (González, 2011, p.129).

En estos últimos años han surgido alternativas de desarrollo sustentable, como el turismo rural, que integran la economía, el medioambiente, la cultura y la sociedad y privilegian los aspectos culturales como diferenciador entre una sociedad y otra; es mediante este involucramiento que se puede lograr los cambios necesarios para el uso responsable de los recursos existentes y la participación activa de la población. El productor rural viene a ser entonces el principal protagonista (Bringas, 2010, pp. 3-4).

El turismo, en el caso de una ruta alimentaria, nos permite resaltar la historia, la memoria y el origen de los alimentos. La identidad de los alimentos, ante el proceso de globalización, permite revalorar lo propio y tradicional de cada zona, y de esta forma constituye un factor importante por considerar para la conformación de una ruta (Bringas, op. cit, p.4).

Las rutas alimentarias vinculan la producción primaria con el turismo. Los alimentos más típicos de cada región constituyen un recurso turístico; a su alrededor se conforma un entramado social y una cultura de producción y consumo que son muy atractivas para los visitantes (Barrera, 2010, p.137).



Los pueblos de la cuenca hidrográfica del río Morote, con sus costumbres y gente propia de la zona, son un espacio donde se construye la identidad y la cultura. El objetivo de esta investigación está dado por relacionar, a través del turismo, productos agropecuarios, pequeños productores de alimentos tradicionales, mercado, feria agropecuaria, guías locales y servicios.

El pequeño productor lo constituye la población dedicada a actividades productivas como a la agricultura, la ganadería y a la producción de alimentos tradicionales.

En la primera parte de este documento se citarán experiencias de rutas alimentarias en el mundo, además de definir claramente una ruta alimentaria y sus implicaciones desde distintas concepciones; para la segunda parte se abordarán conceptos principales, que son la base para entender las rutas alimentarias; para la tercera parte, se abordará, a manera de propuesta, bases para la conformación de una ruta alimentaria para la cuenca del Río Morote Guanacaste- Costa Rica y sus implicaciones.

EXPERIENCIAS DE RUTAS ALIMENTARIAS EN EL MUNDO Y SUS IMPLICACIONES

Las rutas alimentarias son una forma de turismo rural. Estas rutas están muy difundidas en Europa; dentro de ellas, han tenido más trascendencia desde hace muchos años, las rutas ubicadas en los países mediterráneos, especialmente en Francia, Italia y España. Los caminos o rutas del vino son, tal vez, una de las primeras manifestaciones comerciales de este tipo de turismo (Barrera, op. cit 2010, pp. 137- 138).

“El concepto más difundido acerca de una ruta del vino es que se trata de un camino dentro de un territorio con alta vocación vinícola y que además de contar con establecimientos bodegueros, se caracteriza por sus cantinas y bares, por las fincas de vitivinicultores y por la presencia de recursos históricos, culturales y naturales relacionados con el vino” (Ibíd, p.138).

Para dar una idea general de los componentes de la experiencia del turista en una ruta del vino, estos son: visita a la bodega, visita a un viñedo, visita a un museo, degustación de la gastronomía propia de la zona, visita



a un centro de información vitivinícola, contemplación de paisajes, la compra de vino y alojamiento en lugares relacionados con esta temática (Ravenscroft y Van Westering, 2001).

En este tipo de rutas se identifica al alimento o producto agropecuario clave y se integra con actividades adicionales culturales como fiestas, tradiciones, bailes o interacción con la comunidad local (González, op. cit 2011, p.130).

Los productos alimenticios tienen el valor social que se comunica con prestigio, y estos se transforman en productos turísticos de una región (Subsecretaría de Política Agropecuaria y Alimentos de Argentina, 2010).

Las rutas alimentarias están basadas en vincular la producción primaria con el turismo. Estas integran diversos agentes económicos: agricultores, agroindustrias, restaurantes, alojamientos, empresas turísticas; generan de esta manera fuentes adicionales de trabajo e ingreso (Barrera, 2009, p.20).

Francia es el país que ha liderado el desarrollo del turismo rural en el mundo, como también ha alcanzado estrategias turísticas asociadas a los alimentos mediante las rutas gastronómicas. La organización de las rutas alimentarias francesas está dada para coordinar a la gran cantidad de operadores gastronómicos y productores de pequeña escala.

Las rutas gastronómicas francesas tienen un gran éxito desde los años 80. Se han contabilizado 60 rutas de productos alimenticios varios; otras 60 dedicadas a quesos y unas 130 a vinos y otras bebidas (cerveza, sidra, coñac, etc.). Las rutas son promovidas por las autoridades locales en Francia, como una vía de comunicación de la identidad regional (Barrera, 2006, pp. 9-10).

El presupuesto para la creación de las rutas alimentarias varía de acuerdo con el sitio y su entorno. Las fuentes de financiamiento son varias, tanto públicas como los aportes de los propios participantes, quienes pagan un derecho por pertenecer al sistema (Millán, 2008, pp. 166-168).

En cuanto a los beneficios que traen consigo las rutas alimentarias, en Francia no existen evidencias empíricas que lo muestren, sin embargo, se conoce que se benefician de la ruta: restaurantes, negocios de alimentos y artesanías, alojamientos y otros negocios turísticos, que ayudan de esta forma a mejorar la economía local (Barrera, op. cit 2006, p. 11).



España ha basado su producción vinícola sobre todo en pequeñas y medianas empresas, muchas de ellas bajo la fórmula de sociedades cooperativas, que han generado la riqueza suficiente para ralentizar en cierta medida los flujos migratorios hacia las ciudades. La estructura empresarial del subsector vinícola se caracteriza por presentar un elevado grado de integración vertical hacia el origen (Briz, 1999). El cooperativismo agrario español constituye hoy una importante realidad, no solo social, sino también económica, pues ha experimentado un importante desarrollo empresarial (Juliá, 2002). Con la fórmula asociativa se genera un modelo empresarial donde los productores son también elaboradores y comercializadores de su producto.

En Latinoamérica también se han dado las rutas alimentarias en países como: Argentina, Chile, Colombia, México, entre otros. En Argentina, la ruta de la Yerba mate es un ejemplo muy claro de las rutas alimentarias, porque vincula la producción primaria con el turismo, lo cual permite de esta manera valorar la participación de los productores agrarios en el producto turístico. La ruta integra a diversos agentes económicos y culturales relacionados con la yerba mate y el turismo: agricultores, agroindustrias, restaurantes, alojamientos y empresas turísticas; es regulada por un protocolo de calidad y regida por una asociación (Barrera, op. cit 2009, p.20).

En Colombia, por su parte, la ruta del café ha dado un valor turístico a los alimentos más emblemáticos de una región. El proceso tiene antecedentes en la determinación política que tuvieron gobiernos locales en una estrategia y política activa de formación de los recursos humanos. El éxito que se ha logrado es a través de capacitaciones en gastronomía a diversos agentes vinculados al sistema, que apuntan a la recuperación de las tradiciones. El proceso fue iniciado con la incorporación de cuatro haciendas cafeteras, además se instalaron dos parques temáticos: del café y de la cultura agropecuaria (Barrera y Bringas, 2008, p.8).

En México, encontramos la ruta de la sal de Zapotitlán Salinas, Puebla: “El valor histórico y cultural de la sal prehispánica que en el lugar se produce es lo que ha recuperado para dar valor y reconocimiento a este producto alimenticio”. Los problemas de marginación llevaron a buscar una solución. Anteriormente la red nacional de mujeres rurales había hecho una gran tarea, promoviendo experiencias asociativas, relacionadas con temas ambientales, de desarrollo de grupos de ahorro, de gastronomía, etc.



(Bringas, op. cit: 46-47). La gente ha retomado ricas prácticas culturales que han sido desplazadas como parte del proceso natural de modernización, y estos son: juegos infantiles, herbolaria, festividades religiosas (Ibíd: 47-48).

En Costa Rica, por su parte, se puede mencionar la ruta del Queso Turrialba, que se da en la provincia de Cartago. Esta ruta propone un recorrido por algunas de las fincas y queseras con las familias productoras para que el turista conozca y aprenda sobre la agroindustria del queso y la cultura asociada a este producto, que se complementa con el disfrute de atractivos naturales, tales como el volcán Turrialba y el Monumento Nacional Guayabo (Blanco, 2008, p.42). La ruta del Queso Turrialba es producto de iniciativas de los productores de leche y queso y de varias instituciones que han buscado fortalecer la producción del queso y buscar nuevas actividades generadoras de ingreso. Estas instituciones y la asociación de productores agropecuarios de Santa Cruz (ASOPROA) han identificado un sello de calidad a este tipo de queso y lo han promocionado como un producto tradicional con fama a nivel nacional (Blanco, 2004, p.6). El negocio está gestionado por una organización local “Red de Agroturismo de Santa Cruz”, que está asociada con lecherías y productores de queso, servicios de alimentación, hospedaje, transporte y otros servicios (Ibíd, p.10).

Además, en Costa Rica se conoce que es muy famosa la ruta del café que se da en algunas poblaciones como Palmichal, San Ignacio, Tarbarca, Poasito, Vara Blanca, entre otras. En muchas de estas localidades se observa que la ruta del café se realiza en fincas privadas, y no necesariamente con una asociación de pobladores que ofrezca diversas actividades en una localidad, por lo que es de juzgar que sea una ruta alimentaria, ya que no hay una asociación dirigente.

En Palmichal, y probablemente en otros casos, la ruta del café está apoyada por la Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario (ACTUAR), donde las comunidades de algunas localidades realizan diversas actividades como: aprender a hacer tortillas de maíz, aprender a hacer quesos, comer la comida típica del lugar, artesanías de la zona, caminatas por el bosque, río, entre otras. Un factor importante es que en estas actividades están involucrados distintos actores de la comunidad con sus familias, las cuales reciben un beneficio de este producto turístico porque trabajan en asociación. Los turistas se involucran con los locales en diversas actividades de la vida cotidiana. Además los turistas disfrutan en un ambiente sencillo y con las comodidades necesarias.



Fotografía 1

Feria del agua y café, en Palmichal y San Ignacio



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

Las ferias turísticas, que se dan en distintas poblaciones de Costa Rica, organizadas por las comunidades y promovidas como expo ferias por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), son también un factor que está relacionado con las rutas alimentarias, ya que la razón principal por la que se organizan estas ferias está relacionada con un alimento o plato típico, o una artesanía, en torno al cual se organiza una feria, que promueve la venta de productos alimentarios y comida típica del lugar, fiestas, venta de artesanías, topes, conciertos de música, desfiles, bailes, entre otras actividades. Entre las expo ferias turísticas podemos mencionar; feria de la fresa en Vara Blanca, feria del chiverre en Zarcero, feria del chayote, entre otras. Una de las características es que son por temporadas y algunas veces relacionadas con las fiestas patronales. (VER ANEXO 1).

