
UN ESTADO DE LA CUESTIÓN SOBRE LA RELACIÓN ENTRE EDUCACIÓN, CAPACITACIÓN Y CONCIENCIA TURÍSTICA EN COSTA DE MARFIL

Joseph KONAN KOUASSI

*Universidad Peleforo Gon Coulibaly de Korhogo,
Costa de Marfil, África*

José Manuel MAROTO BLANCO

*Departamento de Historia Contemporánea,
Universidad de Granada, España*

RESUMEN

La educación es una herramienta clave para poder desarrollar un tipo de turismo caracterizado por su responsabilidad con el medio ambiente y con un carácter social. Sin la educación, es difícil potenciar una conciencia turística que haga de esta actividad un motor de crecimiento que distribuya las ganancias de forma justa y equitativa.

En el siguiente trabajo argumentamos la relación existente entre educación, capacitación y turismo, y planteamos el estado de la cuestión sobre la educación turística en Costa de Marfil, los problemas a los que se enfrenta y las potencialidades con las que cuenta. Llegamos a la conclusión de la necesidad de implicar a todos los agentes marfileños y de hacer de los valores tradicionales, elementos clave para la promoción del turismo y de la lucha contra la pobreza.

Palabras clave: turismo, África Subsahariana, educación, Costa de Marfil.

A STATUS ON THE ISSUE ON THE RELATION BETWEEN EDUCATION, TRAINING, AND TOURIST CONSCIENCE IN IVORY COAST ABSTRACT

Education is an essential tool to develop a type of tourism characterized by its responsibility for the environment and with social

character. Without training, it is difficult to harness a tourist conscience, which enables growth and distributes earnings in a fair way.

In the following study, we argued the existing relation between education, training and tourism, and raised the status on the issue on tourist education in Ivory Coast, the problems encountered, and its potentialities. We reached the conclusion of the necessity to involve all agents to use traditional values as key elements for promoting tourism and fighting against poverty.

Keywords: Tourism, Sub-Sahara Africa, education, Ivory Coast.

TURISMO RESPONSABLE EN UN CONTEXTO NEOLIBERAL: EL PAPEL DE LA EDUCACIÓN

La reciente crisis económica ha desembocado en unas duras críticas a un modelo —el neoliberal— que ha orientado todo su desarrollo al beneficio económico, olvidando otra serie de dimensiones como la social y la medioambiental. Este modelo en el que vivimos es también el marco en donde se desarrolla el turismo, y la unión entre ambos se ha caracterizado por:

la inmediatez del proceso de comercialización turística favorecido por las tecnologías de la información y la comunicación, el repunte de nuevos mercados turísticos en países empobrecidos muy controlados por operadores foráneos internacionales y la moda low cost, que genera un modelo de consumo poco consciente, y conlleva en muchas ocasiones condiciones de trabajo o servicios poco éticos, poco respetuosos con el medio ambiente, etc., generando el debate del todo vale (Cantero, 2012:323-324).

Gestionar el turismo en el contexto en el que nos encontramos no es tarea fácil, más aún cuando la educación —en los niveles medios y superiores de enseñanza— no siempre ha considerado todos los problemas que se pueden generar en torno a esta problemática. Y es que la educación es clave, si queremos, por un lado, formar ciudadanos dispuestos a actuar en temas como la conservación de los recursos naturales o el calentamiento global, etc. y, por otro lado, apos-

tar por la convivencia social, que vendrá de la mano de la generación de un capital social y humano que asegure estrategias de desarrollo sostenible (Torres *et al.*, 2013:150).

Apostar por un proceso de *turistización*, entendido “meramente como un incremento continuado del número de visitantes, implica asumir demasiados riesgos para un recurso valioso, frágil y no renovable” (Troitiño, 2000:114).

Por ello, debemos apostar por estrategias que no sean cortoplacistas o estén enfocadas en el beneficio a corto plazo (Damm, 1998:24). Es aquí donde la educación puede jugar un papel muy relevante, pues ésta se constituye “en una actividad fundamental para el repliegue de nuevas perspectivas económicas, políticas y culturales en una sociedad”, y en donde la educación orientada exclusivamente al turismo puede ayudar a “establecer un sector sólido y de alta calidad” (Becerra, 2008:69).

La economía y la educación deben converger –siempre que exista voluntad política–, para crear una sociedad sostenible que no piense sólo en el individuo, sino en la sociedad que lo rodea. Ello pasa por entender el turismo de forma holística, es decir, no sólo como “uso y disfrute del tiempo libre”, sino considerando que lo que se visita y su entorno no es una mera mercancía, y que se trata de una “práctica responsable, solidaria, social y ambiental” (Aguilar, 2005:140).

