

# Discusión sobre algunos aspectos socioculturales del turismo



IRMA NIEVES CASTRO ARENAS

## El autor

Irma Nieves Castro Arenas es Contadora Pública. Ha obtenido la Maestría en Sociología. Actualmente investiga en "Desarrollo e evaluación del mercado de valores en México". Actualmente es profesora de la Maestría en Ciencias con Especialidad en Administración Pública, que imparte la Sección de Estudios de Posgrado e Investigación de la Escuela Superior de Comercio y Administración, en las siguientes materias:

- Metodología de la Investigación
- Teoría del estado
- Seminario departamental II

## Resumen

Este artículo contiene la revisión bibliográfica, básicamente de los *Annals of Tourism Research*, de autores que abordan

el fenómeno turístico sobre distintos tópicos, tales como: factores de crecimiento, consecuencias de dicho crecimiento, capacidad de absorción, planeación turística, enfoque antropológico y el enfoque sociológico del turismo.

*ABSTRACT: This article contains a bibliographic review of the Annals of Tourism Research considering references about touristic topics such the following growth factors and its consequences, absorption capacity, touristic planning, as well as anthropological and sociological touristic approaches.*

La revisión bibliográfica contempla los aspectos relevantes de cada autor, conforme a cada uno de los apartados considerados y los elementos que fueron retomados para la construcción del marco teórico y el análisis de la investigación de los "Aspectos socio-culturales del Turismo en Tlaxcala".

Varios de los autores que se mencionan, compilaron algunos de los planteamientos existentes sobre los tópicos expresados, especificando que es necesaria la observación de los mismos, con el objeto de que se vaya construyendo la teoría del fenómeno turístico, lo cual, reiteramos.



## Factores de crecimiento

El turismo se incrementa a partir de mediados del Siglo XIX, con la aparición del transporte colectivo (ferrocarril); posteriormente, en los años 30, con la prestación que se otorga a los trabajadores de las vacaciones pagadas y después, con la aparición del automóvil y el transporte aéreo, aumenta la actividad turística a nivel mundial.

El turismo masivo de la posguerra se registra en los 60 e inicios de los 70, periodo en el que se produce el mayor incremento en la actividad turística. Para algunos será la industria sin chimeneas para el año dos mil ( *Kerman Khan, ONU* ).

El incremento de la actividad turística depende también de la estructura y desarrollo de la población, del aumento de los ingresos de los turistas de los países generadores de turismo, como son: Alemania Occidental, Francia, Estados Unidos, Inglaterra, Australia, Japón y los países de la OPEP. Además del aumento y generalización de las vacaciones pagadas, es decir, del tiempo libre de la población.

Otros factores que favorecen el crecimiento del turismo son: la disposición de servicio, alojamiento y hospitalidad de la sociedad receptora y de gobernadores y empresarios locales.

Entender el contexto sociocultural de la sociedad receptora ayuda a determinar los factores que la preadaptan al turismo: sobre todo, en nuestras sociedades subdesarrolladas, debido a la imposición del turismo por parte de los países desarrollados, que son los generadores del mismo (metrópolis), *Nash (1981)*.

## Consecuencias del crecimiento

Con el crecimiento explosivo del turismo después de la posguerra, éste es dirigido a las playas y conocido como solmar-playa, con lo cual se produce aglomeración de turistas, contaminación, acumulación de desperdicios, deterioro de la flora y la fauna, de los edificios, lugares históricos, zonas arqueológicas, carreteras, etc. es decir, se provoca el deterioro del ambiente ecológico receptor por llegada de un número ilimitado de visitantes.

La forma de vestir, los aparatos que se utilizan, la comida, entre otros, son similares en todo el mundo, estas semejanzas se atribuyen al turismo.

El turismo genera empleos y la elaboración de artesanías, con las cuales se fomenta la identidad de la población receptora, se conservan los oficios tradicionales, las tradiciones, etc. Por tanto, aunque los efectos que produce el turismo en la

sociedad receptora no son únicamente negativos, su crecimiento debe ser limitado con el objeto de que se eviten los efectos negativos y se incrementen los positivos.

