



Reseña Bibliográfica

Capitalismo, sociedad y turismo

César Dachary, Arnaiz Burne y César Arnaiz
Universidad de Guadalajara
Puerto Vallarta, Jalisco, México
2017. ISBN: 978-607-742-808-4, 716 páginas

Areli Nájera González

Maestría en Ciencias para el Desarrollo, Sustentabilidad y Turismo por la Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Av. Universidad 203, Delegación Ixtapa, CP. 48280 Puerto Vallarta, Jalisco, México. Correo electrónico: areli.najera@alumnos.udg.mx

El turismo siempre ha existido, desplazarse de un lugar a otro ha sido parte de la naturaleza del hombre, conocer nuevos horizontes con fines tal vez de conquista, o intercambio mercantil, o simplemente por placer era recurrente dentro de la aristocracia de siglos pasados, pero comienza a ser una actividad recurrente a partir de la mitad del siglo XX, esto no se da de forma casual, en gran parte el turismo fue establecido como una estrategia de desarrollo de manera global. Este proceso es el que abordan los autores a través de un recorrido histórico, dividido en la obra por cuatro partes.

Parte 1. De la modernidad al capitalismo industrial

Iniciando, los autores plantean como de origen el hombre siempre ha sido un ser comerciante, y esta característica fue parte detonante de la actividad del desplazamiento en la búsqueda de nuevas rutas y socios mercantiles, que se vio reflejado en la interacción con nuevas culturas, de las cuales se podría adquirir o compartir conocimiento. Es esta misma acumulación de conocimiento e interacciones las que dieron paso a la tecnología y concepto de modernidad, ligado al sistema capitalista, donde la modernidad, ahora denominado globalización es la ideología y el capitalismo el sistema económico.

El modelo modernidad-globalización y capitalismo surge en el siglo XVI, como resultado del desarrollo del conocimiento y los grandes movimientos sociales ocurridos durante la época de la Ilustración, que tenían como objetivo el crecimiento del saber como sinónimo de progreso, entre mayor conocimiento mejor se podrían crear, controlar y utilizar las tecnologías para el bienestar humano.

La era de la modernidad inicia con la Revolución Industrial, una revolución que además de la implementación de las nuevas tecnologías, llegó para instaurar una nueva forma de

sociedad, pasando de ser sociedades tradicionales de base agraria a la construcción de grandes sociedades industriales, divididas por clases sociales referentes al trabajo, ideales políticos y culturales distintos, formas de relaciones sociales e incluso un nuevo entendimiento del propio ser social el capital, y no un ser en lo natural, donde se ve a la naturaleza como recurso suficiente para ser transformado en tecnologías que satisficieran necesidades, y tras su comercialización, la acumulación de capital. Las sociedades de base agraria no dejaron de existir, solo quedaron alejadas, creando una dualidad entre las sociedades tradicionales y las nuevas sociedades industriales o capitalistas, sinónimo de la dualidad entre el subdesarrollo y desarrollo.

Si bien, la concepción del viajero ya existía mucho antes de la Revolución Industrial, los motivos eran distintos al propio del turismo, en aquel tiempo los viajes eran motivados por el objetivo económico, científico, artístico, histórico o sociológico que generaran algún tipo de conocimiento útil a emplear o conservar, y del que solo tienen privilegio los grandes políticos, científicos, comerciantes o ilustradores que se dedicaran a generar este conocimiento. El viaje por ocio, surge a la par del capitalismo, posterior a la división de clases sociales, donde los grupos sociales con mayores ingresos podrían acceder a ello. Con el tiempo, se instauró el pensar en el viaje como una recompensa al trabajo y descanso, por lo que obreros y trabajadores se volvieron clientes dando paso al turismo como actividades económica. La oferta de un turismo industrializado ubicado en zonas alejadas a las ciudades industriales, en contacto con la naturaleza, en especial con el elemento del mar y las montañas como homólogo de libertad. Por lo general estas zonas son ocupadas por sociedades tradicionales “subdesarrolladas”, por lo que el choque cultural entre los provenientes de lo “desarrollado” y los receptores en lo “subdesarrollado” asemeja a los impactos culturales y psicológicos sucedidos durante la conquista.

Para finalizar, los autores ejemplifican al turismo como el nuevo método de colonización, en donde si bien no se extraen riquezas u oro de un lugar, el conquistador o turista extrae una experiencia transformada en una imagen en redes sociales y souvenirs, comparte su carga cultura y se mezcla con “el otro” extrayéndole su identidad y transformándolo, limitándolo de los recursos naturales que por historicidad le pertenecen, haciéndolos sentir en deuda y agradecidos por ser los turistas, el nuevo conquistador, los salvadores del subdesarrollo.

Parte 2. Capitalismo y nueva sociedad

Continuando en la línea del tiempo, los autores dedican la segunda parte al siglo XIX, inicio de grandes adelantos tecnológicos de soporte para el turismo, como los barcos de vapor y el ferrocarril, que se convierten en un medio de transporte humano, ofreciendo la oportunidad de salir del lugar de residencia rompiendo con el inmovilismo. Dado su funcionamiento, el ferrocarril conectaba dos sitios de concentración económica y política alejados, pasando por comunidades remotas, vírgenes, entre paisajes naturales inimaginables para muchas personas de la ciudad. Con el descubrimiento del ferrocarril también se descubrieron estos lugares, denominándolos estaciones, construyendo hoteles y convirtiéndolos en centros turísticos.