El modelo al que se aspira a llegar es al del Turismo Responsable, un enfoque que afecte a todos los agentes que participan de una u otra manera en el turismo, que se base en los Derechos Humanos (DDHH), que tenga una visión de género (analizando cómo los procesos de desarrollo afectan de manera diversa a hombres y mujeres), que protejan la riqueza de la multitud de expresiones culturales, y que antepongan la libertad y los derechos de las personas al interés de las fuerzas capitalistas (Cantero, 2012:323-324).

Según Rafael Cantero (2012:341), la unión entre el Turismo Responsable y la Educación debe vertebrarse sobre la concienciación de las amenazas que se ciernen sobre los países más pobres y

sus trabajadores a causa del actual modelo de desarrollo, la puesta en común de experiencias positivas, la denuncia de aquellas malas prácticas de las empresas turísticas, la incorporación de estrategias de educación para el propio turismo, a fin de potenciar un consumo ético y responsable, un beneficio mutuo entre turista y huésped, y la forja de alianzas a nivel nacional e internacional, de modo que las instituciones educativas se comprometan a formar profesionales y expandir una verdadera conciencia turística.

Sin embargo, en los países empobrecidos generar un tipo de turismo sostenible no es tan fácil, ya que cuentan con una serie de desventajas que no tienen los países del norte.

Una de ellos es la educación. Además de cargar con unas tasas de analfabetismo más altas –pese a que un mayor nivel educativo se configura como un protector ante el desempleo–, no todos los niños y niñas, ni todas las familias, pueden acarrear la inversión que supone la educación de sus pequeños o cargar con el “coste oportunidad de no trabajar, mientras la persona se dedica exclusivamente a su formación” (Capsada, 2014:64).

Además, los países empobrecidos tienen más dificultades en un contexto económico que se centra en la sociedad del conocimiento y en el uso las TIC, no sólo porque los clientes requieran de ellas al ser cada vez más exigente la competitividad, sino también en lo que respecta a la formación del alumnado, que serán los profesionales y quienes tomen decisiones en el mañana (Medina y González, 2010:385).

Por otro lado, en los países occidentales encontramos ejemplos en los que no se cumple la relación entre países ricos y una buena toma de decisiones en el ámbito del turismo, sobre todo cuando una de las razones por las que surgió como carrera en la Universidad fue para que personas formadas tomaran decisiones sobre el qué, cómo y dónde hacer turismo, aspectos que con anterioridad habían tomado personas con escasos conocimientos en la materia (Durán, 2011:21).

Como aseguran Díaz y Quirós (2013:129), el conocimiento es poder, permitiendo actuar y hacer frente a la realidad de la mejor

manera posible, haciéndose esta idea muy relevante en el campo del turismo, ya que su exponencial crecimiento demanda, por parte de las instituciones educativas, que se formen profesionales.

El ejemplo de España puede ser relevante para mostrar algunos de los errores cometidos, y que sirva de ejemplo para que países que están comenzando a potenciar sus estudios sobre turismo no caigan en los mismos errores. En nuestro país, uno de estos errores es que, desgraciadamente, el patrimonio histórico se ha convertido tan sólo en un artículo de consumo turístico y en un instrumento para el desarrollo local por parte de las administraciones (Revenga, 2006:19).

Por otro lado, un estudio demostraba que, pese a que el patrimonio cultural (intangibles y tangibles) es considerado por el alumnado que acaba de terminar sus estudios medios como patrimonio, no ocurre lo mismo con la apreciación que tienen del medio natural, evidenciando una “carencia en la formación del patrimonio natural local” (García *et al.*, 2016:84). Se sigue, por tanto, potenciando un modelo particular de desarrollo que olvida dimensiones que son imprescindibles para alcanzar un Turismo Responsable. Y es que la formación turística en España ha llegado a ser considerada como “insuficiente” e “incompleta”, y con una escasa coordinación entre la educación superior y los ciclos de enseñanza inferiores (Llorens *et al.*, 2000), aunque actualmente está mucho mejor considerada por los especialistas (Ceballos *et al.*, 2010:65).

A ello hay que añadir problemas presentes en todo el mundo. Uno de ellos es la gran cantidad de presiones que recibe la Universidad para que participe en la consolidación y desarrollo de la globalización y el neoliberalismo, insuflándola de la mentalidad capitalista, y olvidando que su tarea principal es la de construir conocimiento y formar a ciudadanos (Durán, 2011:23).

Además, la investigación ocupa una posición marginal en la toma de decisiones de muchos políticos y empresarios (Gómez, 2008:123), lo que se agrava cuando la función de la Universidad, como institución educativa, debe ser la de enlazar enseñanza e investigación, en su objetivo de formar a las masas sociales y prepararlas para vivir en sociedad (Jiménez *et al.*, 2012:657).

El turismo del siglo XXI tiene que visibilizar a aquellos que han permanecido tradicionalmente ocultos durante los procesos turísticos. La falta de educación seguirá dejando a un lado a los sectores marginados y provocará en los recursos turísticos un desgaste que los condenará a su desaparición (Durán, 2011:88).

