



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio
Cultural

ISSN: 1695-7121

info@pasosonline.org

Universidad de La Laguna
España

Ascanio Ph.D, Alfredo
Turismo: la reestructuración cultural
PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 1, núm. 1, enero, 2003, pp. 33-37
Universidad de La Laguna
El Sauzal (Tenerife), España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88110103>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Turismo: la reestructuración cultural

Alfredo Ascanio, Ph.D ^{†1}

Universidad Simón Bolívar (Venezuela)

Resumen: El turismo históricamente siempre ha sido un fenómeno social relacionado con la cultura, pues a menudo ha contribuido a su reestructuración. Sus impactos han sido positivos y negativos y por ello ha sido tan polémico su desarrollo en los diferentes países donde ha tenido mayor presencia. La función protectora y socializadora de la cultura ha sido importante en el desarrollo turístico desde hace siglos e incluso en el presente con mayor razón. La única manera de generar políticas sobre el turismo cultural es realizando primero las investigaciones de base para conocer bien los impactos y decidir en consecuencia.

Palabras clave: Turismo cultural; Impactos del turismo; Políticas sobre el turismo cultural; Reestructuración de la cultura

Abstract: The tourism historically has always been a social phenomenon related to the culture, therefore often has contributed to its restitution. Its impacts have been positive and negative and because of it has been so polemic its development in the different countries where has had greater presence. The protective function and socialization of the culture has been important in the tourism development for centuries and including in the present with greater reason. The only way to generate politics upon the cultural tourism is carrying out first the basic research to know the impacts and to decide consequently.

Keywords: Cultural tourism; Impacts of the tourism; Political upon the cultural tourism; Restitution of the culture.

[†] Economista y doctor en Ciencia Política. Dpto. de Ciencias económicas. E-mail: ajascanio@cantv.net

Introducción

Los bienes inmateriales forman la base del humanismo moderno, porque de ellos depende la calidad de la vida. El progreso se mide por la sumatoria de: el nivel de vida, la condición de vida y los medios para vivir; además, la riqueza inmateral está formada por los servicios biológicos (las zonas de vida, el aire puro), los servicios estéticos (un buen paisaje) y los servicios científicos (investigación, enseñanza). (Saint Marc, 1971).

El concepto cultura tiene un carácter histórico desde la aparición del pensamiento científico. La cultura se forma en la medida en que aparecen las distintas etapas del desarrollo social y hoy se ha visto enriquecida por el conocimiento acerca de la relación hombre-hombre y hombre-naturaleza.

El primero que se refiere al concepto cultural es Marco Tulio Cicerón al relacionarlo con la razón humana y señalar que “la filosofía es la cultura de la razón”. Según Johan Goofried von Hender, la cultura es aquello que cohesiona a la gente en un todo y que se manifiesta como resultado y estímulo del desarrollo social (estos conceptos están disponibles en: <<http://monografías.com/trabajos11/revecult/revecult.shtml>>).

La cultura es un complejo subsistema multifuncional que aparece con determinados grados de integridad y dinamismo en cualquier sistema social concreto. Su función protectora de las influencias nocivas y de los cambios del medio ambiente se conjuga con su función socializadora referida a la asimilación de conocimientos, aptitudes, normas y experiencias sociales acumuladas durante muchas generaciones y su proceso educativo.

El turismo cultural es la bifurcación de identidades culturales de distinto orden en lo que se concreta la unidad y la diversidad, lo cual tiene por base la relación entre lo que proviene de otros entornos con lo local y las nuevas formas híbridas que puedan surgir y que son parte del desarrollo social. En este sentido, es importante reconocer que el turismo como fenómeno constituye una reestructuración cultural, modificaciones que afectan a todos los componentes del

sistema turístico o sea factores; económicos, sociales, políticos y tecnológicos. Así pues, pueden surgir auto creaciones que conduzcan al fortalecimiento de la identidad y el enriquecimiento plural de las diferentes regiones turísticas, lo cual sería incompatible con las formas culturales importadas.

