

Opiniones y ensayos

Las contradicciones del turismo cultural, la economía y la política

Alfredo Ascanio
ajascanio@cantv.net

Introducción

Fue Thomas y Julian Huxley (1947) quienes definieron la evolución como un incremento de la complejidad; es decir, mayor control, independencia y auto-realización; y al mismo tiempo, más armonía en las organizaciones, debido al mayor conocimiento y experiencia. No obstante, la evolución no supone progreso, porque la evolución es un proceso de hecho y el progreso es un juicio de valor (Kahler, cf. Ashley, 1968: 9).

La esfera de acción turística de una comunidad, supone una especialización del sistema comunal, al interiorizar y organizar su experiencia que proviene de la presencia del visitante foráneo. Esa nueva facultad, o rol de una comunidad, de ser un buen anfitrión, está formada por individuos que forman parte de un conjunto. Cualquier cambio o perturbación de una comunidad turística, puede tener efectos en sus individuos, a pesar de su autonomía y *vice versa*. Esta mutua interacción entre comunidad y quienes la forman, es lo que hemos llamado un elemento del sistema turístico; y el concepto es crucial para entender, que los individuos viven al mismo tiempo en dos niveles, el suyo y el del grupo.

El estudio social del turismo cultural, no puede separar al individuo de la comunidad a la cual pertenece, como no se puede separar lo ambiental, de lo económico y de lo político. Si los individuos, que participan del sistema turístico, no se pueden adaptar a lo que se llamaría la conciencia colectiva, ello podría ser la causa básica de una crisis.

Ahora bien, en este asunto: ¿dónde ubicamos la *cultura*? ¿Qué rol y significado tiene el turismo cultural en el proceso evolutivo? Entendemos la cultura, en este artículo, como una entidad independiente e identificada con una comunidad étnica; no obstante, cultura y comunidad no es exactamente la misma cosa (Kahler, 1968: 17); aunque ellas se relacionan, sucede a menudo que nuevas fuerzas pueden hacer que la cultura, como entidad independiente, evolucione y cambie. El proceso de cambio comienza con la gente. Gradualmente una nueva esfera de acción, como la actividad turística, produce una nueva y marcada dirección: la cultura turística; es decir, un sistema de creencias empíricas, expresadas mediante símbolos y valores, los cuales definen la situación dentro de la cual una acción turística tiene lugar. Esta nueva dimensión de experiencias, que llamamos "*cultura turística*", está organizada en un sistema de símbolos, que a su vez se rela-

ciona con el comportamiento de los individuos y sus motivaciones.

Los individuos, que forman una comunidad turística, organizan su sistema de comportamientos, ideas, creencias, actitudes, sentimientos, actos, códigos e implementos turísticos (White, cf Ashley, 1968: 103). Esta cultura turística, que es una nueva dimensión, tan compleja como la cultura original de una comunidad, requiere de un proceso de adaptación que sólo la misma comunidad debe aceptar o no. Al comienzo, será necesaria una reestructuración psicológica que no sólo haga posible su adaptación, sino que también surja un reajuste cultural, el cual supone innovación y creatividad (Hallowell, cf Ashley, 1968: 239).

No obstante todo lo anterior, se requiere un tiempo suficiente hasta que la comunidad se ajuste a su nuevo rol; si el ajuste es gradual la estabilidad será mayor (Harold Lasswell). Entonces se puede inferir, que cuando el turismo surge abruptamente e impuesto desde afuera, por lo general es rechazado, a menos que la comunidad de acogida sea muy pasiva y genere pocas tensiones (Kuttner, 1968: 288).

El turismo en el contexto capitalista

En el año de 1976, Daniel Bell esbozó del siguiente modo el prefacio para su libro, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, que aspiraba fuese una aguda crítica pero elaborada con sensatez:

Lo que relato es un debate sobre el modernismo como rasgo central de la vida cultural... y los problemas que origina el manejo de un orden político complejo cuando los valores de la sociedad reesfuerzan un irrefrenable apetito. Las contradicciones que veo en el capitalismo contemporáneo derivan del aflojamiento de los hilos que antaño mantenían unidas la cultura y la economía, y de la influencia del hedonismo, que se ha convertido en el valor predominante de nuestra sociedad.