Pero el ferrocarril no era para todos, en un principio solo los militares tenían acceso, posteriormente miembros de la clase alta, políticos con necesidad de desplazamiento por diplomacia, seguidos de grupos de científicos dedicados a realizar expediciones para recabar

mayor conocimiento del mundo, y, grupos de fieles peregrinos mayoritariamente católicos motivados por conocer templos y acudir a eventos religiosos. Estos grupos sociales serían los pioneros turistas, motivados por una razón deciden dejar por un lapso de tiempo su residencia y utilizando servicios de transporte y alojamiento cumplen su meta para consecuentemente regresar a su hogar.

Agregando al avance tecnológico surgen el telégrafo (posterior el teléfono) y la fotografía, teniendo ambos un peso importante el desarrollo de la actividad turística; el telégrafo permitía contactar a la lejanía con familiares o amigos en el viaje, y la fotografía permitió atesorar la experiencia del desplazamiento y estancia del turista en los lugares nuevos. Es también la fotografía la precursora del cine, la publicidad y mercadotecnia que a principios del siglo XX se comienza a emplear para promocionar destinos y tours en materia turística.

Esta revolución de transporte (el tren, los barcos, posteriormente, el automóvil, la bicicleta y el avión), revolucionan el imaginario del ser, ahora un ser en desplazamiento que empezará también a buscar glamur y confort en estos trayectos. Con el tiempo libre del trabajador, surge la noción de ocio y con el ocio un negocio, ya que el trabajador en tiempo de ocio no produce pero si consume, así nace un ser turista.

El inicio del ocio trajo tres conceptos básicos en el turismo: la restauración, la hotelería y el espectáculo. La restauración, la mesa, los alimentos, ¿qué comemos, cómo lo comemos, dónde lo comemos, cuando lo comemos y con quien lo comemos?, inicia la oferta restaurantera, la alimentación se convierte en mercancía y no en necesidad. La hotelería, el descanso, se volvió un lujo, un estatus, un capricho y un negocio. El espectáculo es una expresión pública de poder, una expresión cultura y un producto a oferta, esta época se caracteriza por los circos, los cabarets, teatros, salas de conciertos, opera, plazas públicas entre otros atractivos que poco a poco se van convirtiendo en motivación del turista.

Además del ocio, tras los esfuerzos por mejores condiciones de trabajo se instaura por ley las vacaciones, corto periodo de tiempo que el trabajador necesita para recuperarse de un periodo largo de trabajo. Son los trabajadores en las ciudad quienes gozan de vacaciones y ocio, no las sociedades rurales pues el ocio es propio del actividad rural, entonces el turismo nace en lo urbano, y viable solo para ciertos grupos.

La revolución del transporte y los medios de comunicación son la base de la globalización, acortar tiempos y distancias permitió un mayor intercambio de bienes y servicios en una nueva sociedad que comienza a consumir como demostración de poder. Como los señalan los autores la globalización y el turismo son parte de este nuevo proceso de integrar, conocer y dominar.

La publicidad turística se encargo de popularizar las playas paradisíacas, los aborígenes serviles y amigables, que en conjunto con el entorno selvático, cielo azulado y fauna exótica, conectaban al hombre con lo natural, lejos de las ciudades ruidosas con grandes fabricas, y acercándolo con la autenticidad, renovando el cuerpo y espíritu. Aunque en la actualidad estos lugares son países soberanos, dada su condición de subdesarrollo, no dejan de situarse en una relación de explotación-dominación de los países europeos y norteamericanos. Cerrando el apartado, los autores hacen énfasis en que en medida que existan regiones de bajo desarrollo, el turismo seguirá descubriendo, integrando a la economía del mercado y aculturalizando a

pueblos originarios y otros a fin de ampliar la oferta de aventura de los colonialistas modernos, los turistas, que viajan para ver como los pueblos han sobrevivido a su colonización.

Parte 3. Periodo de las entreguerras, 1914-1945

El siglo XX fue un periodo conflictivo, de destrucción y reconstrucción constante que cimentó la idea del patriotismo entre naciones, fomentó una la cultura capitalista reinventada y la visión del control del Estado a partir de una filosofía político-capitalista.

Sin dudarlo, las transformaciones en la vida política y social del siglo XX fueron de la mano de nuevos descubrimientos científicos, innovación y productividad. El periodo denominado por los autores como “felices años 20s” etapa entre guerras de bienestar económico principalmente para Estados Unidos, formuló la necesidad de compra y venta al por mayor de artículos innovadores que facilitaran la vida del americano, una vida que gracias a los medios de comunicación (periódicos, revistas, libros, y principalmente la radio, el cine, posteriormente la televisión) era el modelo a seguir no solo de América Latina, sino también países euro centristas.