Perspectiva histórica del turismo cultural

Una vez situado el término cultura según sus antecedentes, podemos ahora desarrollar la perspectiva histórica del turismo cultural, tomando en consideración los antecedentes más remotos, para entender los actuales.

Los aspectos culturales han acompañado simultáneamente a los procesos turísticos; ya el turismo por si solo se trata de un hecho social de larga tradición. Fueron los peregrinos los primeros en deambular de un lugar a otro en un acto de volición pura. No obstante, el Derecho Romano discrimina entre el peregrino y los Civis Romanus que realmente para ellos era la sociedad privilegiada. (Lavaur, 1974).

El peregrino viajaba con el fin de conocer lugares y cosas interesantes o curiosas; en cambio, el que realizaba romerías si viajaba con fines religiosos. Pero recordemos que el Quijote de Cervantes es un estupendo libro de viajes. Así pues, hoy el vocablo turismo es una etiqueta verbal, que desde hace mucho califica un acto social y cultural. Y al referirnos a la palabra turismo que proviene de la palabra inglesa Tour, se debe recordar que la verdadera raíz de ese vocablo es francesa, o sea Tor, alusivo a movimientos que retornan. Ese término lo lleva a Inglaterra Guillermo El Conquistador en el año de 1.066, pues son los normandos los que por un buen tiempo tratan de imponer su cultura lingüística en Inglaterra (Lavaur, op. cit).

En la primera época del turismo, el motivo principal no fue la diversión ni la admiración del espléndido acervo artístico y monumental de los países visitados. Como lo señala en su obra Luis Lavaur:

“En cuanto al arte, sólo lo raro y lo descomunal llamó la atención (de los viajeros); y sus juicios de valor ante las obras contempladas adoptan una modalidad interjec-

cional, que en materia de goce estético es muy poco lo que revela aparte de asombro.” (p. 9).

El viaje de esa época inglesa era un excelente antídoto contra el hastío. Porque para el viajero de esa época, el ir y regresar de un lugar consistió esencialmente en una aventura incómoda. El viaje con su componente educativo y cultural nace a mediados del siglo XVII, pero todavía en esa sociedad británica el viaje no era un medio para enriquecerse de otras culturas, sino para solidificar el modo de ser del inglés sin que se enriqueciera su intelecto.

Como en todo acto social, el ingrediente que impulsa el turismo en la Inglaterra de la época es imitar las formas vistosas en que otros viajeros gastaban su dinero; por eso, la élite deseaba participar en el Grand Tour.

Es con los viajes del francés Miguel de Montaigne – alcalde de Burdeos– donde surge realmente la verdadera función del viaje como hecho cultural. Sus viajes se transforman en un hecho intelectual subjetivo que a través de un paisaje cultural distinto al suyo, pero considerado como un elemento de un mismo conjunto. En cambio, la sustancia del viaje realizado por un inglés es siempre retornar, (el supremo placer de volver: una forma simulada de salir sin haber salido), pero para un español de la época era más bien “quemar las naves” para no volver (lo molesto es la llegada, según un poema de Antonio Machado).

Ya en el siglo XVIII el viaje turístico cambia de carácter, pues se realiza con el fin de un buen aprendizaje como complemento de la educación. La peripecia del viaje no se debe a las circunstancias sino a la predisposición anímica del visitante. Pero es verdad que los países y sus hechos culturales y monumentales tuvieron un fuerte impacto en los visitantes de este siglo. Decía el biógrafo J. Boswell en su ensayo “Life of Samuel Johnson” (1791): “quien no visite Italia sufrirá por el resto de su vida de un sentimiento de inferioridad”. Los impactos culturales que el magnetismo italiano imprimió en sus visitantes fueron fenomenales.

Es el viajero alemán el que se entusiasma mucho más con la historia natural, la presencia de fósiles, los talleres de pintores

y escultores, los albergues de coleccionistas. Es un turismo de linaje libresco y universitario para visitar las excavaciones de Pompeya y Herculano. Más no se escapa el hecho de la tónica chauvinista del turista inglés al referirse a España y del rechazo de los españoles a la presencia británica, durante los primeros años de 1.800.