## Capacidad de absorción

El crecimiento explosivo del turismo, en las playas, desde hace dos décadas, ha provocado que en la planeación turística se sugieran recomendaciones de densidad para los usuarios (*Andricycol, 1962; Piperoglou, 1966; Acau, 1967*).

Ese problema dio origen al concepto de capacidad de absorción, el cual se define como el umbral de los efectos negativos que produce el turismo sobre la sociedad receptora, cuando no se limita el número de turistas que llegan a un lugar.

La capacidad de absorción debe calcularse para el medio ambiente físico y social, para evitar el deterioro de los lugares receptivos de turismo, tanto para los visitantes como para la población local.

Aparece el concepto, pero se desconoce la forma de operarlo. Se han calculado algunos índices de capacidad de absorción, sin que se haya seguido una sistematización (*Pearce and Kirk, 1986*). Para algunos autores debe establecerse la capacidad de absorción para cada lugar, pues ciertos lugares son más sensibles que otros al turismo masivo, así como algunas personas soportan más las aglomeraciones que otras.

Las islas del Caribe han demostrado la rapidez con la que se llega al umbral, cuando no se ha calculado la capacidad de absorción del lugar (*Ivor Jackson, 1986*).

Los países en desarrollo no han tomado en cuenta la capacidad de absorción, se han dejado llevar por el mito de que el turismo es una vía para captar divisas, para incrementar el PIB y el empleo. Algunos países ya se cuestionan acerca de estas bondades del turismo (*Western, 1986*).

Según *Western, (1986)*, son seis los factores que determinan la capacidad de absorción de los parques: las políticas, capacidad de los recursos, comportamiento de los visitantes, impacto ambiental, planeación y administración, y los factores externos. Estos factores pueden aplicarse al turismo.

Conforme a *Forster (1973)*; *Lime y Stankey (1971)*, la capacidad de los turistas depende de la disposición que tengan para compartir sus experiencias con otras personas y de su sensibilidad a los impactos ecológicos.

*Western y Henry (1979)*, establecen cuatro categorías para determinar la capacidad de absorción turística: diversidad, singularidad, ocultación y elasticidad.

En suma, lo importante es que para cada lugar turístico se determine su capacidad de absorción o umbral de deterioro, conforme a la sensibilidad del lugar para aceptar el turismo, antes de que se dañe la región, en beneficio tanto de los turistas como de los lugareños.



## Planeación turística

Este concepto está íntimamente relacionado con el anterior, la capacidad de absorción. Se han elaborado diferentes sistemas de planeación en varias partes del mundo sin tomarlo en cuenta. Por lo general, se siguen los lineamientos genéricos de la planeación, aplicables a otros sectores económicos, sin tomar en cuenta las características específicas del fenómeno turístico (*Benavides, 1980*).

Nos referimos a la planeación urbanística, política, económica, modelo *Pasolp*, modelos de simulación, entre otros. También el nuevo enfoque administrativo de la planeación estratégica del turismo, el cual incorpora la participación del gobierno y de la OMT, en los distintos países, conforme a las características de cada uno (*Acerenza, 1985*).

En la primera fase, la planeación estratégica considera los efectos sociales y culturales, en el medio ambiente natural y en lo político. Es decir, la contribución del turismo al desarrollo nacional o regional y los efectos negativos que se producen con el desarrollo del sector.

En la segunda fase, se evalúa la posición del turismo en relación a las prioridades nacionales de desarrollo, en vinculación al beneficio que recibirá el gobierno del sector turístico por impulsar los planes del sector y el logro de sus objetivos.

La política de desarrollo turístico debe tomar en cuenta la satisfacción del turista, la protección del medio ambiente natural, el beneficio justo que recibirá el inversionista y, desde nuestro punto de vista, el beneficio que obtendrá la comunidad o sociedad receptora (*Acerenza, 1985*).