Fotografía 2

Feria de la Fresa en Vara Blanca



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

Fotografía 3

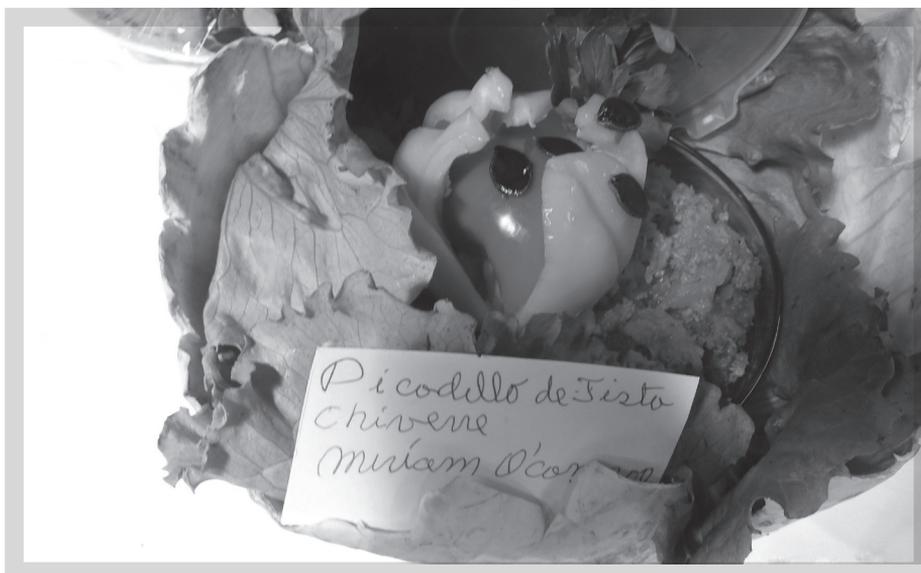
Feria de la Fresa en Vara Blanca



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

Fotografía 4

Feria del Chiverre en Zarcero



Fuente: Fotografía tomada por Era Salazar, 2012



La alimentación forma parte de la experiencia turística. Con la imposición de alimentos que exigen un menor tiempo en su preparación, la cocina regional se ha destacado por sus singularidades como formas de preparación, lugares de consumo, rituales, tradición y el significado atribuido al saborear la cocina local, porque el visitante encuentra las manifestaciones de la cultura respecto de los saberes y sabores propios del lugar.

Con la globalización se da una mercantilización de los alimentos, pero se trata de consumir no solo el alimento preparado, sino de la sociabilidad involucrada en la degustación, en contraposición a la industrialización impuesta por las redes de *fast-food* (Nunes dos Santos, 2007, p.239).

Para Schuluter (2003 citado en Nunes dos Santos, op. cit, p.240), la gastronomía como parte de la nueva demanda turística, busca elementos culturales que permiten a la propia comunidad ser incorporada en la elaboración de estos productos, con saberes y sabores culinarios locales. La cocina tradicional está siendo reconocida como un componente valioso del patrimonio intangible de los pueblos.

MARCO CONCEPTUAL DE RUTAS ALIMENTARIAS

En este apartado se tratará de abordar los conceptos de las que parten las rutas alimentarias en el área rural, así como sus implicaciones.

Una ruta alimentaria es una ruta turística que se teje con relación al alimento para propiciar otras actividades turísticas que involucren a la comunidad local dedicada a actividades primarias, servicios y otras actividades.

Es importante tomar en cuenta que en el contexto global ha implicado la intervención de nuevas actividades turísticas en el área rural; actividades que buscan desarrollo para las pequeñas poblaciones y sus residentes.

Turismo rural

El turismo rural es un modelo alternativo del modelo convencional porque alude al cuidado y aprovechamiento del patrimonio cultural y natural para beneficio de la población local, y se adecúan a sus patrones de vida



cotidiana. El turismo rural se retoma como una actividad complementaria dentro de la economía diversificada; este turismo es producto de la barrera rural-urbano que pretende revalorar lo rural por ofrecer naturaleza viva, así como zonas arqueológicas, monumentos históricos y una cultura viva, totalmente diferente a la rutina cotidiana (Ortiz, 2009, p.107).

“El turismo rural incluye toda una gama de actividades, servicios y atractivos provistos por campesinos y personas rurales para atraer turistas a su área para así generar un ingreso extra para sus negocios” (Bocanegra y Vázquez, 2006, p.194). Los servicios que se incluyen aparte del alojamiento son: festividades, recreación al aire libre, producción y venta de artesanías y productos agrícolas, etcétera.

Una actividad del turismo rural, y relacionada con las rutas alimentarias, son los talleres gastronómicos; en este tipo de actividades hay la motivación de aprender, preparar y degustar la variedad gastronómica que se ofrece por los anfitriones de los lugares visitados. La alimentación y otros aspectos relacionados con ella son de interés para el turista para conocer las diversas técnicas de preparación, recetas, patrones de comportamiento relacionados con la alimentación, su significación simbólica con la religión, con la economía y con la organización social y política de la tradición culinaria de cada comunidad, región o país, los cuales se han transmitido en forma verbal o escrita generación tras generación (Nieva, 2004, p.30).

El turismo rural en América Latina y países europeos se inclina a ser una herramienta adecuada para revitalizar las debilitadas áreas rurales y asegurar su futuro sostenible a través de la creación de empleos, que brinda apoyo a las granjas, además permite una ampliación de la provisión cultural, conservación del paisaje y de la naturaleza y el mantenimiento de artes y artesanías rurales como atractivos turísticos (Bocanegra y Vázquez, op. cit, p.195).

Un beneficio del desarrollo del turismo rural está relacionado con oportunidades para la interacción social de los locales que normalmente tienen vidas aisladas en comunidades agrícolas (Ibíd). El turismo rural es una manera de promover actividades olvidadas para la actualidad, las cuales ya no son rentables para la comunidad (Ortiz, op. cit, pp.108, 110).



Este tipo de turismo pretende ser una inyección de dinero a las frágiles economías rurales, sin caer en la tentación de que el turismo sea la salvación de las economías agrarias, ya que tan solo actúa de manera complementaria a las rentas (Reguero, 1994, pp. 79-80).

Los alojamientos rurales, para este tipo de turismo en general, cuentan con ciertas características como son: establecimientos de pequeño tamaño, recuperación de la artesanía local, recuperación y fomentación de la gastronomía local y los alimentos rurales locales, que muchas veces están en vías de desaparición por falta de canales comerciales convencionales para su venta (Ibíd, pp. 79-81).

Desarrollo rural sustentable

La perspectiva del desarrollo sustentable es respetuosa del patrimonio natural y requiere acompañar los procesos productivos a los límites y demandas ambientales (Gudynas, 2004, p.43).

Frente a las condicionalidades impuestas por los procesos de globalización, resulta evidente que una estrategia de desarrollo sostenible no puede ser dependiente de ese contexto. Debe ser un estilo de desarrollo que pueda elegir por sí mismo los caminos a seguir, y participar del espacio global donde sea importante y útil; se debe poder crear propias estrategias en desarrollo sustentable, y que ellas no sean condicionadas por préstamos o por la necesidad de recibir inversores. Tampoco implica un rechazo a la globalización; en realidad se debería lograr que la globalización sirva a las metas de desarrollo de América Latina, y no a la inversa (Ibíd, p.179).

Según Rodríguez y Alvarado (2008, pp. 25-26), aplica en muchos casos que para superar la condición de exclusión es necesario que la persona sea sujeto activo de su propia transformación, es decir, de la lucha por su desarrollo autónomo. Además es necesario que los beneficiarios se apropien o hagan suya la propuesta, de tal forma que no se sientan como el destinatario de un poder, un saber o una técnica ajena que se les impone o enseña, y sean actores capaces de asumir el papel de sujeto de la innovación. Se debe convocar a la diversidad de agentes del territorio, económicos y sociales, los sectores rurales pobres pueden por sí solos desarrollar cierto

tipo de capacidades, a partir de su propia organización; sin embargo, puede haber otras determinantes del desarrollo como viables rutas de salida de la pobreza: agricultura, empleo rural no agrícola, migración y sus combinaciones o multiempleo (Schetjman y Berdegú, 2004, p.5).

Finalmente, desde una perspectiva de desarrollo sustentable, el turismo debe basarse en un uso turístico que no exceda la capacidad de soporte de una región en términos ambientales y sociales (Tarlombani da Silveira, 2005, p.229). Y se debe convocar a la diversidad de agentes del territorio, económicos y sociales. Los sectores rurales pobres pueden por sí solos desarrollar cierto tipo de capacidades, a partir de su propia organización; sin embargo, puede haber otras determinantes del desarrollo como viables rutas de salida de la pobreza: agricultura, empleo rural no agrícola, migración y sus combinaciones o multiempleo (Schetjman y Berdegú, op. cit, p.5). Estas implicaciones nos llevan a tocar temas como nueva ruralidad, desarrollo comunitario, entre otros.

Soberanía alimentaria

La soberanía alimentaria es una propuesta con una base social sólida, que proviene del campesinado y organizaciones sociales de los países empobrecidos. Esta alternativa parte de un análisis profundo de las causas del hambre y la pobreza en el mundo. Ampara la combinación de las capacidades productivas de la agricultura campesina mediante una gestión sustentable de los recursos productivos y con políticas gubernamentales que garanticen la alimentación adecuada de la ciudadanía, independientemente de las leyes que rigen el comercio internacional (García, 2003, p.3).

Soberanía alimentaria involucra que los alimentos no sean considerados como una mercancía más en los circuitos del mercado internacional, subordinados a la especulación, y de esta manera no se comporten como una arma política y de guerra contra las poblaciones de los países pobres (Ibíd).

Millones de pobres y hambrientos del mundo son gente que luchan por mejorar su existencia. “Precisamente de su lucha y movilización en organizaciones campesinas y movimientos sociales surge una alternativa para combatir las verdaderas causas del hambre y la pobreza y que se conoce como Soberanía Alimentaria” (Ibíd, p.2).



El comercio ha sido un espacio de debate interno intensivo en la defensa de la soberanía alimentaria, y en este escenario han intervenido también instituciones multilaterales, organizaciones agrarias. ¡Los alimentos son un derecho y no una mercancía! Lo que se busca es potenciar el comercio local y los circuitos cortos de comercialización y distribución que acerquen la producción al consumo, haciendo más justo el funcionamiento de la cadena (Fernández, 2012).

Las experiencias de las monedas sociales han mostrado efectos positivos relacionados con la soberanía alimentaria como: relocalizar la economía, proteger a las pequeñas explotaciones ecológicas y familiares, el comercio local de proximidad, evitar los alimentos quilométricos y construir una barrera sólida, pero a la vez pacífica y sencilla ante las grandes corporaciones. Esta moneda social se convierte en un nuevo mercado social hecho a escala humana, acomodado a los modelos locales propios, que pueden ser replicados en otras regiones de manera parecida (Sánchez y Laraburu, 2012).

Finalmente, la mayoría de las familias pobres del mundo viven en el medio rural, la mayoría de las personas que sufren hambre en el mundo son productores primarios. El acceso a los recursos de la vida para ellos, en un escenario de igualdad y suficiencia es lo que les separa del hambre y la emigración. Al hablar del acceso a los recursos de la vida, esto implica: tierra, agua y biodiversidad (García, op. cit, p. 4).

Identidad cultural

La identidad es el resultado de un proceso social, porque nace y se desarrolla en interacción cotidiana con los demás, además da importancia a lo que las personas deben hacer para pertenecer a una colectividad, a su grupo de referencia, que da lugar a un conjunto de prácticas sociales y culturales (Martínez, 2002, p.5).

