

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS

+info <http://nulan.mdp.edu.ar/258/>

¿CÓMO DEFINIR EL TURISMO? UN REPASO DISCIPLINARIO

Daniel Hiernaux-Nicolas

Resumen

El planteo central del presente ensayo es el repaso de las principales orientaciones que inducen a definir el turismo, poniendo en evidencia los rasgos esenciales de cada enfoque y los aportes de las distintas disciplinas que se dedican al estudio del turismo.

En tal sentido se realiza un análisis de la definición del turismo desde las perspectivas legal, económica, administrativa, sociológica y geográfica, consideradas más representativas en sus aportes; de donde surge que ninguna de estas ciencias sociales tiene el monopolio de la verdad, la cuestión resultaría entonces ser multidisciplinaria.

Sin embargo, de la interpretación realizada surge que serán las ciencias sociales más analíticas, aquellas disciplinas como la geografía, la sociología o la economía, aquellas que podrán enfrentar dicha tarea.

A propósito de ello, surge como evidente que el turismo no es una actividad económica en sí sino un inductor de actividades económicas, al ofrecer bienes y servicios en función de la demanda del turista. Por tanto, cabría promover un cambio de orientación en la forma habitual de enfocar el turismo partiendo de su definición como proceso societario.

Palabras Clave: ciencias sociales - turismo - teoría del turismo

HOW TO DEFINE TOURISM – A DISCIPLINARY REVIEW

Daniel Hierneux-Nicolás

Abstract

The main objective of this essay is the revision of the main orientations inducing to define tourism, shading light into the most remarkable features of each approach and the contributions of the manifold disciplines devoted to the study of tourism.

In this respect, an analysis was made of the definition of tourism from the legal, economic, managerial, sociological and geographical perspectives as the most representative in terms of their contributions to tourism. From this arises the fact the none of these social sciences has a monopoly of truth. Therefore, it is necessary to propose an interdisciplinary approach.

However, from the above interpretation we should state that the most analytical social sciences, such as geography, sociology and economy, will be the ones which can carry out such a task.

Incidentally, it is evident that tourism is not an economic activity per se but a producer of economic activities, since it offers goods and services according to touristic demands. As a result, it will be important to promote a change in the orientation of the typical way of focusing tourism departing from its definition as a social process.

Key Words: *Social sciences – tourism – tourism theory*

¿CÓMO DEFINIR EL TURISMO? UN REPASO DISCIPLINARIO

Daniel Hiernaux-Nicolás

Introducción

El tema de este ensayo puede parecer trivial a cualquier persona que se ha acercado al quehacer turístico. Cada individuo maneja elementos de una definición del turismo, que aplica en su actividad propia. Si revisamos la literatura sobre el tema, llama la atención que las definiciones son muy distintas entre sí, por no decir contradictorias.

Quizás el parteaguas esencial surge entre tres grupos de analistas del turismo: quienes lo definen a partir de una práctica profesional relacionada con el mismo; aquellos que, tomando distancias con relación a la práctica, intentan construir una definición conceptual propia y, finalmente, las personas que llanamente definen el turismo a partir de su experiencia como turistas.

En torno al turismo se articulan, como archipiélago verbal, una serie de palabras algunas más conceptuales, otras más llanas que inducen aproximaciones diferentes al proceso turístico: son, a manera de ejemplo y sin ninguna pretensión de agotar el tema, expresiones como ocio, tiempo libre, industria turística, viaje organizado, migración temporal, vacaciones, actividades económicas turísticas, etc.

Todos estos conceptos o casi-conceptos derivan tanto de la relación al turismo que hemos citado anteriormente, como de la huella disciplinaria vertida en ellos.

Por este motivo, en este ensayo nos hemos planteado como meta ofrecer un repaso de las principales orientaciones que inducen a definir el turismo de tal o cual manera, para luego proponer una suerte de síntesis, que servirá, en otros trabajos, para avanzar sobre el estudio de este fenómeno particular. Hemos optado por tratar de poner en evidencia los rasgos esenciales de cada enfoque al turismo, que surgen a partir de diversas disciplinas. Por ende, más que presentar enfoques contradictorios entre sí, trataremos de enseñar las múltiples facetas que nos aportan las diversas disciplinas que se dedican al estudio del turismo.

1. La definición del turismo a partir de los aspectos legales

El turismo está fuertemente marcado por aspectos relacionados con el marco legal. En primera instancia, se ha insistido que no hubiera podido expandirse el turismo de no darse, en beneficio de los trabajadores, condiciones legales de acceso al tiempo

libre, así como de recursos adecuados para ello. Curiosamente, estas condiciones necesarias para la operación del turismo, no se derivaron de una posible legislación turística sino que, por el contrario, nacieron en el seno de la legislación laboral. Lo anterior es el resultado de que la primera visión del turismo, es en tanto que “vacaciones” es decir, como el hecho de dejar vacante el puesto de trabajo, en el marco de un acuerdo o convenio legalmente aceptada por el empleador y el empleado, acuerdo sancionado por una norma o una ley. Dicha legislación no se ha logrado en un día, y bien se sabe que la lucha por el tiempo libre ha sido larga y sangrienta.