Si partimos de la definición de planificación como la adecuación de la producción a las necesidades sociales, el turismo no se ha desarrollado en atención a las necesidades sociales de las sociedades receptoras del flujo turístico, tampoco como una consecuencia de la investigación científica multidisciplinaria, sino en atención a los intereses políticos y económicos de los grupos que planifican el desarrollo regional (*Benavides, 1980*).

En la construcción o adecuación de zonas turísticas (polos de desarrollo), se realizan grandes derramas económicas, sin que se tomen en cuenta las necesidades básicas de la población receptora; imperan los intereses de las empresas turísticas transnacionales.

Es conveniente la participación de antropólogos en la planeación turística, para cambiar las acciones concretas que benefician tan sólo a los empresarios: hoteleros, restauranteros, agencias de viajes y de transportación; como sucede en varias zonas arqueológicas y turísticas.

Con la participación de los antropólogos se podrían rescatar y difundir las culturas tendientes a desaparecer y promover las comunidades actuales, de cada región. Se coordinarían con distintos organismos y dependencias gubernamentales, que son los encargados de implementar los programas de desarrollo turístico (*Benavides, 1980*).

En suma, el sector requiere de un tipo de planeación que favorezca tanto al sector como a las comunidades participantes, para que cumpla con el rol económico de beneficio generalizado y no únicamente los reciban empresarios nacionales o extranjeros, pero, sobre todo, que tenga participación el capital mexicano, para que las utilidades que se produzcan beneficien al país y a la región.

## Enfoque antropológico del turismo

Según el enfoque antropológico, la génesis de los primeros viajes data del siglo XVIII en Inglaterra, cuando los ingleses viajan con su tutor para conocer lugares de interés y con fines educativos (*Nash, 1981*). El turismo actual o moderno apareció en las antiguas Roma y Grecia. Al turismo que practicaron las sociedades más sencillas se le llama prototurismo, y se refiere a los viajes de los trabajadores para visitar a sus familias.

En aquellas sociedades las personas con mayor rango realizaban viajes más largos y costosos, viajaba más el hombre que la mujer. Esta tipificación explica la génesis de la variedad turística (*Nash, 1981*).

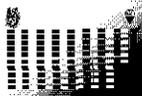
El turismo masivo, ya comentado, aparece en Francia cuando, por ley, se empiezan a pagar las vacaciones a los trabajadores, este tipo de turismo se realiza, sobre todo, en el verano (*Nash, 1981*).

## Conceptualización del turismo

La conceptualización antropológica del turismo es difícil por que cada autor maneja sus propios conceptos de acuerdo a los aspectos que le son relevantes, pero siempre relacionados con la sociedad receptora (anfitriones o lugareño) debido al interés que tienen de observar las transformaciones de las sociedades étnicas, en vez de dirigir su atención hacia el proceso turístico. Sin embargo, la tipología turística que hacen es la siguiente: turismo doméstico e internacional, socialista y capitalista, industrial y preindustrial; pero siempre compatible con las teorías y métodos antropológicos.

*Dumazedier* introduce el concepto de tiempo libre y define al turista como la persona que viaja en su tiempo libre, es decir, fuera de su actividad productiva cotidiana (*Smith, 1977*). En cambio, el lugareño presta un servicio. Estos conceptos se utilizan cuando se observa la relación turista-lugareño (*Cohen, 1972*), o bien, cuando el turismo se define como un tipo de consumo en el tiempo libre (*Veblen, 1973*).

*Smith (1977)* define al turista como la persona en ocio temporal que visita por su voluntad algún lugar con el propó-



sito de experimentar un cambio. En esta concepción se asemeja el turismo a conceptos como el juego, el ritual, la comunión, la meditación, la peregrinación, la camaradería, entre otros.

Algunos antropólogos se interesan en la interacción turista-lugareño, debido a que ambos actores pertenecen a diferentes culturas o subculturas. Para ellos el encuentro es importante y clave para entender antropológicamente al turismo (Nash, 1981), ya que con la interacción se generan los procesos de aculturación y transculturación. La interacción cambia conforme a las características del turismo que se realiza.