LA CONCIENCIA TURÍSTICA EN COSTA DE MARFIL

Contar con conciencia turística significa poseer un conocimiento certero y reflexivo sobre la importancia que la actividad turística tiene para engrandecer al país, reconociendo que es tarea de todos y de cada uno de nosotros trabajar para que ello se logre. Ser consciente turísticamente, es transformar nuestro país en una hermosa “casa”, donde todos los visitantes puedan disfrutar de ella y lograr, además, hacerlo con una conducta caracterizada por el cuidado y preservación de nuestro patrimonio cultural y de los recursos naturales.¹

Apoyándonos en esta definición de lo que es la conciencia turística, entendemos que todos –empezando por el mismo Estado–, tenemos un papel que desempeñar si queremos instaurar esta conciencia en los hábitos de la población marfileña. En este primer apartado, cuestionamos el rol del Estado marfileño para lograr la tan necesaria conciencia turística, que pueda desembocar en una práctica ligada al Turismo Responsable.

Siendo el turismo una actividad socioeconómica transversal, en Costa de Marfil su gestión implica las acciones concertadas de varios ministerios (Konan, 2012) como son los de Turismo, Cultura, Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, Aguas y Selvas, Construcción y Urbanismo, Plan y Desarrollo, Economía, Agricultura, Asuntos Exteriores, Comercio, Infraestructuras Económicas, Comunicación, Correos y Economía Numérica.

A ellos cabe añadir los necesarios ministerios de Defensa Interior y Seguridad, en un contexto mundial dominado por los atentados terroristas dirigidos a los centros, destinos y establecimientos turísticos. El ataque terrorista a Grand-Bassam el pasado 13 de marzo

de 2016, en el que murieron 22 personas a manos de Al-Qaeda, nos muestra la importancia de estos ministerios en relación con la actividad turística.

Pero... ¡no nos equivoquemos! La existencia de un número pletórico de ministerios que normalmente deberían intervenir en la gestión del turismo no implica forzosamente la existencia de una conciencia turística, pues la clave de la conciencia turística reside, fundamentalmente, en la educación.

Sin embargo, la alta tasa de analfabetismo es uno de los principales rasgos de los países empobrecidos. Costa de Marfil no escapa a esta triste realidad. En efecto, una encuesta realizada en 2015 por el Instituto Nacional de Estadística, sobre el nivel de vida de los hogares, revela que la tasa de alfabetización es tan sólo de 45.0%, es decir, 55.0% de los 23 000 000 de habitantes del país no saben leer ni escribir². Con alrededor de 12 650 000 personas de la población total que no saben leer o escribir, se dibuja una serie de condiciones por las que puede resultar quimérico hablar de conciencia turística.

Los factores explicativos de esta alta tasa de analfabetismo son diversos. Podemos citar el ambiente de gran pobreza en el que se mueve la población, estando 46.3% de ella bajo el umbral de pobreza, es decir, viviendo con 1.12 euros³/día, o sea, 410.17euros⁴/año (INS, 2015). A la pobreza se le añade el peso de ciertas costumbres que siguen pensando que el espacio de las niñas debe ser “la cocina” (el ámbito doméstico y reproductivo) y no la escuela. Consideraciones ancestrales que apoyan la falsa idea de que los chicos son más inteligentes que las chicas, negándoles aún más las pocas posibilidades que éstas tienen. A estos factores se juntan las debilidades estructurales del mismo Estado, que se encuentra en la incapacidad de construir suficientes centros escolares para acoger a los niños en edad de ir a la escuela.

Si nos centramos en las escuelas especializadas en turismo en Costa de Marfil, debemos señalar que tan sólo existe una escuela pública secundaria y una superior, el Instituto Profesional Hotelero de Cocody-Abidján, que se encarga de formar a profesionales de turismo. Fuera de esta escuela especializada, tenemos 25 establecimientos

privados (Ministerio de Turismo, 2016) que forman para la obtención del título de Técnico Superior de Turismo. A ellos se añade el Instituto Nacional Politécnico Houphouët-Boigny (INPHB)⁵ de Yamoussoukro, que forma a ingenieros de técnicas de turismo. En las cinco universidades públicas, sólo se imparte clase de turismo en el máster de Geografía Humana y Económica⁶.

Siguiendo al Ministère du Tourisme et de l'Artisanat (2007:6), los contenidos de sus enseñanzas son escasos e inadaptados para el mercado de trabajo.

El único establecimiento público existente, el Instituto Profesional Hotelero de Cocody-Abidján, tiene poca capacidad de acogida, carece de centros de aplicación y sus equipamientos se encuentran muy degradados.

La prueba más tangible de la negligencia de los gobernantes para con la actividad turística es el presupuesto que se le concede al Ministerio de Turismo. En efecto, de los 36 ministerios de que constaba el Gobierno marfileño en 2007, el de Turismo y Artesanía era la cartera ministerial con menor presupuesto (Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, 2007:20).