Esta forma de ver el tiempo libre, a partir del tiempo restante después del trabajo y del tiempo obligado, es de hecho una definición extremadamente restrictiva, porque reduce el primero a un remanente, una migaja frente a la dominación del tiempo de trabajo.

Si bien esta situación prevaleció por largas décadas, debemos entender que se han modificado sensiblemente el contexto en el que se da el tiempo libre y la potencialidad que ello significa para desarrollarse actividades turísticas por parte del trabajador. Así, las vacaciones pagadas son un hecho admitido por todos, por lo menos en el mundo del trabajo asalariado.

Donde la situación se vuelve más difícil, es cuando se observa que los niveles de asalariamiento se han reducido considerablemente al expandirse la cantidad de trabajadores que ejercen una actividad lucrativa por cuenta propia, tanto en la informalidad como en la formalidad del negocio propio, se reduce el peso del marco legal y de la institucionalidad. Un trabajador por su cuenta, en efecto, no tiene la obligación ni con frecuencia, las condiciones para tomar vacaciones; a lo más puede ser obligado a descansar algún día a la semana, lo que se vuelve cada vez menos probable en un mundo urbanizado donde las ciudades son “de 24 horas”, es decir que nunca cierran todas las actividades.

Por otra parte, la presión que se ejerce sobre los trabajadores del mundo asalariado en cuanto a incrementar su productividad para evitar ser desplazados por otros e incrementar su competitividad personal, implica un estrés considerable que requeriría justamente de mayores vacaciones. Por el contrario, es a una tendencia adversa que se asiste: renunciar a las vacaciones para garantizar la buena imagen de “trabajador modelo”¹.

¹ En el modelo laboral japonés, era común no tomar vacaciones para demostrar su lealtad a la empresa. Con la crisis de esa economía, muchas personas han empezado a revisar críticamente sus conceptos de lealtad, cuando la empresa demostró no desempeñarse con la misma valoración del trabajo a la hora de los “indispensables” despidos.

Así pues, una definición del turismo a partir del tiempo libre (como actividad que se define a partir del tiempo restante) es cada vez menos útil. El turismo suele también articularse como ciertas formas de tiempos de trabajo o, como podemos observarlo en no pocos casos, una suerte de subversión del tiempo de trabajo para ganar espacio de descanso o de diversión. Se aprovecha, por ejemplo, un viaje de negocios para ganarse un fin de semana fuera del lugar de residencia habitual.

Existe también otro aspecto del turismo que se encuentra intensamente ligado con el marco jurídico: es el tema del cruce de fronteras y el estatuto legal que tiene el turista en un país ajeno.

Cuando empezó a desarrollarse un turismo que rebasó numéricamente un puñado de individuos aventureros o sumamente ricos (como los que realizaban el “Gran Tour”), los Estado-Naciones del mundo debieron empezar por preocuparse por el estatuto que debía tener ese extranjero arribando en suelo propio, para estancias relativamente cortas. La cuestión era difícil, porque se hacía evidente que no se le podían otorgar el mismo marco de derechos que los conacionales, aunque al mismo tiempo, era central que se le debía otorgar condiciones jurídicas de protección para poder ejercer su actividad en toda tranquilidad y legalidad, un factor esencial para el desarrollo del turismo.

El turista, vista de esta forma, es entonces portador de un estatuto de excepción que le da derechos elementales, pero, al mismo tiempo, restringe sus actividades. Una restricción fundamental es que el turista no puede ejercer actividades lucrativas en el país visitado. Lo anterior se ha vuelto un elemento decisivo en la definición del turista que se ha encontrado, por cuestiones jurídicas, claramente enclaustrado en su rol de turista.

Claro es que cuando se empezó a desarrollar el turismo de masas en la década de los cincuenta, pocas personas pensaban en trabajar al mismo tiempo que tener vacaciones, sencillamente porque el concepto de fraccionamiento y división del tiempo estaba muy anclado en las mentalidades de la época. Se era turista o se era trabajador, y ambas actividades eran mental y legalmente separadas. De tal suerte, la restricción legal parecía evidente.

Sin embargo, como ya se mencionaba, la situación presente resulta ser muy distinta por varias razones: en primer lugar, se ha expandido una forma particular de relación trabajo-visitas vacacionales, para la cual no se encontró una etiqueta mejor que la de “turismo de negocios”, lo que de por sí es una contradicción con la definición conceptual de turista. Sin embargo obedece a un cambio real: el aprovechamiento de

un desplazamiento de negocios para realizar actividades turísticas. Dolor de cabeza conceptual, esta situación tiene, además, numerosos matices que permiten apreciar que el denominado “turismo de negocios” es antes que todo una hidra de mil caras: desde quienes se internan en un país como turistas y aprovechan para realizar reuniones de trabajo sin por ello ejercer una actividad lucrativa en el lugar visitado, hasta quienes se registran como hombres de negocios, realizan actividades lucrativas, pero aprovechan para escaparse temporalmente del mundo del negocio y tomar un descanso seguramente merecido.

