Por un nuevo escenario social para la cooperación

POR **GERARDO OJEDA-CASTAÑEDA**

Turismo: entre el ocio y el negocio. Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina y el MERCOSUR

Editorial AECI. Damián Moragas Cortada. *Turismo, cultura y desarrollo*
Madrid, 2007

A pesar de que la gran mayoría de las industrias culturales del siglo XX sufre profundas transformaciones económicas, políticas y sociales, parece que el turismo, ejemplo clásico de generación de productos simbólicos valorizados, continúa anclado en los escenarios y conceptos sociales de las últimas cinco décadas. Ya sea por la propia tipología de sus actividades o productos, o bien por las formas y modos de hacer turismo ?individual o de masas; de playa, montaña o nieve; de ocio, descanso, diversión, festivo, placer, evasión, exploración o aventura; urbano, rural o ecoturismo; sexual o de salud; de negocios, compras, congresos o convenciones; aristocrático, de elite, lujo, social, popular o de bajo coste, etc.?, este fenómeno sigue siendo todavía poco analizado.

Al turismo se le ha continuado abordando con los mismos conceptos, parámetros y elementos que se tienen desde la década de 1960, cuando fue reconocido económicamente como una ?industria sin chimeneas?, o desde la década de 1980, cuando se asumió institucionalmente su función cultural.

Además, el turismo se considera un fruto de la cada vez más creciente y preocupante relación entre centro-periferia (donde países industrialmente desarrollados y naciones subdesarrolladas o en vías de desarrollo, y viceversa, son a la vez emisores y receptores de turistas). Y todo ello porque se sigue considerando que el turismo es un desplazamiento corto y temporal de

Fundación Telefónica
Telefónica

personas, incluyendo las motivaciones o actividades que realicen en lugares distintos a los que viven habitualmente.

De ahí que, al igual que ocurrió con el libro de O. Getino, (Buenos Aires, 2002), la publicación de *Turismo, cultura y desarrollo* es una muestra muy significativa de acciones institucionales que se están efectuando para ofrecer nuevos escenarios de actuación y estudio. Prueba de ello es que esta publicación es resultado de una de las múltiples y nuevas actividades que ha emprendido la Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), con la voluntad de profundizar en la línea programática de Cultura y Desarrollo del Plan Director 2005-2008 de la Cooperación al Desarrollo.

Fruto del estudio que desde hace más de veinte años viene realizando su autor, Damián Moragas Cortada, el libro ofrece un panorama analítico sistematizado del papel que debe jugar el turismo en este siglo XXI. Si a lo largo de la obra se insiste en la evidente relación entre turismo, cultura y desarrollo, sus argumentos analíticos llevan a explicar que «La riqueza y la diversidad de la culturas locales, en sus manifestaciones tangibles e intangibles, son el patrimonio más valioso del que disponen muchos pueblos del planeta, que puede y debe significar, por la vía del turismo, un nuevo horizonte de prosperidad social y económica».

Cultura + turismo = desarrollo

A lo largo del trabajo se considera efectivamente la fórmula ?cultura + turismo = desarrollo? como antídoto indiscutible contra la pobreza y la desigualdad social entre países; es decir, se trata de «convertir los activos de la cultura en beneficios tangibles para los menos favorecidos, por la vía del turismo». Igualmente el libro ofrece una visión sobre lo que se está realizando en España en este sentido.

Desde esta perspectiva, y siguiendo la actual propuesta de la OMT (el turismo «debe contribuir a resolver los desafíos mundiales del cambio climático y la pobreza»), habrá que revisar si es por esta razón por la que las regiones con mayor crecimiento turístico son África (8,1 por ciento de incremento de turistas en 2005-06), Sudamérica, América Central y El Caribe (con aumentos del 7,2, 6,1 y 3,2 por ciento, respectivamente).