El patrimonio inmaterial de Costa de Marfil no escapa a este cuadro poco brillante. En efecto, tan sólo el Instituto Superior de las Artes y de la Acción Cultural (INSAAC) forma a los profesionales de la cultura. Este establecimiento alberga cuatro escuelas de formación:

- Escuela Nacional de las Bellas Artes
- Escuela Nacional de Música
- Escuela Nacional de Teatro y Baile
- Escuela de Formación de la Acción Cultural

Y dos centros:

- El Centro de Formación Pedagógica para las Artes y la Cultura
- El Centro de Investigaciones en las Artes y la Cultura

Teniendo el INSAAC tres misiones⁷ principales como son:

- Asegurar la formación de los estudiantes y el perfeccionamiento de los docentes, técnicos y creadores en todos los dominios del arte y la cultura.
- Contribuir a la investigación sobre el patrimonio cultural artístico nacional, con el fin de asegurar su conservación entre los creadores modernos.
- Potenciar, apoyar y desarrollar la creación artística tradicional y moderna.

De lo anteriormente mencionado, deducimos que la conciencia turística del Estado es muy débil, aunque al día de hoy, a través de las posibilidades que ofrece la Cooperación Sur-Sur, 50 alumnos marfileños se benefician cada año de becas de formación para obtener el título de Técnico Superior en Turismo. Estamos conscientes de que la actividad turística no es una actividad socioeconómica de Estado, pero sí que es el Estado el que debe definir las orientaciones y prioridades en materia de política de desarrollo turístico, para permitir al sector privado dirigir sus inversiones y establecer normas éticas.

Al día de hoy, el Estado marfileño no le concede al sector turismo toda su importancia. Desgraciadamente, sigue siendo una realidad que el porvenir de nuestro país descansa solamente en la agricultura (al igual que en la época colonial), sector que recibe más atención, inversiones y financiamiento.

Ahora bien, está demostrado que ningún país consiguió desarrollarse basando su economía únicamente en el sector primario. Sólo el paso de una economía exclusivamente agrícola a otra más diversificada con, por ejemplo, un peso mayor de la industria y sobre todo del sector de los servicios (turismo, telefonía, construcción...) garantiza un desarrollo socioeconómico certero.

Por otra parte, no se puede hablar de conciencia turística sin una previa formación de los recursos humanos. Ahora bien, como lo mencionamos con anterioridad, en materia de turismo y/o patri-

monio inmaterial, la escasez de escuelas de formación, con una insuficiente capacidad de acogida y un inadecuado contenido de estas formaciones, nos hace pensar que, en materia de conciencia turística, queda mucho por hacer.

En un trabajo anterior (Konan, 2012), una serie de encuestas realizadas a las poblaciones del litoral oriental de Costa de Marfil reveló que 98% de los entrevistados no sabían lo que es el turismo y 96% ignoraban lo que les podría aportar el turismo.

A la pregunta “¿Qué es el turismo?”, la respuesta más llamativa y frecuente fue: *“El turismo es cuando los blancos vienen a pasearse en nuestro país”*.

Y a la pregunta ¿Qué puede aportar el turismo al país, a la región, la ciudad y pueblo?: *“Nada, dado que cuando vienen los blancos se pasean en las calles, van a sus hoteles y se bañan en el mar en el caso de los destinos costeros, sacan fotos y vuelven a su país, dejándonos sus malas costumbres”*.

Aunque la muestra de estas encuestas no sea representativa, sus resultados traducen bien la idea que el ciudadano marfileño se hace del turismo. En la conciencia colectiva marfileña el turismo sigue siendo una actividad para blancos.

De este modo, cuando por ejemplo una persona trabaja en el Ministerio de Turismo, los demás le tildan de perezoso, pues es un ministerio al que la gente va para “rascarse la barriga”, “un ministerio de diversión” (...) La conciencia turística entre el pueblo es casi inexistente. Muy poca gente es consciente de que el turismo es un vector de desarrollo socioeconómico, cultural y medioambiental. Se ignora que el turismo podría ser una alternativa fiable al tradicional binomio café-cacao.

Derivado de estas observaciones, nos preguntamos si es importante la conciencia turística para un país catalogado “en vías de desarrollo” como Costa de Marfil. Esta pregunta remite a cuestionar la importancia socioeconómica, política, cultural y medioambiental del turismo. Estudiaremos la importancia del turismo en la sociedad

marfileña bajo un triple ángulo: sociocultural y medioambiental, sociopolítico y socioeconómico.

LA IMPORTANCIA SOCIOCULTURAL Y MEDIOAMBIENTAL DEL TURISMO EN COSTA DE MARFIL

La educación es una herramienta esencial en la lucha contra la pobreza y la exclusión. A nivel sociocultural, el desarrollo del turismo favorece el acercamiento entre los pueblos. Este acercamiento irá eliminando los sentimientos de desconfianza, odio, exclusión y la panoplia de prejuicios que los acompaña.