En estos ensayos, Bell llega a la conclusión que en la mayoría de los casos del mundo contemporáneo, es el orden político el que se ha convertido en el verdadero sistema de control de la sociedad. El señala que la economía, el orden político y la cultura se rigen por principios que forman ejes

contrarios: la economía, por la racionalidad y la eficiencia; el orden político, por el poder social legitimado para regular conflictos en un marco legal y lograr la justicia y la igualdad; y la cultura, un ámbito de formas simbólicas expresivas en la búsqueda de la autorrealización (o la auto gratificación). Estos tres ámbitos han moldeado tensiones y conflictos sociales. (Bell, 1976: 11-12).

Para Bell, lo que había sucedido era que el hombre concientemente estaría destruyendo su pasado y construyendo su futuro de una manera extrema o apocalíptica. Los modos de vida, las relaciones sociales, las normas y los valores, no se trastocan del día a la noche. Pueden cambiar las estructuras del poder, pero esas son sólo circulaciones de élites y no cambios en la estructura social, porque los hábitos, las costumbres y los modos tradicionales establecidos cambian con lentitud y con dificultad; y si aparece el cambio, se tiene que hacer recurriendo a los ladrillos del viejo orden.

Bell concibe entonces a la sociedad como formada por los tres ámbitos señalados (el tecno-económico, el político y el cultural). Este autor entendía por cultura menos de lo que contiene la definición del antropólogo (modos pautados de vida) y más de lo que suponen otras ideas, pero siguiendo a Ernst Cassirer, él señala que la cultura es:

El ámbito de las formas simbólicas expresivas; es decir, los esfuerzos, en la pintura, la poesía y la ficción, o en las formas religiosas de las letanías, liturgias y rituales, que tratan de explorar y expresar los sentidos de la existencia humana en alguna forma imaginativa y también la cuestión de los modos cognoscitivos, la filosofía y la ciencia, que sin duda pertenecen al ámbito de la cultura (Bell, 1976: 25).

No existe ninguna relación simple y determinada entre los tres ámbitos señalados, pues los cambios en el orden tecno-económico son lineales, ya que se siguen leyes sobre los principios de utilidad y eficiencia. Pero en la cultura siempre hay un *ricorso*, un retorno a las cuestiones que constituyen los conflictos existenciales de los seres humanos. Se forma un repertorio ampliado de experiencias al que se puede recurrir para renovarse. En lo económico, si hay cambio de escala se pasa a la especialización y a la diferenciación; en la cultura, si hay un derrumbe de determinada cultura

aparece *el sincretismo*, la mezcla de culturas o de estilos o las fusiones; es que su principio es la expresión y remodelación del “yo” para lograr la autorrealización.

Los conflictos sociales latentes que se han expresado ideológicamente como alienación, despersonalización, el ataque a la autoridad, etc...son las contradicciones entre un ámbito tecno-económico que es burocrático y jerárquico, y un orden político que cree formalmente en la igualdad y la justicia, y una cultura que se interesa por el reforzamiento y la realización del “yo” y de la persona “total”.

Ahora bien el turismo forma parte de la fase de pasar de la fabricación de bienes a la puesta en valor de los servicios y esta actividad forma parte del capitalismo como un sistema económico-cultural, que se organiza en base a instituciones de la propiedad y la producción de bienes y servicios, y fundada culturalmente en el hecho de que las relaciones de intercambio, la compra y venta del de turismo, forma parte de la función social de la comunidad receptora..