“El postmodernismo ha sido instrumental en el reconocimiento de las múltiples formas que asume el “otro”, que surgen de diferencias de ubicación geográfica, de género masculino o femenino, del tipo de sexualidad y de raza” (Larraín, 1994, p.45). Así el postmodernismo parece apoyar el discurso latinoamericano que busca no ser reducido a los modelos europeos y que afirma su carácter único y su propia especificidad (Ibíd, pp.

53,55). La identidad latinoamericana tiene que ser reconstruida por medio de la recuperación de la integración cultural perdida (Ibíd, pp.53,59).

La identidad costarricense de hoy no es la misma de otras épocas, distintos pueblos con distinta herencia han contribuido en la configuración de esta identidad, que es producto de experiencias de diferente orden: políticas, económicas, sociales, ideológicas, ecológicas etc... (Chang, 2010, p.37).

Un estudio en Perú afirma que la cocina peruana es un denominador común de lo que significa ser peruano. Así, la autoestima colectiva nacional, en su parte positiva, está relacionada con ser exitosos y capaces, entre otras cosas, donde la valoración de la cultura culinaria puede influir en esta valoración. La valoración de la cultura culinaria se encuentra asociada positivamente a una mayor identificación con el Perú y una mejor autoestima colectiva nacional (Espinosa y Calderón, 2009, p.24). El estudio concluye que, con miras a consolidar una positiva identidad nacional, se debería apuntar elementos como la gastronomía que dan a los peruanos un sentido de autoeficacia, así como motivos de mejora y orgullo como colectividad (Ibíd, p.27).

Como elementos de los alimentos de orden simbólico, podemos encontrar a la alimentación y cocina construidas de determinados alimentos para cada colectivo social y cultural. El alimento de un pueblo es patrimonio cultural, a pesar de su intangibilidad, y la alimentación es un producto de la actividad material y simbólica del hombre enmarcado en determinados sistemas culturales y sociales, producto de la transmisión intergeneracional (Torres, 2004, p.59).

Por la modernidad, el sistema alimentario no es un sistema simbólico, pero en el proceso de obtención, producción, distribución, preparación y consumo del alimento, intervienen elementos materiales que pueden considerarse patrimonio tangible, se trata de los elementos utilizados para la producción y el consumo; además de aquellos vinculados a la tecnología agropecuaria para la obtención y preparación: vasijas, cucharas, palas de piedra, morteros, palos cavadores, azadas de piedra y de metal, recipientes de material vegetal, etc... (Ibíd, p.60).

La relación tan estrecha entre alimento e identidad cultural, quizás tenga que ver con el hecho de que el anclaje de este fenómeno tiene relación con la conciencia individual y colectiva para la satisfacción de necesidades primarias



de naturaleza biológica, como es la satisfacción del hambre, necesidad que se modela en un determinado contexto social y cultural (Ibíd, p.61).

Para Lévi-Strauss (2002, p.268, citado en Meléndez y Cañez, 2010, p.191), la cocina es un lenguaje en el que cada sociedad codifica mensajes que le permiten significar parte de lo que ella es.

Alimentos regionales

“Un alimento no es sólo un alimento, tiene significado social, emocional y simbólico; es un complejo amplio de calidad, herencia y naturaleza; es un producto de la historia. El alimento nace de la tierra, fruto del trabajo de los agricultores” (Barrera, 2006, pp.2-3). El alimento es parte del patrimonio de los pueblos y cuando se integra a la oferta turística enaltece al destino, otorgándole mayor valor al alimento porque el territorio lo provee de identidad.

Los alimentos regionales son, entonces, productos representativos de cada tierra y de cada clima; trascienden el carácter de mercancía y expresan las tradiciones y culturas de los pueblos (Barrera, op. cit 2010, p.139).

Según Mintz (2003, p.28): “comer no es una actividad puramente biológica, pues los alimentos que se comen tienen historias asociadas con el pasado de quienes lo comen; las técnicas empleadas para encontrar, procesar, preparar, servir y consumir esos alimentos varían culturalmente y tienen sus propias historias. Y nunca son comidas simplemente; su consumo está condicionado por el significado”.

Para Padilla (2006, p.2): “las cocinas constituyen un elemento de sinergia sobre diversos aspectos de la vida de las comunidades: la agricultura, la dieta, los mercados tradicionales, las formas de conservar los alimentos, las tradiciones, los procedimientos desde las viejas tecnologías hasta las innovaciones más recientes”; además las cocinas son el centro de procesos de intercambios culturales regionales que van transformando las identidades de los pobladores”.

La comida es uno de los más fuertes y más arraigados factores en nuestra memoria más remota, tan fuerte que a un migrante es el último factor que

se le olvida, se podrá olvidar de la religión, idioma, pero la comida familiar, la comida nacional, esa se sigue transmitiendo a lo largo de muchas generaciones (Escamilla y Gortari, 2006).

BASES PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA RUTA ALIMENTARIA EN LA CUENCA DEL RÍO MOROTE, GUANACASTE, COSTA RICA

La UNA ha venido ejecutando un proyecto en la cuenca hidrográfica del río Morote, sobre manejo de desechos sólidos. Una actividad importante que se ha ido realizando en este proyecto es informes de diagnóstico y talleres de historia local, espacio donde se ha recabado información importante que tiene relación e implicaciones con proponer un turismo rural para esta zona, específicamente una ruta alimentaria (IDESPO, 2009).

El objetivo del proyecto Morote, que tiene relación con esta propuesta de bases para la conformación de una ruta alimentaria, es: “difundir conocimientos socio-ambientales acerca de la cuenca hidrográfica Morote, para los diferentes actores que interactúan en ella, con la finalidad de promover el cambio hacia una cultura ambiental”(Ibíd).

Los indicadores de logro, según este objetivo, han sido los talleres de historia local, documento de historia local: La Mansión y Matambú. Además, con la implementación del proyecto se ha realizado actividades como elaboración de manualidades con materiales plásticos y exhibición de manualidades e información (Ibíd).

El diagnóstico del año 2009 nos muestra las actividades que se realizan en Hondores, población representativa de la cuenca hidrográfica Morote. Las actividades son: comidas típicas, bebidas tradicionales, actividades en artesanías, bailes típicos, actividades deportivas, hablar lengua indígena, utilizan material natural o indígena (Ibíd).

Es importante citar que un elemento fundamental de una política turística sustentable es la incorporación de la participación de las comunidades locales por medio de la microempresa de una forma efectiva y equitativa. Las rutas alimentarias están directamente relacionadas con esta visión. El estado es el máximo responsable, es el facilitador de un proceso donde



participen los diversos sectores del turismo, que permiten implementar acciones consensuales, dirigidas al beneficio colectivo y a la sustentabilidad del sector (Morera, 1998, citado en Escalera y Benavides, 2010, p.126).

Caracterización de la cuenca del río Morote

La cuenca hidrográfica del río Morote está ubicada en la vertiente del golfo de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica. Cubre una superficie aproximada de 290 km², con una población de 40.000 habitantes; está constituida por poblados como Nicoya, Hojancha, Mansión, entre otros. Es una zona que tradicionalmente es agrícola, sin embargo, esta actividad ha disminuido y ha dejado de ser prioritaria (González, 2005, p.176).

Actualmente, la cuenca hidrográfica Morote presenta graves problemas socioambientales y culturales, entre los más representativos están: pérdida del patrimonio cultural ante la globalización, contaminación por desechos líquidos y sólidos en nacientes y microcuencas (Cruz, 2010, pp.1-2).

Justificación

Para realizar una propuesta de turismo rural, desde bases para la conformación de una ruta alimentaria como actividad alternativa de desarrollo para las comunidades de la cuenca del Río Morote, es importante tomar en cuenta los problemas que aquejan a la población y cómo una actividad complementaria (como el turismo rural) puede mejorar las rentas de los pobladores, rescatar la identidad de la zona y lograr más unión entre sus habitantes.

La región Chorotega ha tenido un impacto y un crecimiento en cuanto al desarrollo del sector turismo con la inversión en infraestructura y la gran llegada de visitantes, especialmente en la zona de Liberia (González, op. cit 2005, p.210).

Muchas de las poblaciones locales, que viven y dependen de los recursos naturales que explota la actividad turística, reciben pocos beneficios y, muchas veces, son ignoradas en los procesos de planificación por parte de sectores de esta actividad (Ibíd, p.209).

La Región Chorotega tiene problemas sociales y económicos, y es una de las regiones más pobres del país, con indicadores de bienestar social y deficitario bastante bajos, y un flujo alto migratorio hacia otras regiones del país. La búsqueda de alternativas ligadas con el sector turístico es una necesidad sentida de la población guanacasteca, la cual desea ser tomada en cuenta con actores en la actividad turística (Ibíd, pp.210-211).

La gastronomía es una alternativa viable que está asociada a factores claves y de identidad de la localidad, además de ser una respuesta a una necesidad básica de todo turista (Ibíd, pp.82-83).

Valores como: respeto, tolerancia, solidaridad, equidad, la no discriminación y la libertad deberían ser el centro de la experiencia turística para el huésped y el turista (Delisle y Jolin, 2009, p.24).

Según la ética del turismo, se debería manejar cuatro ejes: turismo como actividad de descubrimiento y de encuentro con personas y espacios diferentes como actividad benéfica; venta de servicios por parte de empresas de servicios turísticos; relación que mantiene la empresa con: empleados, subcontratistas, accionarios o inversores; empresas turísticas con personas jurídicas, que tienen responsabilidad en las sociedades en las cuales interviene (Ibíd, pp.30-33).

Las tres cuartas partes del total del parque hotelero mundial están bajo el control de seis grupos internacionales y las 5 primeras operadoras turísticas, compañías aéreas y redes hoteleras tienen su sede principal en los países desarrollados (Saksena, 2002, p.3 tomado de Delisle y Jolin, 2009, p.46). Según datos del Banco Mundial, el 55 % de los gastos turísticos en los países en desarrollo regresan a los países emisores de Occidente. Además, aunque en ciertos países, el turismo es una industria de gran importancia, los empleos temporales son mal pagados, incluso en los países industrializados no son suficientemente satisfactorios (Delisle y Jolin, op. cit, p.48). Desde este apartado, es importante abordar el involucramiento de los actores locales en las poblaciones rurales, relacionadas con el turismo, ya que lamentablemente, la realidad y datos de los ingresos que trae el turismo nos muestra que los ricos continúan haciéndose más ricos y los pobres siguen con la misma historia de pobreza y marginación.



A continuación se hablará de aspectos de cultura, identidad, historia, alimentos de la zona de la cuenca del Río Morote, según estudios realizados anteriormente. Estos temas están directamente relacionados con rutas alimentarias y sus implicaciones en la región.

Historia de Guanacaste

“En Mesoamérica y la Gran Nicoya, las poblaciones agrícolas prosperaron domesticando uno o varios cereales como el maíz y frijol, cuyos valores nutritivos y de productividad permitieron un aumento de las poblaciones sostenido en el tiempo” (Cruz, op. cit, p.8). Según Lange (citado en Cruz, op cit, p.8), la Gran Nicoya se constituyó en un centro cultural que existió durante 2000 años, al norte con Mesoamérica y al sureste con el área Chibcha. Esta civilización basó sus actividades en la vegecultura, la agricultura y el urbanismo. La Gran Nicoya tiene un especial significado en la Prehistoria de América, ya que por condiciones geológicas y culturales existentes, es una región de un movimiento cultural norte-sur, que por espacio de varios cientos de años, se cree, marcó el límite sur de la influencia mesoamericana (Cruz, op. cit, p.8).