A través de su carácter educativo, el turismo instaaura la amistad y fraternidad entre los pueblos y se presenta como un instrumento de reducción de las distancias existentes entre los diferentes pueblos del planeta.

Culturalmente, el turismo contribuye a la transformación de las costumbres, por los contactos que crea entre los visitantes y la población anfitriona, como bien lo avala la frase de la Fundación de Estudios Sociológicos, para el caso español (1981:10):

El turismo ha cambiado los hábitos, las producciones artesanas, la distribución de la población (...) la forma de vestir, la conducta de los jóvenes, los hábitos deportivos, la opinión sobre cada uno de los países de Europa, las profesiones de las zonas turísticas, la comprensión de otras costumbres, la escala de valores, de virtudes y vicios, la valoración de determinados trabajos. Se ha dado además un fenómeno de ósmosis en cuanto que virtudes españolas (la hidalguía, la hospitalidad, la simpatía, la generosidad, el desprendimiento) (...) han contribuido a la comprensión de España en Europa más que cientos de libros.

Además, el turismo permite valorizar el rico patrimonio histórico-cultural de Costa de Marfil. Es aquí donde el turismo debe permitir siempre avanzar en pro de una mayor igualdad y libertad protegiendo, a su vez, las manifestaciones culturales.

A nivel medioambiental, la construcción de infraestructuras turísticas (hoteles, restaurantes, monumentos, aeropuertos, carreteras, autopistas...) crea un medio más cómodo para el turista y que también puede tener ventajas para la población local, a pesar de algunos efectos perversos que crea sobre el medio. Así, el turismo transforma considerablemente el paisaje:

El turismo está transformando de manera profunda el paisaje español. En algunas zonas...de manera positiva, donde la construcción de chalets y la aportación de agua y dinero están convirtiendo en jardines paisajes antes áridos y desolados. Magníficas urbanizaciones van salpicando el territorio español (Fundación de Estudios Sociológicos, 1981:26).

Joan Cals *et al.* (1995:28-29) no dicen otra cosa distinta cuando afirman:

El turismo y las actividades de ocio dan y pueden dar mucho más en el futuro (...) protección y gestión del paisaje rural puesto que lo convierten en un recurso básico para la atracción de flujos de visitantes (...) Se actúa, para proteger el medio ambiente, no sólo para que pueda cumplir sus funciones de amortiguador ecológico y reproducción nacional, sino también para ofrecerle nuevas perspectivas duraderas de desarrollo como zona de descanso y ocio de las poblaciones urbanas.

El turismo permite ordenar el territorio y el paisaje para adaptarlos a las exigencias de los turistas. Esto siempre hay que hacerlo en consonancia con el respeto al entorno; estos procesos deben ser siempre sostenibles.

Si se hace así, este aspecto, añadido a su aportación sociocultural, le confiere al turismo varias ventajas que no nos deben hacer perder de vista las aportaciones de la industria turística al nivel sociopolítico.

LA IMPORTANCIA SOCIOPOLÍTICA DEL TURISMO EN COSTA DE MARFIL

Siendo el turismo una práctica social, su desarrollo no se puede llevar a cabo sin influir en la vida sociopolítica de las poblaciones. Hoy, en este mundo desgarrado por los conflictos, el turismo se puede presentar como un factor para su resolución.

La actividad turística modifica las mentalidades a nivel político. De esta manera, los turistas procedentes de otros países pueden modificar las mentalidades de las poblaciones anfitrionas y favorecer la apertura sobre el exterior a nivel social, político y cultural.

En España, por ejemplo, el constante incremento del turismo hizo más por la apertura del sistema político que todas las leyes que se dictaron en la época anterior. De este modo, sobre todo durante el franquismo, los españoles se pusieron en contacto con los ciudadanos europeos que traían otro tipo de mentalidad política.

Según la Fundación de Estudios Sociológicos (1981:9), esta corriente de conocimiento proveniente de Europa se adentró en la sociedad española, preparándola para el nuevo cambio político, que traería consigo un sistema democrático.

En Costa de Marfil, como en los demás países del África francófona, la instauración del multipartidismo en 1990 sí sorprendió a los gobernantes, pero no tanto a la población en contacto con los turistas europeos (principalmente franceses), que en sus conversaciones con las poblaciones anfitrionas cantaban los méritos de la democracia como forma de gobierno y la necesidad de afianzarla, derribando a las dictaduras como paso previo para el "desarrollo".

LA IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA DEL TURISMO EN COSTA DE MARFIL

Desde finales de la crisis postelectoral, el nuevo Gobierno marfileño intenta, por todos los medios político-económicos y diplomáticos, volver a posicionar el destino Costa de Marfil en los grandes

mercados turísticos. Este empeño del Gobierno desembocó en una cierta estabilidad sociopolítica que impactó positivamente y de manera global en la actividad económica, como bien lo avalan las cifras del Banco Mundial⁸.