El gran objetivo del turismo es una experiencia de vida, sentir que existimos y que ello nos impulsa a viajar. Y el impulso que acicatea al empresario turístico es la oportunidad de ofrecer viajes novedosos y de crear sus paquetes de desplazamientos, esperando, por supuesto, una adecuada utilidad; así pues, aquí puede surgir un conflicto entre el enfoque económico del turismo como negocio y el turismo como algo espiritual y de autenticidad social, que realmente es una fuente de juicios éticos y estéticos.

Si en el temprano desarrollo del capitalismo, el impulso económico sin freno fue controlado por las restricciones puritanas y la ética protestante; en el momento actual el freno ha venido de la preservación del medio natural y cultural, recurriendo a los códigos de ética y a la necesidad de establecer normas de acreditación. Y esto ha sido así porque el crecimiento del turismo tiene enorme efectos o impactos “colaterales”.

¿Cómo se logra el equilibrio entre privilegiar el turismo y eliminar sus contaminaciones? . La cuestión es si esto puede ser controlado de una manera manejable. Y esto tiene que ver también con el asunto del interés público y el apetito privado, lo cual. “La dificultad principal —remarca Bell— es

doble: la sociedad occidental carece al mismo tiempo de *civitas*, la disposición espontánea a sacrificarse por el bien público, y de una filosofía política que justifica las reglas normativas de las prioridades y asignaciones en la sociedad” (Bell, 1976: 37).

Así pues, el turista y el anfitrión tendrán que seguir los consejos de Rimbaud, cuando señalaba que: “debemos inspeccionar lo invisible y oír lo inaudito”. O sea, el turista y quien lo atiende, tendrán que discernir realidades que los ojos de otros (como los operadores turísticos) no han logrado todavía ver (Bell, 1976: 40). Por ello es que ahora se estaría de acuerdo en que sea la propia comunidad receptora e incluso los propios turistas quienes deban decidir la forma y la manera de hacer turismo.

La sociología del turismo

Algunos profesionales que se han ocupado de introducir en las definiciones del turismo el aspecto cultural, no han logrado darse cuenta de que el intercambio de bienes y servicios culturales entre una población anfitriona y una de visitantes, puede estar desbalanceada, con sus consecuencias posteriores. Veamos la definición de turismo que hace Héctor Manuel Romero en su libro *Socio psicología del Turismo*: “fenómeno socioeconómico y cultural, provocado por forasteros que al visitar voluntariamente una localidad sin propósitos inmediatos de lucro, canjean los consumos materiales y culturales que ahí realizan, por productos equivalentes generados en la comunidad en que radican.” (Romero, 1977: 8). No hay duda que el canje no puede ser equivalente, pues el intercambio cultural entre poblaciones dispares, en cuanto a sus modos de vida y juicios de valor, debería estar produciendo impactos de un lado y del otro.

Aunque el turismo es un vehículo de comunicación, existe una disparidad en el intercambio. Tendría que haber una elevada responsabilidad moral y social tanto en el anfitrión como en el visitante, para poder minimizar los impactos negativos.

El análisis del turismo fronterizo en México por ejemplo (Romero, 1977, *passim*), señala que allí aparece una transculturación psicológica que erosiona el patrimonio cultural especialmente en lo que se refiere a costumbres e idioma, señalaba Antonio

Herrerías. Por otra parte se argumenta que la internacionalización del turismo actúa como un fenómeno aculturador debido a los impactos de una cultura sobre la otra y *viceversa*. El anfitrión y el turista poseen valores susceptibles de canje y lo suficientemente dinámicos para que vayan infiltrándose en los hábitos y costumbres. Este intercambio de valores podría estar produciendo impactos positivos o bien negativos de un lado y del otro.

En ese turismo fronterizo operan tres fenómenos psicológicos importantes: 1) Los ritos de paso; 2) los encuentros culturales y sus impactos; y 3) el proceso de aculturación del inmigrante.