La dimensión legal y el registro mismo del turista por las autoridades migratorias correspondientes, tienen además una ventaja particular: al asignar al turista un certificado de entrada, una visa temporal, se puede calcular con toda precisión cuántas personas visitan el país. Anteriormente, con el fuerte control que se tenía en los sitios de alojamiento (obligación de presentar el pasaporte para el turista, una cédula de identificación para el nacional y, por parte del prestador de servicios, de llevar registros revisados por las autoridades policíacas) era inclusive bastante fácil mantener un control estrecho de los desplazamientos internos de los turistas, sean extranjeros o nacionales.

En ciertos contextos dictatoriales, como en la antigua URSS, se mantenía un control aun más estrecho de los desplazamientos de los turistas, tanto a través de la obligación de integrarse en viajes organizados o de tener un guía local, como por la restricción de acceso a ciertas áreas consideradas como de seguridad nacional durante la guerra fría (zonas militares o industriales sensibles)

En la actualidad, el control legal se ha hecho cada vez más difícil, y de hecho, en el contexto europeo, la eliminación de las fronteras plantea un serio problema de estimación del número de turistas internacionales entre los Espacio-Naciones de la Unión Europea. Así, el turista internacional en la UE es ahora una suerte de turista “intraregional” en el sentido que da la ciencia política y los estudios de relaciones internacionales a este tipo de macroregiones formada por entidades nacionales.

El marco legal se plantea también como esencial en el sentido de poner restricciones a ciertas actividades que pudiera realizar el turista, y que contravienen a las leyes locales: por ejemplo, tanto en México como en Tailandia por ejemplo, existe un estricto control del manejo de antigüedades, piezas arqueológicas o de valor patrimonial, por lo que el turista está avisado de los castigos severos que puede incurrir si infringe este tipo de restricciones.

Lo mismo ha empezado a generalizarse con respecto al traslado a otro país de especies animales o vegetales protegidos, tanto por motivos sanitarios como para la

protección de las especies en peligro.

Finalmente, cabe señalar los diversos marcos jurídicos a la inversión extranjera permitida al turista según los contextos nacionales: mientras que en Europa en general es bastante liberal la legislación, de tal suerte que el turista puede comprar tierras a orillas del mar o invertir en construcciones para uso propio, en países más restrictivos como México, tal inversión sigue difícil y la legislación no se ha modificado en sustancia pero sí en la práctica mediante la figura del fideicomiso, por ejemplo.

Dentro de este contexto, podemos afirmar que los juristas manejan cierta concepción del turismo y del turista: es alguien con un estatuto de excepción, pero sometido a diversas legislaciones que enmarcan, pautan y, finalmente, mantienen una definición propia, a veces intrínseca, de lo que consideran como actividades turísticas. Claro es, esto es en lo referente a la legislación, pero en la práctica, como lo vimos, empiezan a hacer agua los modelos jurídicos originales que acompañaron a las primeras décadas del turismo internacional, por lo que la relación entre turista y marco legal es cada vez más difusa y las definiciones originadas en el mismo, cada vez más obsoletas.

2. El turismo desde la perspectiva económica

Sin lugar a duda, la economía ha dominado el campo de los estudios turísticos como lo ha hecho en otros dominios de las actividades de la sociedad. Es imposible disociar actualmente el turismo de sus conceptualizaciones económicas, que parecerían las más intachables y definitorias.

Para empezar, el turismo es visto tanto como un proceso económico de corte “micro” como de corte “macro”. Además, es percibido como un factor de desarrollo, una suerte de motor económico capaz de impulsar la economía global y, sobre todo, la economía nacional y las economías locales. Luego es evidente que tanto a escala internacional como a escala local, se piensa al turismo desde sus supuestos “beneficios”, es decir desde los aportes que es susceptible realizar para la economía de un país, de una región o de una comarca. Todo ello tiene la virtud de que los políticos se llenen la boca con cualquier iniciativa en el ámbito del turismo, ya que se han concebido como benefactoras del desarrollo en cualquier escala que se le ve.

Por una parte, decíamos, el turismo es un proceso económico al mismo tiempo macro y micro. Empecemos entonces por los aportes que induce la economía a la definición del turismo desde el nivel “macroeconómico”. Estas se basan sobre el hecho de que los gigantescos flujos de personas para fines turísticas, arrastran con ellos desplazamientos no menos sustanciales de recursos, inversiones o gastos y de demanda agregada que genera, a su turno, oferta agregada. El turismo es una suerte de gran

movilizador de recursos, como pueden serlo también las posibles ganancias en las bolsas, por ejemplo, sin por ello alcanzar el mismo grado de volatilidad.