Según Corrales (2005, p.9, citado en Cruz, op. cit, p.9), Costa Rica y la península de Nicoya en especial, fue habitada hace 10.000 años por poblaciones originarias e indígenas. En el período del 2000 a 500 a. C., en la costa, valles internos y el interior de la península de Nicoya consolidó la agricultura con cultivos asociados como el maíz, frijoles y ayotes. Según Cruz (op. cit, p.9), esta asociación de cultivos nos muestra la experiencia y el conocimiento del entorno natural que desarrollaron los pueblos aborígenes, quienes cimentaron la relación sociedad-naturaleza con técnicas de uso y manejo del agua, y otros recursos naturales.

La conquista y colonización de Nicoya transformaron la sociedad aborigen a partir del siglo XVI con la incorporación de la ganadería caballar, mular y vacuna; así surgieron los primeros hatos en los valles y costas (Ibíd, p.10). En esta zona hay asentamientos humanos caracterizados por su contexto natural y sociocultural, que se puede apreciar en cantones con identidad cultural diferenciada en poblaciones como Nicoya, Hojanca y Nandayure. Es importante tomar en cuenta que hay una carencia de documentos históricos a nivel local y regional (Ibíd, p.3).

Aspectos relacionados con la alimentación-turismo

La agricultura se llevó a cabo a través de los conocimientos heredados de la cultura mesoamericana, que desarrolló una cultura especializada en granos (Fonseca, 1992, p.116 citado en Cruz, 2010, p.16).

Según don Chimbolo, de la comunidad Chorotega, los instrumentos utilizados en la agricultura son: macana, espeque, churuco o corbo, y los productos que se siembran son: frijoles, maíz, pipianes, yuca, tiquizque, chamol y antes se sembraba arroz; el frijol y el maíz fueron los cultivos más importantes (Cruz, op. cit, p.17).

Según la tradición y herencia cultural ancestral para cultivar, don Chimbolo, agricultor chorotega moderno, nos explica las técnicas de siembra de los antepasados mesoamericanos:

Si depende de la luna, si hay luna nueva no se puede sembrar, ni cortar un palo, hay que esperar 5 o 6 días. Si con la luna nueva corta un palo, se pica todo. Hay que sembrar cuando la luna se encuentre creciente (Ibíd, p.18).

Los sistemas tradicionales productivos se han mantenido, pero ha disminuido su implementación (Ibíd).

Para el siglo XIX, el maíz era el alimento básico, complementado con leche, queso, arroz y frijoles. La salud de la gente dependía de hierbas medicinales locales (Monge, 2004, p.15).

Con respecto a platos de comida de la zona, para el siglo XIX se desayunaba tortillas con café, tocino y arroz acompañado de chocolate; a Nicaragua se exportaba pan dulce y tapa de dulce, que es azúcar de caña cristalizada (Monge, 2004, p.16). Además, se comía tortillas y si era posible queso y carne seca acompañados con café. Ya los mangos habían sido introducidos a la lista de frutas de la provincia, pero en cambio, el cultivo del algodón decayó marcadamente (Ibíd, p.19).

Había contrabando de ganado desde Nicaragua y se vendía ilegalmente licor casero, que según un informe, era fabricado por mujeres, no por hombres, que era lo tradicional. Pero, para 1930, el futuro de la provincia estaba en el turismo, y debían crearse parques nacionales (Ibíd, p.21).



Ahora, con respecto al turismo en esta área, según estudios realizados anteriormente, se definieron cuatro zonas turísticas importantes:

Zona turística 1: zona ubicada en los cerros de Nicoya, que tienen cultura histórica. Es una zona de paso a las playas del Pacífico. Y la cercanía al centro de Nicoya puede beneficiar a la población, ya que los turistas visitan eventualmente restaurantes, hoteles, servicios varios (González, op. cit 2005, p.199).

Zona turística 2: reserva indígena Matambú.

Zona turística 3: Nandayure y Hojancha. Población que depende de la agricultura.

Zona turística 4: manglar ubicado en el estero Morote. Población que depende de la actividad agrícola y camaronera (Ibíd).

Productos alimentarios que proporcionan identidad a la zona

Coyolera “El Pochote”

La Coyolera “El Pochote” está ubicada en la comunidad de Nicoya. Esta Coyolera es conocida por la gente de la localidad. Es una familia tradicional de la zona, que es sencilla y refleja la forma modesta en la que vive la comunidad. La señora de la casa se llama Olga María Rosales Arias, persona que nos ayudó muy amablemente con una entrevista.

El producto principal por el que va la gente es el vino de Coyol, pero además se hacen otros productos típicos de la zona. También tienen cultivos de frijol y maíz, para la subsistencia.

- Vino de Coyol

En esta actividad de obtener el vino de coyol trabajan tres personas: padre, madre, hija. El origen de la familia es de Nicoya, toda la vida han vivido ahí, y es un hogar que por tradición siempre ha vendido vino de Coyol. El padre de la señora Olga ha realizado esta actividad por 50 años, siempre lo ha hecho, era y es el único de la zona que lo hacía; en Nambí también lo



hacen. El hijo de la señora Olga sabe sobre la extracción del vino de Coyol². Doña Olga nos dice:

No, aquí nadie; solo mi papá hacía esto aquí, luego en Nambí. Aquí solo una vez puso un muchacho y no le dio camino la sacada del agua de coyol.²

El vino de coyol es puro, sale del árbol directamente, sin ningún aditivo. El tiempo de cosecha es de diciembre a abril; el líquido se recolecta en la mañana y en la tarde se lo vende, generalmente. Los palos para producir vinos de coyol deben tener mínimo 20 años².

Fotografía 5

Personas de la comunidad que trabajan en la extracción y venta de vino de coyol



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

² Con base a entrevista semiestructurada en Coyolera “El Pochote”



El 2 de febrero inician las fiestas de San Blas, la gente sale de Nicoya con el santo y ahí se vende mucho vino de coyol. La época antes de la semana santa es para vender el vino de coyol, después ya no compran, aunque si hay vino de coyol². Los compradores del vino, generalmente son gente de la región, que conocen donde hay, también visitantes que son recomendados por la gente de la zona. Doña Olga nos dice:

Esa es una tradición de la gente de antes, entonces a la juventud ya le gusta eso, porque es sabroso, se toma un traguito de coyol, entre dulce y fuerte, o fuerte y es riquísimo; el vino de coyol dulce es para niños².

Fotografía 6
Vino de coyol



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

A doña Olga le gustaría que vengan más visitantes, porque de lunes a jueves no hay mucha gente y muchas veces le toca botar el vino. Doña Olga textualmente nos habla sobre la extracción de vino de coyol:

Los meses van desde diciembre hasta abril, nada más, la gente no viene en el invierno, pero no es que no haya durante el resto del año, sino lo que pasa es que la gente no lo compra, uno lo puede hacer para tener en la casa y tomarlo pero no se le vende. Está ligado a las fiestas de acá, la gente los prefiere en esas épocas de fin y los primeros cuatro meses del año. Es que aquí, se acostumbra, todo el verano pasan todos los pueblos de fiesta, con los toros y todo eso².

La extracción del vino de Coyol depende de la marea alta, entonces del árbol de bejuco, que es una liana, se ve si tiene agua suficiente (le decimos nosotros), pero es leche, entonces si hay mucha agua, si hay vino de coyol².

Los lugares de venta son en las casas de pobladores (como la citada), y también hay puestos de venta en las calles, que muchas veces no suelen ser confiables, nos comenta doña Olga.

- Otras comidas o productos tradicionales

La tortilla de maíz, por tradición siempre se ha hecho, lo hace en horno y con el maíz que ellos siembran en su tierra; doña Olga también elabora rosquillas, tanelas y dulces tradicionales³.

Mercado de Nicoya

En el mercado de Nicoya se ofrecen comidas y productos tradicionales. Los vendedores son gente de la zona; en este caso nos ayudaron con la información doña Socorro Pérez y don Chimbolo.

³ Con base a entrevista semiestructurada en Coyolera “El Pochote”

Fotografía 7

Mercado de Nicoya



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

Don Chimbolo vive en Matambú. Es una persona de edad, que toda la vida se ha dedicado a la agricultura; el producto que ofrece es pinol. Él afirma que ya está viejo para seguir trabajando en la agricultura y por eso solo se dedica al pinol, que lo vende en el mercado los días viernes, sale a las 6:30 a.m. y acaba de vender a las 11:00 a.m. aproximadamente. Don Chimbolo vende a las señoras que tienen su puesto en el mercado. Nos cuenta que sus hijos ya no se dedican a la agricultura porque son profesionales, estudiaron, y ya no quieren trabajar en el campo. Don Chimbolo se considera un indio chorotega, está orgulloso de sus raíces y con sus productos alimenticios es un portador de la identidad de su pueblo⁴.

⁴ Entrevista a Don Chimbolo, 16-02-2012 y 08-03-2012

Fotografía 8

Don Chimbolo, mercado de Nicoya



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

Según entrevista con don Chimbolo:

Hay algunas maneras de preparar al pinol, así, con leche caliente hirviendo es Muru. Las viejecitas de antes usaban solo esto.

Por su parte, doña Socorro Pérez vende comidas típicas en el mercado de Nicoya, vive en los alrededores de Nicoya. Para tener los productos para la venta, doña Socorro se levanta a las 2 a.m., comienza a hacer las tortillas de maíz, para después preparar otros productos. Los lugares de venta son el mercado y algunas pulperías. Los productos que se detallan a continuación, derivan de la información proporcionada por doña Socorro⁵:

⁵ Entrevista a doña Socorro, 25-02-2012

- Chicha de maíz amarillo: en el invierno se cosecha y en el verano se prepara.
- Chicha de maíz pujahua: hecho con maíz rojo o morado.
- Pizque: masa de harina de maíz, se come con huevo, sardina, atún en hoja de Ezpabel. En el monte se da esa palma donde quiera. Se come solo para época de semana santa o antes, la gente respeta esos días.
- Tortillas de maíz: la preparación es moliendo el maíz, después se prende los fuegos para hacer las tortillas.
- Atole o mazamorra: la preparación es agriar o reposar de un día para el otro; colarlo el día siguiente, ponerle dulce (azúcar) y cocinar.

Fotografía 9

Doña Socorro, mercado de Nicoya



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

Hondores

Se realizó un taller con la población de Hondores, localizada a 30 minutos de la ciudad de Nicoya. La gente de Hondores nos proporcionó información sobre los productos y platos típicos de la zona, la identidad que les proporciona y la importancia para ellos.

Fotografía 10

Taller comunitario en Hondores realizaod por personal del Programa Horizontes Ambientales



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

Los productos alimentarios, que se dan en Hondores a través del trabajo agrícola, son: maíz y frijoles, siendo estos los más representativos del lugar, además se produce arroz, yuca, ñampí, ñame, plátano⁶. En todas las casas se siembran maíz para autoconsumo. Una señora de Hondores manifiesta:

Maíz, todos sabemos que esos productos se producen para uso del hogar.

