

EL DESARROLLO TURÍSTICO, DIMENSIONES Y ALCANCES

Alfredo César Dachary
Stella Maris Arnaiz Burne

ANTECEDENTES

El turismo es una joven realidad, en la versión que actualmente conocemos, como una actividad masiva con un crecimiento casi geométrico, sin embargo, el mismo tiene antecedentes que se remontan hasta el siglo XIX para la mayoría, aunque algunos lo ubican siglos atrás.

En este trabajo pretendemos abordar el turismo de masas, que es el fenómeno económico - social que emerge a partir de la segunda post-guerra, fruto de las revoluciones tecnológicas y sociales que se dan en la segunda mitad del siglo XX, adecuándose a las mismas hasta consolidarse como una de las actividades económicas más dinámicas de la economía post-industrial.

Este turismo masivo se inicia en la segunda post-guerra mundial y para 1950 ya tenía un movimiento mundial de 25.3 millones de turistas, creciendo en tal magnitud que a fines del siglo pasado, en 1998 llega a 625.2 millones. En la década de los 90's es cuando el auge se hace más notorio logrando un crecimiento promedio de 6.9% a nivel mundial. (OMT 1998)

El problema inicial, para realizar el abordaje del turismo, es el cómo poder delimitar esta compleja actividad, cómo se puede entender, cuáles son los entramados que se dan tras esta compleja gama de servicios que se los denominó indistintamente como industria sin chimeneas. Esta última definición deriva de una concepción inicial, basada en una visión utópica contrapuesta a la industria tradicional, que luego fue superada por una perspectiva más realista que analizaba los impactos y problemas que generaba esta actividad exitosa en medio de una sociedad muy diferenciada, principalmente en los países emergentes, que toman al mismo como una última opción para lograr un potencial desarrollo.

Pero lo primero que deberíamos saber es ¿qué es el turismo?, una pregunta que lleva más de siete décadas de discusión, tiempo en el que el propio turismo ha tenido cambios radicales, y más en las últimas décadas en que se posesionó como una de las actividades más importantes a nivel de la economía mundial.

En 1937 en el Consejo de la Liga de las Naciones, se hizo el primer esfuerzo por buscar unificar un criterio para definir al turista internacional, el cual si bien fue definido no fue asumido como una categoría para operar estudios y estadísticas.

En 1953, la Comisión de Estadísticas de la Organización de Naciones Unidas (ONU) adopta el criterio elaborado en 1937, y en 1968, la misma Comisión aprobó nuevos conceptos para definir: visitante, turista y excursionista, criterios propuestos por la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales de Viaje (IUOTO). (CEPAL 1999)

Pero será recién en 1976, en la XIX Sesión de la Comisión de Estadísticas de la ONU, que se aprobaron los lineamientos para realizar las estadísticas del turismo internacional.

En 1991, se realizó en Ottawa, una Conferencia sobre Estadísticas de Viaje y Turismo, organizada por el país anfitrión y la Organización Mundial del Turismo (OMT), que permitieron determinar conceptos, definiciones y clasificaciones internacionales relativos a la demanda, la oferta y el gasto en el turismo. (OMT 1995)

En la última década del siglo XX, se elaboraron nuevos ajustes conceptuales, pero lo más significativo fue la formulación de una metodología de trabajo amplia que permitía ver las inter-relaciones sectoriales que genera el turismo, a través de la denominada Cuenta Satélite.

Hoy se considera al turismo, adoptando una definición amplia, como la mayor industria del mundo, una de las más dinámicas y que representa más de un tercio del valor total del comercio mundial de servicios. (OMC 1998)

La Organización para la Cooperación del Desarrollo Económico (OCDE) señala que es muy difícil definir o cuantificar con precisión los servicios turísticos. Por ello es que el acercamiento a una comprensión total sobre el turismo lo haremos de diferentes enfoques, como son las propias estadísticas de la OMT, la visión de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre el comercio mundial, la perspectiva de la OCDE y de otros organismos mundiales, comenzando por la ONU, que intentan llegar a esta definición.

En 1996, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, el turismo incluido los viajes, representaba el 10.7 % del PIB mundial, y en una década éste pasaría al 11.5%.