Pero es donde los economistas no lograron avanzar sustancialmente: para rendir cuenta de esta aportación agregada, se vuelve imprescindible tener una buena definición del turismo desde la economía. Pero, justamente, el turismo no se reconoce como una actividad económica integrada; en otros términos, no se ha logrado darle una etiqueta, es decir una clave determinante dentro de un catálogo de actividades económicas. Lo anterior puede parecer extraño: ¿cómo es posible que “algo” que tenga tanta relevancia económica no pueda entrar en una tipología económica? Antes que avanzar otras explicaciones que guardamos para nuestra visión sintética que vendrá al final de este trabajo, desde una perspectiva estrictamente económica, podemos afirmar que la razón esencial es que el turismo no es una actividad económica sino un atado de ellas, como los manuales bien lo señalan. El “turismo” es ese conjunto formado por las actividades económicas ligadas a la transportación de los turistas, aquellas que tienen que ver con su alojamiento, las que les proporcionan una respuesta a sus requerimientos de alimentación y los servicios de esparcimiento, desde la renta de la tumbona en la playa, hasta la excursión en submarino para ver los corales, o los servicios de serpa en el Himalaya.

Es entonces una multiplicidad de actividades y una multitud de agentes económicos que intervienen en el turismo, por desgracia de los economistas. Así, no sólo no hay una clave precisa y positiva para clasificar el “turismo” dentro del conjunto de las actividades económicas registradas por sendas taxonomías oficiales en el ámbito internacional, sino que, además, no es siempre posible distinguir cuando un prestador de servicio es realmente parte de la actividad turística, y cuando ejerce su actividad para otros fines. Nadie dudará del papel eminentemente turístico del que renta lanchitas en la playa; no podemos imaginar que trabaje para otros fines, por lo menos en esa actividad. Pero ¿qué decir del taxista que puede ser abordado por un turista o un habitante local para fines no turísticos? ¿O el hotelero que renta la habitación igualmente a una pareja de turistas o una pareja de enamorados que residen en la localidad?

El turismo no existe como tal como actividad económica: esta afirmación bastante agresiva para los oídos de no pocos economistas, es sin embargo esencial para recordarnos que el turismo es complejo, multifacético y difícil de discernir y asir por la ciencia económica. Por ello es que el nivel “macro” del turismo es una suerte de gran aproximación donde la autoridad de la Organización Mundial del Turismo ha jugado un papel esencial para definir qué es turismo, poner orden en los sistemas de estimación y de estadísticas distintos entre países. Así, México, considerada como gran potencia turística, tuvo que poner sus estadísticas en orden, porque consideraciones de otro orden habían implicado -por décadas- que el viajero que se quedaba a menos de 30

millas de la frontera, no era turista sino alguien que aportaba a las llamadas “transacciones fronterizas”. Lo anterior provocó que México registrara menos turistas que lo que realmente recibía, y que sus estadísticas no coincidieran con las de los demás países turísticos.

La visión macroeconómica del turismo se centra en sus aportaciones a los ingresos de un país, el empleo global generado, la participación del turismo en el Producto Nacional Bruto, etc. Todas esas estimaciones son indicadores aproximados de la actividad turística de una unidad territorial dada, país, región o comarca. Para algunas economías insulares, por ejemplo, esta estimación es central porque dependen en forma decisiva del nivel de turismo alcanzado. Pero no por ello, se integra todo lo que realmente forma parte de la esfera de influencia del turismo y, al contrario, en ocasiones se puede llegar también a sobreestimar el turismo.

Un aspecto entonces decisivo, es lo que se refiere a las cuentas nacionales, uno de los instrumentos más querido de los macroeconomistas: fueron necesarios muchos años sino décadas, para que los principales países turísticos se preocupasen por introducir al turismo dentro de las cuentas nacionales. Pero con lo que manifestamos anteriormente en cuanto a la dificultad de tipificar las actividades turísticas desde la economía, no existe un rubro de las cuentas nacionales preciso para hacer encajar las actividades económicas relacionadas con el turismo; la definición del rubro o de los rubros adecuados depende, en efecto, de las decisiones que se toman con respecto al grado de participación del turismo en tal o tal actividad.

Gracias a diversos instrumentos macroeconómicos como la matriz insumo-producto, es entonces posible redondear la estimación del peso del “turismo” versus el resto de la economía. En México, se ha creado recientemente la Cuenta Satélite del Turismo, misma que permite tener una aproximación bastante interesante de lo que es realmente el peso del turismo con relación al resto de la economía, pero también del impacto económico del turismo en las ramas económicas tipificadas. Se sabe así cuántos empleos pueden generarse indirectamente al crear un empleo en turismo, es decir en una de las actividades ligadas directamente al turismo, como es el alojamiento turístico.

Desde la visión microeconómica, el turismo se sitúa en el tema de la prestación de un servicio a un consumidor. En este nivel del análisis, la cuestión es cómo se define el encuentro de la oferta y la demanda, cómo se obtiene la demanda agregada, cómo se fijan los precios y que tipo de mercado podemos encontrar. El caso de las líneas nacionales de aviación puede ser un buen ejemplo de monopolio o de duopolio como ocurre en México, mientras no se realiza la apertura nacional de los cielos, como se ha implantado con relación a los vuelos internacionales. En esta visión

microeconómica, podemos integrar también todo lo respectivo a las empresas turísticas, las formas de organización del trabajo en las mismas, entre otros temas. Claro es, lo anterior no agota todo lo que pretende tocar la economía con relación al turismo y tiende, en ciertos temas, a recubrir centros de interés de otras disciplinas, como la administración de empresas.