Se llama proceso de aculturación cuando una sociedad más sencilla, toma prestados rasgos culturales de otra cultura más avanzada al tener contacto con ella. Transculturación es el proceso de intercambio cultural que se produce al tener contacto con gente de distinta cultura, en ambas partes.

Para Goffman (1959), con el contacto turístico (microturístico) parece haber un acercamiento cultural entre los actores, pero no es así. La interacción turística-lugareño contiene una mezcla de intimidad y distancia, en la que los actores se tratan como tipos y como objetos.

La interacción cambia conforme a la tasa de llegadas, al número de turistas y a las características de la interacción.

La extranjería produce angustia en los anfitriones por ello, responden desde una amistad compulsiva hasta el antagonismo, dependiendo de la experiencia que tengan.

Dennison Nash se pregunta ¿por qué hay gentes que practican más el turismo que otras?, ¿por qué hay un tipo diferente de turismo en cada sociedad o subsociedad?, ¿cómo debemos tomar la variabilidad turística?, etc. Las respuestas a estos cuestionamientos se relacionan con la estratificación social (duración, distancia y facilidad para viajar), el urbanismo, el cosmopolitanismo urbano, el capitalismo entre otros. O bien, al ingreso discrecional, la autoconfianza cultural o a la inversión ritual simbólica.

Algunos otros antropólogos estudian al turista en relación a los impactos cultural, social y económico que producen en la sociedad receptora, a sus motivaciones, a la evolución del sistema turístico moderno. Dichos impactos pueden ser positivos o negativos.

Los aspectos negativos se vinculan al costo-beneficio (Bryden, 1973) relacionado con la degradación ambiental, la desintegración social, el incremento de la dependencia de nuestros países de los metropolitanos, al déficit financiero, a la calidad de vida y desigualdad social, etc. Conforme a Cohen (1979: 32) se deben aumentar los efectos positivos que produce el turismo.

Culturalmente, el turismo produce efectos negativos por que afecta la forma de vestir de la población receptora, sus costumbres y tradiciones, sus ceremonias religiosas, se convierten en funciones para los turistas y sustituyen sus valores por los de los visitantes.

Los positivos se relacionan con la recuperación de las culturas tendientes a desaparecer, al efecto multiplicador

secundario (insumo turístico) por medio de los eslabonamientos con otros sectores de la economía (Nash, 1981).

Algunos antropólogos han sugerido relaciones causales entre los insumos turísticos y otros desarrollos de la sociedad anfitriona, cuyo método es obtener indicadores para cada insumo. No obstante, no toda asociación tiene origen causal, conforme a Boissevain (1978), por ello se sugiere tener cuidado con las relaciones de causalidad.

Es de suma importancia determinar algún otro proceso que produzca cambio (modernización) y esté presente en la sociedad receptora de turismo, con el objeto de que dichas transformaciones no se atribuyan al sector.

## Metodología

Los antropólogos sugieren la aplicación de las técnicas de entrevistas a informantes clave (o personas seleccionadas) para determinar las causas que provocan que la gente viaje, utilizando una teoría adecuada que aborde este aspecto y el método antropológico correspondiente. Elaborar un mapa turístico a fin de precisar las restricciones, recompensas, causas, formas, preferencias de los turistas, entre otros.

Nash (1981) sugiere el método experimental de la diferencia. Los funcionalistas estudian la extensión del ocio a nivel mundial; los marxistas, los beneficios desproporcionados que recibe la élite empresarial; los evolucionistas (modernización), el desarrollo turístico en relación a la economía local y al interés de la dolarización. Para cada enfoque se requiere de una teoría turística y la investigación empírica fragmentada de problemas pequeños.

Algunos sugieren el estudio del turismo en relación a la cultura y la comparación con otras instituciones, tales como: la religión, la ley, la estratificación, etc. (Nelson II. Graburn, 1983).

Otros antropólogos recomiendan una posición ecléctica (Nelson, 1983) por la complejidad del fenómeno turístico, con la participación de investigadores interdisciplinarios para estudiarlo desde los distintos enfoques (Cohen, 1974).