En los próximos veinte años, la OMT estima que la población que efectuará viajes se duplicará, o sea, pasará de un 3.5% del total mundial al 7%, incluyendo el crecimiento de la misma, y esto también sirve como muestra del grado de asimetría económica que existe en el planeta.

Para 1995, los ingresos mundiales por turismo internacional fueron de 484,000 millones de dólares, de los cuales un 17.3% fueron pagos de pasajes, esto es un poco más de un tercio del comercio mundial de servicios.(OMC 1998)

Para la OMT, el turismo está entre las cinco primeras categorías de exportación en el 83% de los países del planeta, y además emplea uno de cada diez trabajadores en el mundo, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, aunque esto es apenas lo medible directo, ya que el turismo repercute de tres maneras en el empleo:

- Primero, los empleos directos.
- Empleos indirectos que se generan de las compañías que abastecen a las empresas relacionadas con el turismo.
- Los efectos sobre la economía de los gastos derivados de los empleos directos e indirectos.

Según la OMT, los turistas internacionales pasarán de 702 millones en el año 2000 a 1,100 millones en el 2010, y en la última década, los ingresos por estos movimientos han tenido un crecimiento de un 300%, siendo el principal receptor de estos ingresos, Estados Unidos.

El turismo se nos presenta hoy como un complejo sistema de actividades encadenadas, que está en proceso constante de transformación, ya sea de sus usuarios, los turistas como de los oferentes de servicios, que pasaron en menos de medio siglo de la naturaleza real como objetivo escénico fundamental a la naturaleza virtual o tecnológicamente lograda, como propuesta que va tomando auge en la medida en que se masifique.

Hace pocas décadas, los habitantes de las regiones con largos inviernos añoraban la semana de sol en los trópicos, hoy en Japón es posible compartir el frío y el trópico en un mismo espacio, a partir de escenarios artificiales, que ya no nos parecen alejados de la realidad, porque incluso nuestras mascotas tienden a ser igualmente un producto de alta tecnología.

Estos cambios corresponden a una combinación de tecnologías y privatización de los espacios naturales públicos, lo que ha llevado en los últimos años a que los centros de ocio mundiales del siglo XXI se construyan en todo tipo de lugares exóticos.(Barnet y Cavanagh 1995)

De la época en que las agencias de viaje eran los lugares ansiados por los ciudadanos para poder pedir un viaje de ensueño, al Internet, como el sistema capaz de lograr que nuestros sueños o ideas sobre un lugar especial se hagan realidad, han pasado menos de cuatro décadas.

Todos estos cambios tecnológicos son sólo la parte exterior de un gigantesco iceberg, que navega en el mar de la modernidad y no tiene más horizonte que la imaginación, que cada vez se hace más amplia hasta llegar a escenarios hoy no pensados.

Pero no nos equivoquemos, la tecnología no determina a la sociedad como tampoco la sociedad dicta el curso del cambio tecnológico, por lo que el dilema del determinismo tecnológico probablemente sea un falso problema, ya que la tecnología es sociedad y ésta no puede ser comprendida o representada sin sus herramientas técnicas. (Bijker 1987)

Esa característica de complejidad y cambio acelerado y constante ha permeado al turismo, que se ha integrado a un mundo intercomunicado, donde los viajes han dejado de ser la excepción para transformarse en parte de la cotidianidad, y hace de éste una realidad representativa de la actual globalización.

En la actualidad todos vivimos en movimiento, como afirma Bauman, o al menos todos somos viajeros, ya que al reducirse el espacio, se reduce el paso del tiempo. Para los ciudadanos del primer mundo siempre hay un presente permanente, están siempre ocupados y escasos de tiempo; y para los del mundo subdesarrollado la situación es opuesta, están aplastadas bajo el peso de un tiempo abundante, innecesario e inútil, un tiempo que no pasa nada. (Bauman 1999)

Esto hace que los habitantes de los países ricos tengan tiempo para disfrutar, cortos pero constantes, algo diferente al viejo concepto de las vacaciones, también la globalización les reformó sus tiempos y espacios.

Este nuevo esquema de relación espacio - tiempo hace que los directivos de las multinacionales instalen sus oficinas en países emergentes pero con mejores condiciones y calidad de vida, pero a sus hijos los

mandan a las universidades europeas; toman lo mejor de cada mundo, son los nuevos ciudadanos del mundo globalizado.