Pero lo esencial en nuestro intento de llegar a algo así como una definición del turismo, es de hacer conciencia que la ciencia económica, particularmente arrogante en otros campos, se encuentra extremadamente incapaz de responder conceptualmente a procesos bien reales como el turismo. La carencia de una definición clara, hace que el turismo es una suerte de sistema con fronteras mal definidas que dificulta el trabajo de los economistas, así como merma su capacidad explicativa del turismo.

3. El turismo visto desde las ciencias administrativas

La administración del turismo se ha tornado un verdadero campo profesional y, por ende, se ha transformado en una disciplina muy socorrida para la formación de profesionales en turismo. No conocemos sociólogos del turismo que se hayan formado como tal, ni geógrafos del turismo o juristas o economistas, porque es la disciplina de base la que se impone, aun cuando pueden darse especializaciones como la de economía del trabajo, por ejemplo. El adjetivo “turístico” es un agregado profesional que proviene de una especialización académica, o de una elección del profesionalista, no de una formación de base. Por el contrario, lo que se forma en cantidades industriales, es el clásico perfil del licenciado en administración turística.

Lo anterior puede explicarse a partir del fuerte crecimiento de las actividades turísticas, que han demandado cada vez más profesionistas de diversos niveles de preparación adecuados, además, a esa transformación de lo que era solamente negocio familiar en muchos casos, hacia empresas constituidas con división del trabajo interno, capital no familiar y a veces con la presencia de accionistas externos a la operación de la empresa, entre otros factores. La demanda fue entonces decisiva para definir el perfil esencial de las formaciones en turismo, donde, como ya lo señalábamos, ha predominado la de “administrador”.

La respuesta dada por las ciencias administrativas a la comprensión de la problemática del turismo es, a nuestro entender, la más débil entre todas las aportaciones disciplinarias. En cierta forma, el estudio administrativo acaba haciendo abstracción de todas las contingencias que le hacen ruido, para centrarse en lo que suelen ser sus problemas esenciales: el manejo de las empresas y de las actividades hacia dos finalidades reconocidas, la rentabilidad de la empresa y la satisfacción del cliente, la segunda siendo condición de la primera. Lo anterior no impide que las licenciaturas

correspondientes en todos los países, se compongan tanto de asignaturas totalmente administrativas (manejo de áreas de servicio turístico, principios de base de la administración, formulación y evaluación de proyectos, etc.) como también de otras asignaturas que ofrecen una visión panóptica del turismo, recurriendo a otras disciplinas: geografía, sociología, economía, etc.

En la práctica, es esencialmente a las habilidades administrativas que recurre el egresado para ganarse un espacio en el mercado laboral, y el resto de los aportes disciplinarios resultan ser un adorno al núcleo duro de la formación.

Desde la perspectiva conceptual, es entonces difícil detectar muchas aportaciones de las ciencias administrativas al estudio del turismo, sino a través de la relevancia que para ellas significa el entender la empresa, situación que nos parece útil para comprender la esencia del turismo y también su evolución en el largo plazo. Pero el enfoque que dan las ciencias administrativas al estudio de la empresa, no rebasa, por lo general, las cuestiones de gestión y no abarcan lo que parecería esencial para entender las empresas: ¿cómo explicar, por ejemplo, la capacidad de Melia para seguir siendo una empresa accionada por un solo hombre? ¿Por qué un modelo cuasi paradigmático de organización turística como el Club Méditerranée, iniciando como empresa personal, encuentra tantas y tan serias dificultades en la actualidad, independientemente del hecho de la desaparición del Sr. Gilbert Trigano, su fundador?

Para ello, no es tanto a las ciencias administrativas que deberían dirigirse las preguntas, sino a otras disciplinas como la economía de la empresa, a la sociología de la misma o quizás, la ciencia política.

4. La sociología y el turismo

La sociología ha sido una de las disciplinas que más ha aportado a la definición del turismo. Cabe recordar que, en sus inicios, la sociología del tiempo libre, del ocio y del turismo, tuvo serias dificultades para disociarse de la correspondiente al trabajo. Investigadores como Georges Friedmann y Pierre Naville, fueron quienes empezaron a preocuparse por la cuestión del tiempo no trabajado y, así, dar paso a otro grupo de sociólogos entre los cuales Joffre Dumazedier, que delinearon las primeras aproximaciones a la sociología del no trabajo, esencialmente la del ocio, del tiempo libre y del turismo. Progresivamente, otros autores dieron a la sociología del turismo un nivel analítico suficiente y plantearon las problemáticas en forma independiente de otras ramas de la sociología. Lo anterior fue decisivo para la consolidación de la sociología turística (véase por ejemplo, Roger Sue y Marie-Françoise Lanfant, desde la sociología francesa).

¿Cuáles son las principales aportaciones de la disciplina al estudio del turismo?

