

EFECTOS DEL TURISMO EN LOS VALORES SOCIO-CULTURALES *

Por **J. M. THUROT** **
F. CAMUSET **
G. GAY-PARA **
R. BARETJE **

INTRODUCCION

La Conferencia General de la UNESCO, en su sesión 18, adoptó la resolución 3411, que autorizaba al Director General a emprender un estudio concerniente a los valores socio-culturales del turismo. El presente documento fue preparado con la asistencia de un grupo de investigación del Centro de Estudios del Turismo de Aix-en-Provence (Francia). Este análisis viene a ser suplementario y complementario al trabajo emprendido bajo los auspicios del Banco Internacional de Reconstrucción y Desarrollo (Banco Mundial) y contiene los estudios llevados a cabo y publicados en los Estados Unidos de América. En estos dos análisis se apuntan a una serie de temas o problemas acerca de los cuales sería deseable que se centrara una investigación más amplia y que pudiera ser utilizada para la preparación de futuros trabajos. Además, se fa-

cilitan en él indicaciones que ya pueden ser útiles para la preparación de programas o anteproyectos de planificación de desarrollo turístico.

Dentro del objetivo de llegar a una formulación del turismo como fenómeno único y universal, los impactos socio-culturales en este campo han sido analizados de manera diversa por economistas y sociólogos (entre los que se incluyen ahora los antropólogos). El interés que muestran los sociólogos por el turismo tiene un origen reciente que data de hace tan solo diez años, lo cual es sorprendente si consideramos el tiempo de existencia del turismo. Por otra parte, ese interés ha sido solamente intermitente debido a que los sociólogos no han podido desarrollar una metodología adecuada (35). El interés demostrado por los economistas se remonta a una época anterior y desde que comenzaron sus estudios, han intentado, dentro de los límites del campo en el que son expertos, llevar a cabo un análisis sociológico, ya que indudablemente la estrecha relación entre los aspectos económicos y sociales es evidente en el fenómeno turístico.

* Publicado con permiso de *Annals of Tourism Research* © (vol. IV, núm. 2, noviembre-diciembre 1976). *Annals* es una revista de ciencias sociales que se publica cinco veces al año: Department of Habitational Resources, Universidad de Wisconsin Stout, Menomonie, Wisconsin 54751, USA.

** Investigadores del Centro de Altos Estudios Turísticos de Aix-en-Provence, Marsella.

Sin embargo, el interés común sociólogos y economistas, bien pudiera ocasionar tal y como será puesto de relieve, ciertos problemas, dado que el mismo fenómeno inspira en algunos casos análisis contradictorios. Ello se debe a que los sistemas de referencia de las dos disciplinas son radicalmente opuestos. En principio, pudiera decirse que los sociólogos, de manera inconsciente, contemplan las cosas desde un punto de vista que tiene como referencia las teorías de Juan Jacobo Rousseau; la edad dorada queda detrás, y la sociedad moderna se nos presenta como el producto de un desgraciado declive progresivo, desde el estado original de la sociedad, que era armónico y saludable con el consiguiente y forzoso deterioro de los últimos senderos de este paraíso perdido, que actualmente se ven amenazados por la marcada orientación comercial que se imprime al turismo.

Enfrentados con el mismo fenómeno social, los economistas, tan inconscientemente como sus colegas, adoptan el punto de vista opuesto: la edad de oro se vislumbra en el futuro y el desarrollo económico es el único camino por el que puede ser alcanzada. El turismo, como medio de desarrollo que ayuda a los países a lo largo del camino hacia esa meta, es por este motivo considerado como un campo merecedor de muchos cuidados, de manera particular desde que las actividades

turísticas por su verdadera naturaleza parecen ensombrecer esta edad de oro.

Para el sociólogo, las deformaciones sociales son precursoras de males aún mayores, mientras que para los economistas no se trata sino de imperfecciones inevitables como las que se encuentran en toda clase de productos en sus fases primarias de manufactura y que forzosamente han de ser sometidos a otras manipulaciones y acabado.

Es cierto, que durante un período de rápido desarrollo económico, el mito de la edad de oro que se avecina tiende a encontrar una mayor aceptación y los sociólogos parecen tener menor confianza en sus conclusiones. Al menos esto es lo que ha sucedido durante los diez últimos años. En contraste con lo anterior, durante un período de crisis económica, el punto de vista sociológico recupera el terreno perdido, ya que los economistas se ven invadidos por las dudas. Así, pues, antes de trazar un balance entre la posición de los sociólogos y la de los economistas, parecería aconsejable echar una ojeada lo más amplia que ahora nos sea posible, al panorama que ofrece el impacto socio-económico del turismo, en otras palabras, comenzar por un enfoque de índole más general al problema contemplándole en términos panorámicos de geografía humana.

PARTE PRIMERA: ASPECTOS SOCIO-ECONOMICOS

La literatura sobre este tema muestra una preferencia a tratar sobre el turismo en países y regiones de economía subdesarrollada, debido a que sus efectos aparecen allí con más relieve y al hecho de que las derivaciones y alcances son más sensibles. Es imposible, sin embargo, llegar a formular un juicio válido acerca del turismo si sectores enteros como son las ríveras europeas y americanas o áreas turísticas urbanas no fueran tenidas en cuenta, ya que precisamente son estos los espacios en los que el turismo internacional se muestra más activo. Puede decirse que en regiones con actividad económica floreciente

y bien diversificada ya esté el turismo establecido hace mucho o poco tiempo, no trae consigo efectos socio-económicos de naturaleza que atraiga la atención de los expertos. Lo cierto es que esta particular actividad de servicios muestra períodos apagados precisamente cuando otros servicios acusan mayor actividad, si bien en las regiones desarrolladas, dichos períodos son muy cortos, y la naturaleza estacional del turismo no es muy señalada, no presentando problemas sociales y económicos (particularmente en lo que se refiere a empleos) como surgen en muchos otros sitios.

Con la introducción del turismo en países o regiones poco desarrolladas dentro de otros que lo están, surgen graves problemas. Coignat (14) pone de relieve que la estructura económica es la misma en ambos casos: regiones desarrolladas y atrasadas que coexisten, sectores modernos de producción tradicionales, y un dualismo social (por ejemplo, conducta económica similar a la de una sociedad industrializada junto a la conducta tradicional), modelo que equivale a una falta casi completa de contacto entre dos sectores diferentes de la economía y grupos sociales. En esas condiciones, el turismo crea gran número de problemas.

A. EMPLEO

El turismo genera empleo: este es el principal argumento que ha sido invocado como básico para el establecimiento de facilidades turísticas, no sólo en países subdesarrollados, sino también en países desarrollados, en regiones donde la actividad económica tradicional está sufriendo una regresión (pesca, agricultura, ganadería, etc.). Allí donde el tipo clásico de recursos y atracciones turísticas no existe, se ha realizado un esfuerzo para inventar una clase de turismo basado en un retorno a la naturaleza y a la vida del campo, que generalmente sirve para apaciguar las dudas que embargan a aquéllos que se encuentran afectados por las perspectivas de declive de la agricultura. Aunque sea cierto que en la montaña el turismo ha tenido una gran importancia a efectos de detener el declive total que se produce en la agricultura al final del siglo pasado, queda todavía por probar que lo mismo suceda en las llanuras o mesetas (25). Por otra parte, en las áreas costeras, ningún estudio ha determinado aún hasta qué punto ciertas actividades turísticas, tales como la motonáutica, pueden contribuir a ofrecer genuinas oportunidades de alternativas de empleo para trabajadores de la industria de la pesca en lugares donde esta actividad aparece estar en declive.

En el plano social se presentan dos problemas de diversa índole. En cuanto a la industria pesquera, en la mayor parte de los casos, el hombre de mar puede ser conside-

rado como un trabajador proletario, laborando en condiciones que sin exagerar son peores que cualesquiera otras en el mundo del trabajo. Pero al insertarse en la industria turística el hombre de mar, en teoría, no cambia su status, aunque su situación material mejora. Sin embargo, la hostilidad fundamental entre la pesca y la navegación de placer (57), suscita el problema de cómo puede ser desarrollada una política de reconversión de los trabajadores de la industria pesquera en los casos en que ello fuera inevitable. Aunque los escritores que tratan este asunto no lo mencionen, este punto habrá de tomarse en cuenta; la actitud de los armadores que constituyen un poderoso grupo de presión y tienen el soporte de los sindicatos para los cuales la motonáutica es una actividad típica de cierta clase que ellos contemplan como sus tradicionales enemigos. Actualmente esto es absolutamente cierto allí donde existen sindicatos de trabajadores. El mismo problema acontece, aunque de forma diferente, en África del Norte y eventualmente en el Mediterráneo, con inevitable agotamiento de los bancos pesqueros.

En el caso de la agricultura, los problemas son distintos. Los hombres del campo que acceden a la industria turística, cambian su status social: B. Coignat (14) nos habla de la «proletarización» del pueblo en las áreas de montaña (en muchos casos, dicha proletarización es realmente rechazada [15]); lo mismo puede ser aplicado en el caso de los campesinos africanos o europeos que encuentran trabajo en el turismo. Su nuevo empleo exige considerables cambios de actitud y estos cambios habrán de ser tomados en consideración, hasta el punto de que muchos individuos se verán afectados (Túnez, Marruecos, los Alpes).

En este sentido, pudiera ser que debido al énfasis que se ha puesto en ciertos fenómenos que ahora son más notorios, aunque quizás también más superficiales (efectos de imitación, etc., de los que se trata en la segunda parte de este informe), se ha registrado una tendencia a eludir el significado real del cambio social. En los países del tercer mundo representa el cambio más serio que esas sociedades pueden sufrir, ya que

afecta a estilos de vida que han persistido intactos a través de muchos siglos. A juzgar por la literatura existente, ni los sociólogos ni los economistas parecen haber enfocado este problema en su exacta perspectiva histórica.

No obstante, debe de recordarse que los mediadores del mundo moderno son la prensa y los libros (en Europa) y los aparatos transistores (en el tercer mundo), de manera que este problema se presenta en áreas en las que la especulación política probablemente se va a convertir en una fuerza activa. También debe de tenerse en cuenta que las condiciones de trabajo son mucho menos desagradables que aquéllas creadas por la industrialización en Europa cuando tuvo lugar la primera proletarianización de las masas campesinas a fines del siglo pasado.

No es fácil pronosticar que va a suceder allí donde concurren grandes masas de gentes cuyas actitudes son por ahora más bien indefinidas y es bastante comprensible que la complejidad del problema haya dañado hasta ahora la discusión por separado en ambos conceptos en el de la sociología y en el de la economía del turismo. Este problema representa el núcleo esencial del análisis de los impactos socioculturales que figuran en la segunda parte de este informe. El impacto total de la proletarianización está, sin embargo, disminuido por las condiciones existentes que rigen el reclutamiento para la industria hotelera.

Tal y como se deriva del estudio de B. Coignat (14) sobre los asalariados en la industria turística y en el informe llevado a cabo por el Comité para el desarrollo económico de Isere (15), queda lo suficientemente claro que el mayor inconveniente que se achaca al turismo en conexión con la creación de puestos de trabajo estriba en que dichos empleos no se ofrecen a la mano de obra local y se surten sobre todo del mercado del trabajo procedente de las ciudades. En otras palabras, los mismos escritores que expresan sus temores sobre la proletarianización de los campesinos, se quejan de que la gente que ellos consideran responsable no lo está llevando a cabo hasta sus últimas consecuencias. En cualquier caso, está claro que en tanto no

tengamos una información completa, resulta beneficioso el que la proletarianización total y acelerada haya sido frenada por las condiciones del mercado de trabajo.