El estudio antropológico del turismo puede partir de los antecedentes sociales, económicos y culturales para estudiar la industria turística que afecta el comportamiento de los turistas.

El enfoque se orientaría hacia la matriz de símbolos y significados (semántica social), en la que se considere al turismo como parte de la estructura que afecta la vida de la sociedad receptora.

La antropología social aborda el significado de los conceptos de consumo y desplazamientos espaciales. La etnografía y el análisis textual estudian la naturaleza y significados culturales (Mc Cannell, 1976) utilizando la técnica de observación participativa por medio de entrevistas formales e informales, o bien, la aplicación de encuestas cuantitativas. Con este método se puede obtener un mapa más explícito y

verificable.

La antropología cultural (semiótica y simbólica) estudia las representaciones culturales (*Durkheim, 1985*) relacionadas con los signos, marcadores, símbolos, folclor, mitos, leyes, descripciones, representación visual, etc. Los datos que se obtienen se analizan como textos culturales (*Greertz, 1972*), para derivar de ellos las estructuras o los cambios estructurales significativos.

Otras investigaciones pueden orientarse al estudio comparativo de los turistas de distintas nacionalidades y culturas, con la finalidad de explicar el turismo en relación con la cultura; comprender los cambios, convergencias y su evolución.

En suma, desde el enfoque antropológico el turismo puede abordarse con un método diferente, dependiendo de los aspectos que se pretenda estudiar: la interacción, la cultura, el comportamiento de los turistas, los antecedentes, la industria turística, etc. Pero siempre deben aplicarse el método y las teorías antropológicas en el desarrollo de la investigación y en la interpretación de los datos obtenidos.

Los estudios antropológicos son de suma importancia para que se vaya construyendo la teoría turística, se defina el cambio cultural en las sociedades participantes, así como las percepciones y reacciones mutuas de los actores participantes.

## Enfoque sociológico del turismo

### Definición del turismo

El estudio sociológico del turismo se inicia con los trabajos de *Cohen (1972)* y *Mc Cannell (1973)*. Sin embargo, la conceptualización del turismo no es aceptada universalmente. Las distintas definiciones del turismo elaboradas por los sociólogos, toman en cuenta distintos aspectos relacionados con los enfoques sociológicos que cada uno le da:

El turismo definido como la hospitalidad comercializada (*Cohen, 1974*) que ofrece al turista, en la interacción huésped anfitrión. Esta definición es aplicable a estudios sobre la evolución y dinámica de la relación huésped-anfitrión, para analizar los roles de los actores y de las instituciones (*Van Wise, 1930; Knebe, 1960*).

La concepción del turismo como la actividad que se realiza en tiempo libre, libre de obligaciones, no analiza el significado cultural del turismo ni su relación con la recreación (*Dumazdier, 1967*), que mencionamos en el enfoque antropológico.

El turismo, como la actividad moderna de las peregrinaciones de las sociedades tradicionales (*Mc Cannell, 1973*), establece una semejanza con el viaje sagrado por la autenticidad que ambos buscan y el interés sagrado de los antiguos (*Graburn, 1977*).

Como proceso de aculturación (Núñez, 1963), se observa

la influencia cultural de los turistas sobre los anfitriones. Se atribuye al turismo la occidentalización cultural de los latinoamericanos. Tomando el cuenta el punto de vista de los turistas, el turismo es la expresión de temas culturales básicos; esta definición debe dirigirse a los distintos significados culturales que se den a los viajes.

Si se define el turismo como el viaje democratizado del turista o turismo moderno, se concibe como la extensión del viaje aristocrático de la génesis del turismo. Este concepto lo utilizaron en las investigaciones sobre la transformación histórica de los roles *Knebel (1960)*, *Turner y Ash (1975)*.

Podemos considerarlo, también, como una nueva forma de neocolonialismo, debido a la dependencia que se crea entre los países periféricos receptores y los centrales generadores de turismo. Se reproducen las formas de dominación colonial o imperialista y las de subdesarrollo estructural (*Nash, 1977; Matlews, 1978; Huirky Heibarg, 1980*).