En muchos casos también se vende el maíz que siembran, además se usa para hacer el chicheme, tortillas de maíz, rosquillas de maíz, la pujahua, atol, pozol, fresco de maíz, pinol. Según el taller realizado en Hondores, solo una señora hacía productos para vender, el resto de gente no lo vende, porque es para consumo de la casa. Las tortillas, por ejemplo, son un producto para consumo de todos los días⁴.

⁶ Lluvia de ideas de taller en la población de Hondores-Nicoya-Costa Rica



Hay otros productos tradicionales que también se hacen en Hondores como: agua dulce, rosquillas de maíz negro, pinol, atole, pozol, tamal pizque y de chancho. Una cantidad pequeña de la población elabora productos para venderlos en pulperías.

Las fechas especiales, cuando más se comen estos productos, son navidad y semana santa; también se hace rosquillas, chicheme, tamal pizque.

Para matrimonio se usan las tortillas de maíz, verdad, tanelas uno hace.

Los platos de comida representativos de Hondores y la región son arroz de maíz principalmente, como también chicha, que es una bebida representativa de la región, las albóndigas de maíz, se condimenta bien la masa con carne y después se echa vinagre, picadillo de Chilote (cuando el maíz está tierno), cuadrado, chicheme.

Es importante tomar en cuenta de dónde provienen los ingredientes para la preparación de los platos típicos, ya que sería importante que provengan de la misma localidad, como ayuda para la misma población. Así, los ingredientes para preparar los platos típicos de Hondores son: sal, manteca y otros que se compran en un supermercado de Nicoya, y otros se compran en Hondores. También se compra queso a gente de la misma población.

Con respecto a la identidad de la población no hay algo específico que la gente de Hondores lo identifique con la zona. Este aspecto posiblemente es una tarea por descubrir con la población, porque seguramente la localidad sí tiene alguna actividad, lugar, fecha, acontecimiento que los identifique y simplemente no lo reconocen como tal. Sin embargo, hay un producto alimentario que representa a la localidad “Hondores” y es el producto alimentario Ayote⁷.

7 Lluvia de ideas de taller en la población de Hondores-Nicoya-Costa Rica

Tradiciones y costumbres en la cuenca hidrográfica Morote

Entre las tradiciones y costumbres podemos citar la celebración del Santo Patrono “El sagrado corazón de Jesús”, todos los trece de junio de cada año; la celebración se da con una misa seguida de procesiones. En esta actividad se acostumbra invitar a pueblos cercanos que pertenecen a la parroquia (Cruz, op. cit, p.29).

En la semana santa se dan muchas actividades en la iglesia; misas, procesiones y actos referentes a esta celebración. Es común que en esta época personas se reúnan con familiares y amigos que viven en otras zonas del país.

Otra actividad que caracteriza es la celebración de Judas Iscarioti, que consiste en tomar cosas de las casas para exhibirlas al día siguiente en el parque y se fabrica un muñeco que representa a Judas (Ibíd, p.30).

La comunidad chorotega está reducida a un pequeño asentamiento en el territorio indígena chorotega de Matambú, el cual queda como único núcleo Chorotega en el territorio nacional. Ahí mantienen la identidad étnica y algunas costumbres y tradiciones como la fabricación y uso de cerámica utilitaria (Ibíd, p.11).

Las diversiones tradicionales de esta zona están relacionadas con bailes, turnos y hasta carreras de cintas. También se puede citar a los viajes a las pozas de los ríos; actividad que hasta hoy lo hacen los jóvenes y niños, y las pozas que actualmente se acostumbra visitar son las Pilas y La Garroba (Ibíd, p.21).

A partir del año 2007 se da la celebración de festivales artísticos, para recrear un espacio donde se promueve la cultura Matambú y se comparten diversas manifestaciones artísticas y contemporáneas para el público local y regional (Ibíd, p.21-22).

Hay dos grupos de baile: Matambú y Maicito Tierno, con bailes como la yeguita, la tobona, el punto guanacasteco, el Chucu Chucu, el baile de los Guacales, el tambito y el matambú (Ibíd, p.22).

En cuanto a las artesanías de esta región están: la talla de guacales, aretes en escama de Guacales (Ibíd), las artesanías de San Vicente o de Guaitil.



Fotografía 11
Artesano de San Vicente



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

Fotografía 12
Artesanías de San Vicente



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la mayoría de poblaciones de Costa Rica no está como tal organizada una ruta alimentaria con distintos actores que se relacionen en asociación. Sin embargo, las expo ferias turísticas nos muestran que hay el potencial para realizar rutas alimentarias en Costa Rica; faltaría entre otras cosas: organización por parte de las comunidades, apoyo por parte del gobierno con capacitación, ayuda en la organización y coordinación, y búsqueda de fondos de ayuda y capacitación en ONGs, fundaciones, gobierno, entre otros.

El turismo ha crecido significativamente en la provincia de Guanacaste, pero el involucramiento con la población ha sido casi nulo, la población no se ha sentido beneficiada de esta actividad. Por tanto, es recomendable dar importancia desde las rutas alimentarias a la gente de la localidad que elabora platos de comida, dulces y bebidas tradicionales en asociación; además de involucrar a locales como guías turísticos, gente que ofrezca servicios de transporte, alojamiento en cabinas, visitas a granjas, ríos, entre otros atractivos, que demuestren las tradiciones de la zona.



La idea sería formar una asociación de los pobladores de las comunidades de la cuenca del río Morote, donde se involucren algunos actores, y ofrezcan variedad de servicios y actividades por realizar en estas localidades; aquí se podrían asociar entre otros actores: las personas de la Coyolera, vendedoras(es) del mercado de Nicoya, representantes de la comunidad de Hondores. Así, esta sería una manera de ayudar a complementar las rentas de mucha gente de la zona, además que los visitantes se lleven una experiencia gratificante en un espacio rural de Guanacaste-Costa Rica.

El vino de coyol es un producto típico de la zona, su consumo es una tradición de la región y es conocido por la mayoría de ticos y ticas, ya que es una bebida tradicional de Costa Rica. El vino de coyol, como parte de una ruta alimentaria, rescataría la identidad que ha proporcionado este alimento a la región, además que complementarías las rentas de personas locales dedicadas a esta actividad. Las actividades que se pueden realizar con visitantes en la Coyolera están relacionadas con los conocimientos de la gente local, dueña de los conocimientos ancestrales, que pueden proporcionar información cultural significativa muy valiosa para los turistas, además de realizar actividades interactivas de aprendizaje y disfrutar de la sabrosa bebida.

Las actividades que se podrían realizar en una coyolera serían: probar el vino de coyol, explicación y extracción del vino de coyol con visitantes, para que ellos aprendan sobre esta actividad; comida tradicional de la zona, con otros productos tradicionales de la zona, para poder apreciar la diversidad de alimentos que proporcionan identidad a la región. Estas actividades se pueden complementar con visitas a lugares turísticos cercanos como playas, artesanías de San Vicente o Guaitil, visita al centro de Nicoya con su iglesia, entre otros. Por tanto, sería importante, en la Coyolera, proporcionar información de atractivos turísticos cercanos.

En el mercado Nicoya sería importante plantear una serie de actividades a realizar además de la venta de productos típicos alimentarios. Estas actividades estarían relacionadas con la posibilidad de que los visitantes preparen comida típica, se realicen ventas de artesanías propias de la zona, venta de platos típicos elaborados a manera de almuerzo. Además de la presentación de grupos de música, teatro, danza, los fines de semana en el mercado para disfrute de los visitantes y la gente de la localidad. Otro factor importante sería que haya un lugar para mayor estancia de los visitantes, y de esta manera puedan disfrutar de la comida, acompañados de un café o bebida tradicional de la zona. Este factor sería clave para que venga más gente a consumir los productos y promocióne el lugar.

Fotografía 13
Iglesia de Nicoya



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012



Por otra parte, en la población de Hondores, de acuerdo con un taller realizado en la comunidad, es evidente que la gente conoce cómo hacer los platos típicos, ya que es un conocimiento transmitido por generaciones, de manera ancestral. Sería importante entonces, que la población aproveche sus conocimientos en la elaboración de estos platos típicos y pueda ofrecerlos para la venta en mercados, ferias agropecuarias, fiestas, o en pulperías, directamente con un logo que represente a la comunidad y le dé un sello diferente. Se sabe que los productos provienen directamente de las manos de gente de Hondores, gente de la comunidad que hace los productos con sus conocimientos ancestrales, ese aspecto le puede dar un valor único y agregado a los productos alimentarios.

De acuerdo con un taller realizado en la población de Hondores, donde se percibió que la gente de la comunidad no se encuentra identificada con ningún lugar ni acontecimiento, es recomendable trabajar en asuntos de rescate o reivindicación de la identidad, en talleres posteriores: porque cultura e identidad hay en todos lugares, simplemente haría falta un taller de remembranza, rescate de tradiciones, costumbres, entre otras cosas.

Fotografía 14
Playa Samara



Fuente: Fotografía tomada por María Elena Sosa Sosa, 2012

BIBLIOGRAFÍA

Blanco, Marvin. (2008). La Agroturística del Queso Turrialba en Costa Rica. *Revista ECAG Informa*, No 46; pp. 42-43. Costa Rica.

Blanco y Riveros . (2004). Rutas alimentarias, una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la ruta del queso Turrialba (Costa Rica). *Congreso Agroindustria Rural y Territorio -ARTE-*. Toluca, México. Diciembre 1-4.

Barrera, Ernesto. (2010). *Las rutas alimentarias: Una estrategia de desarrollo que vincula los alimentos con identidad local y el turismo*. http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/barrera/pdf/10_rural.pdf.

Barrera, Ernesto. (2009). Las Rutas Alimentarias como instrumento para el desarrollo territorial: el caso de la Ruta de la Yerba Mate de Argentina. *Revista Universidad de Sonora*.

Barrera, Ernesto y Bringas, Olivia. (2008). Las Rutas Alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. *Revista Gastronomic Sciences*. Universidad Camilo José Cela y Ferran Adrià, Madrid.

Barrera, Ernesto. (2006). *Rutas Alimentarias: Estrategias culturales de desarrollo territorial*. (s.r.e.)

Bocanegra, Carmen y Vázquez, Miguel. (Octubre, 2006). *Desarrollo Regional y Local: Tendencias, Retos y Estrategias*. México.

Bringas, Olivia. (2010). *Rutas alimentarias: identificación de elementos básicos para su creación en la sierra alta de Sonora*. Universidad Autónoma de Coahuila, México.

Briz, J. (1999). Competitividad y estrategias comerciales en el sector vínico español. *Cuadernos de Agricultura, Pesca y Alimentación*, no 19, pp. 23-32. Sevilla.



Chang, Giselle, Troyo, Elena, Cerdas, Ana, Herrera, Miguel, Perera, Irmino. (2010). *Patrimonio cultural: Diversidad en nuestra creación y herencia*. Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. Costa Rica.

