

EL ENCLAVE TURÍSTICO Y LA IMAGEN DEL “BUEN SALVAJE” AMERICANO

Un abordaje iconográfico

Esteban Barboza Núñez
Universidad Nacional
Nicoya, Guanacaste, Costa Rica

El artículo plantea, siguiendo la línea de análisis de representaciones derivadas de la publicidad turística, un acercamiento desde una perspectiva iconográfica crítica al modo en que los habitantes locales, encarnados en el papel del personal de servicio, son representados y caracterizados en la publicidad de los grandes emporios hoteleros transnacionales instalados en enclaves turísticos de América Latina. Se esbozan conceptos básicos de hospitalidad, nociones acerca del turismo de enclave, y los orígenes del concepto del “buen salvaje” americano. También se argumenta que el modo en que el personal de servicio es retratado en la actualidad en la publicidad hotelera connota un paralelismo con la imagen del “buen salvaje” en el imaginario y la iconografía colonial americana.

PALABRAS CLAVE: Iconografía, turismo, colonialismo, publicidad, América Latina.