

Reseñas de publicaciones

Host and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21 st Century.

Smith, Valene & Brent, Maryann (Eds.). New York: Cognizant Communication. 2001.
ISBN 1-882345-28-2 (Hard bound.) — 1-882345-29-0 (pbk.)

Beatriz Martín de la Rosa

En 1977 se edita por primera vez *Host and Guests. The Anthropology of Tourism*, fruto del primer congreso nacional sobre turismo organizado por la Asociación Americana de Antropología (A.A.A.) y celebrado en ciudad de México. El turismo comenzaba a ser un tema central y una preocupación para los antropólogos, y por supuesto, también se configuraba como una importante industria con una fuerza económica vital para muchos países en vías de desarrollo. Una nueva edición someramente revisada vio la luz en 1989 y ahora, veinticinco años después del congreso, acaecidas numerosas modificaciones socioculturales, económicas, políticas y del sistema turístico, Valene Smith y Maryann Brent editan *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21 st Century*, mostrando el esfuerzo de muchos investigadores por comprender y analizar el turismo.

Un primer aspecto señalado en el prefacio del libro refleja que en la actualidad las investigaciones sobre turismo constituyen un sólido cuerpo teórico avalado por más de 415 universidades en las que se imparten enseñanzas sobre turismo, por más de 1.200 investigadores y por la amplia cantidad de revistas que se editan. No se trata de una frivolidad, sino todo lo contrario, una odisea empeñada “en comprender el

papel del turismo en nuestras vidas” (xv). Objetivo nada desdeñable, si tenemos en cuenta la dimensión actual del turismo; en 1999 el número de desplazamientos ascendió a 663 millones y se estima que para el 2010 no sólo se registre un billón de desplazamientos, sino también que 1 de cada 11 empleos se derive directamente del turismo.

El libro está dividido en seis cuerpos diferentes con una misma estructura. Inicialmente se presenta una revisión teórica a cargo de Smith sobre aspectos del turismo que necesitan ser “revisados”, y que según criterios de los editores son centrales para el estudio de turismo (naturaleza del turismo, impactos, sostenibilidad). A continuación se plantean diferentes estudios de caso, realizados por un variado número de investigadores (Pi -Sunyers, Urbanowicz, Brent, Swain, Sofield, Wallace, etc...) en los que se analiza el problema desde la realidad de un destino o un lugar concreto (Filipinas, Zimbabwe, Gran Canaria, México, Las Vegas, Turquía, Los fiordos de Noruega, Katmandu...).

El sugerente título *De la edad de Piedra a Star Trek* intenta reflejar la evolución, los cambios experimentados, en los estudios sobre el turismo. Obviamente, el turismo sigue asociado a tiempo de ocio o disfrute, a

la disponibilidad de ingresos y a una valoración social positiva. Pero, más allá de los enfoques desarrollados en las décadas anteriores, en la actualidad cualquier análisis de la actividad turística debe tener en cuenta tres factores cotidianos en nuestra sociedad: el consumismo, la globalización y el urbanismo. Sin la consideración de estos tres hechos cualquier acercamiento a la realidad turística arrojaría unos resultados bastante parciales y sesgados.

El turismo es una forma de consumo no directamente asociada a la adquisición de bienes (aunque en un viaje se adquieran "bienes"), sino de aquel relacionado con el placer y la diversión. El ocio sin el consumo no es concebible. De igual modo, en un "mundo globalizado", anfitriones e invitados "anhelan" estilos de vida parecidos, al menos en cuanto a comodidades se refieren. La globalización homogeneiza de cierto modo los deseos y necesidades, transmitiendo la apariencia de que "todos somos más o menos iguales", pero al mismo tiempo genera fuertes movimientos de nacionalismo, localismo. Es decir, globalización y "localización" son dos caras de una misma moneda. Todo esto transcurre mientras se nos recuerda, y el turismo resulta en estos casos una herramienta bastante eficaz, que la riqueza de unos se deriva de la pobreza de los otros y que lo más importante para los turistas no es que los otros sean pobres, sino que muestren su diferencia y autenticidad. Por último, cada día vivimos más en ciudades o en mega-ciudades, que genera unos hábitos de vida, y por tanto unos hábitos de ocio y un tipo de turismo específico¹.

Para finalizar esta primera sesión (la única que no cuenta específicamente con estudios de caso) se presentan dos artículos. El primero, de Jafar Safari, expone un análisis de la evolución de los estudios sobre el turismo sin aportar ninguna novedad respecto a sus contribuciones anteriores. En el otro artículo, Nelson Graburn realiza una interesante revisión de su clásico acercamiento al turismo como ritual, que participando al lector de las claves básicas para entender las motivaciones de los turistas y la experiencia turística. Variables vitales para la planificación y gestión de los destinos turísticos.