Pero no todos viajan con libertad; unos, los turistas, hacen del viaje un sueño hecho realidad, hay otros, los vagabundos, que son la otra cara del turista, los que viajan no como símbolo de libertad sino por necesidad, éste es el otro yo del turista. (Bauman 1999)

Por ello, en un mundo en movimiento como el que vivimos, hay grandes hordas de turistas y otras de inmigrantes, unos dejan sus tierras para conquistar la de sus colonizadores, otros dejan temporalmente su comodidad para ver como viven los colonizados, es una verdadera dialéctica la que logra este mundo en viaje permanente.

Esta situación ha transformado al turismo en una de las actividades con mayor incidencia en las zonas menos desarrolladas y modernizadas del mundo. Al igual que lo fue la industria y anteriormente la actividad agropecuaria, hoy el turismo es un mecanismo económico – social capaz de expandir ampliamente la frontera del capitalismo mundial e integrar zonas muy lejanas al mundo moderno, un cambio que no siempre favorece ni es pedido por los habitantes de estas zonas. Repuebla las zonas que dejaron los que se van, ocupa la mano de obra de los que se quedan, abre un mundo mágico y aún natural a los que vienen.

Estas características hacen del turismo un actor importante en la nueva sociedad planetaria que se está perfilando, desconocerlo puede significar ignorar uno de los procesos de reocupación espacial e integración más dinámicos; y subestimarlos, implica una visión muy reduccionista de lo que es la globalización como proceso de integración económica - financiera, y como mecanismo de imposición de una cultura común, un pensamiento único, todo ello dirigido por la potencia unipolar que domina el planeta en el siglo XXI, Estados Unidos.

El turismo definido como la industria sin chimeneas en los años sesenta, visión idílica o utopía poco realista de esta actividad, ha cedido el paso a una visión estratégica como modelo de desarrollo, una percepción geopolítica como mecanismo de modernización e integración al mundo hegemónico y geoeconómico, como un mercado con mayores valores y en expansión, que lleva a guerras internas en la que la tecnología es el arma de punta.

GLOBALIZACION Y DESARROLLO DEL TURISMO

A finales del siglo XX se cierra un ciclo de cinco siglos de dominio occidental, que se inició con los primeros viajeros europeos, que antecedieron a Colón, y hoy se cierra en la denominada globalización, que es la imposición definitiva del eurocentrismo, idea que dominó el mundo en los últimos siglos y que la asume como propia, la potencia triunfante del final de la guerra fría, Estados Unidos.

La globalización significa los diferentes procesos en virtud de los cuales los Estados se entremezclan e imbrincan mediante los actores transnacionales con sus probabilidades de poder, orientación, identidad y entramados diversos. (Beck 1998)

Este proceso ya es irreversible y entre las razones para afirmar esto, el sociólogo alemán Beck señala: la ampliación del campo geográfico y la ampliación de la densidad de intercambios, una revolución permanente en el campo de la información y el respeto universal de los derechos humanos. Además existen las corrientes de iconos de la industria cultural que se posesionan cada vez más del mundo, una mayor acción en el campo internacional que en el nacional, y tres graves consecuencias: aumento de la brecha de pobreza, daño en la ecología del planeta y conflictos transculturales.

Esto diferencia a la globalización de las etapas anteriores y entre las percepciones más importantes está la de la transnacionalidad, que tiene entre sus principales actores: la información, el consumo y el turismo.

Entre los instrumentos y metodología de imposición de un pensamiento único, una concepción de la historia centrada en la Europa occidental, una lengua común, gustos e ideas comunes, está el turismo, una compleja red de acciones que actúa acorde con este "nuevo orden planetario", en su versión ampliada, respecto al que se impuso en la Europa del fascismo en las primeras décadas del siglo pasado.