Sin embargo, habría que seguir revisando y comparando cada una de las propuestas de *Turismo, cultura y desarrollo* ante otras estadísticas y clasificación de destinos turísticos como los del reciente «The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007: Furthering the Process of Economic Development», dado a conocer por el Foro Económico Mundial (FEM). Este informe, por ejemplo, no incluye ningún país latinoamericano en los primeros 40 lugares de un *ranking de* 124 países; los cinco primeros lugares los tienen Suiza, Austria, Alemania, Islandia y EEUU (mientras que la OMT señala, desde 2003 hasta 2005, a Francia, España, EEUU, China e Italia, de acuerdo con el número de personas que transitan por sus territorios).

En todos los informes de organismos internacionales, si bien hay muy pocos países subdesarrollados o en vías de desarrollo entre las naciones más visitadas por el turismo

Fundación Telefónica
Telefónica

internacional (como México, que casi siempre se ubica en séptimo lugar desde los años 90), en relación con los ingresos económicos que reciben por el turismo internacional, y de acuerdo con las propias estadísticas de la OMT. Entonces, a la luz de las propuestas que presenta Damián Moragues, por qué no interrogarse por el sentido que tiene este tipo de consideraciones ante una clasificación por países como las que plantean los informes antes citados.

Es evidente, y no del todo sorprendente ?e incluso completamentario a lo que expresa *Turismo, cultura y desarrollo*?, saber que el informe del FEM fue realizado sobre la base de un índice de competitividad que procura no tanto calificar el atractivo turístico de un país, como analizar su capacidad para desarrollar su actividad turística. El informe del FEM mide los factores y las políticas que contribuyen a desarrollar el turismo en cada país desde una óptica netamente comercial y capitalista. En este sentido, se entiende que se coloque a la mayoría de los países occidentales europeos por delante de todos los latinoamericanos y africanos.

Tampoco es azaroso que sólo los países asiáticos y de Oceanía con grandes inversiones del mundo occidental figuren en posiciones altas dentro de la clasificación; ya que para la mayoría de los organismos internacionales interesados por el turismo, una de las principales razones del rezago turístico en los países subdesarrollados o en vías de desarrollo es que sus gobiernos nunca se han preocupado verdaderamente por el turismo y, por consiguiente, no se superan problemas fundamentales como la falta de protección de los turistas ante la inseguridad y violencia, las precarias infraestructuras y servicios existentes o el mal estado de las vías de comunicación.

Sin duda, la lectura de este libro vuelve a abrir un clásico debate: mientras las autoridades de muchos países donde no existen bellezas naturales o patrimonios históricos y culturales importantes desde la óptica de la civilización occidental realizan un gran esfuerzo para remediar este *handicap* con otras formas de hacer turismo, los responsables gubernamentales de otras naciones ?tal es el caso de las latinoamericanas? hacen muy poco por el turismo, escudándose muchas veces en que éste llegará porque sus países son muy atrayentes en sí por sus múltiples riquezas naturales, humanas, gastrónomicas, sociales o culturales. Con esta consideración, el informe del FEM manifiesta que a excepción de República Dominicana, Jamaica y Barbados, cuyos gobiernos invierten significativamente en la industria turística, la mayor parte de los países latinoamericanos invierte menos en turismo que sus competidores europeos y africanos.

No obstante, con las noticias diarias sobre inminentes concentraciones de grandes operadores turísticos, líneas áereas o cadenas hoteleras, siempre ligadas a tantos otros intereses financieros y comerciales, pero, sobre todo, ante el imparable crecimiento de los flujos turísticos internacionales, será necesario que sigan publicándose este tipo de reflexiones y análisis que ofrezcan informaciones, conceptos y propuestas que permitan conocer y cuestionar más esta importante industria cultural, instrumento económico e ideológico que seguirá justificando el papel de la globalización capitalista del siglo XXI.

Fundación Telefónica
Telefónica

Fundación Telefónica
Telefónica