La situación no parece variar mucho en el tercer mundo, si bien los estudios publicados apenas nos informan sobre las condiciones de reclutamiento para los puestos de trabajo, debido a que esas condiciones van en contra de las tendencias políticas oficiales sobre el empleo de mano de obra local. Los especialistas en este campo saben muy bien que en Agadir, por ejemplo, la mayor parte de los empleados en la hostelería procedían de Tánger, Rabat y Casablanca. antes de que el Gobierno comenzara a tomar medidas para promover el reclutamiento local.

Resumiendo, debe de tenerse en cuenta que la proletarianización de la población rural que es considerada por algunas autoridades como la solución al problema del sector agrícola —incluso allí donde las consecuencias no puedan todavía ser previstas— aparece, como decíamos, limitada de momento por las actuales fórmulas de empleo en la industria hotelera. La expansión de esta corriente, sin embargo, pide una consideración detenida e inmediata.

Originariamente, el objeto del desarrollo de la industria turística era el proporcionar empleos que fijaran a los trabajadores en su propia región o país, pero es muy posible que los efectos sean contrarios.

En la mayor parte de los casos, los países del tercer mundo no cuentan con los medios financieros o instituciones para poner en marcha sus propios centros de formación profesional de alto y bajo nivel. Se ven, pues, obligados a dar prioridad a la formación de obreros especializados en los campos en donde la necesidad es más urgente (ingeniería mecánica o de electricidad, reparación de equipamiento electrónico, etc.).

La formación viene dada como consecuencia de los empleos, lo cual significa que las regiones ya equipadas con hoteles deben proveer a la formación de equipos de supervisión y dirección. El resultado es una forma de migración interna desde las áreas urbanas hacia las áreas turísticas que puede, a su vez, for-

zar al parado en aquellas regiones a regresar a las áreas urbanas, ya sea en su propio país o en el extranjero.

Existe otro tipo de situación cuestionado en un estudio aún no publicado procedente de un país africano de habla inglesa: la región turística se convertirá en un polo de atracción para desempleados procedentes de otras regiones que prefieren asentarse cerca de un lugar donde existen posibilidades de trabajo. Estos parados compiten activamente con la población local, aceptando salarios inferiores y el resultado de ello pudo ser el crecimiento en la cercana vecindad de los lugares turísticos de poblados miserables donde florecen el crimen y la prostitución. El estudio pone de relieve que en el momento presente la previsión de alojamiento para un turista en el país en cuestión, atraía a dos personas desempleadas hacia el mismo área. Este fenómeno, aunque no ocurre en todas partes, se encuentra lo suficientemente extendido (Haiti, Acapulco, Costa de Marfil, etc.), para ser merecedor de un estudio más exhaustivo.

Otro problema que merece una mayor atención, es el que se refiere a la emigración de un equipo de nivel medio en la industria turística. Schwinsky (60) demuestra que el turismo genera puestos de trabajo que demandan un nivel de educación más alto que el normalmente exigido en otras actividades industriales, pero no entra en el análisis de lo que ello implica. Ello acontece en los países del tercer mundo y, aunque en menor grado, en Europa y en realidad en cualquier otro país en donde el turismo es una industria de temporada.

La naturaleza estacional de la industria turística y en concreto de la hostelería, lleva consigo que ese equipo de alto nivel, al encontrar la oportunidad y contar con la experiencia necesaria, trata de obtener trabajo en hoteles que pueden considerarse como de turismo de negocios que presentan la ventaja de ofrecer un empleo más fijo. En los países del tercer mundo, este tipo de hoteles suelen ser propiedad de cadenas internacionales; ello trae como consecuencia el que con gran facilidad los empleados más capacitados puedan salir al extranjero para trabajar en otros hoteles pertenecientes a esa cadena y en donde su salario será más elevado.

La «absorción» de equipo cualificado acontece también a nivel de escuelas de hostelería cuando las escuelas financiadas por los países de los cuales proceden los turistas, imparten cursos de formación práctica en dichos países: una alta proporción de aquéllos que los siguieron (algunas veces hasta más del 30 por 100) nunca regresan a su propio país debido a las razones ya mencionadas.

B. BENEFICIOS SOCIALES Y COSTES DEL TURISMO

El turismo trae consigo beneficios sociales, pero tiene la contrapartida de presentar también ciertos costes de este carácter. Así, pues, los susodichos beneficios son en ocasiones muy relativos.

Debemos poner de relieve que en las regiones que se encuentran abiertas al turismo, en la mayor parte de los casos los problemas sociales existían ya con antelación. Por regla general, el turismo, como organización industrial, es establecido en países en que la economía es débil, algunas veces verdaderamente en trance de colapso, y en donde la sociedad se caracteriza por un alto grado de emigración, en los que la estructura institucional es frágil y el pueblo duda acerca de las reglas y valores tradicionales bajo cuya vigencia se desenvuelven.

Si el objetivo asignado al turismo es la reanimación de las economías regionales en crisis, ello sólo puede lograrse mediante la imposición de un nuevo orden económico, no por la restauración del antiguo; este es el motivo de que se haya escrito con tanta amplitud acerca de la debilidad del impacto del turismo en los sectores primarios de la economía (agricultura, pesca) (57). El corolario que esto representa es que las instituciones sociales típicas del antiguo orden económico no serán restauradas tampoco por el turismo, sino que serán reemplazadas por otro sistema; las cuestiones básicas acerca de este nuevo sistema tendrían vigencia si él mismo es capaz de recoger lo bastante de las antiguas estructuras sociales (14) para impedir que se creen serios quebrantos, y hasta qué punto los individuos de esa sociedad pueden

adaptarse a esa situación. Los costes sociales del turismo consistirán por una parte en el coste de adaptación de los elementos más dinámicos de la sociedad y por otra en el coste de tratamiento de la «escoria social» de cualquier género que es expulsada en el proceso de creación de un nuevo sistema socio-cultural (65).

El debate entre economistas, sociólogos y geógrafos aparece esencialmente preocupado con los medios de evaluación de este proceso de transformación, y los protagonistas están divididos en dos escuelas de pensamiento, dentro de cada una de las cuales existen dos grupos opuestos.

La posición que adopta la primera escuela es la de denegar que haya algo esencialmente diferente sobre la economía y el orden social que ha creado el turismo; uno de los grupos trata de demostrar que representa una mejora del sistema anterior, mientras que el otro lo considera como agravante a su inherente debilidad.

La otra escuela pone un énfasis especial en demostrar que la decisión para establecer la industria turística implica un reconocimiento de que con ello se producen cambios sociales y económicos inevitables, de carácter más o menos radical. Uno de los grupos acepta este cambio como una necesidad histórica y tiende a dar escasa consideración a las futuras víctimas del desarrollo, mientras que la otra corriente propicia el pensamiento de que el cambio que se produzca precisamente porque sólo puede ser conseguido en esas condiciones, es inaceptable e incluso muy dañoso para el país en su conjunto, por lo cual se muestra opuesta al turismo de manera total e implacable.

Podemos identificar aquí dos enfoques diferentes acerca del problema socio-económico:

1. En la primera escuela de pensamiento, los beneficios son considerados como dudosos tal como se dijo anteriormente. En el orden macroeconómico se restaura la actividad regional de manera que, con variada gradación, el grupo social gana en riqueza y experiencia; sin embargo, si se lleva a cabo un análisis más profundo a nivel microeconómico, se nos revela que no todas las categorías sociales se benefician del turismo.

Si bien es cierto que el turismo trae consigo oportunidades para el reciclaje de los granjeros decididos y dinámicos, en numerosos casos pervive la desertión de las tierras. Ciertos oficios pueden ser revitalizados en el caso de que se adopten a los nuevos tipos demandas. Por ejemplo, el herrero puede dedicarse a la fabricación de hierro forjado. Pero la realidad es que en la práctica, la economía de la región sufre un declive (57). El desarrollo de la economía adopta la forma visible de un aumento en bienes no perecederos (28), (automóviles, electrodomésticos, etcétera), pero esta expansión se refiere sobre todo al sector terciario (24). Por ejemplo, la subida del valor de las tierras tiene un considerable impacto socioeconómico, ahora bien, en la práctica la especulación de la tierra nunca beneficia a la población local (14-22), quienes en mucho mayor grado sufrirán los efectos de las medidas de expropiación (recibiendo tan sólo una muy pequeña parte del aumento del valor de la tierra).

No es imposible la formulación de algunos principios generales —contrariamente al punto de vista bastante superficial de que existen tantas explicaciones diferentes como sociedades microeconómicas— pero ello verdaderamente exigiría un análisis más detallado que tuviera en cuenta, tal como lo hace P. Defert (23), los diferentes tipos de turismo (turismo de enclave, turismo semi-integrado, etcétera). Después de estudiar los principales tipos de microsociedades que pueden presentarse y sus posibles efectos socioeconómicos. El resultado sería muy útil, pero requiere la acumulación de muchísimos datos y de un extenso estudio de gran precisión.

2. En la segunda escuela de pensamiento, el punto de vista maniqueo sustentado por algunos economistas y sociólogos no ofrece en el presente una gran oportunidad para llevar a cabo un análisis del impacto sociocultural del turismo. Es esencialmente un punto de vista político y, por lo tanto, ampliamente sostenido en la práctica, mientras que, por el contrario, apenas aparece comentado en los textos publicados. (Sin embargo, véase Lainax (42), y en el aspecto de estructura tecnológica, Coignat (14).) Es, sin embargo, objeto de las críticas de Coignat a la estructura tecnológica y de panfletos tales como «La

Costa Azul asesinada». («Murder of the Côte d'Azur.») (58).

Desde este punto de vista, el desarrollo del turismo es esencialmente un proceso tecnocrático, y es particularmente digno de estudio porque sus decisiones se toman a través de canales que se encuentran totalmente fuera de la estructura democrática, tanto de los países desarrollados como de los del tercer mundo. A este nivel, los posibles excesos del sistema sólo podrían ser atemperados por la intervención de organizaciones internacionales.

En cualquier caso, el intento para redactar un balance de los costes sociales y beneficios, ocasiona serios problemas de metodología que hasta cierto punto se ponen de relieve en los estudios realizados por el Centro Europeo de Sociología (Centro Europeo de Estudios Sociológicos), así como en las observaciones de Bryden (9). En el primer caso, el problema es relativamente simple: sencilla y llanamente, el sociólogo debe de estar más familiarizado de lo que generalmente está con el fenómeno del turismo en su conjunto, así como con sus implicaciones económicas; en el caso contrario, el acercamiento sociológico puede fallar allí donde en teoría resulta más necesario.

Por lo que se refiere a Bryden, el economista no tiene dificultad alguna siempre que se trate de la cuantificación de las ventajas que lleva consigo el impacto social del turismo, por ejemplo, relación de puntos positivos, puestos de trabajo creados, circulación de la renta derivada del turismo, efectos multiplicadores, desarrollo de la infraestructura comunitaria y facilidades, efectos favorables en el nivel de vida y mejora de las condiciones de trabajo. Mientras obra así, el economista está empleando la palabra «social» en su sentido político (por ejemplo, programa social, medidas sociales, etc.).

Pero en cuanto el impacto social entra en contacto con las esferas no económicas, sólo es posible evaluarlo cualitativamente. Esto es particularmente cierto por lo que se refiere a los costes sociales (por ejemplo, los riesgos, las fricciones), lo que significa que al no existir un baremo que sea igualmente válido para ambos aspectos, cualquier análisis del impacto social del turismo puede sufrir de una falta de precisión. De todas formas, pensamos razonablemente que una aproximación sociológica y económica puede ser muy útil para mejorar las actuales técnicas analíticas.

PARTE SEGUNDA: EL ENCUENTRO ENTRE EL TURISTA Y EL NACIONAL

1. ASPECTOS SOCIOLOGICOS

El encuentro entre el turista y el nacional sucederá en un nivel de enrarecido ambiente socioeconómico con una corriente subrepticia de tensiones latentes que va más allá de los mismos protagonistas, cuyos encuentros están hasta cierto punto predeterminados. En cierto modo, esos protagonistas son más o menos conscientes de que representan a dos grupos económicamente rivales, hecho que puede conferir una especial intensidad a sus relaciones, y causar una delicada fricción entre ellos.

