

El Turismo, propulsor de cambios y transformación de las sociedades

LIC. N. CECILIA CASTILLO YUI
EAP Administración de Turismo
Facultad de Ciencias Administrativas UNMSM
e-mail ccastiyui@terra.com.pe

*Para que exista
turismo, se dan tres
tipos de
movimientos en
espacios físicos:
Desplazamiento
geográfico, psíquico
y psicológico.*

RESUMEN

El turismo es una manera de emplear el tiempo libre después de haber cumplido con las obligaciones y necesidades primarias y secundarias. Es el fenómeno social del siglo XX que ha transformado países, ciudadanos, costumbres, medios de comunicación, etc. contribuyendo y enriqueciendo la integración socio económica entre pueblos y brindando la oportunidad de disfrutar del placer de viajar satisfaciendo la naturaleza psicosocial del individuo.

ABSTRACT

Tourism practice is a manner of using free time after obligations on primary and secondary needs are.

Tourism is also the great XX century phenomenon and it has contributed to add social and economic unity and understanding, and the last but not the least, tourism represents the great chance to enjoy the pleasure of travel.

Al analizar el turismo y asociarlo a la vida colectiva, es inminente su relación con el campo de la Sociología, sobre todo en este último siglo próximo pasado donde esta actividad llega a convertirse en un fenómeno que sitúa su accionar en un contexto social, el mismo que va a afectar y transformar la vida cotidiana de los pueblos y sociedades constituidas.

“... En vez de formular el problema sólo en términos de determinantes económicos y sociales ejercidos sobre ese aspecto de la vida llamado Ocio, la Sociología ha comenzado a

planearlo en términos de alternativas de elección en un universo extendido, pero finito, de posibles, cuyas ventajas e inconvenientes pueden ser confrontados en función de diferentes criterios de desarrollo, teniendo en cuenta las coacciones económicas y sociales que pueden pesar sobre nuestro futuro...” (Jofree Dumazedier).

Para que exista el turismo, se requiere necesariamente que exista un desplazamiento o movimiento en espacios físicos que previamente se han determinado y han motivado a la persona o grupo de ellas que se ha

desplazado. Este desplazamiento es originado por motivaciones tanto objetivas como subjetivas, y tiene características varias, diferenciándose tres tipos de movimientos que se distinguen claramente :

Un desplazamiento geográfico, un desplazamiento psíquico y un desplazamiento sociológico.

El primero de ellos, el geográfico, se da por el cambio hacia un lugar físico que no es el de residencia habitual, escogido y predeterminado en base a la atracción que ejercen los atractivos turísticos de carácter natural y/o cultural del lugar visitado, y comprende los llamados movimientos migratorios, que dan por resultados los cambios en el espacio de la población flotante que varía por ser temporal. Desde siempre, es conocido que el ser humano fue nómada antes que sedentario, y sólo se afincó históricamente, en algún lugar al descubrir los beneficios de la agricultura y la ganadería. Fernández Fuster nos hace referencia de pueblos centrípetos y pueblos centrífugos, de acuerdo a la naturaleza innata de sus habitantes de explorar e irse y regresar o de quedarse y asentarse, respectivamente, descubriendo las bondades de su propio lugar.

La movilidad geográfica que significan los movimientos migratorios no constituyen ninguna novedad en el mundo actual (la *Biblia* cita muchos de ellos) y si de turismo se trata, implica no sólo “el viaje” sino también actividades turísticas que se van a dar en el destino, justamente para que acontezca el turismo.