Los turistas, como los demás representantes del comercio mundial, son agentes de contacto, entre dos culturas asimétricas e interdependientes, son inductores del cambio, sobre todo en las regiones menos desarrolladas del planeta. (Nash 1989)

Hay quienes aceptan esta afirmación aunque sea de una manera indirecta, cuando sostienen que el turismo ha sido y sigue siendo un subproducto de las sociedades desarrolladas. (Jenkins 1994)

Esta afirmación es correcta ya que el mayor movimiento de turistas corresponde a las fronteras internas de los países de la OCDE, a los más ricos, y la mayoría de los turistas del mundo fuera de sus fronteras también son ciudadanos de esta parte privilegiada del planeta.

Esto tiene diferentes lecturas, según el lugar donde uno se ubique, por ejemplo, los ciudadanos de los países desarrollados viajan dentro de sus fronteras porque consideran a estas zonas seguras, salir de ellas es parte del turismo de aventura, y para ello toman caravanas muy organizadas, los charters, o los más pudientes, sus propios medios de transporte a los denominados hoteles boutiques u otros sitios exclusivos.

Los contingentes de turistas de los países emergentes viajan con mayor frecuencia a los países desarrollados, porque encuentran en ellos su pasado, el colonial, su presente, el consumo y su futuro, las sociedades tecnológicas.

Hay varias coincidencias, eufemismo que oculta tras de sí una estrategia integrada y planeada, que nos permite afirmar que el turismo, no fue fruto de una coincidencia, sino más bien consecuencia de una situación mundial, de la cual forma parte en su estructura medular, lo cual trataremos de abordar una manera general en estas líneas.

EL TURISMO Y LA EXPANSIÓN DE LA GLOBALIZACIÓN

Los cambios tecnológicos que han servido de rutas para la expansión de la globalización, hoy una sucesión de islas modernizadas en medio de mares de pobreza, son también los que sirven para hacer crecer y expandir al turismo.

La globalización financiera, el gran movimiento mundial de capitales ha tomado al turismo por su dinámica y capacidad de reposición de inversiones en un tiempo récord respecto a la industria tradicional, como uno de sus nichos de inversión.

Así mismo, se considera a esta actividad como una de las más difíciles de poder controlar, lo cual ha llevado a que sea una de las vinculadas al blanqueo de capitales provenientes de actividades ilícitas. El negocio de la construcción, vinculado a otras operaciones permite el "lavado" de más de 500,000 millones de dólares anuales, en edificios, hoteles gigantes con mínima ocupación, campos de golf, casinos y otras membresías. (Ginebra 1998)

La sociedad informatizada, de los países desarrollados tiene acceso hoy al turismo mundial y les permite tomar opciones antes impensables. Las nuevas tecnologías permiten una drástica reducción de los costos de operación de las empresas, lo cual se expresa en cada vez mayores opciones de ofertas turísticas.

La intercomunicación del mundo entero, coloca a los ciudadanos de países emergentes, con sólo tener acceso a un aparato de televisión o radio y mucho más si tiene Internet, mayor información de la que tuvo el rey Sol en toda su gloria absoluta. (Bastenier 1999)

Comunicaciones, información y una industria del ocio creciente, se combinan para integrar al turismo a los logros de la globalización, principalmente en los países desarrollados y a grupos reducidos de los emergentes.

Hoy hay quienes sostienen que existe un importante grupo de ciudadanos que han logrado la globalización de la biografía, viven un tiempo en cada lugar, los ejemplos sobran, hay un alto número de jubilados que pasan los inviernos con sus casas rodantes en zonas de buen clima, como es la costa Pacífico de México. Otros tienen casas divididas, una temporada en cada lugar, para seguir al sol; hay casos de hoteles que se reciclan y se transforman en centros de trabajadores de Internet independiente

en las temporadas bajas; pero en general, cada vez existe más lo que Beck denomina Topologamia, esto es, estar casado con muchos destinos o lugares, ya sea por trabajo o por placer.

UN IMAGINARIO COMÚN Y UNA LENGUA UNIVERSAL

La idea de que el mundo ha dejado de ser infinito es hoy una realidad indiscutida por la sociedad, sin embargo, el nuevo conocimiento del planeta pone al descubierto una serie de edenes, zonas selváticas, culturas olvidadas y en general, la vasta gama de resabios del pasado que hoy son el presente de muchos países y regiones.

Esto ha servido para consolidar esa necesidad de dar nuevos destinos, de reproducir aventuras seguras, de generar nuevos imaginarios a un mundo dominado por un lenguaje común que lleva a un imaginario común: la necesidad incontrolable de consumir.