Cruz, Carlos. (2010). *Proyecto cultura ambiental en acción, historia de la cultura local en la cuenca hidrográfica Morote: el territorio indígena Matambú y la mansión de Nicoya*. Universidad Nacional, Sede Regional Chorotega, Subprograma Morote, Nicoya-Costa Rica.

Delisle, Marie-Andrée y Jolin, Louis. (2009). *¿Es posible otro turismo?* FLACSO, Volumen I. Costa Rica.

Escalera, Javier y Benavides, Nury. (2010). *Turismo sostenible, desarrollo local ya articulación regional transfronteriza en el Río San Juan (Costa Rica-Nicaragua)*. FLACSO Costa Rica.

Escamilla, Edmundo y Gortari, Yuri. (2006). *La Gastronomía Mexicana, Patrimonio Intangible*. Universidad Nacional Experimental del Yaracuy, Venezuela.

Espinosa, Agustín y Calderón, Alicia. (2009). *Relaciones entre la identidad nacional y la valoración de la cultura culinaria peruana en un muestra de jóvenes de clase media de Lima*. Pontificia Universidad Católica de Perú, pp. 21-28.

Fernández Such, Fernando. (28 de enero, 2012). Alimentando el debate en torno al comercio y la soberanía alimentaria. Fuente: <http://revistasoberaniaalimentaria.wordpress.com/2012/01/28/alimentando-el-debate-en-torno-al-comercio-y-la-soberania-alimentaria/> *Revista Soberanía Alimentaria, biodiversidad y culturas*. Barcelona, España.

García, Xavier. (Mayo, 2003). La Soberanía Alimentaria: Un nuevo paradigma. Fuente: <http://www.observatori.org/documents/DOC1,%20Soberania%20alimentaria,%20generalidades.pdf>. *Revista Veterinarios sin fronteras*. Barcelona, España.

González, María. (2011). Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipio de Zacatecas-México: las rutas agro-culturales. PASOS, *Revista de Turismo y patrimonio cultural* 9(1): 129-145; Colegio de la frontera norte; México.

González, Hugo. (2005). *El turismo alternativo en la región centroamericana*. Universidad Nacional. Guanacaste, Costa Rica.

Gudynas, Eduardo. (2004). *Ecología, Economía y Ética del Desarrollo Sostenible*. Centro Latinoamericano de Ecología Social (CLAES). Quinta edición. Montevideo, Uruguay.

IDESPO. (2009). Informe Morote 2009. Universidad Nacional, Costa Rica.
Larraín, Jorge. (1994). La identidad latinoamericana: Teoría e historia. *Estudios Públicos*. Chile, pp.31-64.

Martínez, Álvaro. (Marzo, 2002). Territorialidad y Cultura. *Echelon: la vigilancia del imperio*. Memoria N #157.

Meléndez, Juana y Cañez, Gloria. (enero, 2010). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro el Saucito, Sonora- México”. *Revista de Estudios Sociales*. Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo CIAD. México, pp. 182-204.

Mintz, Sidney. (2003). Sabor a comida, sabor a libertad: incursiones en la comida, la cultura y el pasado. Ediciones de la Reina Roja, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México.

Millán, Genoveva, Melián, Amparo. (enero-diciembre, 2008). Rutas turísticas enológicas y desarrollo rural. El caso estudio de la denominación de origen montilla-moriles en la provincia de Córdoba Papeles de Geografía. No. 47-48, pp. 159-170 Universidad de Murcia, España.

Nieva, Ángel. (2004). Alternativo: una nueva forma de hacer turismo SECTUR, Secretaria de Turismo. México D.F.

Dos Nunes Santos. (2007). Cristiane. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*. UESC, UFBA. Volumen 16, pp. 234-242. Bahía, Brasil.

Ortiz, Tonantzin. (15 de julio, 2009). *Bordando paradigmas para el desarrollo*. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco, México D.F.



Padilla, Cristina. (20-24 noviembre, 2006). Las cocinas regionales, principio y fundamento etnográfico. Universidad de Guadalajara. Ponencia para el VII *Congreso Internacional de Sociología Rural*. Quito, Ecuador.

Sanchez, Dídac, Larraburu, Costa. (28 de enero, 2012). Monedas locales y ecológicas para la soberanía monetaria. <http://revistasoberaniaalimentaria.wordpress.com/2012/01/28/monedas-locales-y-ecologicas-para-la-soberania-monetaria-2/> *Revista Soberanía Alimentaria, biodiversidad y culturas*. España.

Schejtman, Alexander y Berdegú, Julio. (2004). *Desarrollo Territorial Rural*. RIMISP Centro latinoamericano para el desarrollo rural. Chile.

Ravenscroft, N. y Van Westering, J. (2001). Wine Tourism, Culture and the Everyday: A Theoretical Note. *Tourism and Hospitality Research*, 3(2), pp. 149- 162.

Reguero, Miguel. (1994). Ecoturismo, nuevas formas de turismo en el espacio rural. Barcelona, España.

Rodríguez, Adolfo y Alvarado, Hernán. (noviembre, 2008). *Claves de la innovación social en América Latina y El Caribe*. CEPAL. Santiago de Chile.

Tarlombani, Marcos. (2005). *Turismo y Sustentabilidad, Entre el discurso y la acción*. Universidad Federal de Paraná. Curitiba, Brasil. Volumen 14, pp.222-242.

Torres, Graciella. (2004). *El Alimento, La Cocina Étnica, Gastronomía Nacional. Elemento Patrimonial y un referente de la identidad cultural*. Buenos Aires, Argentina.

ANEXO

Anexo 1. Ferias agropecuarias en Costa Rica. I Programación expoferias turísticas en Costa Rica2012 (ICT)

| ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO |
|--|---|--|---|--|--|
| <p>III Feria del café I Fase Lugar: Frailes Fecha: 14 y 15 Organizan: Inf. Padre Ronald León Solorzano 25440155 Info@feriadelcafe.co.cr padronald@gmail.com www.feriadelcafe.co.cr</p> <p>Roger Morales 83019561</p> | <p>Feria del Gustico IFase Lugar: Antigua Aduana Fecha: 17 al 19 Organizan: Inf. msegura@pima.go.cr Marta Segura 83231253/ 22394242/ 22399931</p> <p>Encuentro Nacional de Museos Comunitarios. I Fase Lugar: Curré Buenos Aires Fecha: 4 y 5 febrero Organizan: Asociación de Museos Comunitarios. Enrique Rivera 8874-5142 Región: Pacífico Sur</p> | <p>Exhibición Nal de Orquideas I Fase Lugar: Antigua Aduana Fecha: 24,25,26 Organizan: Asociación Costarricense de Orquideas. Inf. Miguel Montero 2223-048, 8880-3841 Región : Valle Central</p> <p>Desfile de Boyeros Lugar: Sn Antonio de Escazú Fecha: 9 al 11 Organizan: Asociación Rescate de tradiciones del Boyero Inf. Jorge Enrique Alvarez 8350-9205 Región : Valle Central</p> <p>Fiesta del Volcán Poás I Fase Lugar: Fraijanes Fecha: 16 al 19 Organizan: Cámara de Turismo del Poás. Inf. Jorge Luis Vega 2482-1211 camaraturismopoas@gmail.com Región : Valle Central</p> <p>Feria Agua y Café I Fase Lugar: Palmichal Fechas: del 22 al 25. Información: Hernán Ramírez Alfaro (506)2418-4328 2418-4335/ 8353 4055 sanjoserural@racsa.co.cr www.nacientespalmichal.com</p> | <p>Feria del Palmito. I Fase Lugar: Tucurrique Fecha: 16,17, 18 ORGANIZA: Centro Agrícola Cantonal Inf. 2535-0094 cactucurrique@hotmail.es</p> <p>Región: Valle Central</p> <p>SEMANA SANTA 1 al 8</p> <p>Feria Turística Artesanal Caribe I Fase LUGAR: Parque de Guápiles FECHA: 27, 28 29, 30 de Abril y 1 de Mayo ORGANIZA: Oficina Regional de Guápiles Inf. Jorge Duarte tel. Región: Caribe</p> | <p>Feria Turística Artesanal Caribe I Fase LUGAR: Parque de Guápiles FECHA: 27, 28 29, 30 de Abril y 1 de Mayo ORGANIZA: Oficina Regional de Guápiles Inf. Jorge Duarte tel. Región: Caribe</p> <p>EXPOTUR 9,10, 11</p> <p>Feria del Chayote. I Fase Lugar: Las Ruinas de Ujarrás. Paraíso Organización: Asociación Cámara de Productores, Comercializadores y Exportadores del Chayote Fecha: 4,5,6 Inf. 2574-5400/574-7079 Región: Valle Central Se realiza cada dos años en las Ruinas de Ujarrás propied. ICT</p> | <p>Feria de la miel criolla. I Fase Incubación Lugar: Vasconia de Aguas Zarcas San Carlos. Fecha: 2 Organizan: ASOME-LL. Asociación de Meliponicultores de Costa Rica telef.88311447 info@greenearthgardens.org jcabada2001@yahoo.com Región: Llanuras del Norte.</p> <p>Feria de la Gallina Criola. I Fase Lugar: El Silencio de Quepos Fecha: 15,16,17 Organizan: Coo pesilencio Inf. Glendy Barquero COOPRENA 22908646 mercado@turismorural-cr.com Región : Pacífico Central</p> |



EL AMOR AL SEMEJANTE ECOLÓGICO: UNA RELECTURA DEL MANDATO “AMARÁS A TU PRÓJIMO”

Mauricio Arley Fonseca ¹

RESUMEN

El amor es parte de una necesidad de coexistencia: material o espiritual. Esto lleva a formular la estructura conceptual del semejante ecológico, así se trasciende la figura del semejante como ese otro en tanto similar a imagen.

El semejante ecológico es una instancia que busca diálogo y sensibilidad. Los grupos indígenas se caracterizan por una gran sensibilidad con la naturaleza, por eso el artículo remite a mitos indígenas, así es posible conocer esa interacción humana con la naturaleza vegetal y animal.

Palabras claves

amor, semejante, ecología, indígenas

ABSTRACT

Love is part from a coexistence need: material or spiritual. This let to formulize the structure of the ecologic alike, in this way transcend the alike figure as that other such as similar to an image.

The ecologic alike is an instance which looks for dialogue and sensitivity. Indians groups are characterized by a great sensitivity with nature, therefore this article takes the Indians myths in order to know that human interaction with the nature vegetal and animal.

Key Words

love, alike, ecology, indians

¹ Profesor e investigador de la UCR. Correo: marleyfonseca@gmail.com



Estos seres humanos de madera no podían pensar, lo cual significaba que no tenían el atributo humano del lenguaje.

León-Portilla,
Antigua y nueva palabra, (2004, p.476)

UN TRABAJO EN LA TIERRA

Los epicúreos consideraban necesario distinguir entre amor (ἔρος) y amistad (φιλία). Si bien solo con algunos se practica el amor como ἔρος, promover el amor como φιλία en el ecosistema es un llamado ético.

La experiencia del amor como φιλία no establece jerarquías. Esta postura demanda confrontar el logo centrismo. Por ejemplo, en el Antiguo Testamento se refiere que después del diluvio, Dios organizó el mundo (Gn 9), donde el ser humano se constituyó como instancia superior, disponía de la flora y fauna, dominaba sobre estas por mandato divino.