En primera instancia, pensamos que el análisis del tiempo libre y de su relación con el tiempo de trabajo, ha evolucionado considerablemente desde sus inicios, cuando era ligado a la concepción triádica de tiempo de trabajo, tiempo obligado y tiempo libre. Esta concepción, marcada además por una visión marxista de la dominación del trabajo y la producción en la conformación de los procesos sociales, ha sido paulatinamente desbordada por los sociólogos, que empezaron a plantear la relativa independencia de ambos procesos, trabajo y ocio. Sin llegar a decir que los procesos relacionados con el tiempo libre son más relevantes que aquellos ligados al trabajo, se observa una evolución decisiva que sitúa el turismo en otro nivel que de simple actividad resultante de la puesta en práctica de un tiempo “sobrante”.

Por otra parte, se ha constituido toda una corriente en torno a los tiempos sociales (Roger Sue, Daniel Mercure, Gilles Pronovost, entre otros) que sitúa mejor el tiempo libre con relación al conjunto de la vida social.

Otra aportación significativa, es la relación del turismo al sistema de poder, de clases y de distinción social. La relativa euforia por una actividad que se ha desarrollado a toda velocidad, requería de una cierta distancia crítica con relación a su verdadera difusión en las diversas clases sociales. Los hábitos sociales diferenciados con relación al turismo, son entonces indivisibles de la estratificación social.

Por otra parte, disciplinas afines como la antropología y la etnología, han llamado poderosamente la atención sobre la relación entre visitante y visitado. Aunque no parecería que ello es un factor esencial, consideramos por el contrario, que es una variable decisiva con relación a los efectos sociales del turismo. La sociología ha sido cómplice de esta inquietud, y en ese sentido, contribuye a una definición más amplia del turismo: un turismo visto como elemento diferenciador y socialmente diferenciado, pero también como un factor de integración / desintegración de las poblaciones locales.

Finalmente, en ese recuento muy lejos de ser exhaustivo, queremos agregar una dimensión que nos parece esencial. Es el efecto de “rebote” o sea los efectos en “feed-back” del turismo sobre las sociedades que lo generan. Lanfant, por ejemplo, habla justamente de “turistificación” para calificar con este neologismo a los procesos de transformación de las sociedades emisoras de turistas. En cierta forma este tipo de intereses se confunde con nuevas orientaciones de la antropología, cuando algunos autores invitan a un recentramiento sobre las sociedades contemporáneas occidentales, después de una larguísima fase de estudio del “otro” como objeto externo. La introspección sugerida en materia antropológica, llama también a una reorientación similar de las aproximaciones sociológicas del turismo hacia las sociedades emisoras y menos hacia las receptoras.

5. La perspectiva geográfica del turismo

Desde la geografía se pueden distinguir dos orientaciones en los estudios del turismo. La primera ha sido prolijada por la geografía descriptiva, y remite al estudio de los flujos turísticos como proceso de movilidad geográfica y al estudio monográfico de los destinos turísticos; la segunda es más analítica y remita al análisis de la dimensión y de la componente espacial de las actividades turísticas.

Ciertamente que el hecho de que el turismo es antes que todo una actividad que implica la movilidad, le otorga un carácter geográfico esencial que debería de haber llamado a mayor interés por parte de la disciplina. No ha sido así: fuertemente centrada en los procesos productivos primarios y secundario y en las actividades terciarias tradicionales (comercio, banca y finanzas...), el campo del turismo ha sido relativamente poco recorrido por los geógrafos.

En la primera orientación, la descriptiva, ciertamente que las aportaciones son extremadamente limitadas para la conceptualización del turismo. Por lo general, los geógrafos orientados a ese tipo de estudios, retoman cualquier definición oficial del turismo, a partir de la cual analizan las dimensiones o los impactos espaciales del turismo.

Afortunadamente, otros geógrafos han abierto nuevas trincheras para el estudio analítico del turismo. Para ellos, es sumamente importante reconocer, por ejemplo, la importancia de la mirada del turista (Urry, en "The Tourist Gaze", un texto fundador de 1990), la manera según la cual percibe el turismo, los espacios visitados, etc. Otra veta es la de analizar el desplazamiento del turista a la luz de las nuevas consideraciones sobre el nomadismo creciente de las sociedades modernas o posmodernas, articulando así el turismo a los procesos de desanclaje creciente, propio de la fase actual del capitalismo.

La nueva aproximación del turismo desde esa geografía analítica tiene fuertes tintes posmodernos, y se distancia significativamente de la geografía tradicional. Producen ciertamente menos mapas pero más ideas. La fusión de ambas orientaciones es posiblemente la vía por la cual la geografía será capaz de mejorar sus aportaciones, de por sí relevantes, al estudio del turismo moderno.

6. Un embrión de síntesis

No tenemos la menor duda de que lo expresado en las páginas anteriores es sólo un panorama limitado de las aportaciones de las diversas ciencias sociales al estudio del turismo. No sólo no hemos destacado a fondo los aportes significativos de

algunas disciplinas, como la antropología, los llamados “estudios culturales”, entre otros, sino que hemos reducido a su mínima expresión el repaso de las aportaciones de las disciplinas consideradas. Pero como en un programa radiofónico, el locutor es quien se responsabiliza de la selección de las piezas que desea presentar a los radioescuchas. En este contexto, la selección realizada obedece a lo que, subjetivamente, considero (primero persona del presente) como lo más representativo de las orientaciones de las disciplinas retenidas. Posiblemente modificaré este recuento en el futuro, no sólo por las observaciones que este artículo podría generar, sino a partir de la evolución propia de mi sentir a ese respecto.