Así el turismo genera consumos para todos los gustos, para todas las medidas, para todos los sueños, se ha transformado en un escenario en unos días en el año; tanto el ejecutivo como el empleado, cambian su vida cronometrada por adrenalina controlada y así pueden ingresar al mundo que la televisión les ha fabricado, les crea utopías ficticias que les devuelve la fe en el consumo, como una reivindicación suprema.

Una semana en un crucero, el sueño añorado por los abuelos hoy es realidad por los nietos que dejan de conducir el taxi unos días y por no más de seiscientos dólares viven la fantasía de ser diferentes, ser servidos, ser respetados, ser como en la "Cenicienta " parte de un sueño hecho realidad.

Así se puede volver a manejar el elevador en el edificio de Nueva York por otros doce meses, por otras diez horas diarias, volver en el anonimato del tren rápido y cenar lo que manda el micro-ondas viendo el último partido de béisbol.

El turismo permite que la mediocridad de los ciudadanos del primer mundo tenga sus fantasías, tenga sus utopías y que los ejecutivos entren a la selva de la mano de Tarzán para poder ver de cerca a los últimos especímenes de flora y fauna en peligro de extinción, navegando por el río que descubrió Levingston o junto a la catarata que asombró a Cabeza de Vaca o conduciendo un todo camino por el sendero que siguió fray Junípero; todo es posible.

Así mismo, no hace falta conocer mucho, los parques temáticos, los museos para turistas, las guías y un inglés básico, hacen el trabajo de uno, la historia es fácil, la ecología más, la geografía es posible; todo el conocimiento está hoy reducido a una guía Michelin para que el explorador del metro de París pueda vagar viendo en la América media, la miseria como folklore y la naturaleza como fantasía.

LA UNIFICACIÓN DE LOS ESTILOS DE VIDA Y PARA LA VIDA

Llegar a una ciudad de México y buscar el tipo de taco, el tequila u otro de los estímulos de una de las cocinas más grandes del mundo por su acervo cultural como síntesis de varias etnias y cultura, sería lo lógico.

Hoy hay un nuevo paradigma antropológico que se impone en los subsistemas de la educación y la cultura de la sociedad global, el cual se sintetiza como: "crear el homo economicus mediante la socialización por el Cyberspace". (Dieterich 1996)

Hoy el peregrino moderno, prefiere iconos conocidos, islas del mismo mar en que viven, los Mc Donals, los Domino, los Sheraton, los Radisson, etc.

Un destino masivo debe tener sembradas islas de franquicias, la globalización lo exige porque es la forma más clara de poder guiar a un ciego cultural; iconos de la modernidad simplista, como referencia para quienes no pueden entender algo diferente a las hamburguesas; son los miembros de la cultura universal, los adalides de la democracia de Coca cola.

El turismo masivo debe sembrar iconos, debe educar a las sociedades de acogida para que los ciudadanos de los países desarrollados viajen seguros, renten un jeep en National, compren donde vendan el Washington Post, busquen la cerveza Budwaiser, todo ello porque no pueden entender que fuera de sus fronteras existan otras realidades y que si bien éstas son distintas, la diferencia no las hace malas.

Será por ello que algunos teóricos del turismo afirmen que el turista del primer mundo nunca sale de su realidad, lo que sale es su cuerpo, pero no su mente, un reto difícil para las sociedades de acogida.

EL TURISMO: ¿UN MODELO DE DESARROLLO?

El papel del turismo en la economía mundial puede verse de una manera general, sin embargo, al analizar el impacto que genera esta actividad en las diferentes economías, vemos que no muestra un comportamiento similar.

En los países desarrollados, el turismo ha posibilitado la apertura de nuevas zonas económicas, como ha sido el caso de la península de la Florida, el desierto de Nevada donde está Las Vegas, o en otros casos, ha permitido una reingeniería urbana como es el caso de Londres y París, que pasaron de ser ciudades industriales a verdaderas ciudades históricas, donde el turismo cultural tiene un gran campo de expansión.