Siguiendo a esta institución financiera internacional, el crecimiento del PIB marfileño pasó de la cifra negativa de -4.39% en 2011, a 8.55% en 2014, pasando por 10.71% en 2012 y 9.22% en 2013.

El turismo no se quedó al margen de esta coyuntura económica favorable, como bien lo atestiguan Barma (2015) y N'Guessan (2015), que apuntan que según las cifras⁹ del Director General de Côte d'Ivoire-Tourisme, la estructura estatal de promoción del turismo marfileño, Costa de Marfil registró 470 869 turistas internacionales a finales de 2014, frente a los 269 000 de 2011 y los 380 000 de 2013. Es decir, se produjo una tasa media de crecimiento de 43% entre 2011 y 2014. Por otra parte, la aportación del turismo al PIB pasó de tan sólo 0.6% en 2011, a 2% en 2013, 4.3% en 2014 y 4.8% en 2015.

Siempre en palabras del señor Jean-Marie Somet¹⁰, estos progresos significativos se deben a importantes inversiones del sector privado en el sector turismo. Así, entre 2012 y 2014 se invirtieron 140 mil millones de francos CFA o, lo que es lo mismo, 213 millones de euros, que fueron a parar a la construcción de 114 espacios hoteleros con capacidad de 14 315 habitaciones, que crearon 3000 empleos directos y generaron 9000 empleos indirectos, lo que supone más de 2% de la población activa.

CONCLUSIONES

Todo desarrollo se concibe previamente en la mente de las personas, antes de materializarse en la realidad, a través de acciones concretas. Partiendo de esta observación, entendemos que los cambios esperados deben nacer, tanto del Estado, como del sector privado pero, sobre todo, de la ciudadanía marfileña.

La capacitación y la conciencia turística harán que se perciba mejor la defensa de la imagen de marca del destino Costa de Marfil, y se asumirá que es asunto de todos.

Ello implica que cada eslabón de la cadena debe tener conciencia de su papel y desempeñarlo cotidianamente con responsabilidad y, sobre todo, con los ojos puestos en el “largo plazo”, pues el desarrollo del turismo como proveedor de empleos y potente herramienta de lucha contra las bolsas de pobreza nos beneficia a todos, no sólo hoy, sino también mañana. Esta consciencia turística debe descansar en principios básicos como son:

- Recibir al visitante con calidez y amabilidad.
- Tratarlo como a ti te gustaría que te traten.
- Ofrecer siempre un servicio o apoyo amigable.
- Interesarse por la formación continua.
- Conocer la realidad local para brindar una orientación oportuna.
- Promover con orgullo los atractivos de la localidad.
- Cuidar los parques, monumentos y zonas de interés.
- Considerar a la Naturaleza como un sujeto y no como un objeto capaz de mercantilizarse.
- Comentar con tus compañeros, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos.
- No abusar del turista cobrando más de la cuenta o prometiendo lo imposible.
- Siempre la SONRISA será nuestra mejor cara.

En otras palabras, no olvidando en ningún momento que la hospitalidad –un bien que caracteriza a todos los pueblos marfileños– debe servir para potenciar el turismo responsable (Konan y Maroto, 2016), siendo respetuosos con el medio ambiente y luchando contra la desigualdad. Sólo con la aplicación efectiva de estos principios básicos podremos lograr instaurar una cultura turística en la sociedad marfileña que luche por el bien de todos, y que tenga en cuenta que la educación del pueblo es la clave para fomentar cambios cualitativos.

Con la noción de conciencia turística integrada en la mente de todos, esperamos que el Estado inscriba el turismo entre los ejes

prioritarios de su desarrollo socioeconómico, cultural y medioambiental, dando orientaciones claras para afianzar mejor los desafíos de cara al futuro.

Por su parte, Côte d'Ivoire-Tourisme, estructura estatal de promoción del turismo de Costa de Marfil, una vez concienciada debe elaborar programas ambiciosos de promoción que rompan con la improvisación que ha caracterizado todas sus acciones pasadas, siendo su finalidad la de atraer a más turistas, generar más ingresos y crear más empleos, todo ello de la mano de una actitud activa en pro del respeto al medioambiente y de la lucha por la igualdad.

La educación es clave para promover la conciencia turística en Costa de Marfil. Ésta podrá llevar a los ministerios de Turismo y Cultura a elaborar planes directores de desarrollo que contemplen un desarrollo turístico sostenible que asocie y comprometa a todo el pueblo marfileño.

** La traducción de este texto del francés al español ha sido realizada por Álvaro García Campaña, graduado en Traducción e Interpretación por la Universidad de Granada.*

NOTAS

¹ <http://13lenacntur.blogspot.com/>, consultada el 22 de agosto de 2016.