Quisiera terminar este artículo, con una suerte de síntesis que no sea un repaso de lo que ya se dijo, sino más bien como una propuesta sobre lo que creo haber entendido a partir de las diversas ciencias sociales que repasé y de las interpretaciones que de sus aportes he podido desarrollar.

Punto número uno: para empezar, no creo que ninguna ciencia social tenga el monopolio de la verdad para definir o aportar elementos que apoyen una definición de lo que es el turismo. La cuestión es entonces francamente multidisciplinaria. Creo difícil que se haga un acercamiento de disciplinas desde sus propios exponentes, para encontrar un acuerdo tácito para decir, “eso es cómo podemos definir el turismo”. Por el contrario, sugiero que es a partir de síntesis personales, es decir a partir del trabajo de un autor que repasa las diversas aportaciones disciplinarias, que lograremos tener una visión quizás ecléctica, pero seguramente más rica que en la actualidad, de lo que significa y es el turismo hoy en día.

En segundo lugar, creo que son esencialmente las ciencias más analíticas, las que podrán enfrentar la tarea sustancial que es definir el turismo. Si bien las ciencias jurídicas, las administrativas y otras conexas pueden ilustrarnos sobre el funcionamiento del turismo en la actualidad o en épocas pretéritas, es a partir de disciplinas como la geografía, la sociología o la economía, sin olvidar quizás una pizca de filosofía, que podremos útilmente abordar el tema.

Por otra parte, lo que me parece más evidente en todo lo anterior, es que el turismo no es una actividad económica en sí. Es, antes que todo, un estimulante de actividades económicas, que ofrecen bienes y servicios que demandan el turista en su afán de realizar actividades recreativas. Quisiera tomar dos ejemplos para reforzar esta afirmación que, de antemano, sea polémica. El primero tiene que ver con la cocina, el segundo con la religión.

La cocina: como todos saben a excepción de algunos machos recalcitrantes, para cocinar necesitamos aditamentos especializados. Se acabó el tiempo en que el

campesino se tallaba sus propias cucharas de madera o tejía sus trapos de cocina. Sea como sea, la cocina se ha tecnificado para gusto de todos. Si yo produzco aditamentos de cocina, ¿puedo ser considerado como parte del sector gastronómico?: seguramente que no, tanto porque estos aditamentos los compra quien quiere, como porque, además, puede cocinarse con o sin los mismos. Hay quienes afirman que una buena mayonesa se sigue logrando a mano y no con batidora. Puede que tengan razón.

El acto de cocinar no es una actividad económica, pero sí lo es la producción de mayonesa, de tenedores y de batidoras. La cocina (más allá de posibles interpretaciones sobre el trabajo oculto de las mujeres) es antes que todo una actividad doméstica de reproducción de la familia, aunque, en ciertos contextos como restaurantes y comedores industriales por ejemplo, el hecho de cocinar para otros se vuelve una actividad debidamente registrada en los censos económicos, y por ende, una actividad económica. En francés, existe una diferencia que me parece esencial entre dos vocablos: el de “cuisine” (cocina) y “restauration” (el acto de cocinar y vender el producto a un tercero). Tal diferencia no existe en castellano, pero sería esencial para demostrar que la cocina en sí, si bien genera demanda de aditamentos, de alimentos ya preparados, etc. no es forzosamente una actividad económica.

La religión: quizás este tema sea aun más claro, porque las mismas instituciones religiosas que se defienden bien de ser la religión sino sus administradores, hacen una clara distinción entre la religión como sistema de creencias y de prácticas individuales y colectivas en torno a las mismas dentro de un marco institucional-religioso, y la venta de diversos aditamentos religiosos, desde exvotos, medallas y escapularios, estatuas de santos, crucifijos, velas, nacimientos y agua bendita (entre otros). Si la religión puede ser el opio del pueblo como lo afirmaron algunos, de ninguna manera se puede identificar con las actividades de producción, distribución y venta de artículos religiosos, sean cuales sean. Además, estos pueden ser totalmente descontextualizados y usados para fines no religiosos (las velas) o simplemente de tradición (colocar “nacimientos” en casas de no practicantes).

Decir que la religión es una actividad económica puede ser escuchado de la boca de quienes toman una posición crítica con relación a la o las religiones, por su interés material y terrenal, frente a sus obligaciones celestes. Pero, con el debido sentido común que se requiere, la práctica religiosa no es claramente una actividad económica.

Para entender cuál es entonces la relación entre la cocina y la religión con la economía, podemos afirmar que ambas son **inductoras** de actividad económica. Practicar la religión plantea tener eventualmente un rosario y colocar velas frente a los santos predilectos o más socorridos para lograr lo que uno anhela. Por ende, se com-

pra algún bien. Cocinar un gallo envinado, implica no sólo comprar el gallo y el vino, sino tener además las cacerolas imprescindibles, mismas que tendrán otro uso -sonoro esta vez- en cualquier “cacerolazo”. Pero, de la misma forma, se puede rezar sin imagen o rosario, y cocinar sin la olla express o el horno de micro-ondas.