El desarrollo del turismo se integra en estos países a una estructura económica en expansión, con servicios muy consolidados, sin carencias ni deudas a grupos sociales, ya que ocupa o recicla a grupos de trabajadores que vienen de otras actividades o realizan su primera experiencia laboral en este sector.

El turismo ha sido un elemento fundamental en el cambio de la estructura económica de estos países y hoy tiene un peso significativo en sus economías, al extremo que el liderazgo en el sector ya sea en turismo interior, recepción de visitantes y derrama, es muy superior a los que se dan en los países de desarrollo menor.

Economías emergentes y turismo

La situación es diametralmente opuesta en los países de bajo nivel de desarrollo, ya que el turismo en estas economías se transforma en el modelo de desarrollo alternativo, la opción de la época para poder salir de la situación en que se encuentran, el caso de la mayoría de las economías insulares del Caribe y el Pacífico ilustran mejor esta afirmación ya que estos países pueden ser hoy catalogados como economías turísticas.

ECONOMIAS TURISTICAS

PAISES	1995 Ingresos turísticos % PNB	Clasificación	1990 Ingresos turísticos % PNB	Clasificación
Maldivia	83.3	1	67.9	4
Anguilla	80.3	2	76.1	3
Antigua y Barbuda	72.3	3	85.6	2
Islas Vírgenes (GB)	69.5	4	95.7	1
Islas Vírgenes (EU)	60.8	5	51.9	5
Islas Cook	56.3	6	23.9	19
Santa Lucía	51.0	7	41.5	9
Macao	42.0	8	42.3	8
UAM	41.7	9	40.6	11
Bahamas	41.6	10	45.5	7
Aruba	41.0	11	40.3	12
Barbado	40.4	12	29.1	16
Guadalupe	38.2	13	16.4	26
Jamaica	33.8	14	19.8	22
Saint Kitts y Nevis	31.1	15	41.4	10
Gibraltar	29.8	16	49.8	6
Bermudas	29.6	17	30.5	15
Montserrat	28.0	18	19.0	23
Antillas Neerlandesas	27.9	19	24.2	17
Martinica	27.4	20	17.2	25
Vanuatu	27.2	21	23.9	18
San Vicente y Granadinas	23.2	22	30.6	14
Granada	21.7	23	18.0	24
Seychelles	20.9	24	35.6	13
Chipre	20.8	25	22.2	20

Fuente : OMT. Tourist Economic Report. 1998.

En las economías emergentes y los países de bajo desarrollo, el turismo cumple con diferentes funciones pero siempre son de alto impacto, ya que implican grandes transformaciones.

Los impactos varían según sea el tipo de turismo que se va a desarrollar y la zona en que se va a aplicar. Algunas de las formas que éste asume son las siguientes:

- *El turismo como agente de modernización*

Con el dominio de Occidente, la modernización pasó a tener un valor similar al de desarrollo. Por ello es que la modernización significa una adecuación de las realidades a la del mundo occidental. (Ianni 1996)

Esto se ha propagado de una manera casi religiosa, ya que la modernización aparentemente cumple el papel de la mano invisible que planteó Adams Smith, organiza la economía de la región de una manera providencial, ordenando los factores y motores para lograr el desarrollo, lo cual no es ni cierto ni posible, porque lo único que impone son las reglas del libre mercado, que generalmente terminan afectando a los pobladores de estas zonas.

Esta modernización o integración a la economía de mercado occidental es una función que realiza el turismo, ya que generalmente integran economías primarias al sector terciario, zonas aisladas y muy poco desarrolladas a una modernización generada de una manera muy dinámica. El éxito no es sólo porque reproduce las condiciones económicas, sino que realiza una adecuación cultural y social, que no beneficia a los pobladores pero sí al modelo que se implanta y a sus agentes.

El ejemplo extremo nos lo dan las zonas más alejadas, las reservas, las áreas protegidas, las zonas donde hay grupos indígenas, que es donde entran integrando y modernizando de manera forzada a estos grupos a través de diferentes opciones de turismo alternativo, desde el de aventura, el ecoturismo, el turismo étnico, el turismo de la naturaleza, entre otros.