² <http://www.ins.ci/nl>, consultada el 23 de julio de 2014.

³ 737 francos CFA.

⁴ 269075 francos CFA.

⁵ El INP^{HB} sólo forma a personas que ya trabajan en la administración pública con un título de Técnico Superior en Turismo.

⁶ Costa de Marfil cuenta con tan sólo cinco universidades públicas: Félix Houphouët-Boigny de Cocody- Abidján, NanguiAbrogoua en Abidján, AlassaneOuattara en Bouaké, Jean Lorougnon-Guédé en Daloa, PeleforoGonCoulibaly en Korhogo. Se prevé la apertura de una sexta universidad en el oeste montañoso en la ciudad de Man para (2016-2017)

⁷ <http://www.insaac-ci.com/mission.html>, consultada el 23 de agosto de 2016.

⁸ Disponibles en <http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/tend/CIV/en/NY.GDP.MKTP.KD.ZG.html>, consultada el 23 de julio de 2016.

⁹ Disponibles en <http://afrique.lepoint.fr/economie/cote-d-ivoire-le-tou>

risme-retrouve-du-punch-16-02-2015-1905497_2258.php , consultada el 23 de julio de 2014.

¹⁰ Director General de Côte d'Ivoire-Tourisme.

REFERENCIAS

- AGUILAR, H. (2005). "La nueva educación de la sostenibilidad turística", *Revista Espiga*, 11, pp. 131-147. <http://investiga.uned.ac.cr/revistas/index.php/espiga/article/view/1093> [consultado el 4 de octubre de 2016]
- BARMA, J. (2015). "Côte d'Ivoire: le tourisme retrouve du punch", *Le Point Afrique*. http://afrique.lepoint.fr/economie/cote-d-ivoire-le-tourisme-retrouve-du-punch-16-02-2015-1905497_2258.php [consultado el 23 de julio de 2016]
- BECERRA, M.L. y BECERRA, Y.A. (2008). "Educando para el turismo: Universidad Externado de Colombia y su facultad", *Anuario Turismo y Sociedad*, 9. <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/428> [consultado el 5 de octubre de 2016]
- CALS, J.; CAPELLA, J. y VAQUÉ, E. (1995). *El turismo en el desarrollo rural de España*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- CANTERO, R. (2012). "Turismo responsable, cooperación internacional y educación para el desarrollo", en Rivera Mateos, M. y Rodríguez García, L. (Coords.), *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*, Córdoba, Universidad de Córdoba, pp. 323-344. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4335412> [consultado el 15 de octubre de 2016]
- CAPSADA, Q. (2014). "Educación y desempleo juvenil", *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, 881, pp. 51-66.
- CEBALLOS, C.; ARIAS, C. y RUIZ, A. (2010). "La formación en turismo en España: pasado, presente y futuro en el Nuevo Espacio Europeo de Educación Superior", *Cuadernos de Turismo*, 25, pp. 45-68. <https://digitum.um.es/xmlui/handle/10201/15590> [consultado el 9 de octubre]
- DAMM, L. (1998). "Educación profesional en turismo", *Gestión Turística*, 3, pp. 23-37. <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n3/art02.pdf> [consultado el 20 de octubre de 2016]

- DÍAZ, M^a.C. y QUIRÓS, F.J. (2013). "El turismo en los nuevos planes de estudios universitarios: una reflexión sobre la formación de los futuros profesionales del sector", *VI Jornadas de Investigación en Turismo*, Sevilla, 3 y 4 de julio de 2013, pp. 127-147. http://www.aloj.us.es/ftf/investigacion/VIjorna/VI_JORNADAS_DE_INVESTIGACION_EN_TURISMO.pdf [consultado el 3 de octubre de 2016]
- DURÁN, R. (2011). *Estudio, análisis y valoración de cómo ha sido el proceso de formación del profesorado en la Escuela Universitaria de Turismo de la Universidad de Málaga y la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México*, tesis doctoral dirigida por Miguel López Melero, Universidad de Málaga. <http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4920/TD%20de%20Ruben%20Dur%C3%A1n%20Carbajal.pdf?sequence=1> [consultado el 25 de septiembre de 2016]
- FERNÁNDEZ, B. y OLIVA, C. (2012). "La tertulia radiofónica como medio de aprendizaje de la historia y el turismo de Madrid: una experiencia innovadora", en de FUENTES, P. y SANZ, C. (Coords.), *Turismo y sostenibilidad: V Jornadas de Investigación en Turismo*, Sevilla, 17 y 18 de mayo de 2012, pp. 655-671. http://www.aloj.us.es/ftf/investigacion/Vjorna/V_jorna.pdf [consultado el 5 de octubre de 2016]
- FUNDACIÓN DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (1981). *Influencia del turismo en la dinámica social y cultural*, Madrid, Artes Gráficas Benzal.
- GARCÍA, R.; MARTÍNEZ, N.; ESPEJO, C. y PAREDES, A. (2016). "Patrimonio, educación y turismo responsable: la importancia del conocimiento del patrimonio tras los estudios de bachillerato", en Sebastía, R. y Tonda, E.M. (Coords.), *La investigación e innovación en la enseñanza de la Geografía*, Alicante, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alicante, pp. 71-86. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/54077> [consultado el 29 de septiembre de 2016]
- GÓMEZ, S. (2008). "Repensar en el turismo: ante la irresistible tentación de lo pragmático y lo empírico", *Anuario Turismo y Sociedad*, 9.
- INSTITUT NATIONALE DE LA STATISTIQUE (2015). *Indicateurs Economiques 2014*. <http://www.ins.ci/n/> [consultado el 23 de julio de 2016]

