

El turismo, en perspectiva cultural

POR GERARDO OJEDA-CASTAÑEDA

Editorial Ediciones CICCUS-La Crujía. Octavio Getino.
Turismo. Entre el ocio y el neg-ocio. Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina y el Mercosur
Buenos Aires, 2002

Desde hace muchos años, cuando aparece a cuentagotas algún libro que publica los resultados de investigaciones sobre el turismo, se produce un hecho muy significativo: por un lado, se enriquece la poca bibliografía existente sobre el tema y, por otro, se abre la posibilidad de acercarnos un poco más al conocimiento de un fenómeno humano y social. Se trata de un fenómeno identificado y practicado casi en todo el mundo, pero frecuentemente olvidado en investigaciones y análisis desarrollados en torno a campos específicos de las ciencias sociales. De hecho, es importante reconocer que a pesar de los diversos méritos mundiales que se le deben al turismo, sigue siendo -en tanto objeto de estudio- una área científica reducida al interés personal de algunos pocos investigadores sociales.

No es de extrañar que a partir del interés y dedicación de Octavio Getino por la investigación de las industrias culturales y los medios de comunicación en Latinoamérica, su nuevo libro, *Turismo. Entre el ocio y el neg-ocio*, se desarrolle dentro de este marco contextual. Asimismo cabe señalar que esta publicación tiene como antecedente un estudio realizado por el autor para la UNESCO en 1980 sobre *Fiestas y Espectáculos en América Latina* (Edimedit, México, 1983), el cual incluía las fiestas religiosas y el turismo, como parte de la serie *América Latina en su Cultura*.

No hay que olvidar que desde los años 80, el turismo □considerado y denominado ya como un fenómeno de masas□ se consolidó desde las ciencias sociales como un proceso humano muy importante bajo dos enfoques fundamentales:

1. El *económico*, de los años 60, como una necesaria fuente de empleo, ingresos y beneficios financieros para el crecimiento y desarrollo social de todos aquellos países que apostaron por



el turismo a partir de su famoso apelativo de *industria sin chimeneas*, y como un ejemplo ideal del sector productivo terciario y de mercadeo para la construcción de la futura sociedad de servicios.

2. El *sociológico*, de los años 70, como una indiscutible actividad humana ligada a ciertos comportamientos y conductas dedicadas al uso social del tiempo libre de las personas en los países industrializados. Pero también a su valor comercial y consumo simbólico del turismo de masas como *industria cultural*, y de sus productos ligados al conocimiento, al descanso, a la aventura, la libertad, el entretenimiento o el esparcimiento de la nueva civilización dedicada al ocio.

Igualmente, al calor de ambos enfoques surgieron reflexiones y estudios críticos sobre el papel *político o ideológico* del turismo de masas, señalando las relaciones dominantes que se dan entre flujos de personas de naciones de centro y periferia, de países económicamente desarrollados y subdesarrollados, de emisores y receptores de turistas e inmigrantes. Asimismo, se consideró la utilización del turismo de masas como una herramienta para reforzar y justificar la actuación de Estados y gobiernos militares totalitarios, en tanto que mecanismo ideológico de propaganda y legitimidad política. Desde esta perspectiva, y como una aportación teórica más, se planteó y analizó el turismo como un indiscutible medio de comunicación, en cuyo proceso se manifiestan ideas, representaciones y expresiones del ser humano.

América Latina y el Caribe frente a su destino turístico

A partir de los enfoques sociológicos y económicos con que este libro se arroja, los resultados de la investigación muestran, analíticamente y con cierto detalle, aspectos fundamentales del turismo. Se revisan sus conceptos y definiciones, cifras e informaciones, en el ámbito internacional y, en particular, dentro del contexto de América Latina y el Caribe, teniendo presente el entorno físico, sociocultural y económico de cada país.

La primera parte del libro plantea la importancia social y económica del turismo internacional, tanto en la distribución de beneficios como en el usufructo del tiempo de ocio. También propone aproximaciones a una tipología del turismo que contribuya a establecer una clasificación de los turistas, ya sea por su origen, finalidad, actividad o utilización del tiempo, de acuerdo con sus características demográficas, socioeconómicas y profesionales, y, particularmente, motivacionales.

Dentro de un apartado especial de la investigación, y en referencia directa a los países latinoamericanos y caribeños, se revisan —como ya tantos otros investigadores sociales lo han hecho— las posibilidades de los recursos turísticos en los países llamados *subdesarrollados y/o en vías de desarrollo*, a partir de sus atractivos geográficos, ambientales y culturales (patrimonio, celebraciones, tradiciones, gastronomía, etc.). Asimismo, se menciona el impacto del turismo en la economía de estos países, donde la

mayoría de las autoridades gubernamentales y los sectores productivos nacionales presentan al mismo como una alternativa real para el crecimiento y bienestar social de sus poblaciones.