En estas regiones se impone un modelo nuevo, tiempo atrás fue por parte de los misioneros, hoy es de los ecologistas y otros grupos de agentes de cambios, que dotados de buenas intenciones terminan abriendo el mundo cerrado de estos grupos a un choque inevitable con una modernización forzada, que difícilmente puede llegar a lograr un cambio positivo. Se integran a la economía de mercado, en pequeña escala, se les impone la necesidad de un nuevo consumo, se los recicla de cazadores a guías, se los mantiene como parte importante de lo que se ofrece como un producto muy especial, selvas vírgenes y pueblos con un nivel de desarrollo comunal.

Estos ejemplos son muy importantes en América, especialmente en la zona Amazónica, en Centroamérica también y en algunas regiones de México, hablando sólo de América Latina.

- *El turismo como mecanismo de recolonización*

Cuando se cumplieron 500 años del comienzo de la conquista de América, los españoles comenzaron a hablar del Encuentro de dos Mundos, sin explicar que eran diferentes y lo único que no se podía negociar era el entendimiento, porque era opuesto al principio que regía estos viajes, la conquista como antesala del saqueo.

El encuentro ha seguido hasta hoy y cada vez más las inversiones españolas, generan grandes beneficios desde América; la segunda conquista había comenzado, ayer por la fuerza; hoy, por visitantes e inversionistas, siempre por dinero.

El turismo al expandirse genera una doble dinámica; en primera instancia, integra zonas aisladas de los países en desarrollo a la economía de mercado en su versión más moderna, los servicios. El capital que colocan estas zonas aisladas es naturaleza, cultura local, el aislamiento y cierta ingenuidad; los que llegan introducen una monetización de todos los recursos y servicios, pero adecuado a la lógica regional, bajos salarios y elevados costos de los productos de consumo de la sociedad. Esto genera inflación y una pérdida económica permanente de los locales, los cuales terminan generalmente reducidos a un valor mínimo de fuerza de trabajo barata para los servicios menos calificados. (Arnaiz y César 1995)

Hay un proceso que se dio en forma similar en las diferentes etapas de la colonización, que siempre fue relegando a los propietarios de los recursos naturales a un lugar de servidumbre.

Estos hechos ya han sido estudiados en los casos de las viejas culturas de Tahití por Valene Smith y otros antropólogos que han sido pioneros en los estudios de la transición de las comunidades denominadas primitivas con la modernización que primero trajo la segunda guerra mundial y luego el turismo.

En América, el fenómeno ha sido similar aunque no tan violento, como en el caso de las comunidades más aisladas. En Belize, por ejemplo, se da el caso de las comunidades que trabajaban la copra que son

captadas por dos revoluciones, primero la propia de la pesca y luego por la llegada del turismo, todo esto en no más de tres décadas. (Arnaiz 1996)

Pero existe un movimiento inverso, que es el de los visitantes de los países colonizadores hacia las viejas colonias o zonas del mundo subdesarrollado, esta visita se realiza en plan turístico, pero tiene tras de sí una serie de implicancias que son profundas para el visitante y que se expresan en su relación con los pobladores de las sociedades de acogida.

- Hay una necesidad de redescubrir, lo que sus antepasados describieron como lugares exóticos, mágicos, terribles e indómitos.
- El regreso siempre es desde una posición de ventaja, ya sea como un pequeño conquistador o bien como un conocedor, pero siempre hay tras sí una relación muy diferente.
- Viene a admirar la naturaleza salvaje, los pueblos olvidados, las regiones atrasadas, es una relación muy especial entre la belleza de lo natural y la pobreza de lo terrenal.
- El proceso no dura sólo un viaje puede continuar, puede marcar un cambio en la vida de algunos, los hacen volver como colonizadores nuevos, siempre gozando de las ventajas de su poder adquisitivo y su estatus de miembro de un país importante.
- La gran mayoría une estas fantasías a otras más sencillas; en sus países de origen son ciudadanos pobres y sin nombre, y en su viaje son otros, reciben un trato personalizado, sienten diferente y ello los hace doblemente recolonizadores.
- Las fotos y las películas de hoy son como las plumas y las especies de ayer, como los tributos que se llevan, para luego socializarlos en sus pequeños mundos de sus pueblos, trabajos, que son su universo, y donde gracias a su viaje tienen una historia que contar, en medio de esa gigantesca marea de clase media que es la que desarrollan la sociedad de los países industrializados.