A. EL MARCO DEL ENCUENTRO

Este encuentro entre turista y población se caracteriza por su naturaleza transitoria, aparece constreñido en términos de espacio y tiempo, así como de índole de relaciones a distinto nivel y *carece de espontaneidad*.

Naturaleza transitoria

El encuentro es breve, con una duración teórica que no suele exceder, como máximo, de tres a cuatro semanas y en múltiples casos tan sólo de unas horas. El lenguaje, las facilidades de recepción y el concepto mismo

de turismo, todo ello, contribuye a la limitación del encuentro. En realidad, cierto sentimiento de incertidumbre por parte del turista que llega a un país desconocido, le impone al principio el evitar contactos con la consecuencia de que éstos sólo tendrán lugar al final de su viaje (48). Para que dicho encuentro tenga ulteriores oportunidades, será preciso *un segundo viaje*.

La breve duración del encuentro, sin embargo, es contemplada de distinta manera por el receptor nacional. Mientras que para el turista el encuentro no solamente es breve, sino que se trata de un acontecimiento único en el año, para el nacional es simplemente uno dentro de una serie de encuentros que se suceden uno tras otro a lo largo de todo el año, todos ellos igualmente breves y superficiales. El grado de frustración causado por una oportunidad fallida se considera como un fracaso. La intensidad del encuentro puede quizá ser un factor correctivo, pero Prechil (5) asegura que en este sentido no es muy estimulante.

Limitaciones de tiempo

El deseo de verlo todo en un corto plazo impone dificultades tales como el uso del tiempo, de ahí el problema del tiempo disponible por el turista. El receptor por su parte debe de proveer al turista con experiencias demasiado condensadas que crean una fuente casi inagotable de conflictos y de malos entendidos. Muestra al turista un panorama superficial y al cromo (48), dando la impresión de una especie de Disneylandia (así, en Indonesia: Mimaland; en Hawai, Kodack Show), proveyéndole, por así decirlo, con una solución o salida que le aísla frente a una realidad llena de complejos problemas. La estancia del turista, de acuerdo con Nettekoven (48), representa una breve liberación de las presiones de la sociedad moderna, y no una expedición cultural.

Presiones de espacios

Las facilidades de recepción avalan el desarrollo de esta especie de sistema. Los autores frecuentemente hablan de ghettos, lo que por lo menos es una metáfora inexacta. Los

complejos hoteleros son más bien un reflejo del castillo del Príncipe Próspero en la Máscara de la Muerte Roja.

Esta segregación provoca efectivamente malos entendidos de los factores psicosociológicos que imponen la conducta de los turistas (45). J. C. Dalla (19), muy apropiadamente, destaca que esta técnica no es un monopolio de los estados del tercer mundo y que lo mismo sucede en la Europa del Oeste (por ejemplo, el Mediterráneo con los desnudistas) o en la del Este (complejos para los turistas del Oeste).

Desigualdad de relaciones

M. Bengues (45) observa que el turista parece ser consciente de su superioridad material, cualidad que probablemente atribuye a su civilización. Sessa (61-62), por su parte, intuye que la motivación básica del turismo desde un punto de vista sociológico, es una consecuencia directa del deseo de la nueva sociedad industrial de reafirmarse en la escena mundial. Consecuentemente, la situación del nacional parece ser de inferioridad, desde el punto de vista financiero, y esto frecuentemente induce a un complejo de inferioridad que generalmente tiende a desaparecer, como hace notar Nettekoven (49), conforme los nacionales van dándose cuenta cada vez más de la debilidad del turista y de su falta de seguridad. Pero la desigualdad material aún subsiste y cuando viene acompañada por la revelación de estas debilidades, ello conduce a un proceso de explotación que requiere algunos comentarios.

Ausencia de espontaneidad en las relaciones

Aunque sea deplorable que «los grandes sentimientos desaparecen en un mar de egoístas intereses como los ríos desaparecen en el océano», el turismo, en cierto modo, consigue la codificación humana y de relaciones culturales, hospitalidad, etc., como un número registrado de actividades remuneradoras, en suma, una gran realización con la que la mayor parte de la gente se encuentra conforme. Desde los verdaderos comienzos, esto crea entre el turista y la población una especie de complicidad, por lo cual, el primero

permite que su debilidad sea explotada a condición de que el último acepte que el turista deba de hacer alarde de su «superioridad» material. (Por ejemplo, demostrar sus complejos.) (45).

B. DESARROLLO DE UNA COMPRESION MUTUA

Muchos autores ponen en duda la validez del slogan: «Turismo, un factor de acercamiento mutuo» (39).

Nettekoven (48) muestra como la gran mayoría de los turistas tiene una necesidad de contactos, pero esta necesidad se ve atemperada por una serie de restricciones de índole psicológico que no son nunca claramente formuladas. En todo caso, su investigación científica prueba que existe una mejora en el conocimiento recíproco entre pueblos y civilizaciones en el que los turistas son conscientes de la renuncia a una serie muy amplia de concepciones a priori, «vis-a-vis» o en relación al país que visitan.

Sessa (63), por su parte, piensa que el turismo tiene un doble papel en la cooperación internacional: (i) lleva consigo el descubrimiento en el lugar de los problemas específicos del país del nacional y (ii) se trata de una especie de proceso de enseñanza recíproca que puede desembocar en una experiencia enriquecedora e incluso proveer la «tercera conexión» entre países del tercer mundo y países desarrollados. Pero sobre todo, existe un acuerdo unánime en que este es un punto de vista más bien irreal. Así, Nettekoven (48), parece casi sorprendido al final de su trabajo de campo al descubrir que este intercambio arroja sin embargo un resultado positivo, ya que las causas de la falta de entendimiento entre el extranjero y el nacional son numerosas.

El punto de vista del extranjero

Como asume M. Bengue, los habitantes de la localidad se encuentran con que están recibiendo a gentes que parecen llegar de un sistema en donde existe una estable abundancia de toda clase de bienes: lo que no

alcanzan a entender no es precisamente la ostentación consumista del turista —la cual ellos (los mismos habitantes de la localidad) practicarían si tuvieran la oportunidad— si no el hecho de que el turista haya escogido su país como escenario para ello y que las semanas que allí pasa sean «la recompensa de once meses de duro trabajo en el medio ambiente inhumano de la ciudad» (45). Sessa (63) nos habla de una «pantomima» en la que el turista trata de desempeñar lo mejor posible el papel de alguien perteneciente a una clase alta con ávido deseo de despilfarrar su dinero, dejando a su capricho el escoger las cosas y consumiendo por el hecho de consumir. (Respecto a este punto, los operadores turísticos que conocen a fondo la importancia de un «precio de ataque» y que tienen una opinión diferente del turista, pueden pensar de distinto modo, aún admitiendo que la gente que está de vacaciones tenga un perfecto derecho a cierto exceso de consumo.) El hecho de que el turista quiera escoger una forma de vida oral en una manera que es la antítesis de su rutina diaria, una especie de vida entre paréntesis, es comprensible, tal como afirma Sessa, si bien, por otra parte, no deja de ser menos cierto y también censurable, ya que los observadores no iniciados de este espectáculo formarán una opinión de los países desarrollados moldeada por la conducta turística de los que así se comportan.

En ausencia de una referencia a cada caso particular o a cada investigación local que pudiera justificar estas generalidades, uno podría preguntarse si no estamos en un caso de «exageración en busca de un efecto» del género asociado con la crítica sociológica Roussoniana, si se considera que la población visitada es ingenua, simple e incapaz de darse cuenta de cuánto el turista abusa de ella. El que una generalización de este tipo pueda hacerse contemplando países que envían importantísimos contingentes de trabajadores a Europa, es algo que nos sorprende. Esta defensa del nacional parece llevar consigo una condescendencia altamente protectora que deja esta interpretación abierta a un cúmulo de dudas. Existe, sin embargo, un punto de vista africano en la misma línea que Sessa, aunque se trata de una interpretación controvertida, subjetiva y global (51).

En la conclusión de una misión de estudio, Schawinsky (60) hace observar que según los guatemaltecos, el turista simboliza:

- Exposición a nuevas experiencias.
- Aumento de la independencia en relación al ambiente familiar y a la religión.
- Confianza en la tecnología.
- Ventajas de vivir una vida propia escogida.
- Un intenso deseo de preparación y adquisición de aptitudes vocacionales.
- Activa participación en varios grupos.
- Necesidad de información.

Así pues, ésta no deja de ser una descripción bastante positiva, pero todavía en conflicto con la situación actual que contempla el contacto turista-nacional.

Finalmente, Nettekoven (48-49) piensa que si el turista trata de aprovecharse del nacional, el último no tarda en percibir el desafío y no es remiso en tratar de explotar a aquél.

Sin embargo, podríamos llegar a la *tentadora conclusión de que aún asumiendo el que los nacionales se den cuenta del desafío—aunque sólo sea convirtiéndose en sus cómplices—* en el análisis final de uno de los más patéticos y significativos aspectos del turista (si se está de antemano preparado para sentir cierta compasión hacia él) no llega a ser patente: singularmente que el individuo extranjero es tan sólo un reflejo de la sociedad industrial alienada y de sus mitos, *un género que no es bufo a pesar de las muchas apariencias que pueda suscitar en otro sentido.*

El punto de vista del nacional

Los autores que se tomaron el trabajo de observar la situación en el sitio, a pesar de las condiciones desfavorables, han podido establecer que ciertas características fundamentales del turista son observadas por sus anfitriones. Aunque siempre existirán algunas interpretaciones erróneas al comienzo, el observador termina reestableciendo una parte sustancial de la verdad, ya que dispone de tiempo para ello. La población visitada se encuentra en una posición de permanente

observación de los turistas que semana tras semana van y vienen cada cual más o menos idéntico a sus predecesores.

En cuanto al turista que se interesa por los nacionales, las condiciones son muy diferentes. Además de que no tiene tiempo para ello, se desconoce si realmente existe un interés por parte del turista en la gente del país. Nettekoven (50), cuya visión e ideas conciernen esencialmente a los europeos, opina que más de tres cuartas partes tienen avidez por alguna forma de relación. Schawinsky (60), cuyo campo de observación se refiere a europeos y americanos, es menos claro. Teniendo en cuenta que las opiniones de cada grupo respecto del otro están sujetas a ligeros cambios y que desde el punto de vista americano el cambio es en la mayoría de los casos negativo, podemos concluir que los contactos son escasos en número o de bastante superficialidad.

Schawinsky suscita el problema del a priori, que es también discutido por Nettekoven (49). De acuerdo con este último, el 50 por 100 de la información turística es transmitida a los turistas por visitantes anteriores y el 30 por 100 procede de folletos y de guías de viajes. De acuerdo con la tendencia humana a confirmar los prejuicios, la proporción de aquellos cuyos puntos de vista cambian, siguiendo a Nettekoven puede parecer sustancial (36 por 100) especialmente teniendo en cuenta las condiciones de estancia de los turistas.

Para los visitantes, el mundo exterior (por ejemplo, el mundo que rodea a su hotel) es casi tan poco familiar en el día de su marcha como en el de su llegada. Las comodidades están altamente concentradas en un pequeño número de complejos («ghettos» turísticos) y la movilidad turística es bastante limitada.

En este sentido, es preciso apreciar la diferencia existente entre el turismo urbano y el de núcleo turístico vacacional. En este último, incluso la arquitectura está concebida de manera que aísla al turista. El aislamiento pudiera reflejar los deseos de las autoridades políticas que creen que el contacto no debe ser promocionado y además sucede que el hotelero evidentemente desea este aislamiento, ya que su interés estriba en mantener al

turista alejado del mundo exterior y evitar que gaste en circuitos no controlados por él mismo o por sus amistades. En este contexto tan solo un tipo de turista verdaderamente motivado y capaz de vencer su timidez, ese cierto sentimiento inicial de inseguridad o miedo, será capaz de salir afuera en busca de contactos con la gente del país.