Hoy en día el turismo ha comenzado a darle mayor valor a la relación entre la comunidad receptora y la comunidad de visitantes; una relación que va más allá de la simple presencia, pues produce una sinergia que se ha transformado en el verdadero valor agregado del turismo. En la segunda mitad del siglo XX han aparecido cambios significativos en la estructura de la sociedad debido a la aparición del turismo y se ha intensificado el contacto entre diferentes sociedades y culturas y ello depende del grado y estadio del desarrollo turístico en un lugar determinado (Brunt y Courtney, 1999).

En la investigación cualitativa que realizaron los profesores Brunt y Courtney de la Universidad de Plymouth (Reino Unido), se destaca que según la población de acogida el turismo ha alterado la estructura de la comunidad en sentido positivo y negativo, opinión especialmente de los residentes que tienen mayor contacto con el turismo. Sin embargo es difícil discernir entre los cambios que pueda producir el turismo y aquéllas consecuencia de otros procesos de modernización. También es verdad que la tipología del residente, del turista y de la localización del estudio pudiera arrojar otros resultados, de allí la importancia de las investigaciones en cada localidad. Pero en general, parece que los residentes si se han quejado de los impactos más nombrados en la literatura sobre el tema.

El desarrollo de políticas culturales para el Turismo

No hay duda que en el mundo actual se desea reducir los dilemas culturales dañinos, pero aprovechando las oportunidades para un desarrollo sustentable tomando en cuenta el hombre y su entorno. La relación entre el turismo cultural y el desarrollo sostenible debe convertirse en un elemento estratégico, ya que la cultura será el barómetro de la calidad del desarrollo turístico

de este y el próximo siglo, siempre que exista una economía sólida y próspera.

Recientemente el grupo NAYA, ubicado en Argentina, ha hecho aportes y sugerencias para la construcción de políticas turísticas, reflexiones que han nacido del II Encuentro Regional del Turismo Cultural realizado en agosto del año 2002 en San Salvador de Jujuy y en el I Congreso de Turismo Cultural efectuado en la ciudad de Córdoba. No obstante, aún todos estos planteamientos están en su fase de discusión y reflexión, ya que el tema es novísimo, como lo es también la Publicación Española PASOS, la cual intenta posicionarse en relación al tema.

No hay duda que antes del desarrollo de políticas sobre el turismo cultural es necesario investigar varios asuntos, como:

- 1) Las percepciones y actitudes de la población local con respecto a la presencia y comportamiento de los turistas.
- 2) Los deseos, motivaciones y comportamiento de los turistas y el impacto en la comunidad de acogida
- 3) La aculturación causado por el Turismo
- 4) Evaluación del impacto medioambiental
- 5) Participación de las comunidades en el desarrollo turístico y sus decisiones
- 6) Las disputas de los sectores públicos y privados en relación al turismo cultural

Decía el ensayista canadiense John Ralston Saul que “una civilización que no pueda diferenciar entre ilusión y realidad estará usualmente a la cola de su existencia” (R. Saul, 1992), de allí la importancia de investigar los hechos para poder tomar decisiones valiosas. Por ejemplo, Julio Aramberri está convencido de que no existen anfitriones ni tampoco huéspedes sino proveedores de servicios y clientes. Si esto es así, entonces los aspectos culturales del turismo de masas ya no existen pues el vínculo es netamente comercial y material; y al parecer las recompensas al cambiar la estructura de la sociedad pueden ser considerables, aunque persistan los beneficios económicos desigualmente distribuidos.

Se puede decir, citando a Agustín Santana, que en teoría coexisten, en el mismo espacio físico, dos realidades segregadas: el universo del turista y el universo del residente, aisladas especialmente por las diferencias culturales que incluso se resaltan como prototipos y producen tensiones

sociales que contribuyen a cambiar las normas, valores y estándares de los anfitriones y sus pautas tradicionales, para imponer una cultura adulterada del espectáculo. (Santana, 1994).