Se observan una diversidad de enfoques, concepciones y conceptos que cada uno de los sociólogos menciona para definir el turismo, las cuales se pueden vincular con el tipo de estudio que se realice, tales como: la interacción, la cultura, la publicidad, el tiempo libre, lo sagrado, entre otros. Lo interesante será que los investigadores interdisciplinarios que estudien al turismo, en relación a los aspectos económicos, sociales, políticos, culturales, etc.; retomen tales definiciones y analicen si son operacionales para los estudios empíricos que hagan; o bien, las complementen con los conceptos que estimen importantes de observar, que no los contengan.

## Tipologías del turismo

Distintos sociólogos han elaborado las tipologías turísticas, desde el punto de vista de su interés científico, o bien, relacionadas con la evolución natural del fenómeno.

El modelo aristocrático tuvo su génesis después de la Segunda Guerra Mundial, tomando el nombre de la clase aristocrática que sobrevivió a la guerra, en los 50.

La Costa Azul popular en aquel entonces, estableció el modelo turístico del existencialismo en el Mediterráneo (*St. Tropez*, en Francia; *Cadaqués*, en España; *Portofino*, en Italia, etc.). Este modelo lo estableció la juventud de la nueva burguesía industrial y la clase intelectual a la que pertenecían *Sartre, Joyce, Gide*, etc.

El modelo aristocrático se caracteriza por el consumo del tiempo libre, al final de los 60. Se agregan a él, las clases bajas apoyando a su clase ociosa, conforme a *Veblen (1973)*. Se sugiere ofrecer a todos los estratos sociales los destinos y consumos turísticos, para conocer las demandas de los turistas.

Los paquetes turísticos y la disminución en las tarifas de los transportes han desestabilizado el modelo, pero los aprovechan la gente mayor y los trabajadores.

El modelo no aristocrático toma en cuenta el tiempo libre de las masas (burocracia, trabajadores). Es la expresión de una



sociedad dominante: socialista o capitalista. Se establece el turismo social por medio de los sindicatos.

El turismo internacional se desarrolla también después de la Segunda Guerra Mundial, por el aumento del nivel de vida, la reducción del trabajo manual, el pago de vacaciones, el mejoramiento del transporte y la motivación para viajar (*Dumazdier, 1967*). Este turismo se ha incrementado a partir de los 50. En el año de 1981 viajaron 791 millones de turistas extranjeros contra 2 billones de turistas domésticos.

El turismo doméstico se refiere a los viajeros locales, es decir, que no salen de su país o región.

Algunos autores señalan que de los turistas internacionales viajan más los hombres que las mujeres, más los jóvenes y de edad media que la gente mayor.

La gente con mayores ingresos realiza de 1 a 2 viajes anuales (*Newman, 1973*), viajes más largos; los tipos de destinos que eligen son diferentes a la gente con menos recursos; la organización de los viajes, las motivaciones, estilos de viajar y los motivos culturales, también son diferentes. *Mc Cannell* hace la distinción entre los turistas actuales y los anteriores, por el estilo de viajar, las actividades que realizan durante el viaje y los motivos culturales que tienen para viajar.

La tipografía del turismo, desde el enfoque publicitario con un contenido ideológico, toma en cuenta la estratificación, se clasifica en tradicional, del empleado-ejecutivo, de la juventud y el de la clase intelectual. *Mc Cannell*, en esta tipología, no toma en cuenta la teoría del comportamiento, el consumo turístico de las sociedades industriales; utiliza las formas de turismo dominante, observa el comportamiento de los turistas en vez de las representaciones del comportamiento. Para estudiar el comportamiento del turista se sugiere utilizar los procedimientos de análisis de los conductistas clásicos de la teoría del comportamiento. En E.U. el análisis del comportamiento lo relacionan con la clase social y los tipos particulares de comportamiento.

El turismo, para *Veblen y Baudillard (1975)*, está diferenciado en tiempo y espacio, tienen valores como signos; la mercancía puede ser la narración de la actividad turística o el discurso de la publicidad en relación a un grupo o clase social, como satisfactor de necesidades.