La movilidad o desplazamiento psíquico es una manifestación de lo

El turismo es una manera de emplear el tiempo libre de la actividad laboral, después de haber cumplido primarias y secundarias.

que los sociólogos llaman endopatía, es decir, actitudes de la personalidad humana para entender y convivir con grupos humanos, sociedades y culturas diferentes con que toman contacto al realizar turismo, (el llamado hoy en día Turismo Vivencial), produciéndose un intercambio de costumbres, y un aprendizaje – enseñanza que se da en ambos grupos; el visitante y el visitado. Esa endopatía o comprensión que sensibiliza a los seres humanos los hace capaces de vivir no

solamente con el grupo en el que han nacido y han sido socializados, sino también en cualquier otro grupo humano. El mundo globalizado de hoy nos hace utilizar herramientas, como las que proporcionan las comunicaciones, tanto masivas como individual, convirtiéndose en un factor de decisión e importancia en el mundo contemporáneo por la gran influencia y repercusión que tienen sobre la vida misma y sus procesos de cambio en la sociedad, siendo el turismo otro factor sin el cual difícilmente se podría explicar la existencia creciente de esta movilidad o desplazamiento psíquico en las sociedades actuales.

El tercer tipo, la movilidad o desplazamiento de carácter social hace referencia al cambio de la posición social de los individuos que componen una sociedad. Frente a la sociedad tradicional, que se puede calificar de adscriptiva porque sus miembros quedan adscritos por nacimiento a una determinada posición, estrato o clase social, muy difícil de cambiar a lo largo de toda su vida, la sociedad moderna permite incrementar relativamente este estrato y cambiar la posición de sus miembros, con independencia de la situación familiar de origen, abriendo las posibilidades “hacia un nivel superior o

El tiempo libre parece querer indicarnos libertad frente a la normativa laboral

inferior", dentro de una escala de niveles sociales, canales de movilidad o desplazamientos en función de los "méritos" personales "adquiridos" por una persona con su esfuerzo durante el desarrollo de su vida misma, dando oportunidad de entender mejor este aspecto social, el movimiento turístico.

Hasta aquí se ha intentado una aproximación sociológica de los desplazamientos o movilidad en sus tres tipos con características varias, tratando desde ahora de encuadrarlo dentro de la realidad del turismo. Todo desplazamiento geográfico, físico, temporal, conlleva un mecanismo de expulsión, y atracción. La población es "expulsada" de un lugar y "atraída" hacia otro lugar, en virtud de que en un lugar de salida "sobra" la pobla-

ción dado por circunstancias explícitas (vacaciones por ejemplo), en relación con la oferta de trabajo en ese lugar, en tanto que en el sitio de llegada "falta" población en el mismo contexto (incluso se le espera). La estructura de base de estos movimientos migratorios es fundamentalmente laboral, y es precisamente en este punto donde el turismo aparece con un carácter distintivo. El turismo es un movimiento en el espacio que no tiene que ver con el trabajo como motivación o motor principal del desplazamiento, sino justamente con lo contrario, con el ocio o tiempo libre.

El turismo es una manera de emplear el tiempo libre (de la actividad laboral, el tiempo que queda después de haber cumplido con todas las obligaciones y necesidades primarias y se-

cundarias), es decir, el tiempo del "ocio", en el buen sentido de la palabra. Tanto el ocio como el turismo son dos elementos inherentes a la naturaleza humana y pueden ser encontrados, ya sea juntos o por separado, en todas las culturas a lo largo de la historia misma del hombre, pero nunca habían llegado a convertirse, como sucede en nuestros tiempos, en fenómenos masivos y de una importancia tan decisiva como para transformar radicalmente la imagen de una sociedad.

El turismo en su aspecto cualitativo es una de esas conductas observables que pone de manifiesto una movilidad geográfica como social

A continuación se examinará su relación con las otras clases de desplazamiento o movilidad, psíquica y social, objeto de estudio.

El turismo es efecto y causa de movilidad psíquica. Sin una previa actitud sensibilizada para comprender

a otros grupos humanos, difícilmente explicaríamos el hecho que la gente utilizase su tiempo libre en desplazarse desde su lugar habitual de trabajo y residencia. En este sentido, el turista puede encuadrarse dentro de un tipo de personalidad "móvil". La raíz de esta movilidad psíquica se encuentra en los medios de comunicación masiva (radio, cine, Tv, prensa), que ha ido preparando a la gente para comprender a otros grupos sociales.