Sin embargo, es necesario examinar todos aquellos casos, en que a pesar del acuerdo de políticos y financieros en apoyar una política de segregación, la gente sigue persiguiendo el mutuo entendimiento entre los pueblos en conexión con un interés puramente comercial o lucrativo. De todas formas, en los casos que estudia Nettekoven en Túnez (48) en que si creemos lo que piensa Face (28) estamos ante una forma de turismo cuyas estructuras reflejan un deseo de conseguir cierto grado de separación física, económica y social, es evidente que a pesar de estas condiciones más bien desfavorables (aislamiento de complejos hoteleros), los turistas regresan llevando una favorable impresión de la población visitada, si bien tan solo, en un nivel cultural. Nettekoven menciona invitaciones a reuniones sociales o familiares, intercambio de direcciones, participación en comidas, todo lo cual sugiere que siempre que existe una oportunidad para que la hospitalidad se manifieste, las ventajas psicológicas son sustanciales.

En el análisis final, llegamos a la conclusión de que la conducta del turista es ampliamente observada (a pesar de cualquier índole de estructura configurada para aislarle) y de que la población local es favorablemente considerada y ante esta situación bien puede ponerse en cuarentena las aparentes ventajas que acarrearía una claramente equivocada política de aislamiento. J. C. Dallas (19), señala su ineffectividad y sugiere el que ello va en contra de la tradición de hospitalidad africana. Esta observación es también válida en lo que se refiere a las tradiciones de los habitantes de las áreas montañosas e europeas, incluso a las tradiciones árabes.

C. CONSECUENCIAS DEL ENCUENTRO

Este encuentro que, de acuerdo con casi todos los autores, simplemente no se realiza, o es superficial y breve, o bien muy infrecuente, suele conducir a una cadena completa de reacciones desorbitada y bastante ilógica. Parece sugerir de manera inmediata que se ha pretendido responsabilizar al fenómeno turístico de muchas cosas de las que no es culpable. Y aquí sucede de nuevo que estas opiniones se mantienen con mayor firmeza, ya que no se basan en una investigación precisa. Por otra parte, las opiniones basadas en una investigación cuidadosa (especialmente Nettekoven, Schawinsky, Knebel) tienden a ser menos categóricas. Tal y como dimos por sentado al comienzo de esta discusión, el turismo crea un campo socio-económico en el cual el más pequeño fenómeno sociológico es constantemente amplificado y explotado.

Aunque los autores no lo mencionen, los países receptores de turismo que son objeto de su estudio se encuentran plenamente sometidos a la influencia de los medios de comunicación de masas: la TV en Europa, los transistores y, sobre todo, las revistas en el tercer mundo, en donde el muy considerable volumen de circulación de periódicos y revistas atrasadas refleja la fascinación que ejerce sobre esos países el mundo desarrollado. Es muy posible que el turismo actúe como fenómeno catalítico de las perturbaciones que se producen, y sería interesante comparar a los países turísticos con aquéllos en los cuales la penetración turística ha sido aún muy ligera.

Neocolonialismo y xenofobia

Quando se trata de explicar a dónde van a parar los beneficios del turismo y quién se beneficia de las facilidades comunales que ha financiado el país, a veces el turismo es sujeto de acusación de desarrollo de una nueva forma de neocolonialismo (8), Kjellstrom hace de ello mención expresa al explicar la prevalencia de la xenofobia entre la población marroquí lo cual es denegado por otros autores, y B. Coignat (14) nos habla de una colonización de la montaña, de la expropiación

de tierras montañosas, y de la alienación de dominios públicos (pastos comunales de montaña) en beneficio casi exclusivo de los promotores. En este sentido aserta que el turismo, como fenómeno superimpuesto, representa una colonización económica. A todas estas críticas, Nettekoven responde arguyendo que los turistas no traen consigo tecnología (esta sería una cuestión muy debatible: por ejemplo, el transporte aéreo requiere tecnología, y lo mismo sucede con los deportes de invierno o la arquitectura), sino patrones de conducta. Puede también decirse que la población local tiene sin duda consciencia instintiva de esta diferenciación, ya que es al personal de asistencia técnica (muchísimo más escaso en número que el de turistas) a quien van preferentemente dirigidos los sentimientos de xenofobia.

Según Nettekoven, la xenofobia expresa más bien frustración: dado que los sistemas del país no satisfacen los deseos de los habitantes del mismo para obtener un mejor nivel de vida, ya que los resultados de las reformas económicas y sociales suelen ser muy lentos.

Jafari (39), nos da otra explicación: el hecho de que sus culturas, tradiciones y religiones sean consideradas como instrumentos de cierto comercio, origina una reacción de defensa entre la población local. A mayor abundamiento, añade que el alarde de una actitud que parece de protectora familiaridad demostrada por los turistas, bien pudiera recordar algunos desgraciados episodios vívidos por gentes del país bajo la ocupación colonial. Cualquier demostración de familiaridad displicente, paternalista, suele ser humillante e incluso puede ser que los primitivos colonialistas desplegaran una gran sensibilidad en este área. Nettekoven se extiende en comentarios sobre la privilegiada posición de los franceses en Túnez respecto a la población local (participación en reuniones públicas y familiares) en virtud de la ausencia de barreras lingüísticas e incluso más particularmente a causa de «una muy contaminada afinidad con el país», para concluir expresando que el status del poder colonial primitivo «en manera ninguna es fuente de conflictos, sino que engendra contactos». Así, pues, el concepto de xenofobia se nos ofrece como

resultado de un fenómeno bastante complejo y son numerosas y aún contradictorias las explicaciones que sobre él encontramos en la literatura. Finalmente, el término neocolonialismo, tal y como aquí encontramos su referencia, es como casi todos los clichés políticos bastante impreciso. Sin embargo, existe alguna tergiversación en relación con las implicaciones económicas a las que antes se hizo referencia. El pueblo trata de entender esto lo mejor que puede, es decir, por analogía. Los argumentos a los cuales la ambigüedad de este término da lugar, no deben de ocultar el hecho de que los problemas económicos que surgen con el turismo están siendo ahora objeto de consideración.

Conflictos internos

El turismo origina también perturbaciones que afectan a la estructura interna de la comunidad.

Posición en relación con la mujer: El turismo ofrece a la mujer una compensación en cuanto a promoción de puestos de trabajo (limpieza, lavado, vigilancia de pisos, teléfonos, etcétera), algunos, los más simples, tradicionalmente considerados como de escaso valor económico. En las comunidades agrícolas de los países desarrollados (47) y de los del tercer mundo (27), ello trae como consecuencia una mejora en la consideración del papel económico de la mujer, que bien pudiera ser el prelude para la eventual emancipación (18), o en cualquier caso, el comienzo de la independización económica de la mujer en lo que atañe a sus gastos menores (vestidos, bisutería, etc.), lo que a su vez puede contribuir en alto grado a la frustración del ego masculino (aumento en los casos de las úlceras de estómago en Hawai, citado en el estudio de Jafari).

El problema de la emancipación de la mujer subyace en la discusión de Pvetz (54) relativa a los matrimonios «extranjeros», nacimientos ilegítimos y abortos en Austria. Creemos que estos problemas tienen mayor importancia que el de la prostitución, sobre el cual los únicos que parecen preocuparse son los jóvenes graduados en sociología (64) de los países desarrollados.

En comunidades en las que el papel desempeñado por la mujer es considerado como de muy escasa importancia, el problema de la prostitución no suele comentarse. Pensamos que es inteligente la observación de Sonia Constantin al recordar al lector que la prostitución evidencia una serie de descuidos, mejor diríamos de graves defectos de índole social y económico. Las observaciones de Nettekoven son aún más agudas. Afirma que no existe vida nocturna en comunidades donde la agricultura es predominante y que aquellos centros que tratan de crear dicha vida de noche atraen a la juventud local. Dado que los precios son extremadamente altos, la moneda o medio de pago más práctico resulta ser la prostitución en todas sus formas, lo cual viene a ser una especie de rito de iniciación. Si esto fuera cierto, sería Nettekoven quien habría infringido el mayor golpe al turismo en este sentido. La aserción de que ello sucede en algunas tribus africanas del norte y del este, en las que la prostitución es una actividad que durante siglos hizo posible el formar la «institución» de la dote, no puede ser alegada para justificar esta teoría. Aunque menos extendido este sistema, existe en otros lugares en los cuales la prostitución está sin embargo prohibida.

Conflictos de grupos y cambios sociales

Sessa (63) destaca que la llegada de turistas urbanos a una comunidad rural crea una serie de conflictos, que esencialmente se originan del contraste entre dos formas de vida y de la imposibilidad de integrarlas. Estos conflictos suelen tener su comienzo en el hecho de que las generaciones jóvenes en los países receptores reaccionan de distinta manera en comparación con sus mayores. Los contactos entre turistas y gente joven en los países receptores son bastante frecuentes, mientras que la gente mayor mantiene la distancia. Entre los jóvenes, los modelos de conducta propios de las sociedades urbanas son imitados; ahora bien, una de las consecuencias de esta adquisición de un nuevo estilo de conducta, si bien superficial, es que el trabajo agrícola que previamente aparejaba un cierto prestigio social se derrumba frente a las oportunidades del turismo como fuente de empleos, con el resultado de una marcada

reacción por parte de aquellos grupos que desde un aspecto financiero se ven muy afectados por este cambio.

El trabajo en los diversos campos del turismo proporciona a la juventud una cierta independencia financiera que, como vimos en el caso de la observación de la mujer, se ejerce en detrimento de un sistema patriarcal cuyas estructuras son así seriamente amenazadas. Cuanto mayor es la afluencia turística en las áreas rurales, más claramente se define el conflicto: su expresión puede ser marginal —modos de vestir— o económica, llegando a una transferencia de poder a través de la creación, que va en aumento, de puestos de trabajo mejor pagados que los que ofrece la agricultura, y que principalmente benefician a la juventud.

En defensa del turismo, no debe de olvidarse que la industrialización causa los mismos problemas además de otros varios, y el que este cambio, en términos económicos, trae consigo las mismas consecuencias inevitables. No es imposible el que las dos partes tan irreconciliables en este conflicto, lleguen a un cierto grado de reconciliación, y de hecho algunos gobiernos han logrado considerables avances en este sentido.

Finalmente, Sessa, pone de relieve que el turismo de los países industrializados posee una especie de universalidad que pudiera servir para forzar las barreras que en una sociedad retrasada subsisten. Más adelante discutiremos lo que esto significa desde un punto de vista cultural, pero desde un punto de vista social, Sessa entiende que esto puede ejemplificarse por los cambios en las actitudes hacia el ahorro o la inversión.

El impacto del turismo (y de los medios de comunicación de masas, cuya influencia es absolutamente considerada como un riesgo), llega a mucho más; dentro de una sociedad que origina el que los diferentes grupos remodelen la definición de su posición «vis-a-vis» respecto a los otros. De nuevo es Nettekoven quien trae este tema a colación. Los estratos más altos de la población estarían en condiciones de participar en el género de vida que llevan los turistas, pero prefieren vivir en una sociedad cerrada y sin fisuras ni quebrantos, por razones socio-políticas. No es que esto sea válido para todos los sec-

tores económicos pero con certeza se refiere a los más altos niveles de la clase de sociedad agrícola o rural, que ve su influencia, si no su poder económico, en peligro frente a este nuevo orden de cosas, siempre y cuando no hayan efectuado inversiones en el turismo. Aquí de nuevo la oposición se nos revela como total e irreconciliable o distante y sutil, ya que quien cena con el diablo debe usar una larga cuchara.