Vale pensar que el amor no es una categoría de dominio, sino de crecimiento integrado. Con el devenir de la historia, aparecen figuras como san Francisco de Asís, quien trazaría una forma de vivir el amor al semejante ecológico: entre seres humanos y el entorno vital.

La tierra es lugar de origen, desarrollo y trascendencia. Al investigar la naturaleza se pueden descubrir medios curativos, pero poco se reflexiona acerca de qué condiciones son más favorables para que la tierra sea fecunda, sin ahogarla en concreto. Gallardo (1997, p.12) vincula el ecumenismo como práctica evolutiva en la tierra: “en su gestación, ecuménico aludía a la tierra conocida y habitada... Ecuménico remitía a las tareas de conocer la tierra y de habitarla humanamente. Ahora, no es posible conocer la tierra ni habitarla humanamente sin trabajarla”.

Hoy la tecnología impacta la tierra. Trabajar la tierra implica no dañarla irreversiblemente ni tampoco degradar la condición operante del ser humano.



RELEER EL MANDATO DIVINO

En el cristianismo, Jesús se despidió de los discípulos y los dejó con sus dos mayores mandamientos, ambos relacionados con el amor: “El Señor, nuestro Dios, es el único Señor, y amarás al Señor /.../ Amarás a tu prójimo como a ti mismo. No existe otro mandamiento mayor que éstos” (Mc 12, 29-31). El mandato está en amar al prójimo, el cual, etimológicamente es el próximo; el *proximus* latino encauza a la *proximitas*: una relación de parentesco. De este modo, el prójimo es una construcción social como efecto de mandato.

Por otro lado, el semejante es creado libremente, sin interés de mediación, pertenece al ámbito de lo ecológico: la casa es el mundo y todos los elementos en él parten de la misma fuente vivificadora.

Zaratustra (Discurso V, parte I) dijo a la gente reunida alrededor de él que la especie eterna del último hombre ama al prójimo, lo busca para obtener calor, no quiere gobernar, trabaja y disfruta el ocio, pertenece a un rebaño sin pastor, todos son iguales y el que se muestra opuesto al sentir general se recluye voluntariamente en el manicomio. Este prójimo existe en tanto interés de mediación, de ahí que esté atado, no es libre.

En otro momento, Nietzsche agrega una nueva sentencia: “Ayúdate a ti mismo: entonces te ayudarán además todos. Principio del amor al prójimo” (Sentencias y flechas, #9). Esto se sigue ubicando en el lugar de la mediación egocentrada: *los otros son medios sustituibles*. Tal dinámica de acción la soportan las ideologías, las cuales utilizan el concepto del amor como un medio para controlar y guiar a las sociedades.

El amor cristiano al prójimo manifiesta una búsqueda de bienestar para el otro, pero en su contenido latente se oculta la sentencia nietzscheana de un principio narcisista. Luego de amarlo, el sujeto se considera merecedor de algo, del cumplimiento de una promesa, y para esto existen múltiples versiones de paraísos...

El amor al prójimo se ha centrado sobre lo humano. En su estudio de “El amor al prójimo”, Lacan (1997, p.224) distingue un otro habitado por la maldad: agresivo, explotador, utilitario, etcétera.



La opción de amar al semejante ecológico exhibe un mayor espectro de acción, pues en esta categoría, se ama a todo lo que habita la Tierra, se reconoce que cada elemento tiene derecho a habitarla. Y por más utópico que sea, se trata de propiciar un lugar donde se conviva en armonía, creer que *otro mundo es posible* (Richard, 2004, p.38).

El diálogo debe darse con todos los elementos que conforman el ecosistema. La naturaleza, para los bribri, es un libro de saber, donde incluso lo ausente marca la apertura al diálogo, tal como lo expresa el bribri Feliciano Elizondo (1990, p.187): “...puede hablarnos más claro el ave que ya no canta”, y posteriormente también nos habla de su esperanza como indígena bribri, para que se conserven costumbres y naturaleza: “Quisiéramos mantener nuestra propia tierra. Quisiéramos seguir leyendo no sólo en los libros, sino también en el gran libro de la naturaleza”.

Una de las formas para conservar la tierra consiste en que el ser humano abandone el orden divino del Génesis, como centro del mundo, para reconocerse como uno más que se encuentra conectado a la estructura holística: donde cada parte adquiere su sentido en el contexto de la totalidad. Wittgenstein (1982, p.139) es claro en esto: “Pero el cuerpo humano, mi cuerpo sobre todo, es una parte del mundo entre otras partes del mundo, entre animales, plantas, piedras, etc.”.

De acuerdo con Boff, la visión ecológica de la naturaleza muestra que en cada punto se relaciona con todo, esa es la realidad ecológica: “La ética de la sociedad hoy dominante es utilitarista y antropocéntrica. El ser humano estima que todo se ordena hacia él; se considera señor y patrón de la naturaleza puesto allí para satisfacer sus necesidades y realizar sus deseos”. Una vivencia ecológica no debe desvalorizar al ser humano al utilizarlo como objeto del sistema; el ser humano es un fin en sí mismo, no un medio para intereses de grupos económicos. Gallardo (1997, p.12) indica que en la actualidad: “Los indígenas latinoamericanos han sido reducidos a una imagen para el turismo”. Un ejemplo de esto son los indígenas borucas de la zona sur de Costa Rica, quienes ahora pintan sus máscaras porque saben que a los turistas les gustan más de esta forma, a pesar de que esa no ha sido la tradición cultural.

Picado (2002, p.35) comenta: “Progreso quiere decir literalmente ir hacia delante. Aplicado a la historia, parte del supuesto de que conforme se avanza en el tiempo, la humanidad alcanza mejoras morales, económicas,



espirituales...”. Habría que interrogarse hacia qué conduce el abandonar una pictografía tradicional (como una máscara) y asumir un proyecto de atención total a los intereses del consumo mercantil.

INTEGRACIÓN CON LA NATURALEZA Y ROLES DE GÉNERO

Entre los bribris, Doris Stone reconoció la diferenciación de roles (según edad y sexo) con respecto al trato con la naturaleza; hay una relación mágica con la naturaleza, una persona de un cierto clan o una mujer encinta conoce cuáles son las restricciones de consumo o de tocar específicos animales o plantas.

Entre las actividades comunitarias, Stone (1993, p.31) expone que los jóvenes hacían hondas para cazar pájaros, las mujeres no embarazadas y los niños iban a los ríos en busca de peces; la tarea de hacer hamacas y otros tejidos eran fabricados tanto por hombres como por mujeres; los hombres realizaban labores fuertes como sembrar, trabajar la tierra, picar leña, etc. Todas estas especializaciones servían para tener un mayor conocimiento del entorno, así cada sujeto se convertía en lector de un espacio sensible, sabía en qué momentos algo andaba mal, y si no lograba resolverlo, recurría al sabio del pueblo.

Los bribris consideran que Sibö creó el mundo como una casa, ahí dentro trabajó la tierra para que existieran las condiciones necesarias para el pueblo que iba a crear. Tal como indica Berger (1988, p.8): “La casa funciona como unidad social y abriga una familia más o menos extensa”. El mundo como casa se proyecta a nivel comunitario, hay una casa grande con varias familias que trabajan para bien del grupo. Según Berger, el firmamento marca el límite de la casa, es el techo; cada estrella es el nudo que sirvió para la armazón, lo que hay fuera de esos límites es sitio de seres sobrenaturales, protectores o agresores de la sociedad.

El mundo como fuente de abrigo y comida para los bribris ha sido posible por un sacrificio, tanto del esfuerzo de los dioses como del cuerpo físico de la mujer, centro de fertilidad universal. En el mito etiológico “La creación de la tierra”, se menciona que un murciélago viaja al centro de la tierra para chupar la sangre de una niña, luego la infanta es llevada



a la fiesta donde será pisada por varios invitados de Sibö y a partir de tal situación surge la tierra (Bozzoli 1986:188). Esto sirve para citar una de observación hecha por el bribri Alí García (2006) durante una entrevista personal: “El principio de la vida es mujer”.

“La historia del mar” es un mito que evidencia el oportunismo de Sibö, quien ante la esterilidad del mundo, le propone a su hermana: “¿Por qué no va a pasear? Tal vez se encuentre con algún hombre que le guste y así se puede casar”. En este mito también ya vemos a la mujer al servicio del proyecto de la humanidad, sin ella nada podría ser posible.

En la comunidad bribri hay una clara conciencia de respetar el mundo creado para que ellos pudieran vivir dignamente, y esto se puede reconocer en la posición de Boff: “No tenemos derecho a destruir lo que nosotros mismos no creamos”. Y como se está frente a un mundo que ha sido dado a todos por igual, el pecado más grave entre los bribris es ser mezquino, negar la posibilidad de compartir con otro necesitado, aquello que ha sido dado libremente, y esto lo muestra uno de sus cánticos:

¡Nada de mezquindades!
 En ronda, bailemos,
 Bailemos, las manos en ronda.
 ¡En la casa hay chicha!
 Bailemos la canción,
 Bailemos, las manos en ronda,
 ¡a bailar, a bailar!
 ¡a la boca la bebida!

Pero, en otros cantos recopilados por Constenla (1996, p.222), también se reconocen animales: garzas y pelícanos que bailan, cantan y toman chicha. A nivel ecológico, todo elemento de la casa es capaz de gozar de los bienes dados por el dios del mundo, Sibö. Eso forma parte de las creencias que tienen los sabios de cómo era el mundo en sus orígenes (Constenla, 1996, p.225): plantas y animales poseían atributos que hoy se asignan solo a los humanos, o sea, eran seres antropomórficos.



En la dinámica social de las comunidades existían varias funciones entre las personas más sabias:

- *awápa* (chamanes encargados principalmente de los rituales curativos),
- *stsökolpa* (cantores funerarios),
- *úsékōlpa* (chamanes encargados de calamidades colectivas, tales como las guerras y desastres naturales),
- *sjo ´timi* (la cuidadora de las piedras de los *awápa*) son mujeres –por lo general- herederas de la sabiduría sensible, mediadoras entre lo espiritual y la materialidad.

Los roles sociales también se expresan por medio de mitos preservados por los chamanes. El siguiente canto recogido por Cervantes y Constenla (1996, p.127), trata acerca del intento de *Sibö* por exterminar a un ser que ocasionaría obstáculos para su proyecto creacionista del mundo bribri:

*Sibö se hace pasar por bebé en la casa de Jabébulu
(Sibö e ´ a cha Jabébulu ù a alàmat)*

Sabe, hijo, sábelo.

Quien aliviará tu hambre ha sido hallado,
Ha sido hallado recién nacido.

Quien cuidará tu casa ha sido hallado,
Ha sido hallado recién nacido.

Quien conseguirá tu leña ha sido hallado,
Ha sido hallado recién nacido.

Sabe, hijo, sábelo.

Sábelo, madre.

No es quien aliviará mi hambre

El que ha sido hallado,

Ha sido hallado recién nacido.

No es quien cuidará mi casa

El que ha sido hallado,

Ha sido hallado recién nacido.

No es quien conseguirá mi leña

El que ha sido hallado,

Ha sido hallado recién nacido.