En la segunda sesión, Naturaleza del turismo, Smith retoma de nuevo en su re-

flexión teórica la importancia que tiene conocer el porqué del viaje y la elección de uno u otro destino de cara a la planificación y gestión del turismo. Las motivaciones de los turistas pueden ser abordadas desde diferentes perspectivas de análisis, descriptiva, psicológica y cuantitativa. Pero, sin duda, lo más relevante es cómo la ya clásica clasificación del turismo que aportó en 1977 (exploradores, elite, excéntricos, inusuales, masa incipiente y masa) se adapta a los nuevos tiempos. Ajustándose a los términos acuñados por el mercado, la analista del turismo nos ofrece una tipología que conjuga motivaciones y comportamientos: viaje de aventuras, aventura suave, excéntrico, interesados en un tipo especial de rutas, masa, y chárter. Además de añadir como categorías en auge los viajes de negocio o convenciones, viajes como incentivos y viajes como peregrinaje.

En este capítulo se presentan varios estudios de caso en los que se incide en cómo ha afectado el turismo en las "poblaciones locales o residentes". Cabe destacar por sus aportaciones novedosas el artículo de Charles Urbanowicz. Centrado en el caso del turismo vinculado a los casinos en Estados Unidos, se estudian las causas y las principales consecuencias que se derivan de este tipo de actividad. Oferta de ocio nada irrisoria, si tenemos en cuenta un 7% de los viajes realizados por estadounidenses tiene como objetivo central el juego en casinos, o lo que es lo mismo un total de 72'8 millones de personas en el año 2000 (55). El segundo lugar señalar el estudio de caso realizado por Tom Selänniemi sobre el turismo finlandés en Playa de Inglés (Gran Canaria). Su análisis resulta interesante porque aporta claves para entender el éxito del turismo de masas, tan denostado en la actualidad. A los finlandeses que visitan esta región les interesa muy poco saber dónde están, para ellos es suficiente con pasar unos días "en el sur", lejos de su invierno y relacionarse con el resto de compatriotas que hay en la zona. La tan mitificada autenticidad del destino no es ni siquiera cuestionada y simplemente es reemplazada por una "experiencia satisfactoria" que desean repetir el próximo año. Ésta se reduce a playa, sol, centros comerciales en los que adquirir sus productos (en especial el café), la casa de Finlandia como lugar de

encuentro con compatriotas (e incluso vecinos en su país) con los que compartir una cena finlandesa y un tiempo para el “karaoke”. Se trata de turistas con un bajo nivel cultural que, según el autor, se diferencian claramente de otros que prefieren otros tipos de destinos con material cultural diferente (Grecia, por ejemplo). La única objeción a este estudio de caso es que no plantea cómo ha afectado y afecta este tipo de turismo en el seno de la población residente en la zona. Esta debilidad puede que sea consecuencia de la metodología utilizada en su investigación, centrada en las aportaciones recogidas en los diarios de viaje, realizados por finlandeses de vacaciones. Quizás con la aportación complementaria del trabajo de campo en el área, la investigación se acercaría más a este tema.

La tercera sesión Cambios e impactos se inicia con el debate sobre si el turismo es una plaga o, por el contrario, una bendición. Los impactos del turismo son generados por la incompatibilidad de filosofías entre la oferta (los locales consideran en líneas generales que cuanto más turismo mejor, *bigger is better*) y la demanda (turistas que quieren exclusividad, playas privadas, comodidades). Las consecuencias del turismo aparecen recogidas en una gráfica en la que se sopesan aspectos positivos en la economía, el medioambiente y la cultura, frente a los aspectos negativos generados en las mismas áreas (110). Su utilidad derivada de su carácter sintético, resultando de gran interés para futuros análisis. Otro aspecto interesante a señalar es que precisamente en las investigaciones, Smith plantee que los datos obtenidos (en especial los derivados del conocimiento de la población local) sean agrupados en cuatro grandes grupos según se refieran al hábitat (en sentido amplio), la historia, el patrimonio y las artesanías². Como ejemplo, aporta un escueto análisis de los cambios acontecidos entre los Kotzebue Inuit (ártico) clasificados según estos cuatro campos temáticos.

La exposición de la editora se complementa con el estudio de caso sobre el turismo en Quintana Roo (Península de Yucatán) realizado por Oriol Pi-Sunyer, R. Brooke Thomas y Magali Daltabuit. El artículo intenta reflejar el proceso evolutivo de esta región, que cuenta como principal

atractivo con un importante conjunto de ruinas “mayas”. Constatan los autores como de las promesas de empleo y desarrollo para la población local (en su mayoría campesinos de origen maya) se ha derivado una realidad excluyente, un proceso al margen de la población maya. Parece ser un costo que lamentablemente se repite con demasiada frecuencia, exclusión y empleo precario. Un segundo estudio de caso a destacar es el expuesto por Smith sobre el turismo en la isla de Boracay (Filipinas). Esta vez se muestra cómo un destino que comienza con las perspectivas de convertirse en alternativo y sostenible, acaba por transformarse en un destino turístico de masas, centrado en satisfacer las demandas de un número cada vez mayor de turistas procedentes de los países asiáticos cercanos. Para terminar señalar una reflexión³ planteada al final del artículo, “el gobierno es el principal responsable de conducir el desarrollo hacia la sostenibilidad” (152).