En cuanto a los estratos más bajos de la población se presentan dos tipos de reacción que varían según los individuos en cuestión, se encuentran más inclinados hacia el oeste —quizás incluso al primitivo poder colonial— o hacia un nacionalismo de carácter tradicionalista. Los primeros culpan de su frustración a las negligencias de los líderes locales, en los campos político y económico.

Los últimos piensan que el turismo elucida la existencia de sistemas político-económicos que se mantienen en la vía hacia el desarrollo de su país y que no hay razón para permitir a los turistas la demostración de su superioridad económica a este respecto.

Así, el turismo se nos ofrece como factor de división y de conflictos políticos.

2. ASPECTOS CULTURALES

Tal y como fue tratado este tema anteriormente, el turismo causa un impacto en las estructuras sociales que caracterizan las economías tradicionales y tiende a reemplazar más que a levantar aquellas economías. La cuestión de si el turismo va a o no aprovecharse de los viejos valores para impedir excesivos trastornos fue también objeto de consideración.

En este aspecto es donde el pensamiento sociológico y económico muestra su mayor debilidad, lo cual es paradójico, puesto que en una de sus primeras obras Hunziker y Krapft (34), a quienes se tiene como fundadores de la ciencia del turismo establecieron la premisa de que «sin cultura no existe el turismo». De acuerdo con estos autores, el turismo se engendra por las tensiones creadas dentro del hombre mismo entre la cultura

que se experimenta subjetivamente y otras culturas que son percibidas objetivamente. Sessa mantiene que el turismo lleva consigo una doble contribución: una directa como resultado de una experiencia cultural que enriquece a la población visitada y a la visitante con la adquisición de los valores que ambas poseen, y otra de índole indirecta, consistente en la preparación (anterior al viaje) y en la natural verificación de puntos de duda entre el visitante y el nacional (después).

En un sistema cultural principalmente modelado por los medios de comunicación de masas, el turismo representa un tipo de acción personal que enriquece los conocimientos, una reacción contra la cultura masificada y una oportunidad para lograr un medio verbal de comunicación mientras se observan los que dialogan.

Despertar cultural

Jafari (39) piensa que el turismo puede contribuir a la preservación de todos los valores culturales que presentan también un valor específico para el turista: son numerosos los edificios religiosos y los monumentos arqueológicos que han sido así salvados de la destrucción, y ello, mucho más, debido al turismo que al valor que les era atribuido por la población local. Sessa ofrece aún mayores evidencias: el turismo estimula a los países a la protección de sus civilizaciones y herencias culturales. Aún quedan los ejemplos de operaciones de salvamento cultural que se han llevado a cabo a consecuencia del turismo y bajo los auspicios de la UNESCO (véase, por ejemplo, «Correo de la Unesco», enero 1965).

En un nivel, al salvar los valores culturales —que en frase reverencial, «pertenecen a la herencia de la humanidad»— son sobre todo sus propios valores culturales lo que las naciones generadoras del turismo están salvando, cuando ayudan a otros países. Sucede también que en distinto nivel los valores que el turista atribuye a la evidencia del pasado cultural que se convirtió en extranjero hace que los ciudadanos del país visitado tomen conciencia de la continuidad histórica y cultural que puede contribuir a un mayor realce de su cultura presente. Son numerosos los ejemplos que podrían citarse; el primero es

obviamente el de Grecia, en el siglo XIX, que presenta casi simultáneamente la extraordinaria circunstancia histórica de la independencia nacional, de una afluencia turística aún incipiente, pero prometedor, y de los grandes descubrimientos arqueológicos de Schliemann, todo ello en un país donde la cultura popular raramente contemplaba una perspectiva histórica más lejana que la que se remontaba a la caída de Bizancio. Pensamos que el caso más reciente es el del renacimiento de las manifestaciones de la cultura india en América del Sur, en donde parecía completamente extinguida.

Este tipo de renacer de raíces culturales presenta múltiples problemas, pero primordialmente puede jugar un papel importantísimo en un ámbito nacional.

De acuerdo con Jafari contribuye en gran medida a aflojar los sentimientos de inferioridad que pueden pesar sobre los ciudadanos de un país y mitigar actitudes de xenofobia nacionalista, pero particularmente esta supervaloración de los tesoros nacionales previene algunos excesos de modernización en su aspecto vulgar.

Schawinsky (60, al referirse a Guatemala, aporta un ejemplo revelador de la restauración cultural que el turismo significa para América del Sur. La sociedad de Guatemala se compone de dos grupos étnicos: los ladinos, es decir, la población blanca o mestiza cuyos valores y conceptos son los de las civilizaciones occidentales; y los indios, que perpetúan ciertas tradiciones de las viejas civilizaciones indias. Con sus costumbres, trajes y artesanía, los indios representan la atracción principal de Guatemala. Bajo la influencia del turismo en especial de los turistas jóvenes que ponen de moda la indumentaria típica de los indios, que adquieren su artesanía, y que tanto valoran todo lo que atañe a la cultura india, las gentes de la alta sociedad ladina comienzan a hacer propia la cultura india.

Estos ejemplos aislados de conducta están aún lejos de consolidar, en la medida en que cabe, un resurgimiento de la civilización india. Ahora bien, las crecientes afirmaciones de nacionalismo en un continente, que intencionalmente o no, ha modelado a menudo su

cultura en patrones extranjeros, son indicadores de una reinversión histórica importante.

Más adelante en este mismo documento se discuten los problemas que acarrea esta revaluación de los elementos de la cultura nacional, y la cuestión de los varios intereses que sirven o destruyen. De momento bástenos con anotar que el turismo es la única base de este movimiento, del cual existen otros ejemplos, de entre los que el más conocido es el resurgimiento de la música popular griega, la extensión que alcanza la difusión de la música brasileña, peruana y afro-caribe, el reconocimiento del jazz-africano, la promoción de la pintura de los nativos de Haití, así como por otra parte, el desarrollo de los estilos de vestidos y textiles de África, Polinesia, India y Asia (53), en general y todo ello debe de considerarse básicamente como modas culturales en las que no ha penetrado profundamente el pensamiento universal.

Sin embargo, estas manifestaciones aparecen tras un tiempo muy dilatado —la totalidad del siglo XIX y la primera mitad del XX— cuando el pensamiento occidental parece avanzar de manera particularmente fácil, ya que no encuentra enfrente sino un vacío cultural. La rehabilitación por los turistas de los valores que no son de significación occidental no es una novedad. Muy famosos viajeros extranjeros ya habían llevado a cabo una importantísima rehabilitación en lo que se refiere a la importante cultura árabe en los siglos XIV y XV, de la bizantina en el siglo XVI, de la china en el XVII, y de la polinesia en el XVIII.

En este sentido, el turismo no ha cambiado nunca y siempre ha tratado de revalorizar culturas que el expansionismo económico del Oeste, apoyado ya sea por la fuerza de las armas —o en menos grado— por las actividades misioneras, trató de suprimir o de minimizar. (Hubo importantes intentos de rehabilitación de la civilización inca por parte de los misioneros españoles que no se vieron coronados por el éxito.)

De manera que podemos decir que el turismo es en cierto sentido el instrumento tradicional que sirve de vehículo a la rehabilitación de las culturas y a contribuir altamente a que sean conocidas por el resto del mundo. Es lamentable que la UNESCO no haya tratado de asociarse sistemáticamente con todos los

programas de desarrollo turístico, al menos con aquellos promovidos por organizaciones de ayuda internacional. En efecto, estos programas en tanto en cuanto han sido concebidos esencialmente como operaciones económicas llevan de manera inherente el riesgo de acarrear «genocidios culturales» (como ha destacado Jafari (39)) consustancial con cualquier economía en expansión basada en el pensamiento occidental. A la vez, el turismo ha roto con sus propias tradiciones históricas. A causa de esta nueva ambivalencia que el turismo ha ido adquiriendo durante los últimos 20 años, puede ser ahora acusado de jugar un papel ambiguo. Por una parte, sin duda, contribuye a detener la posible devaluación del sistema cultural en un país determinado y a extender este sistema en el extranjero, pero al mismo tiempo verdadera y realmente ataca al mismo.

El efecto de demostración y la aculturación

En general debemos de admitir que la conducta de los turistas induce a imitación por parte de la población local. (El ejemplo más obvio es el de la moda del hinduismo que se ha extendido a través de Europa y América.) Los turistas de diversas procedencias se comportan de distintas maneras, pero una característica común es la de que el nativo atribuye un gran prestigio a su conducta, aunque solo sea porque lleva consigo la demostración de una superioridad financiera. Esto, pensamos que sobre todo, para una parte de la población que carece de formación, evidencia una superioridad de conducta, así que la imitación del turista envuelve la misma superioridad no solo en cuanto a lo financiero, sino en lo intelectual y en otras esferas.

Claramente, desde este punto de vista, los efectos del turista sólo se producen en una dirección: del turista al nacional visitado. Dejando de lado el que este punto de vista es incorrecto y el que se pueden citar casos que lo refuten, ello nos lleva a un curioso acercamiento por parte del sociólogo o del economista que deplora la dirección única de esta transferencia. En el caso de que esta influencia sea de hecho una dirección única, ¿no pudiera ser debido a que el modelo cultural es en sí mismo superior, o porque el nacional es un individuo culturalmente débil?

Como muchos otros escritores, Nettekoven piensa que mucha gente joven es especialmente susceptible a este efecto de demostración, pero añade que la situación del adulto es completamente distinta. En un comienzo puede existir un complejo de inferioridad que tiende a poner en marcha un complejo de imitación, pero la debilidad de la situación del turista es rápidamente percibida y por ende ampliamente explotada. La consecución de este proceso suele prolongarse por espacio de diez años, de acuerdo con Nettekoven que establece este criterio para lograr el éxito del desarrollo turístico.

Nettekoven demuestra también que el problema aparece influido por factores políticos a priori, el individuo empobrecido por el atraso de la economía de su país se compensa ya sea adaptando los patrones de conducta occidental o rechazándolos por completo según que su acusación recaiga sobre sus propios políticos o sobre los de países extranjeros. El papel desempeñado por el turismo a este respecto es completamente subsidiario y son verdaderamente los medios de comunicación los que proveen modelos de mayor fuerza o influencia persuasoria. Realmente la subversión que se produce por el turismo es menor en el aspecto cultural que en el económico y sería conveniente clarificar sus límites. Los efectos de demostración se producen mediante tácticas similares a las empleadas en un «anuncio de intenso bombardeo» en el cual se lleva a la práctica un esfuerzo a fin de debilitar a las masas psicológicamente, para hacerlas receptivas a condicionantes de una dirección única. Los turistas no poseen estos instrumentos, sólo cuentan con ellos los llamados medios de comunicación de masas «mass media». En términos más generales, tal como sugiere Nettekoven, tenemos que formularnos la pregunta de si los verdaderos agentes del efecto de demostración no son ciertamente los medios de comunicación de los países receptores, que llevan a cabo una campaña permanente para promover un modelo de sociedad de consumo de acuerdo con los esquemas occidentales. Así, pues, aunque el turismo desempeñe un papel en este sistema hasta el punto de que confirme los mitos propagados por los medios

de comunicación, su papel puede considerarse como secundario.

Sin embargo, minimizar el papel del turismo en el proceso de aculturación y atribuirle tan solo un limitado efecto de demostración, significaría también el minimizar su habilidad para «abrir las estructuras de sociedades arcaicas» y conjuntar un movimiento hacia una sociedad industrial, hasta el punto de que de acuerdo con lo afirmado por Sessa (63), el turismo aparece dotado de una especie de contagio universal. En este punto, Sessa y Jafari (39), están de acuerdo en que el turismo mantiene un efecto demostrativo, pero no así en cuanto a la significación de este efecto. Mientras que para Sessa es positivo; los modelos de consumo se ven alterados como sucede con las actitudes hacia el ahorro y la inversión, para Jafari, la «inyección ideológica» es un signo negativo; interrumpe un proceso normalmente lento, y el efecto de demostración, conduce a un incremento del consumo en detrimento del ahorro y de la inversión.