La "presencia" constante de estos grupos sociales, como contenido de los medios de comunicación masiva, han familiarizado a las poblaciones humanas con las vidas de poblaciones de otras latitudes. Las más diferentes formas de vida humana se nos convierten en algo cotidiano. Los humanos ya no viven aislados, es decir, ya no pueden vivir aislados. Los "contactos" aunque sean por la vía indirecta de los medios masivos, son un hecho de cada día y prácticamente de cada ciudadano del universo. Ello contribuye como causa al incremento del turismo que presupone unas personas movibles. Pero, a su vez, estas personas son efecto del turismo, dado que el contacto directo de unos grupos humanos con otros que el turismo significa, es otro me-

No es raro entender al turismo como una actividad que se sitúa en el contexto comercial internacional en los primeros lugares en los países como generadora de divisas incluso antes que el petróleo y la industria automotriz

canismo de formación de personalidades "móviles".

Esto no quiere decir, desde luego, que el turismo sea o produzca una magia que nos comunique y haga nexos de comprensión entre diferentes grupos poblacionales de diversas partes del mundo, sino que puede ser entendido como un mecanismo que nos permite "responder o contestar" al fenómeno del desplazamiento o movimiento psíquico. Sin este fenómeno no se podría entender cómo se manifiesta al mundo actual. Se obtiene el resultado de un conocimiento endopático perfecto, superando la ignorancia sobre otros grupos humanos o, lo que acaso sea peor, los falsos estereotipos acerca de los mismos, es cuestión que habría que

investigar en cada caso. Algo tendremos que decir al respecto dentro de poco, especialmente cuando hablemos de las relaciones públicas en el turismo.

El tercer tipo de desplazamiento o movilización social tiene particular relevancia en el fenómeno turístico. Los cambios de posición dentro de un sistema social no equivalen a movimientos físicos, como si se tratase de mudar de sitio las piezas de un ajedrez. Estos cambios de posición se convierten en objeto de observación en la medida que dan lugar a conductas que podemos estudiar con métodos y técnicas de la ciencia. El turismo es su aspecto cualitativo, es una de esas conductas observables y el turismo actual (en la medida en que no es una conducta exclusiva de una élite reducida), sino que afecta a contingentes y población cada vez más numerosos), pone de manifiesto una movilidad social creciente, del cual es, precisamente un símbolo el mismo hecho del ocio y su utilización en actividades turísticas. Aquí es donde confluyen tanto la movilidad geográfica como social, es decir, donde el movimiento temporal en el espacio se acompaña con el movimiento en la escala social: el tiempo de ocio testimonia movilidad social creciente y se traduce, al

El turismo es el gran fenómeno del siglo XX, habiendo influido en la transformación de países, ciudades, costumbres, medios de comunicación y en la conservación misma de los monumentos arqueológicos.

menos en parte, en desplazamiento y actividades turísticas.

Jean Fourastié, hace reflexiones respecto a la distinción entre el tiempo libre y el tiempo consagrado al ocio, nos dice: "... esta es precisamente la pregunta fundamental, antes de iniciar cualquier reflexión sobre el ocio. En realidad, esta pregunta que parece tan sencilla ha dado lugar a debates casi infinitos entre especialistas, puesto que en definitiva la noción de ocio no está bien delimitada. Si bien hay actividades a las que todo el mundo está de acuerdo en calificarlas como "ociosas", otras muchas, por el contrario, se encuentran en zonas limítrofes difíciles de separar tanto del trabajo profesional como de las necesidades estrictamente vitales. Por ejemplo, para vivir, es in-

dispensable dormir. ¿Puede considerarse ocio? No. En principio se está de acuerdo en afirmar que no sólo hay dos facetas en la vida (el trabajo profesional y después todo el resto, que sería el ocio), sino que por lo menos hay tres ya que se debe añadir las necesidades como dormir, comer y muchas otras. El ocio sería por tanto, el tiempo que queda libre una vez terminado el trabajo y cubiertas las necesidades casi "biológicas"...."