De esta manera, y teniendo en consideración los tradicionales potenciales del turismo internacional, se retoman los clásicos *efectos* positivos y negativos de éste, en sus aspectos *socioeconómicos* (como la balanza de pagos, el Producto Nacional Bruto y la generación de empleo), *socioculturales* (entre la identidad y la *clonación*, la masificación y estandarización o reproducción en serie de los servicios, actividades, mercancías y comportamientos turísticos) y *socioambientales* (en el hábitat natural y social donde se desarrollan la oferta o recepción turística).

El libro, en su segunda parte, retoma, sistematiza y muestra todas las estadísticas disponibles que generan los flujos turísticos en el mundo, y particularmente en Latinoamérica. Así, el estudio clasifica estas cifras por áreas geográficas latinoamericanas de proximidad, como son las de México y el Gran Caribe, Sudamérica, y los países que integran el Mercosur. En cada una de ellas, se repasa de un modo breve, pero conciso, los principales aspectos de la evolución turística, así como las variables políticas, económicas y culturales que la contextualizan, dentro de su lento o rápido desarrollo, según sea el caso.

Tal como plantea Getino, a partir de la lectura de las cifras ofrecidas por la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo es un fenómeno en constante crecimiento: «si en el año 1950 la llegada de turistas internacionales□ era de 25 millones de personas, esa cifra trepó a 700 millones en el año 2000; de igual modo, los ingresos turísticos mundiales representaron cerca de 500.000 millones de dólares□ contra los 2.000 millones de medio siglo atrás». A través de una descripción comparativa muy valiosa se muestra cuál es el verdadero beneficio económico que le corresponde a Latinoamérica a nivel mundial, más aún cuando siempre se menciona a la región como una de las geografías más beneficiadas por el turismo. Así, a título de ejemplo, leemos que a esta área conformada por 30 naciones le correspondió, en 1996, el 6,8 por ciento de los arribos internacionales a escala mundial (40,8 millones de turistas) y el 7,8 por ciento de los ingresos mundiales (33.000 millones de dólares).

Finalmente, en la tercera y última parte de *El Turismo...*, se explican diferentes alternativas de desarrollo que toman en consideración la situación histórica y coyuntural de los pueblos latinoamericanos. No sólo se estudian sus posibles campos de desarrollo en educación y cultura, salud y bienestar social, integración nacional y comunicación social, sino que además se abre un amplio espacio de reflexión y debate sobre las relaciones políticas y campos de actuación de Estados, gobiernos y comunidades organizadas. Es en este apartado donde se cuestiona, una vez más, el uso conceptual y operativo de este fenómeno social y se retoman aquellos factores o características que pueden ser beneficiosos para su desarrollo. En este sentido se puede señalar el impulso al turismo rural, social, cultural, ecológico, o bien el establecimiento de nuevas formas en las relaciones del turismo interno, intrarregional e internacional.

Un sector a investigar y planificar

Aún habrá que realizar más trabajos de investigación como el reseñado en estas líneas si, como manifiesta Getino de acuerdo con la OMT, «para el año 2010 habrá más de 1.000 millones de llegadas turísticas internacionales, cifra que en 2020 se elevaría a 1.600 millones, sobre los 7.800 millones de seres humanos que constituirán en ese entonces la población mundial, lo que podría representar un gasto o unos ingresos, según desde donde se le mire de más de 2 billones (2 millones de millones) de dólares. Con lo cual, el crecimiento del sector en materia de ingresos superaría al de las industrias del automotor, el petróleo y la alimentación y muchas otras».

Definitivamente [y ese es nuestro mayor deseo], esperemos que este libro sea un buen punto de partida o, simplemente, de referencia para todas aquellas personas que lo lean y les interese conocer, profundizar o contrastar el papel y la importancia del turismo desde un punto de vista sociológico, económico y cultural en países latinoamericanos y caribeños.

Si el desarrollo de los servicios turísticos es ya un hecho irreversible, como bien dice el autor del libro, se necesitará no sólo de políticas públicas orientadas a su verdadero aprovechamiento económico, social y cultural, sino también de muchos recursos humanos capacitados para cumplir cada una de las tareas que corresponden al desarrollo integral del sector, tanto en la planificación y operación de los servicios, como en su estudio.