Asumiendo que el turismo juega un papel en el proceso psicológico mencionado, una misión que aún no ha sido delimitada con precisión, falta aún el llevar a cabo la comparación de los beneficios indicados por Sessa y de los costes mencionados por Jafari para establecer si tal y como afirma Haytens (33), el turismo induce a la población local a la *degradación del empleo industrial en favor de empleos más prestigiosos en hoteles y otros servicios turísticos.*

El marketing de la cultura

En el estado actual, el debate sobre la aculturación y el efecto demostrativo sólo conduce a una confusa discusión, ya que resulta difícil el detectar en qué proporción el turismo, el desarrollo industrial y los medios de comunicación de masas son responsables de la subversión cultural y económica dirigida por los países de economías ricas hacia los de economías pobres. Pero existe también otro planteamiento difícil y es el consistente en el marketing de la cultura. Si bien los problemas son obvios, hay una ausencia casi completa de un pensamiento analítico en este aspecto, y por otra parte los intereses particulares complican aún más la situación.

Tal como fue discutido anteriormente, uno de los indudables beneficios del turismo, estriba en el restablecimiento de los valores culturales atacados o denegados por el expansionismo económico de los países del oeste. Este restablecimiento comprende, tanto a los países del oeste como a las naciones víctimas de sus agresiones culturales. También ha sido objeto de consideración la nueva ambivalencia del turismo que continúa siendo una expresión de curiosidad intelectual y cultural tal como lo fue en el pasado, pero que también es un fenómeno de expansión económica con todo lo que trae consigo en términos de destrucción.

Esta ambivalencia se expresa libremente en el área del arte. Bouvier (6), hace notar en relación con el arte polinesio que la distinción entre arte puro, arte decorativo y artesanía no se hacía inicialmente. Cualquier objeto corriente era considerado como investido de un poder sagrado que hacía su uso benéfico, pero la llegada de los europeos trastocó este inicial sistema artístico y el interés que era demostrado por los productos locales condujo rápidamente a los nativos a la manufactura de objetos «ersatz» cuyos diseños simplistas evidencian ya cierta decadencia. En este caso, el turismo se impuso dentro de un sistema que ya era artificial y lo que se dice de Polinesia es igualmente válido para Africa. Edelman (26), deplora la producción comercial de toda clase de cacharros y la adaptación de las artesanías a los gustos del turista. Pero también puede darse el caso de que el turismo irrumpa en un sistema en el que la creación artística siga aún los estilos de las viejas tradiciones.

Schawinsky (60) piensa que esto ha sucedido en Guatemala, donde simultáneamente con la renovación del interés en las culturas indias por parte de los occidentalizados ladinos, ya han aparecido algunos signos de decadencia. Algunos artículos o souvenirs se manufacturan actualmente tan solo para los turistas y no para su uso doméstico, a la vez que se ha organizado un sistema de marketing de souvenirs que propicia a la producción por parte de los indios, no ya de acuerdo con su propio gusto, sino con el de los turistas.

El problema del marketing de esta cultura puede ser planteado de diversas maneras: (i) puede ser necesario el proteger aquello que aún no ha caído bajo la influencia del turismo; tales casos son más bien raros (por ejemplo, el cambio de conchas por botones de pantalones en las máscaras que se confeccionan en Nueva Guinea, representa un intento bastante ingenuo por parte de los nativos para mejorar su trabajo artesano combinado con la desacralización del objeto con propósitos comerciales). Es de temer que el daño causado por las expediciones turísticas tales como las de viajes Lindblad a las Tobriands y a otros lugares esté desbordando la acción de los responsables de la organización de esta protección; o bien (ii) pudiera tratar de repararse, o al menos de limitar el daño que se haya causado por el turismo.

Schawinsky demuestra que el marketing de la cultura, conduce a la aparición del «cúrio» (curiosidad) —la forma degenerada del arte folklórico— sirve sobre todo a los intereses locales. La progresiva ascendencia de la sociedad india con sus trajes y artesanías no aprovecha sino a los ladinos, que constituyen la clase dominante y que controlan los más importantes canales de marketing. Hasta el punto de que así llevan la ventaja en un sector que efectivamente, se basa en los indios, la restauración de la balanza económica a través del turismo —lo cual puede haber sido considerado como «el argumento de consolación»— no puede ser invocado.

Esto suscita el problema de las variadas tipos de política autoritaria que el estado puede aplicar respecto a las estructuras liberales de marketing. Estas políticas pueden originar un sistema de altos precios y de buena calidad basado en la relativa escasez y distribución a través de un pequeño número de prestigiosos canales controlados (2); en este caso el gobierno desvía grupos de interés que pueden ser políticamente activos. Sin embargo, las estructuras de marketing liberal pueden proliferar libremente y conducir a la inflación de precios de «curiosidades» (artículos de regalo populares o imitación de antigüedades) e incluso a un grado aún mayor de aceleración del proceso degenerativo.

La virtual inexistencia de estudios sobre esta cuestión suscita la necesidad de una pro-

funda investigación y de una comparación de varias experiencias y de sus resultados. No obstante, cabe preguntarse si los dos sistemas no podrían coexistir para bien o para mal a condición de que —como sucede en el caso de la música y de la danza existan dos niveles distintos de actividad.

En el área de baile algunos países han intentado establecer ballets o grupos coreográficos nacionales y regionales, cuyo alto nivel y excelente reputación demuestran que es francamente posible reconciliar el arte con el turismo*. Al propio tiempo, el sector privado, en cuanto a los clubs nocturnos se refiere, ha desarrollado maneras en las cuales como dice Haulot «el gusto por el color bien enfocado y rendido, el calor y el acompasado sonido» ha creado un fácil y deslumbrante erotismo que incuestionablemente satisface ciertas demandas importantes del mercado. Se entiende que este asunto en sus últimas consecuencias ataña a toda la comunidad, ya que envuelve «una abdicación, un abandono de la dignidad y del respeto a sí mismo»; pero en cualquier caso creemos que el establecimiento de un *modus vivendi* se establece satisfactoriamente para las dos partes. De nuevo aquí, vemos cómo el pensamiento económico y social es bastante superficial y que claramente es preciso reforzar la investigación de motivaciones.

Conservación de sitios. Monumentos de arquitectura tradicional

Arquitectura tradicional y monumentos

No cabe duda de que en este sector el turismo puede reportar sus mayores beneficios. De acuerdo con Sessa (63) la herencia cultural que determina los atractivos de un país para los turistas incita a las autoridades a protegerlo, y a consecuencia de ello los ejemplos de operaciones de salvamento cultural estimulados por el turismo y bajo los auspicios de la UNESCO son numerosos. El autor observa que en este sentido el turismo

* Nota del traductor.—En este sentido, es destacable la obra que en España se ha realizado por los Organismos Nacionales de Turismo, al convertir en Paradores un número considerable de edificios monumentales que estaban amenazados de ruina.

de masa no difiere mucho de otras manifestaciones.

En general, el turismo facilita la introducción en la economía de mercado de aquellos tesoros culturales que hasta ahora no habían sido explotados y que por ello habían sufrido de los avatares del tiempo y de la falta de respeto de las poblaciones locales. Jafari (39) observa que así se ayuda al pueblo a tomar conciencia de sus propios valores culturales y se revigora su mejor orgullo nacional. Lonati (44) habla del acontecer cultural del turismo en iguales términos; el desarrollo del turismo conduce, a través de la restauración o conservación de monumentos al mantenimiento de la riqueza cultural que beneficia a la totalidad del país*. En 1965 en el *Correo de la Unesco* se enjuiciaba que si un monumento había retenido su función religiosa, política o social, se hacía preciso asegurar la continuidad de tal función o de encontrar otro destino. De esta manera, en el turismo se encuentran nuevos motivos para encauzar la salvación de los monumentos más amenazados, pero al propio tiempo, como destaca Haulot (31), hace posible que esta restauración de restos de una herencia cultural pueda ser autofinanciada, lo cual es beneficioso para aquellos Gobiernos que se ven apremiados por necesidades más urgentes.

No obstante, debe de establecerse una distinción entre monumentos históricos protegidos por los gobiernos debido a que la historia y la opinión mundial los ha sacralizado, y por otra parte la arquitectura tradicional a la que no se ha dado la importancia que realmente tiene. En el primer caso, los gobiernos han tomado muy frecuentemente la iniciativa para proveer a su restauración y no precisamente tomando como referencia el turismo internacional. Por otra parte, los monumentos históricos son por definición menos frágiles, y excepto en casos como el de Abu Simbel, la urgencia de operaciones de salvación no es tan apremiante como para que sea absolutamente preciso emprenderla dentro de una o dos décadas.

* *Nota del traductor.*—También aquí es notable la labor que a nivel oficial se ha realizado en España, que por otra parte se ve en peligro de denigración por la escasa calidad de muchos espectáculos comerciales para la explotación del turismo nocturno.

En el caso citado en segundo lugar, o sea, el de la arquitectura tradicional, se trata más bien de estructuras frágiles. Su anonimidad no las protege frente a los planes nacionales de urbanización y ello hace que fácilmente puedan ser víctimas de soluciones más bien simplistas e influenciadas por los intereses privados que aportan sobre la marcha las autoridades locales, que suelen tener cierta inquina por los viejos tejados ondulados.

La conservación de Matmatas en Túnez, de las posadas árabes de Djerba, de las cabañas impluvium de Casamance (Agencia de Cooperación Cultural y Técnica de París), de las fondas o caravanserais de Turquía o de los hiperbólicos tejados de Polinesia, etc., fue sobre todo, debida al esfuerzo de arquitectos extranjeros que tuvieron oportunidad de encontrar argumentos convincentes para influenciar la planificación arquitectónica del desarrollo turístico.

Si bien poco se puede esperar en este sentido de la iniciativa local, que en algunas ocasiones se ha visto carente de la perspectiva necesaria para un juicio objetivo (aunque debe decirse que existen algunos indicios de cambio en esta tendencia), pensamos que hay aquí terreno para una acción de la UNESCO, en ausencia de cualquier referencia en la literatura en cuanto sería especialmente propicio para una campaña que despertará la preocupación de una organización prestigiosa y no tan solo para llevar a cabo una colecta de fondos.

Turismo y medio ambiente

En contraste patente con lo que está sucediendo con los monumentos o con los sitios históricos, la necesidad para que se llegue al logro de una activa protección de los sitios naturales es una noción relativamente reciente en la literatura Europea (41). La naturaleza y el medio ambiente, en cuanto a que son factores culturales, resultan conceptos familiares para el americano. Ciertamente, para él la conquista de una naturaleza no deteriorada de la frontera, es un dato histórico y, por lo tanto, cultural. Por otra parte, todo esto es nuevo para el europeo. En cuanto al africano, si bien la idea es para él especialmente una sensible realidad —tal como se evidencia en los innumerables parques de África— hasta

ahora se ha desarrollado mucho más en forma práctica que de investigación o teoría.

La «batalla por el medio ambiente» (66), ha originado empleos y numerosas manifestaciones escritas, pero en conjunto se ha registrado un mayor interés en los problemas derivados de la contaminación como manifestaciones de la urbanización y de la industrialización (son numerosas las obras que sobre el estudio de este tema se han publicado).

Es forzoso acudir a los artículos de la British Travel Authority y de la OMT (38), así como a la obra de Arthur Haulot (32), para encontrar lo que explícitamente está en juego en el tema de las relaciones entre turismo y medio ambiente. Como puede suponerse, el turista es ni más ni menos contaminador que un obrero, y precisamente esta evidencia es lo que hasta el presente ha limitado la aparición de nuevas ideas en este aspecto en la literatura turística. A pesar de ello, Haulot señala que el turismo desempeña un significado único en el entorno natural (hoteles gigantes, aeropuertos, facilidades turísticas en el desierto, en las montañas, en las orillas de los ríos).