Para la mercadotecnia es de suma importancia la narración de la actividad turística, acepta la dualidad de narración y discurso dando origen a un modelo turístico. Utiliza el concepto de estilo de vida para conocer la psicología del consumidor, y para el manejo de variables distintas a las demográficas y económicas.

La publicidad del turismo es artificial, muestra los lugares pintorescos, playas y monumentos, pero no incluye las condiciones socio-económicas de la población receptora o los conflictos políticos, ni mucho menos las transformaciones que produce el turista en sus destinos turísticos.

*Simmel y Schuetz*, en la sociología del forastero, establecen la tipología turística con base en la experiencia: recreacional, diversionaria, experiencial, experimental y existencial. Para ellos, cuando el turista sigue conectado al entorno espiritual de su sociedad, el turismo es recreacional;

cuando significa diversión y escape del tedio, para el turista es diversionario; el experiencial se basa en la autenticidad de la vida de otros; el experimental es la búsqueda de un nuevo centro espiritual, y finalmente, el existencial es el turismo representado por el nuevo centro espiritual adquirido.

*Mc Cannell* considera la clasificación anterior superficial, porque no toma en cuenta aspectos más profundos y estructurales, sugiere determinar las condiciones sociales que generan el turismo, experiencial, experimental y existencial.

El estudio del turismo, desde el enfoque antropológico, es de suma importancia, para que se defina el significado de la práctica turística en nuestras sociedades, la forma en que afecta a la cultura o forma de vida de la sociedad receptora, si el cambio que genera es positivo o negativo, si ayuda al desarrollo de las comunidades, etc.

## Estudios sociológicos del turismo

El estudio sociológico del turismo es reciente y está relacionado con la motivación (*Crompton, 1979*); con el choque cultural o ambiental que se produce en el lugar de destino (*Mayers y Moncrieff*); con las actitudes de ambos actores (*Stolle, 1979*) y con la satisfacción que produce (*Pizam, 1978*).

Las motivaciones que genera la actividad turística son distintas según se trate del corto o largo plazo. En el corto plazo la motivación produce pocas satisfacciones y comportamientos favorables al tiempo libre.

En el largo plazo se generalizan necesidades psicológicas, planes en el individuo y la autoactualización.

*Pearce (1982)* y *Knox (1978)*, hacen referencia a la interacción turista-lugareño, huésped-anfitrión, de igual forma que algunos antropólogos, sin analizar su naturaleza, la cual consta de tres aspectos, a saber: la interacción de los actores, las percepciones recíprocas y las actitudes de ambos.

*Shulton* caracterizó la interacción turista-lugareño como el encuentro entre visitantes que viajan por esparcimiento y los anfitriones que son relativamente estacionarios y satisfacen las necesidades de los turistas. El encuentro es transitorio, asimétrico y no repetitivo, los participantes esperan una gratificación en vez de una relación duradera. Por ser el encuentro no repetitivo y transitorio influye en las actitudes negativas de los lugareños (*engaño, fraude, explotación y desconfianza*).

La asimetría de la interacción se refiere a la ventaja que tiene el lugareño sobre el turista, al diferente significado del tiempo para ambos actores; trabajo para el lugareño y tiempo libre para el turista; esto crea malos entendidos y conflictos entre los actores. La interacción contiene dos sistemas culturales: uno nativo invadido por el turista y el otro que resulta de la interacción.

*Greenwood (1977)* se refiere a la interacción como la comercialización o mercantilización de la hospitalidad. Obser-



vando la interacción: cuando el turismo aumenta los turistas se vuelven menos bienvenidos.

Al dejar de ser hospitalaria, el lugareño trata de obtener mayores ganancias, sin tomar en cuenta lo que esto pueda producir en el futuro. De esto parte el interés de algunas gentes por profesionalizar la actividad turística y con ello mantener la reputación de la región, asegurar el aumento del flujo turístico y continuo, pero que puede aumentar la hostilidad del lugareño (*Dekadt, 1979*).