Esto es justamente lo que pretendemos afirmar con relación al turismo. El turismo es, en nuestro entender, un **inductor** de actividad económica, antes que ser una actividad económica *per se*. Por ende, podemos afirmar que el turismo, es antes que todo, un **proceso societario**, propio del desarrollo de las sociedades capitalistas. Como proceso (al igual que la religión) es susceptible de ampliarse, reducirse o, porque no, desaparecer. No han faltado las oportunidades para observar cómo se reduce la actividad turística a raíz de eventos políticos importantes: el 11 de septiembre del 2001 quedará como un caso ejemplar en ese sentido.

El proceso societario que es el turismo, tiene ciertamente fuertes implicaciones en las relaciones sociales entre los individuos y los grupos sociales de las áreas geográficas emisoras de turismo, tanto como implica relaciones específicas con las poblaciones receptoras de turismo. La actividad social involucrada con el hecho de “hacer turismo” exige por cierto un soporte económico. Por ende son – con la escala que ha adquirido el proceso turístico en la actualidad- cientos de miles de personas que encuentran trabajo en las industrias que ofrecen productos relacionados con el turismo: Sean productos manufactureros que sirven para la alimentación del turista, sea la construcción de aviones, sean pintores cuyas obras se exhiben en los cuartos de hoteles. Así, el turismo es un fuerte inductor de actividad económica, en un sinnúmero de ramas económicas. Los análisis realizados con las matrices insumo-producto a partir de las definiciones aproximadas al turismo que pueden dar la economía, sustentan esta afirmación: No existe prácticamente ninguna rama económica que no sea directa o indirectamente afectada por la actividad turística.

Esta inducción no tiene lugar solamente en las manufacturas: también los productos del sector primario particularmente lo referente a agricultura, ganadería y pesca, son fuertemente demandados por el turismo. Asimismo, las actividades terciarias reconocen al turismo como un inductor de su actividad, tanto en la transportación, la recreación, los servicios bancarios y financieros, las ramas de telecomunicación, etc. El turismo es entonces un gran motor económico, y eso es lo que lleva, erróneamente, a incluirlo dentro del “paquete” de las actividades económicas. Cabe señalar acá que la expresión más socorrida, es la de hablar de la “industria turística”, o de la industria sin “chimeneas”. Existen ciertamente factores que tienden a justificar esta asimilación del turismo a una industria; en particular el giro cada vez más pronunciado que puede verificarse en la organización de la empresa turística, donde la división del trabajo, la integración de principios de organización del trabajo de corte taylorista, parecerían

apuntalar esta asimilación. Pero nada es menos cierto: el turismo no puede ser una industria, porque no es actividad económica *per se*.

Por lo tanto, cabe promover un cambio de orientación en la forma de enfocar el turismo. Partiendo de una definición del **turismo como proceso societario**, es más a la sociología, la psicología o la antropología que incumben el estudio de esta actividad o conjunto de actividades, **más que a otras disciplinas que se orientan sensiblemente a definir sus impactos, sus reglas de operación o su marco jurídico.**

Inclusive, pensamos que un estudio de los imaginarios y de los idearios del turismo, resulta esencial para entender la evolución del mismo en este medio siglo de crecimiento intensivo, así como para interpretar cuál es el posible derrotero que seguirá frente a los cambios societarios tan relevantes a los que se asiste en la realidad. Quisiéramos terminar este artículo, con un ensayo de definición:

El turismo es un proceso societario que se originó en el mundo occidental a partir del siglo XIX y en forma masiva durante la segunda mitad del siglo XX. Este proceso partió de una redefinición de los tiempos sociales, de tal suerte que las poblaciones desarrolladas tienen ahora la oportunidad, en su gran mayoría, de emprender viajes fuera de su sitio de residencia e inclusive de pernoctar en sitios de su agrado, donde pueden ejercer actividades recreativas que les satisfacen y recrean sus energías y su desgastada fuerza de trabajo. Este proceso societario se caracteriza, además, por sus profundos impactos en la economía a escala macro y microeconómica, así como a escala macro y microespacial. Induce también cambios sociales en los lugares de destino, tanto como en los lugares que emiten los turistas. Partiendo de imaginarios construidos progresivamente a lo largo de décadas de práctica del turismo, este proceso societario es también responsable de profundas mutaciones en las sociedades del mundo entero, donde se ha desplegado de manera extensiva y intensiva, tanto en el mundo desarrollado donde se originó, como en países subdesarrollados que se han vuelto tanto emisores como receptores de turistas, participando así, en forma decisiva, a la evolución de este proceso societario.

Esta definición que cierra este ensayo, es posiblemente larga en tanto recoge o pretende recoger lo que se considera como las facetas esenciales de un proceso complejo. También, a lo largo del ensayo, hemos lanzado “banderillas” o la mayor parte de las disciplinas, con el afán de suscitar una discusión que permita avanzar en la conceptualización de un proceso societario de importancia creciente en el mundo globalizado actual. Ojalá y se suscita un debate en torno a estas reflexiones...