De este modo el turismo contribuye a la formación del «landschap» (se trata de un concepto de la naturaleza, pero a la que se añade la historia y la tradición, concebida como una herencia cultural) (41), y aquí surge la cuestión concerniente a la evolución de esta acción sobre el medio ambiente. Por supuesto tal humanización pudiera ser benéfica, pero como sucede cada vez con mayor frecuencia no hay diferencia alguna entre el promotor turístico y el industrial neto, cuando en nombre del interés común y el desarrollo económico y la libre empresa, todo viene a incidir en la comercialización asestando tremendos golpes a la herencia natural.

En los países desarrollados es razonable confrontar con la opinión pública para restringir la iniciativa de negocios y tecnocrática (14), pero también lo es el asumir que los de las Islas Galápagos o Islas del Este, citados por Haulot no son los peores ejemplos de agresión turística en países subdesarrollados. Por ejemplo, el problema del nacimiento de agua salina tras de la explotación (que repentinamente se ha hecho intensa debido al

turismo) de agua pesada (forma de una cristalina angostura de agua dulce) en Djerba, en las Bahamas y poco después en los atolones polinésicos, y que constituye una amenaza a la totalidad de la colonia humana y de la microcultura de aquellas islas. Y lo que es más, teniendo en cuenta que el medio ambiente es también producto de otras gentes, será conveniente suscitar el problema de un gradual distanciamiento de la población por el turismo alejándolo de las zonas costeras y atrayéndolo a las zonas montañosas del interior, tal como sucede en el Caribe y en las Islas de Haway. De nuevo aparece aquí la necesidad de una reflexión más profunda sobre la geografía física y humana que tenga mayor alcance que los meros estudios acerca de la polución del suelo, el aire y el agua.

Turismo y religión

Por último debemos de hacer un examen de la confrontación entre el turismo, que en un mayor o menor grado lleva consigo una carga de espiritualidad humana, y la religión. Al no existir una posición conocida o publicada desde un punto de vista musulmán, se impone efectuar un análisis, siquiera sea breve, de los puntos de vista católicos y protestantes. Las posiciones sobre esta actividad son recientes y se presentan como muy cercanas: las iglesias no pueden dejar de evaluar «el fenómeno del turismo que engloba las aspiraciones de una gran parte de la humanidad» (13).

Esta consideración es esencialmente de índole moral, pero demuestra que la percepción por parte de las iglesias del turismo y de sus problemas no difiere mucho de la de ciertos sociólogos. Los aspectos sociales del turismo, ciertamente conciernen a las iglesias y, aún más, éste puede llegar a actuar como fuerza verdaderamente efectiva que contrarreste el aislamiento de pueblos y países. Uno de sus efectos es el de despertar los sentimientos humanos de debilidad y de transitoriedad, pudiendo llegar a ser un factor de ecumenismo y paz entre los pueblos.

El turismo da testimonio del amor y de la admiración del hombre por la creación y los gastos que acarrea parecen justificados si realmente ayudan al individuo en su lucha

para lograr la perfección (69). Por otra parte, las iglesias se muestran opuestas si estos desembolsos degeneran en un derroche o despilfarro que representa un insulto a la pobreza. También las concierne el impacto del turismo en los habitantes de las localidades visitadas, y las perturbaciones morales y sociales son discutidas en términos generales. La situación del tercer mundo es considerada a este respecto. La iglesia protestante se refiere al choque cultural que el turismo motiva en «pequeñas comunidades de gentes sencillas» (69).

Por su parte la iglesia católica, recomienda que el turista se comporte con humildad en sus relaciones con la población visitada en atención a que «los miembros de las iglesias del tercer mundo han de reforzarse su fe con experiencias.»

Finalmente, al preocuparse de los problemas que la práctica de la religión origina a los turistas, al profesional del turismo y al sacerdote (20), las iglesias ofrecen como solución la colaboración de las iglesias en un espíritu ecuménico.

CONCLUSIÓN: CAMBIO E INTERCAMBIO CULTURAL

En conclusión, queda claro que el turismo sobrepasa la consideración de fenómeno económico con efectos sociológicos y culturales para convertirse en un fenómeno de civilización.

El turismo ejemplifica este cambio que poco a poco está efectuando el mundo entero. Marshall MacLuhan, al referirse a los «mass media», dice: Un mundo dividido está siendo reemplazado de manera gradual por un «pueblo global» en el cual todas las comunicaciones se llevan a cabo a través de los medios de comunicación de masas. Este «pueblo» continúa su expansión que gradualmente se extiende con la adición de diferentes tribus conocidas como Africa, América, Asia, Europa y el Pacífico, que hasta hace muy poco se hallaban espaciados y acostumbrados a vivir en círculos más o menos cerrados con su propio sistema de valores y de civilizaciones.

Pero las civilizaciones son mortales, tal y como decía Paul Valéry: Babilonia, Cartago, Cuzco, fueron nombres famosos y sabemos muy bien que la expansión económica cualquiera que sea la faz tras de la que se oculta, militar, religiosa o tecnológica, es una amenaza a los que no tienen sus ojos bien abiertos. El turismo forma parte de esta expansión y si no se tiene sumo cuidado, los nombres de Balf, Chiang Mai, Tahití, Malinke, Masai y mil más serán pronto añadidos a una

extensa lista de civilizaciones amenazadas a causa del turismo.

Hay quien gusta recordar que la historia precisa que el más débil emula al más fuerte; según otros una civilización puede caer sobre sí misma y así vivir «eternamente», mientras que otros afirman que se debe morir si este es el único medio de mantenerse fiel a sí mismo. Bien sabe la prudencia que cada pueblo debe de tener la fuerza de aceptar lo mejor de los demás e imponer a aquellos lo mejor de su acervo. La civilización de Roma, de Bizancio y de Córdoba e incluso el Renacimiento demuestran lo que el cruce de culturas puede alcanzar cuando cada cual decide que su propia personalidad será lo necesariamente fuerte de manera que finalmente pueda imponer su impronta en el sistema. Actualmente podemos encontrar la ilustración de como esto sucede todavía en la lectura del enjundioso ensayo sobre la «Negritud», obra de S. Senghor.

En este contexto, el turismo es contemplado como un instrumento de la mayor importancia y resulta esencial que el experto en esta materia no lo considere exclusivamente para ser utilizado o rechazado como un medio de desarrollo económico o de subversión ideológica.

El substrato de este estudio no parece ser sino el de demostrar que el conflicto entre economistas, geógrafos, antropólogos y so-

ciólogos se circunscribe con demasiada frecuencia a estos dos aspectos. Sin excluir consideraciones de índole técnica, sino más bien a fin de reafirmarlas aún con mayor energía, debería de adoptarse una perspectiva histórica y una panorámica mucho más amplia por parte de los distintos sectores aludidos, si verdaderamente desean resolver las contradicciones que rodean a esta actividad tan *sui generis*.

Si el turismo tal y como se observa a lo largo de los últimos veinte años es realmente una nueva e interesante oportunidad que puede ofrecerse a la humanidad, el pensamiento económico, sociológico y filosófico formulado sobre el mismo debería de ser difundido, y los expertos necesariamente habrán de contrastar sus puntos de vista dentro de un contexto que aún está por definir, pero que ya no será estrictamente económico o sociológico.

BIBLIOGRAFIA

1. ADEBIAYE, T. W.: *Le Tourisme International et le Développement des Etats d'Afrique noire francophone*, These de Doctorat, Toulouse, 1973.
2. ALMASTOUR, A. A.: *Promotion et Commercialisation du Tourisme au Tchad* (Promotion and Marketing of Tourism in Chad), Agence de Cooperation Culturelle et Technique Paris/Ecole Internationale de Bordeaux, Bordeaux, 1974.
3. ADELS-GREP: *Pour une participation des ruraux a l'équipement touristique*, Paris, 1970.
4. BARBIER, B.: «Vars, Une grande station des Alpes du Sud», *Revue de Géographie Alpine*, Grenoble, 1968.
5. BEN, Salem L.: «Aspects humains du développement du tourisme dans le Cap Bon», *Revue Tunisienne de Sciences Sociales*, Tunis, 1970.
6. BOUVIER, H.: «Note sur le Développement des Activités artistiques et Artisanales dans le Cadre l'évolution du Tourisme en Polynésie Française» (Note on the Development of Arts and Crafts within the Framework of Tourism Development in French Polynesia), cited in *Tourisme Tropical Balnéaire*, J. M. Thurot, Centre d'Etudes du Tourisme, Aix-en-Provence France, 1973.
7. BRITISH TRAVEL AUTHORITY: *Tourism and Environment*, 1972.
8. BRUN, A.: *Le Tourisme International, Facteur de Développement Economique ou Neo-colonialisme* (International Tourism, Factor in Economic Development or Neo-colonialism), Agence de Cooperation Culturelle et Technique Paris/Ecole Internationale De Bordeaux, Bordeaux, 1974.
9. BRYDEN, J. M.: *Tourism and Development: A Case of the Commonwealth of the Caribbean*, Cambridge University, 1973.
10. Bulletin de la Federation Française d'Economie Montagnarde, Varbe, 1969.
11. Centre de Sociologie Européenne /Ecole Pratique des Hautes Etudes: *Aspects sociologique de l'aménagement touristique du littoral de Languedoc-Roussillon* (Sociological Aspects of Tourism Development of Coastal Areas in Languedoc Roussillon), Paris, 196.
12. Centre d'Etudes et de Recherches sur l'Aménagement Urbain: *Etudes sur les salaires du tourisme*, Paris, 1974.
13. Mgr. CLARIZIO: *L'Eglise et le tourisme aujourd'hui* (The Church and Tourism Today, Fourth orld Symposium of Delegates of Episcopal Conferences), Symposium mondial 47 des Delegates des conférences épiscopales sur la pastorale du tourisme), Rome/Vatican, 1970.
14. COIGNAT, B.: *La Montagne colonisée* (Colonization of Mountain Region), Edition du Cerf, Paris, 1973.
15. Comité d'Expansion Economique De L'Isere: *Tourisme et aménagement rural*, Grenoble,
16. Commission Nationale Sectorielle du tourisme et du Thermalisme: *Evaluation du tourisme en Tunisie: Retrospective 1961-1971*, Tunis, 1973.
17. Conference Catholique Canadienne: *Ebauche d'une pastorale du tourisme*, Ottawa, 1972.
18. CONSTANTIN, S.: *Proposition pour une Politique de Développement Touristique a l'île Maurice* (Proposals for a Tourism Development Policy in Mauritius), Agence de Cooperation Culturelle et Technique Paris/Ecole Internationale de Bordeaux, Bordeaux, 1974.
19. DALLA, J. C.: *Politique de Promotion et de Commercialisation Touristique en République Centrafricaine* (Policy for Tourism Promotion and Marketing in Central African Republic), Agence de Cooperation Culturelle et Technique.
20. DE DAINVILLE, F.: *Tourisme et pastorale* (Tourism and Pastoral Matters), Desclée et Cie, Tournai, 1964.
21. DEFERT, P.: *Les perturbations apportées a certaines économies locales par le caractère saisonnier du phénomène touristique*, Centre d'Etudes du Tourisme, Aix-en-Provence, 1962.
22. DEFERT, P.: *Le Tourisme, Facteur de Valorisation Regionale* (Tourism as an Instrument of Regional Development), Paris, 1966.
23. DEFERT, P.: «Le Tourisme, Reflexion et Mise en Oeuvres» (Tourism, Its Study and Practice), *Revue Recherche Sociale*, Paris, 1973.
24. DEFERT, P.: *Le Tourisme Richesse Regionale* (Tourism and Regional Wealth), Centre de Recherches Economiques et Sociales, Paris, 1962.
25. DUCLOS, R.: *Tourisme et agriculture en montagne* (Tourism and Agriculture), Federation Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles, Paris, 1969.
26. EDELMANN, J. M. F.: «Möglichkeiten und Grenzen des Fremdenverkehrs in Entwicklungsländer», *Revue de Tourisme*, Berne, 1975.
27. ELKAN, .: *Employment in the East African Hotel and Tourist Industries: A Survey*, Institute for Development Study, Nairobi, 1973.