Quizás sea Sibö,



Sibö quizás que aparenta,
 Quizás madre.
 Sibö nos hace mal agüero,
 Nos hace mal auguero,
 Quizás madre.
 ¿Dónde están mis piedras adivinatorias?
 Yo averiguaré,
 Yo, qué es.
 Sábelo, madre.
 Ö ö.

Intérprete: Rosendo Jackson.
 Recogido por Laura Cervantes y Adolfo Constenla

Constenla comenta que el mito se refiere a las actividades de *Sibö*, las cuales eran destinadas para eliminar a *Jabébulu*, quien quería comerse las semillas de maíz que darían origen a los bribris.

En el cántico se distingue que un hombre en su edad adulta: cuida la casa, consigue leña y comida. En términos generales, el hombre es el centro familiar, el proveedor; la misma mujer expresa que la llegada del niño varón traerá bien.

Los cánticos eran recitados en habla ritual religiosa. Constenla (1990, p.16) señala que *Sibö* la enseñó a los bribris para que de ese modo pudieran sobrevivir en el mundo que él les creó. En las curaciones, los *awápa* recurren al habla ritual para conversar con los seres sobrenaturales, que en el inicio de los tiempos coexistían con los bribris.

El uso de las piedras adivinatorias es del dios *Jabébulu*, pero su uso no es exclusivo de los hombres, tal como me lo manifestó el bribri Alí García (2005). Estas piedras funcionan como lo hicieron otras en la cultura judía durante el reinado de David (llamadas *Urim* y *Tumín*) o entre los mayas (nombradas *om*); en estos usos se hace una pregunta con el objetivo de que la respuesta esté dada en el orden del sí o no. Entre los bribris, las piedras son conocidas con el nombre de *Sibö* para el caso de la masculina, y de *Tärbé* para la femenina, pero existen otros nombres genéricos. Bozzoli agrega que las piedras se parten si un *awá* se acerca a una mujer encinta, pues ese es estado *bukulú*².

² Para los bribris, el tabú de toda clase de enfermedades.



DIÁLOGO INTERCULTURAL

Ver el acto de la cacería como una operación amorosa, tal como lo manifiesta Guevara (1988, p.9), es demostrar en la práctica, que el humano reconoce al otro como semejante ecológico. Entre los bribris, *Dwálok* es el amo de los animales de las montañas; el *awá* se dirige a él por medio de la lengua ritual para que le permita al cazador acceder a las presas que necesita para alimentar a su familia, esto posibilita que los mismos animales (como si fuesen una entidad femenina) se acerquen al cazador (entidad masculina) y así se consuma el sacrificio como una acción de amor libre, sostenimiento ecológico, pues en este contexto no se puede cortejar a muchas mujeres (los animales), ya que eso es una falta grave, remite al pecado de no compartir, y como apunta Guevara (1988, p.9): “cortejar a las mujeres y querer poseer demasiadas a la vez, es una manera de rehusarse a compartirlas”.

El diálogo debe darse con la tradición de los pueblos, hay que ser sensible con la naturaleza porque ella es el testigo de cómo lo vivo puede degradarse al no hacer un buen uso de la tecnología sobre la tierra. Compartimos la perspectiva de León-Portilla (2004, p.475) al considerar el *Popol Vuh* como un libro que nos permite rescatar elementos éticos, ontológicos y ecológicos. Él comenta que unos estudiantes de un poblado en Yucatán recurrieron a la tradición ancestral para impedir el acceso de una máquina dragadora para efectuar un sistema de tuberías en la región. Primero debían reconocer las repercusiones que podría tener esto. Ellos debían reflexionar. La desgracia cayó sobre la tercera creación “hombrecitos hechos de madera”, incapaces de pensar y por ello fueron destruidos por sus tecnologías: piedras de moler, ollas, jarras, cazuelas, etcétera.

En la tradición cristiana, Boff reconoce en Francisco de Asís una figura interesada en una convivencia feliz entre la ecología interior y exterior: “Si somos hijos e hijas, entonces somos hermanos y hermanas. Así llamaban con el dulce nombre de hermano y hermana al sol y la luna, al fuego y al agua, a las hierbas dañinas y hasta a las enfermedades y la muerte. A partir de esa mística de confraternización universal, trataba a todas las cosas con sumo respeto y veneración”. El sentir está sobre la razón para San Francisco.

La anterior perspectiva cristiana puede complementarse con la opinión que ofrece Gallardo (1997, p.19), a propósito de la parábola del buen



samaritano, la cual sirve para reconocer a los otros como prójimos y que la tarea humana consiste en asociarse, acompañarse con otros para llegar a la plenitud.

Wittgenstein dice que si hay algo que decirle al prójimo es simplemente: ¡Vive feliz!, amar al prójimo equivale a querer, y esto se muestra como un imperativo categórico, esa demanda hacia el otro es simplemente buscar la felicidad, no desear nada más que el momento presente, aceptar la voluntad divina, cumplir la orden divina: *vivir feliz*.

CONCLUSIONES: ANTE LA FALTA DE AMOR...

Si nos interesó hablar del amor en este trabajo es porque reconocemos que hay una falta de amor en el mundo. La perspectiva ecuménica nos impele a ver el mundo como sitio donde todos los elementos que lo conforman, tienen derecho a vivir y desarrollarse en él de acuerdo con los propósitos de su especie.

Las nociones que se tienen de progreso deben contemplar a cada uno de estos seres, no sea que el concepto de progreso implique exterminar todo aquello que no se ajusta a los estándares objetivos. Y decimos “objetivo” porque el ser humano se adjudica, mediante el uso de la razón, la capacidad de captar todo su entorno como algo que pudiera delimitar numéricamente, asirlo, controlarlo, regirlo a voluntad.

Si el ser humano quisiera hacer algo realmente grande debería ser: *Convertirse en el sirviente del mundo*. Y tal como Jesús lo dijo a los discípulos: “De igual modo vosotros, cuando hayáis hecho todo lo que os mandaron, decid: No somos más que unos pobres siervos; sólo hemos hecho lo que teníamos que hacer” (Lc 17,10).

El mandato al porvenir es cumplir al mundo mediante el reconocimiento de que la vida nos fue dada gratuitamente, de ahí que no haya ninguna justificación de quitar la vida ajena o hacerla tortuosa; todo lo existente es portador de un derecho otorgado antes de que cualquier ley humana apareciera en el mundo. Y tal como ya dijimos: *es posible amar para crecer con el prójimo y de tal modo se pueda proyectar ese amor hacia el entorno ecológico*.



BIBLIOGRAFÍA

- Boff, Leonardo. (1996). *Ecología, política, teología y mística*. Barcelona: Desclé.
- Bozzoli, Eugenia. (1986). *El nacimiento y muerte entre los bribris*. San José: Editorial de Costa Rica.
- Constenla, Adolfo. (1990). The language of bribri ritual songs, en “Latin American Indian Literatures Journal”, V.6, No.1
- Constenla, Adolfo. (1996). *Poesía tradicional indígena costarricense*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Elizondo Figueroa, José Feliciano. (1990). *Propuesta para una ponencia sobre integración y nuevas relaciones de los pueblos indígenas en Costa Rica*, en el “Congreso de Filología, Lingüística y Literatura”, San José.
- Gallardo, Helio. (1997). *Habitar la tierra: Ecumenismo e identidad política del creyente religioso*. Bogotá: Viento Sur Publicaciones.
- Guevara, Marcos. (1988). *Ética del cazador y tabúes alimenticios entre los talamanca*. En “Revista Vínculos”, No.14, pp.7-15.
- Lacan, Jacques. (1997). *El amor al prójimo*. En “Seminario VII”. Buenos Aires: Editorial Piados.
- Miguel León-Portilla y Earl Shorris. (2004). *Antigua y Nueva Palabra*. México: Ediciones Santillana.
- Nietzsche, Friedrich. (1993). *Crepúsculo de los ídolos o Cómo se filosofa con el martillo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Nietzsche, Friedrich. (1999). *Así hablaba Zaratustra*. Barcelona: Edicomunicación, S.A.
- Picado, Miguel. (2002). *Historia de la Iglesia I: Edades antigua y medieval*. Material complementario.



Platón. (1960). *El Fedro*. Buenos Aires: Editorial Aguilar.

Richard, Pablo. (2004). *Fuerza ética y espiritual de la teología de la liberación en el contexto actual de la globalización*. San José: DEI.

Stone, Doris. (1993). *Las tribus talamanqueñas de Costa Rica*. San José: Comisión Costarricense V Centenario del Descubrimiento de América.

Wittgenstein, Ludwig. (1982). *Diario filosófico*. Barcelona: Editorial Ariel.



NORMAS PARA LA PRESENTACIÓN DE ARTÍCULOS EN REVISTA *HORIZONTES AMBIENTALES*

1. Dirigir una carta al Programa Horizontes Ambientales, IDESPO-UNA, para que se considere la publicación del artículo.
2. Presentar original (versión digital) y dos copias impresas.
3. Las versiones digital e impresa deben coincidir, no se aceptan cambios posteriores, a menos de que sea una solicitud expresa del editor. En el proceso de revisión se pueden sugerir cambios.
4. Trabajo inédito.
5. Datos de autoría: nombre completo, grado académico, profesión, institución, correo electrónico.
6. Extensión: 15-25 páginas, doble espacio, times 11.
7. El título se escribe en negrita.
8. Los títulos de las secciones del artículo se presentan en versalita y negrita (sin numeración), mientras que los subtítulos de cada uno de estos se escriben en letra redonda (normal) y negrita. El siguiente es un ejemplo de la sucesión: título del artículo, título de apartado y subtítulo de apartado:

Hábitos de consumo y ahorro de agua de la población costarricense

DISCUSIÓN

Disponibilidad y escasez de agua

9. Incluir un resumen (250 palabras como máximo) en español y en inglés.
10. Agregar un listado de 4-6 palabras claves (en español y en inglés *Key Words*).



11. El lenguaje debe ser accesible, sin perder el rigor académico.
12. Si desea resaltar alguna frase u oración, hágalo con uso de cursiva. La negrita solo se utiliza en el título del artículo o numeración de elementos gráficos.
13. No emplee sangría ni separación de párrafo inglés. Presente párrafos continuos. Debe presentar el material con el formato más sencillo posible para simplificar el proceso editorial posterior.
14. Citas: mayores de cuarenta palabras se separan del párrafo y la sangría solo va en el lado izquierdo (letra 10); las menores se escriben en el mismo párrafo donde se introducen. Ambas formas siguen normativa APA, 6ª edición.
15. Solo se agregarán las notas al pie que sean fundamentales, deben ser breves.
16. Si quiere enumerar elementos, use viñetas: •
17. Todos los elementos gráficos deben tener una resolución mínima de 300 dpi.
18. Cada elemento gráfico debe estar enumerado y en negrita, por ejemplo: **Cuadro 1**. A continuación se escribe un título breve.
19. Si se utilizan fotografías o ilustraciones de autores que tengan menos de 70 años de fallecidos, será necesaria la correspondiente autorización escrita del propietario de los derechos.
20. La bibliografía sigue normativa APA, 6ª edición.



CONTÁCTENOS:
www.idespo.una.ac.cr/

Tel: (506)2562-4130
Fax: (506) 2562-4262