La única solución razonable no es denunciar los impactos del turismo (el turismo no es una panacea, tiene costes), sino dejar que la mayoría de personas que comparten opiniones o metas comunes articulen sus comentarios por los procedimientos democráticos reconocidos (Aramberri, 2001). Hay una serie de cosas que las comunidades no están dispuestas a negociar, que están más allá de lo legalmente permisible; pero con todo, los cambios culturales no son ilegítimos siempre que sean superados por los propios dueños de su cultura. Con todo, lo que si se ha denunciado con mayor énfasis es que la mayoría de las decisiones que afectan a las comunidades turísticas no son tomadas por ellas sino que proviene de la actividad privada involucrada en el negocio turístico y del propio gobierno, lo cual ha motivado a muchos profesionales e investigadores a desarrollar propuestas para que en el modelo de desarrollo se coloque a las comunidades en el centro de la planificación y gestión (Mitchell y Reid: 2001). El problema que se presenta en cuanto a la colaboración de diferentes grupos interesados es que siempre existirá entre ellos desequilibrios de poder, lo cual dificulta la posibilidad de lograr al menos un consenso parcial en relación a las políticas turísticas alternativas (Bramwell y Sharman, 1999) y al logro de una ganancia neta justa.

Conclusiones

La relación turismo y cultura históricamente siempre ha existido. El turismo, como todo hecho social, produce impactos positivos y negativos, que es necesario investigar para poder aminorar lo que sea más dañino. Las políticas turísticas deben nacer de un consenso aunque sea parcial entre los actores interesados. El universo del residente y del turista aparecen siempre aislados por sus diferencias culturales. Este aislamiento es mayor en el turismo de masas, donde es mayor de despersonalización de los encuentros y los conflictos sociales.

El turismo en la actualidad reclama una mayor participación de la comunidad de acogida y una ganancia neta mejor repartida, decisiones que se deben tomar en el marco de la democracia participativa y no en el marco de la democracia formal.

Bibliografía

- Aramberri, Julio
2001 "La trampa del anfitrión: un paradigma en la teoría del turismo". *Annals of Tourism Research (en español)*, 3(2): 259-286.
- Bramwell, Bill y Sharman, Angela
1999 "Colaboración en el diseño de políticas turísticas locales". *Annals of Tourism Research (en español)*, 1(1): 120-146.
- Brunt, Paul y Courtney, Paul
1999 "La percepción de los impactos socioculturales del turismo por la población residente". *Annals of Tourism Research (en español)*, 1(2): 212-239.
- Coceres, Claudia María
2002 <http://www.naya.org.ar> (recomendaciones y sugerencias sobre turismo cultural).
- Lavaur, Luis
1974 *El turismo en su historia*. Barcelona: Editur.
- Mitchell Ross y Reid Donald
2001 "Integración comunitaria: turismo insular en Perú", *Annals of Tourism Research (en español)*. 3(1): 144-172.
- Monografía. com,
2002 <http://monografias.com/trabajos11/revecult/revecult.shtml>
- Ralston Saul, John
1993 *Voltaire's Bastards: the dictatorship of reason in the West*. New York: Vintage Books.
- Saint Marc, Phlippe
1971 *Socialisation de la nature*. Paris: Editions Stock.
- Santana, Agustín
1994 "Encuentros turísticos efectos de los estereotipos en los cambios socioculturales (Islas Canarias)". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 3(3): 199-213.

NOTAS

¹ El doctor Alfredo Ascanio fue por más de 12 años funcionario internacional, realizando sus actividades profesionales en el Banco Interamericano de Desarrollo, el la Organización de Estados Americanos y en la Organización Mundial del Turismo. Este profesional fue dos veces Vicepresidente de la Corporación Venezolana de Turismo y luego Jefe del Dpto. de Ciencias Económicas de la Universidad Simón Bolívar como profesor titular. En la actualidad es un consultor en el campo de la formulación y evaluación de proyectos turísticos.