28. FACE, M.: *Implications sociales et économiques de l'aménagement d'une région touristiques* (Social and Economic Implications of Regional Tourist Development), Fondation allemande pour les pays en voie de développement, Berlin, 1973.
29. FINK, C.: *Der Massentourismus: Soziologische und Wirtschaftliche Aspekte unter Besonderer Berücksichtigung Schweizerischer Verhältnisse*, St. Gallen Beiträge zum Fremdenverkehr und zur Verkehrswirtschaft, 1970.
30. HAULOT, A.: «Aspects sociologiques du tourisme», *Revue de Tourisme*, Berne, 1970.
31. HAULOT, A.: «Tourisme d'aujourd'hui et Patrimoine d'hier» (Today's Tourism, Yesterdays' Heritage), *Revue de l'A.I.T.*, Monaco, 1969.
32. HAULOT, A.: «Tourisme et environnement», Collection Marabout, Verviers, 1974.
33. HEYTENS, J.: *Les Effets du Tourisme dans les Pays en voie de Développement; implications économiques, financières et sociales*, Centre de l'Etudes de Tourisme, Aix-en-Provence, 1974.
34. Hunziker and Krapf: *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre* (Outline of General Theory of Tourism), Zurich, 1942.
35. International Bank for Reconstruction and Development (IBRD): *Review of the American Sociological Literature of Tourism*, Washington, D.C., 1975.
36. I.F.O.P.: *Etude d'un cas de perception du phénomène touristique par les ressortissants d'un pays récepteur, l'enquête nationale et inter-régionale IFOP*, I.F.O.P., Paris, 1968.
37. Institut de Gestion d'Economie Rurale: *Tourisme en milieu rural: rapport de synthèse*, Ministre d'Agriculture, Paris, 1969.
38. I.U.O.T.O.: *Charte pour la Mise en Valeur et la Protection des Ressources Touristiques, Charte des Influences de l'homme sur l'Environnement* (Charter for the Development and Protection of Tourist Resources; Diagram Showing Man's Influence on the Environment), 1972.
39. JAFARI, J.: *Role of Tourism on Socio-economic Transformation of Developing Countries*, Cornell University, Ithaca, N.Y., 1973.
40. KJELLSTROM, S. B.: *The Impact of Tourism on Economic Development in Morocco*, University of Michigan, 1974.
41. KRIPPENDORF, J.: *Die Landschaftsfresser: Tourismus und Erholungslandschaft-Verderven oder Seger?* (Devourers of the Landscape), ed. Hallwag, Berne, 1975.
42. LAINEX, B.: *Le Tourisme et le Monde Rural* (Tourism in Rural Society), Cahiers de CENECA, Paris, 1971.
43. LANGEVIN, L.: *Etre Touriste dans le tiers Monde* (The Tourist in the Third world), Ottawa, 1972.
44. LONATI, R.: *Dimension Culturelle du Tourisme* (Cultural Dimension of Tourism), *Revue de l'A.I.T.*, Monaco, 1969.
45. M'BENGUE: *Reflexions pour une Politique de Développement touristique au Senegal* (Reflexions of a Tourist Development Policy in Senegal), Agence de Cooperation Culturelle et Technique Paris/Ecole Internationale de Bordeaux, Bordeaux, 1974.
46. METGE, P.: *Le Tourisme: Activite Rurale* (Tourism in Rural Area), Cahiers du CENECA, Paris, 1971.
47. MEULI, R.: *Le Tourisme Grison et son Rôle dans l'Economie Cantonale des Grisons* (Tourism in Grisons, Switzerland and its Role), Geneve, 1940.
48. NETTEKOVEN, L.: *Massentourismus in Tunesien: Soziologische Untersuchungen an Touristen aus Hochindustrialisierten Gesellschaften* (Mass Tourism in Tunisia), Starnberg, 1972.
49. NETTEKOVEN, L.: *Implications socio-culturelles du tourisme de l'Occident vers le Tiers-Monde* (Sociological Implications of Western Tourism in the Third world), Fondation Allemande pour les Pays en Voie de Développement, Berlin, 1973.
50. NETTEKOVEN, L.: *Massentourismus aus der Industriegesellschaft in die Dritte Welt*, Westdeutschen Verlag, 1969.
51. N'GRABONZIMA, P. A.: *Reflexions sur le développement touristiques du Rwanda* (Reflexions on Tourism Development in Rwanda), Agence de cooperation culturelles et Technique Paris/Ecole Internationale de Bordeaux, Bordeaux, 1974.
52. ODOURAD, A.: *Le Tourisme et les îles Canaries*, Cahiers d'Outre-Mer, Bordeaux, 1973.
53. PAYAN, A.: «Le Tourisme est un Transfert» (Tourism is a transference, *Revue de l'Académie Internationale de Tourisme*, Monaco, 1972.
54. PEVETZ, W.: *Die Beziehung zwischen Fremdenverkehr, Landwirtschaft und Bauertum*, Agrarwirtschaftliches Institut, Vienna, 1966.
55. PRECHTL, D.: *Implications économiques et sociales du tourisme au Maroc* (Socio-economic Implications of Tourism in Morocco), Fondation allemande pour les pays en voie de développement, Berlin, 1973.
56. REDCLIFT, M.: «The effects of Socio economic Changes in a Spanish Pueblo on Com-

- munity Chesion», *Sociologie Rurales*, Netherlands, 1973.
57. RENARD, J.: *Le Tourisme perturbateur des Economies Littorales Traditionnelles: l'exemple du littoral de la Bretagne Sud* (Tourism as a Disturbing Factor in Traditional Coastal Economies), Centre Nantais de Recherche pour l'aménagement Regional, 1968.
58. RICHARD, R. and BARTOLI, C.: *La Côte d'Azur assassinee*, Editions Rondil, Paris, 1971.
59. RICHEZ, G.: *Renovation Rurale et Tourisme; l'exemple de Ceillac en Queyras* (Rural Renewal and Tourism; The Case of Ceillac), Mediterranee, Aix-en-Provence, 1971.
60. SCHWINSKY, R.: *Die Sozio-Ökonomischen Faktoren des Fremdenverkehrs in Entwicklungsländern: der Fall Guatemala* (The Socio-economic Effects of Tourists Travel in Developing Countries: The Case of Guatemala), St. Gallen Beiträge zum Fremdenverkehrs und zur Verkehrswirtschaft, Berne, 1973.
61. SCHLIETER, E.: *Die Geographischen Auswirkungen des Fremdenverkehrs auf die Seebäder der Nord Toskanischen Küste*, Mahrburg/Lahn, 1968.
62. SESSA, A.: *Turismo e Terzo Mondo*, Ed, Sarda Fossaturum Cagliari, 1972.
63. SESSA, A.: *Elementi di Sociologia e Psicologia del Turismo* (Elements of Tourism Sociology and Psychology), C.L.I.T.T., Rome, 1974.
64. TEMPELMAN, C. J., and PEPPELBOSCH, P.: *Le Tourisme Internationale et les Pays en Voie de Développement* (Tourism and Developing Countries), Les Cahiers d'Outre-Mer, Bordeaux, 1974.
65. Turismo et Terzo Mondo (Tourism and the Third World), Cagliari, 1972.
66. VERNIER, J.: *La Bataille de l'environnement* (The Battle of the Environment), Paris, 1971.
67. VEYRET-VERNER, G.: «Aspects économiques et humains des Alpes Françaises du Nord; les problèmes de la moyenne montagne», *Revue de Géographie alpine*, Grenoble, 1967.
68. WILKINSON, P.: *Ebauche d'une Pastorale du Tourisme* (Outline for a Pastoral Letter of Tourism), Ottawa, 1972.
69. World Council of Churches: «Leisure-Tourism: Threat and Promises», Geneva, 1970.

RESUME

J. M. THUROT, F. CAMUSET, G. GAY-PARA et R. BARETJE: *Les Effets du tourisme sur les valeurs socio-culturelles.*

L'étude ci-jointe est due à un équipe de chercheurs du Centre des Hautes Etudes Touristiques sous le titre «Les Effets du tourisme sur les valeurs socio-culturelles», *Annals of Tourism Research*, Vol. IV, núm. 2, November/Décember 1976, pp. 74-105. On offre ici à nos lecteurs la traduction de l'étude mentionnée réalisée par Jaime Hernández-Sampelayo.

On a souvent dit que le tourisme peut alléger les difficultés socio-économiques actuelles dans les pays en voie de développement. Cet essai bibliographique est une première analyse des études européennes du tourisme internationale et de ses effets économiques et socioculturels sur le développement. L'enquête montre que, en dépit de ses bénéfices reconnus, plusieurs conséquences négatives du tourisme remettent en question son rôle dans le développement socio-économique de ces pays. Cette enquête, à laquelle sera jointe une enquête, semblable par le World Bank, pourra faciliter une étude compréhensive des potentiels du tourisme.

SUMMARY

J. M. THUROT, F. CAMUSET, G. GAY-PARA and R. BARETJE: *The effects of tourism on socio-cultural values.*

The study here reproduced was elaborated by a Research team of the Centre des Hautes Etudes Touristiques in Aix-en-Provence under the title «The effects of tourism on socio-cultural values» and was rendered in *Annals of Tourism Research*, vol. IV, núm. 2 corresponding to November-December 1976, pp. 74-105. We offer to our readers the translation of the said study fulfilled by Jaime Hernández-Sampelayo.

It is generally argued that tourism can alleviate the present socioeconomic difficulties in the less developed countries. This literature search is a first analysis of European studies on international tourism and its economics and socio-cultural impacts on development. The search shows that despite its recognized benefits, several negative consequences of tourism question the role and its focusing that can play or can be given in the socio-economic development of these countries. This survey, to be coupled with one by the World Bank, should facilitate a comprehensive study of the potentials of Tourism.

ZUSAMMENFASSUNG

J. M. THUROT, F. CAMUSET, G. GAY-PARA und R. BARETJE: *Die Effekte des Tourismus in den Sozial-Kulturellen Werten.*

Das Studium, welches hier wiedergegeben wird, wurde durch die UNESCO unter dem Titel «Die Effekte des Tourismus in den Sozial-Kulturellen Werten», herausgegeben und erschien in «Annals of Tourism Research», Vol. IV, Nr. 2, in der Ausgabe Nov./Dez., 1976, Seite 74-105. Unseren Lesern geben wir hier die Übersetzung dieses Studiums wieder, verwirklicht durch Jaime Hernández-Sampelayo.

Es ist wiederholt darüber gesprochen worden, dass der Tourismus die derzeitigen Sozial-Wirtschaftlichen Schwierigkeiten in den Entwicklungsländern abschwächen könnte. Der gegenwärtige bibliografische Versuch ist die erste Analyse europäischer Studien des internationalen Tourismus und seiner wirtschaftlichen und Sozial-Kulturellen Auswirkungen über die Entwicklung. Die Umfrage zeigt, dass trotz der erkenntlichen Vorteile, die dies mit sich bringen kann, ergeben sich ebenfalls negative Konsequenzen in Fenomen Tourismus — so wie man es derzeit beobachtet — welche besonders hervorheben die Rolle der sozial — wirtschaftlichen Entwicklung dieser Länder. Diese Arbeit der Unesco, welche begleitet wird durch eine gleichwertige, zusammengestellt von der Weltbank, stellt ein verständliches Studium der Potenziale des Tourismus her.