El hecho meramente físico de cruzar una frontera, opera como auténtico rito de un individuo que se siente liberado de determinadas normas culturales, para encontrarse con otras, que lo inducen compulsivamente a la aventura y a la diversión. Pero también los encuentros culturales pueden inducir a patrones de hostilidad e intolerancia frente al visitante extranjero; este rechazo puede ser un mecanismo de protección de la cultura del anfitrión frente a la cultura del turista. Igualmente, los inmigrantes que pasan la frontera se convierten en una minoría étnica con dificultades de adaptación y por lo general discriminados. También el hijo del inmigrante mexicano que pasa la frontera como turista, tiene que afrontar la contradicción entre la admiración de su actual patrón de vida y el repudio, o por lo menos el desdén, hacia el país de sus ancestros.

El rol intercultural del turismo podría estar generando también en algunos casos respeto mutuo, eliminación de prejuicios, eliminación de barreras comerciales, difusión de fragmentos culturales en proceso de entendimiento.

Estrategias para reinventar el turismo cultural

Cuando en este ensayo se menciona la palabra reinventar no consiste en un cambio del sistema turístico, ni siquiera se refiere a reorganizar los organigramas, pero sí a reconsiderar los fines, visión y misión estrategias, programas de acción y controles; y además, la manera o forma de reparar el poder y su cultura.

Se refiere este concepto a la necesidad de ser eficientes, pero considerando sobretudo el patrimonio natural y cultural de la comunidad de acogida, para que todas las reformas funcionen (la eficacia). En este enfoque no basta con mejores planes estratégico e instrumentos de manejo. Estas son herramientas muy necesarias y útiles que contribuyen al éxito del quién se dedica a reinventar el turismo, siempre que sean utilizadas con criterio, pero lo más importante es reinventar los sistemas en cuyo seno trabajan los organismos públicos y privados del turismo (Osborne y Plastrik, 1998: 26-30)

La reinención consiste también en crear un sistema turístico que innove de forma habitual y que mejore continuamente la calidad de los productos; o sea, un sistema que se renueva a sí mismo, con la suficiente capacidad de adaptación al contexto, para poder afrontar los nuevos problemas que puedan surgir cuando el entorno cambie.

Una lista de los principios para la reinención, según Osborne y Plastrik, son los siguientes, la unidad encargada del turismo cultural debe ser:

- una entidad pública y privada catalizadora, que lleve el timón en vez de remar
- una entidad pública y privada que elimine el control de los servicios por parte de la burocracia y se lo entregue a la comunidad para que resuelva sus propios problemas
- una entidad pública y privada que inspirada en sus objetivos simplifique sus procedimientos dentro de los límites legales
- una entidad pública y privada que utilice sus presupuestos para lograr adecuados resultados, estableciendo metas y recompensas
- una entidad pública y privada que sepa satisfacer a la clientela ofreciéndole lo que le pertenece como patrimonio y en las mejores condiciones económicas
- una entidad pública y privada que sepa cobrar tasas a los usuarios de sus recursos para reinvertirlos en su propio crecimiento, desarrollo, evolución y progreso
- una entidad pública y privada previsorra, que emplea la herramienta de la planificación estratégica para adelan-

tarse a la posible solución de los problemas futuros

- una entidad pública y privada que sepa descentralizar, para que los que estén en primera línea de la gestión puedan tener también poder de decisión en un trabajo en equipo
- una entidad orientada al mercado, para crear incentivos y animar a los operadores y a los turistas a fin de que observen comportamientos que les permita resolver los principales problemas sociales de la comunidad de acogida.

Bibliografía

- Ashley Montagu, M.F., (Editor)
1968 *Culture: man's adaptive dimension*.
New York: Oxford University Press.
- Bell, Daniel
1977 *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid: Alianza Universidad.
- Huxley T.H and Huxley Julian
1947 *Touchstone for ethics 1893-1943*. New York.
- Osborne, David y Plastrik, Peter
1998 *La reducción de la burocracia: cinco estrategias para reinventar el gobierno*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Romero, Héctor Manuel
1977 *Socio psicología del turismo*. México: Ediciones Daimon.

Recibido: 22 de septiembre de 2003
Aceptado: 10 de noviembre de 2003