- KONAN, K.J. (2012). *Estudio geográfico para el desarrollo turístico del litoral oriental de Costa de Marfil*, tesis doctoral, Universidad de Granada. <http://digibug.ugr.es/handle/10481/35151> [consultado el 15 de agosto]
- KONAN, J.K. y MAROTO BLANCO, J.M. (2016). "Posibilidades de potenciar el turismo y el desarrollo de Costa de Marfil a partir de su patrimonio cultural inmaterial", en Martínez Coll, J.C. (Coord.), *X Congreso Online Internacional sobre Turismo y Desarrollo*, Málaga, Servicios Académicos Intercontinentales, pp. 38-50.
- LLORENS, S.; AGUT, S.; GRAU, R.M. y SALANOVA, M. (2000). "La formación de gerentes de organizaciones turísticas de la Comunidad Valenciana: estudio de las características que se demandan y de la oferta formativa", *Papers de Turisme*, 27, pp. 101-127.
- MEDINA, S. y GONZÁLEZ, R. (2010). "La formación en tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) en la titulación de turismo: ¿es adecuada?", *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 11(3), pp. 371-388.
- N'GUESSAN, E. (2015). "Côte d'Ivoire tourisme: 213 millions d'euros investis par le secteur privé en deux ans", *Fraternité Matin*. <http://www.connectionivoirienne.net/107501/cote-divoire-tourisme-213-millions-deuros-investis-par-le-secteur-privé-en-deux-ans> [consultado el 23 de julio de 2016]
- REPUBLIQUE DE COTE D'IVOIRE, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Le Cabinet (2007). *Les grands chantiers du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, années 2006 et 2007*.
- REPUBLIQUE DE COTE D'IVOIRE, Ministère du Tourisme (2016). *Répertoire des établissements de Tourisme et de l'Hôtellerie*.
- REVENGA, P. (2006). "Patrimonio cultural y turismo: valor y realidad de la educación patrimonial en el marco de los estudios de turismo en España", *Saberes: Revista de Estudios Jurídicos, Económicos y Sociales*, 4. http://www.uax.es/publicaciones/archivos/SABSOC06_001.pdf [consultado el 27 de septiembre de 2016]
- RODRÍGUEZ, A.B.; DÍAZ, É.A. y CARREÑO, J.M. (2015). "Turismo como agente educativo: un análisis desde las

- salidas de campo”, *Anuario Turismo y Sociedad*, 16, pp. 117-130.
- TORRES, C.D.; ZALDÍVAR, P. y ENRÍQUEZ, F. (2013). “Turismo alternativo y Educación: Una propuesta para contribuir al desarrollo humano”, *El Periplo Sustentable: Revista de Turismo, Desarrollo y Competitividad*, 24, pp. 125-154. <http://rperiplo.uaemex.mx/index.php/elperiplo/articulo/view/770> [consultado el 25 de septiembre de 2016]
- TROITIÑO, M.Á. (2000). “El turismo cultural en las ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad”, *AA.VV., Turismo Cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza*, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León.

Joseph KONAN KOUASSI

Doctor por la Universidad de Granada, España, en Geografía y Desarrollo Territorial, Docente en la Universidad Peleforo Gon Coulibaly de Korhogo, Costa de Marfil. Desde 2015 trabaja en el Ministerio de Turismo de su país como Subdirector de Calidad y Desarrollo Sostenible. Línea de investigación: aproximación pluridisciplinar del turismo, con un afán especial por el desarrollo del turismo sostenible.
Correo E.: konanphejos@yahoo.fr

José Manuel MAROTO BLANCO

Cuenta con un contrato pre-doctoral (FPU15/01266) con el Departamento de Historia Contemporánea de la Universidad de Granada, financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España. Máster de Formación del Profesorado en Educación Secundaria y Máster de Cooperación Internacional al Desarrollo por la Universidad de Granada. Líneas de investigación: cooperación al desarrollo en el África Subsahariana y discursos racistas occidentales sobre las poblaciones negro-africanas.
Correo E.: jmmaroto@ugr.es