La recolonización no es una especulación teórica, sino por el contrario, es una opción ideológica que el sistema promueve para generar las ilusiones o utopías que debe tener todo mortal para sobrevivir en la selva del mundo del consumo, un lugar donde las leyes de la naturaleza han sido superadas con creces y que hoy se expresan en esa profunda asimetría existente entre países y al interior de los países desarrollados.

CONCLUSIONES

El turismo no es un fenómeno aislado, sino una de las formas nuevas que asume el modelo hegemónico para redefinir y reciclar zonas que antes habían sido desarrolladas y hoy están en crisis como ciudades y áreas industriales o rurales, todo ello en el mundo desarrollado, o para integrar y ampliar la frontera económica del mercado en nuevas regiones de los países emergentes.

En ambos casos, es un modelo de desarrollo, que tiene diferentes consecuencias según sea la región donde se aplica, pero siempre seguirá la tendencia del país donde se da.

El turismo ha cambiado a tal grado que los viajes de negocios hoy son un sector tan importante como otros segmentos de este fenómeno y con ello integran a la producción y al comercio como agentes del turismo.

La población cada vez viaja más, las grandes masas del planeta se mueven más rápidamente, unos para emigrar por falta de trabajo, comida y oportunidades, otros para ver el escenario abandonado o su periferia, los últimos lugares naturales de un mundo en crisis ambiental, pero todos se mueven. ¿Es ésta una nueva característica de la sociedad del futuro?, y de ser real, ¿en qué nivel quedaría ubicado el turismo?

Quizás el viajero moderno intente no salir de su casa, pero conocerá más a través de los nuevos sistemas de comunicación; muchos saldrán a ver lo que antes era común y hoy es la excepción; todos tienen interés en conocer más del planeta azul, y el movimiento es el eje, por ello el turismo que hoy conocemos puede ser parte de la prehistoria de una nueva dinámica social, o bien, la última etapa de conocimiento masificado del planeta.

REFERENCIAS

- Arnaiz, Stella Maris (1996) De la pesca al turismo: los cambios socioeconómicos en San Pedro, Ambergris, Belice. Tesis Doctorado. Université Laval. Québec. Canadá.
- Arnaiz, Stella Maris y Alfredo César D. (1995) Turismo y recolonización en San Pedro, Belize. En Estudios y Perspectivas en Turismo. Vol. 4. No. 1. Argentina.
- Barnet, J.R. y John Cavanagh (1995) Sueños Globales. Flor del Viento Ediciones. España.
- Bastenier, M.A. (1999) El bucle viajero. El País. 26 de diciembre. No.1332. Madrid.
- Bauman, Zygmunt (1999) La globalización, consecuencias humanas. Fondo de Cultura Económica. Argentina.
- Beck, Ulrich (1998) ¿Qué es la Globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización. Paidós. Barcelona.
- Bijker, W.E., Thomas P. Hughes y Trevor Pinch (Edits.) (1987) The social construction of technological systems: New directions in Sociology and History of Technological System. Cambridge. MIT Press.
- CEPAL. Reunión de expertos sobre el turismo en el istmo centroamericano (1999) Istmo Centroamericano y la República Dominicana: Indicadores de la actividad turística. CEPAL. México.
- Chomsky, Noan y Heinz Dieterich (1996) La Sociedad global. J. Mortiz – Contrapunto. México.
- Ginebra, J. (1998) La Trampa Global, Neoliberalismo, Neocapitalismo, Neocolonialismo. Panorama. México.
- Ianni, Octavio (1996) Teorías de la Globalización. Siglo XXI. México.
- Jenkins, C.L. (1994) Estrategias del Desarrollo. En Desarrollo de Destinos Turísticos. Diana. México.
- Nash, Dennison (1989) El Turismo considerado como una forma de imperialismo. En Anfitriones e Invitados. Endymion. España.
- OMC. Consejo del Comercio de Servicios (1998) Servicios de turismo. S/C/W/51. México.
- OMT (1995) Concepts, definitions and classifications for Tourist Statistics. OMT. Madrid.
- SECTUR (1999) Aspectos relevantes sobre la cuenta satélite del turismo en México. SECTUR. México.