El ocio, el tiempo liberado es *conditio sine qua non* para empezar a pensar en una situación de libertad, de movimiento, de desplazamiento. Y una vez conseguida tal situación, aunque las posibilidades de empleo son infinitas, el hombre está demostrando una evidente preferencia por dedicar su tiempo libre al turismo. Y si llega, como se espera, que el turismo y el ocio se relacionen de manera tal que se pueda hablar de una "Ociología", entendiéndose por ello a todo un sistema de intercambio, comunicación y conocimientos disciplinados, llegará el momento, en que ocio y

turismo sean conceptos estrechamente relacionados entre sí.

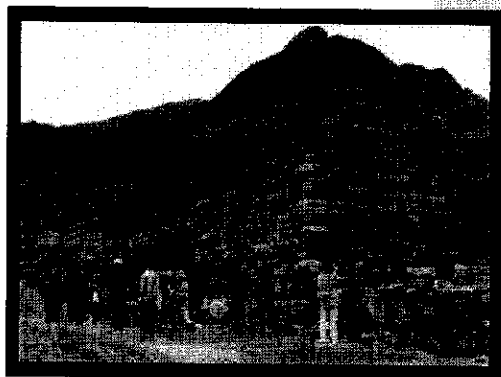
La relación del turismo con el desplazamiento social no se agota ahí, sobre todo si ponemos ahora en conexión con el turismo, como conducta, al sistema de clases sociales en general.

A primera vista, el turismo como conducta de tiempos de ocio parecería no responder a norma alguna. El ocio o tiempo libre parece que pudiera entenderse principalmente por su oposición al tiempo del trabajo. La sociedad moderna, entendida como sociedad industrial, comercial y globalizada aparece como un sistema organizado de normas sobre la actividad laboral. Esto hay que verlo también en su aspecto negativo, al mismo tiempo que regula normativamente todo lo que se refiere al tiempo del trabajo, no parece tener nada que decir sobre las normas a que deben someterse las conductas de los ciudadanos cuando esas conductas no afecten directa o indirectamente al tiempo del trabajo. El tiempo de ocio

o tiempo libre parece querernos indicar libertad frente a la normativa laboral, y a la inversa del trabajo se define por contraste con esa libertad u ocio: el trabajo es el negocio.

El turismo es uno de los contenidos propios del ocio de la vieja clase ociosa y, en el mundo moderno se convierte en el tiempo recién conquistado de libertad por sectores de población cada vez más extensos.

Cuando se es turista, todo el mundo se convierte temporalmente, acaso quince días, tal vez un mes a lo largo del año, en un efímero miembro de la clase ociosa. Los viajes, deportes, fiestas, visitas y actividades varias de



gente que tienen mucho tiempo libre que disfrutar, se convierten en la norma de lo que la gente va a ser en ese tiempo. Esto se demuestra en las revistas, telemagazines y comentarios de programas especializados que cumplen la función en las sociedades actuales, de codificar, por así decirlo, las normas de lo que la generalidad de la población va a intentar hacer en el tiempo en que se ha liberado de las responsabilidades y normas de la sociedad actual y sea libre, disponga de tiempo para dedicarse al ocio.

Por tanto, la conducta turística no puede considerarse como conducta sin normas, habría que citar lo que algunos sociólogos han denominado "conducta colectiva", entendiéndose por esta expresión aquella conducta que se separa de la conducta institucionalizada, en nuestro caso las normas de la sociedad actual, pero que apunta a una nueva normativa que probablemente en el futuro se convertirá en un nuevo tipo de con-

ducta institucionalizada, pero con un nuevo contenido.

En el tiempo libre se ensaya la limitación del tipo de vida de la clase ociosa. Pero este ensayo, de momento limitado, apunta a una institucionalización del ocio extendido a nuevas clases sociales. En turismo y viajes, los pasos que se dan son acelerados, van de la mano con el avance tecnológico, principalmente de los transportes y de las comunicaciones, y ya no es raro entender al turismo como

una actividad que se sitúa en el contexto comercial internacional, en los primeros lugares en los países como generadora de divisas, incluso antes que el petróleo y la industria automotriz, así como el aumento de la producción industrial por motivos turísticos en 54,6% en términos reales según proyección al año 2005 (con referencia a 1995), según datos proporcionados por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo y The WEFA GROUP.