Los métodos de producción se comenzaron a agilizar por la de producción en serie. Esta innovación, facilitó la exportación tanto de productos bélicos como otro tipo de productos como el automóvil, la motocicleta, los electrodomésticos, artículos de higiene, medicinas, ropa, y alimentos.

Debido a las propias guerras y la reinención del capitalismo se empezó a crear un mundo integrado, integrado por los medios de comunicación y de transporte. La invención y perfección del avión abrió todo un mundo de posibilidades de viaje y por lo tanto de turismo.

La modernidad de la época era sinónimo de confort y vanguardia, por lo que los hoteles, que a diferencia del siglo anterior estaban enfocados en destacar la belleza arquitectónica y artística de decoración, se centraron en garantizar la experiencia de confort de sus huéspedes a la par de contar todos los productos propios de la modernidad. Este modelo de hotel permanece en la actualidad creando un imaginario de vida soñada para el viajero.

Cabe destacar que a principios de siglo, a la par del surgimiento del hotel moderno, surge un concepto de motel, apareciendo en Estados Unidos como un espacio de alojamiento para usuarios viajeros con automóvil o trabajadores con vehículo (transportistas y obreros) a la orilla de las nuevas autopistas, que a demás de el precio bajo por alojamiento ofrecía a la cercanía establecimientos de comida rápida (una innovación de la época en donde se podía adquirir hamburguesas, hot dogs, pizza entre otra comida chatarra a bajo costo y accediendo con el automóvil).

En materia de turismo, surge el deporte como un atractivo; por un lado como espectáculo a través de los torneos, campeonatos y demostraciones de deportes en equipo principalmente el futbol, el básquetbol, béisbol, rugby, y deportes de demostración como pesca, equitación y gimnasia, y, por otro lado como practica, en el caso de deportes extremos de montaña como esquiar, ciclismo, alpinismo y caminatas.

En este periodo surgen y popularizan las actividades de turismo de naturaleza, hoy conocido también como turismo alternativo entre un segmento determinado y específico de usuarios motivados por la actividad física al aire libre y el contacto directo con la naturaleza a través de vivir una experiencia familiar o entre amigos de descanso pero también de exigencia física y de astucia ante la dinámica de la naturaleza. Se popularizan los clubs de campismo, los campamentos de verano, los balnearios, los grupos de ciclistas, las casas rodantes y los movimientos de conservación de bosques y lagos a fin de conservar estos espacios para el disfrute.

A la par del disfrute de la naturaleza terrestres, también surgen los grandes cruceros destinados a admirar del mar y sus bondades en un ambiente de lujo y diversión dentro de un gran barco equipado con habitaciones, salas de entretenimientos, cocinas, restaurantes, y espacios culturales.

Los autores convergen a manera de conclusión en definirlo como un tiempo de transición, el turismo se consolida gracias a la innovación tecnológica del transporte avión, barcos y mejoramiento al servicio ferroviario, así como el surgimiento del automóvil y la motocicleta, el incremento en la calidad de vida y salud de los habitantes de las urbes ya consolidadas así como de la clase trabajadora, el flujo económico internacional y las prestaciones bancarias y crediticias, haciendo que el turismo se convirtiera en una actividad importante para la nueva sociedad de consumo.

Parte 4. Del ocio de élite al turismo de masas, 1945-1990

Bienvenidos a la era postindustrial, la era de la informática y el internet la nueva revolución, el neoliberalismo y la sustentabilidad. Surgen los destinos turísticos consolidados como el Caribe (países e islas latinoamericanas), el Caribe Inglés (países africanos excolonias de Inglaterra), Caribe Holandés, Francés, Español y de Estados Unidos, islas del Pacífico, del Atlántico y el Mediterráneo, entre otros, en donde a su vez se instauraron lo que los autores llaman “paraísos creados por el hombre” complejos inmobiliarios bajo el esquema de club resort, en donde se combinaba la belleza natural del sitio y la demostración de riqueza y confort que el complejo ofrecía. En la obra se hace una recopilación amplia de información de estos destinos (como Costa Rica, Colombia, Cozumel, Hawái, Puerto Rico,, especificando las políticas de su consolidación, datos de extensión, población, y problemáticas que surgieron con el paso del tiempo.

Así mismo, los autores explican como la problemática ambiental comienza a surgir y a engranar cambios en el mundo y el turismo, proponiendo seguir una serie de principios, normas, certificaciones y acciones que mantendrían la sustentabilidad ambiental, social y económica de la actividad.

Los autores consuman afirmando que gracias a los medios de comunicación, especialmente las computadoras y el internet, y su aporte a la construcción de nuevos imaginarios, el turismo de vuelve un producto constante, de fin de semana, y de varias veces al año, donde se vende experiencias y consumo de tiempo para olvidar la ciudad y las preocupaciones, accesible para la para gran parte de la población del mundo que busca socializar no solo fuera de su país, sino también dentro.

Sin duda el turismo está ligado completamente con el desarrollo del capitalismo, inclusive se pudiera señalar que el turismo como actividad económica no tendría razón de ser sin existir en el sistema capitalista. Y con ello, evolucionarían a la par, compartiendo los mismos impactos en la vida social y natural del mundo.