El tema y problema de lo que se ha dado en llamar turismo sostenible, “un constructo cultural o conjunto de ideas inspirados en el concepto de mediambiente o verde” (188), es tratado en el siguiente capítulo. Después de más de 30 años de desarrollo turístico de masas, los años noventa significaron la búsqueda de un turismo menos consumidor de los recursos globales. Ahora bien, no se trata únicamente de palabras o de buenas intenciones. Smith recalca lo complicado que pueden resultar este tipo de estrategias que precisan de un perfecto conocimiento de la industria turística y de las características propias de cada uno de los diferentes destinos, es decir, sus etnografías (188). No se trata por tanto de una receta universal aplicable a cualquier lugar, en tanto que apostar por una gestión sostenible del turismo implica planificar desde el ámbito de lo local⁴. Uno de los aspectos básicos a señalar en los estudios de caso que acompañan las reflexiones de la editora es la importancia que se le da a la planificación y a la gestión. Sin la realización de estas tareas, y en ocasiones a pesar de ellas, las diversas formas de turismo sostenible pueden verse abocadas a morir de éxito (Safaris en África donde casi son más los turistas que los animales). No obstante, para un acercamiento más crítico a la sostenibilidad, es necesario remitirnos a

contribuciones realizadas por autores como Richard Butler o Brian Wheeler, y por supuesto el libro clásico de Cater y Lowman, en el que se plantean además de importantes reflexiones teóricas, un detallado número de estudios de caso.

En la quinta sesión se plantea el problema de los mediadores culturales (culture brokers), personas capaces de mediar entre la demanda de los visitantes y la oferta de los anfitriones. En un inicio se trataba de hombres o mujeres “marginales” mediadores culturales entre occidente y las sociedades indígenas. En la actualidad ese papel de mediadores es ocupado por distintos sectores implicados en el turismo, guías, agencias de viajes, gobiernos o agencias internacionales. Recordemos en este caso el papel central del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional en el desarrollo del turismo en numerosas regiones, y más recientemente cabe señalar la incursión de las organizaciones no gubernamentales en el desarrollo de numerosos proyectos turísticos en países deprimidos.

Para finalizar, el texto nos plantea un capítulo para el mañana, Turismo en el siglo XXI. De manera reflexiva y con argumentos de peso se plantean las principales dimensiones y retos del turismo. Para Valene Smith los aspectos críticos serían los vinculados a los aspectos económicos y demográficos y su distribución global, los recursos limitados (agua y energía principalmente) y la conservación de entornos frágiles. Pero no pueden obviarse una serie de factores, como la guerra y el terrorismo, que podrán marcar seriamente el desarrollo a medio plazo del turismo, como parece confirmar el atentado contra las Torres Gemelas, los atentados de octubre en la isla de Bali, las numerosas guerras “étnicas” o la que cada día parece más eminente guerra contra los integrantes de lo que unos llamaron “el eje del mal”.

El texto de Valene Smith y Maryann Brent puede considerarse básico para todos aquellos que desean comprender algo mejor el turismo. Como la omnipresente primera edición de *Host and Guest*, revitalizada más que revisada con esta obra, se trata de una síntesis completa y detallada de los numerosos aspectos a tener en cuenta en cualquier investigación. Puede considerarse crucial la aportación de una extensa, y por

ello no menos importante, recopilación bibliográfica, que ofrece al estudioso las pautas básicas para moverse en el mundo, afortunadamente, cada vez más desarrollado y complejo de las publicaciones sobre turismo. No obstante, una objeción general es el carácter demasiado ecléctico y descriptivo, cómo se refleja en los objetivos iniciales, que impera en el conjunto de las contribuciones. A veces no basta con señalar únicamente lo que ocurre. Puede que, en líneas generales, “perder la autenticidad cultural” sea considerado como una consecuencia negativa del desarrollo turístico, pero tal vez el ver transformados los elementos culturales en productos turísticos evidencie que la gente, los pueblos y culturas que sostienen tales productos, puedan llevar algo a sus despensas. El reto de comprender mejor el turismo está servido.

NOTAS

¹ En el capítulo XVI Smith aborda este tipo de consecuencias más detalladamente.

² En inglés se trata de las 4 H's (habitat, history, heritage y handicrafts).

³ Reflexión de máxima actualidad en regiones como Canarias, en las que desde el gobierno se está en trámites de aprobar unas directrices de ordenación del territorio y del turismo, que “parecen” apostar por unas estrategias de desarrollo más sostenibles.

⁴ Objetivos que supuestamente intentan cumplir las agendas 21, a las que Smith dedica un interesante (aunque descriptivo) apartado en este capítulo.