Las perspectivas del mercado global de servicios turísticos son muy alentadoras y las mayores corrientes turísticas se dan entre grupos de países desarrollados y los que están en vías de desarrollo han encontrado en el turismo una

actividad sumamente beneficiosa que puede ayudarles e inclusive ser la base para el desarrollo de sus economías.

No se está, por ello, muy lejos de la Civilización del Ocio, pero, por ahora le falta darle mayor relevancia y atenderlo en su verdadera dimensión.

El salir de viaje y hacer turismo significa, desde el color de la piel (el bronceado en verano, por ejemplo), todo un símbolo de gente que vive y

disfruta sus vacaciones veraniegas en las playas, con el tiempo y dinero para hacerlo, así como el precio (el turista ahorra para sus gastos en vacaciones y no tienen mayor cantidad de dinero disponible), no porque el precio del tour sea alto o módico, sino por lo que esta acción refleja la conducta de determinadas personas que se incluirían en esa clase ociosa como grupo de referencia en el empleo del tiempo libre.

El mismo medio ambiente que el hombre puede transformar, es otro factor ecológico que merece una consideración especial. En el turismo, el hombre se libera de una vida urbana, industrial o comercial, busca un mayor contacto con la naturaleza, en el mar o en la montaña, y lo que desgraciadamente acaba encontrando muchas veces en esos lugares son unas aglomeraciones urbanas, a veces peores que aquellas en las que vive todo el año. Creo que este es un aspecto que la empresa turística no puede descuidar. Se trata de algo sutil pero no imposible de lograr. El turista "sale" de una vida urbana y "se acerca" a un modelo de vida más "natural", lo cual quiere decir aquí un medio ambiente transformado hasta un punto en que la naturaleza no desaparezca, pero su transformación la disponga a la medida del hombre y, concretamente, de un hombre ocioso, reto que se plantea a los profesio-

nales como los ecólogos, urbanistas, arquitectos, economistas, sociólogos, y especialistas en turismo, tenemos planteado ya que debemos responder con conocimiento y audacia.

Por último, una ecología del turismo tiene que enfrentarse con los problemas de una nueva adaptación o equilibrio entre los ritmos del trabajo y ocio a nivel masivo y selectivo, según sea el tipo de atractivo y actividad a realizar por motivos turísticos. De lo contrario, los hombres turistas se reencontrarán con una naturaleza que ellos mismos han transformado hasta un punto relativamente máximo en las ciudades y de las que quieren conservar un cierto grado de "humanización", paradójicamente cuando deciden volver a la naturaleza. Con la toma de conciencia y responsabilidad del hombre frente a la naturaleza y respeto por el aspecto ecológico del mundo que habitamos, nos hace pensar en el desarrollo sostenido y turismo sustentable como alternativa racional y responsable de quienes deben institucionalizar y garantizar los servicios turísticos a futuro, como medio de vida y recreación de una clase ociosa creciente que involucra a todos en una sociedad.

En consecuencia, el turismo, desde el punto de vista sociológico tiene unas raíces muy profundas en las

características de las sociedades y mundo globalizado de hoy, por tanto, es de esperar que el número de turistas siga creciendo en la medida por supuesto, en que se sigan dando todos los condicionamientos que hemos examinado.

El turismo es el gran fenómeno social del siglo XX, habiendo influido en la transformación de países, ciudades, costumbres, medios de comunicación y en la conservación misma de los monumentos arqueológicos. El turismo ha contribuido de manera efectiva a establecer una mayor comprensión entre los pueblos, y contribuye a la integración social, económica y cultural. El turismo representa la gran oportunidad que todos tenemos de disfrutar del placer de viajar y satisfacer una necesidad humana de naturaleza sociológica y psicológica.

BIBLIOGRAFÍA :

El turismo y la sociología
Instituto de Estudios Turísticos
Madrid, España.

Ocio y turismo
Savat Grandes Temas Nro. 21

FORO DE DESARROLLO TURÍSTICO
Agenda para la Excelencia
Lima 1996