Las percepciones y actitudes se han estudiado sólo desde el punto de vista del lugareño, faltan las del turista. *Pearce* asegura que los turistas mejoran y amplían sus actitudes hacia el lugareño, entre más viajes realizan.

Los turistas no son los primeros que llegan a las sociedades más aisladas, les antecedes los conquistadores, misioneros, administradores, comerciantes, aventureros, antropólogos, etc. Dichos contactos influyen en las actitudes del lugareño hacia el turista, los cuales pueden ser de amistad o enemistad (*Dress, 1979*), según la experiencia que hayan tenido.

Al principio, los lugareños tratan al turista con una relación personal, la cual cambia con el turismo masivo y se crea una tipología étnica.

*Doxey (1976)* propone cuatro etapas de actitudes del lugareño para el turista: euforia, apatía, fastidio y antagonismo; dependiendo del tiempo que dure la interacción, pero sobre todo si el turismo es impuesto desde el exterior (*Fukunaga, 1975; Blakeway, 1980*).

La actitud puede ser antagonica cuando la afluencia aumenta rápidamente (*Naronha, 1977; Greenwood, 1972*) por las diferencias socioeconómicas de los actores que producen competencia entre ellos (*Jordan, 1980; Kent, 1975*). No obstante, las actitudes del lugareño pueden mejorar, con una mayor participación en la actividad.

El turismo es un sistema ecológico, económico y político separado de la sociedad, que se extiende a nuevas áreas (*Cohen, 1972*).

El núcleo del turismo se localiza en los países generadores y se extiende hacia los países del tercer mundo y los polos. Socioeconómicamente, el turismo depende de actores corporados nacionales, transnacionales, de agencias gubernamentales e intergubernamentales, tales como: aerolíneas, compañías de viajes, agencias de viajes (IATA, IUOTO) y varias organizaciones gubernamentales e intergubernamentales.

Si se estudia a los actores, se entiende la dominación metropolitana (*Matews, 1978*) y la internacionalización de la industria turística. Desde la teoría de la dependencia la industria turística produce efectos sobre los anfitriones. Los antropólogos y sociólogos han estudiado la industria turística creando un tipo de causa acumulada y una nueva base económica (*Forster, 1964*).

Según *Greenwood y Naronha (1977)*, el desarrollo turístico pasa por tres etapas: descubrimiento, respuesta e iniciativa local y la institucionalización, es decir, el turismo, inicialmente, se desarrolla localmente, después, cuando los recursos son insuficientes intervienen las autoridades políti-

cas y bloques económicos, hasta que participan capitales extranjeros.

En el proceso, el turismo artesanal pasa a industrial (*Pisunyer, 1973*). Con el desarrollo del turismo, los lugareños pierden el control, disminuye su participación y beneficio económico (*Rodenburg, 1986*). Para *Pecky Lepic (1977)* el turismo no sigue una sola dinámica de desarrollo.

Desde el enfoque del modelo orgánico, o fenómeno que cumple el turismo en la sociedad, el turismo pasa por cinco etapas: evolución, participación, desarrollo, consolidación y deterioro. Esta tipología toma en cuenta la declinación o transformación que sufre la industria turística, semejante al ciclo económico, aplicable a los lugares de destino antiguos.

Para *Mc Cannell* el turismo es sustituto de la religión, ya que el turista busca autenticidad, la cual para lograrla depende de la industria turística. Este autor propone repensar la sociología del turismo en relación a cuatro tópicos: hacer la distinción entre lo general y lo específico, y la percepción del turista como tonto (*nitwit*) cambia a peregrino contemporáneo. Ambas concepciones son genéricas y no toman en cuenta la variabilidad del fenómeno turístico. Esta tipología tiene su génesis en los E. U.

Actualmente, la tipología del turista considera distintas características de éstos en relación al interés teórico o relevancia empírica.

El estudio sociológico del forastero de *Simmel y Schuetz*, mencionado en páginas anteriores, analiza el fenómeno del extranjerismo y la familiaridad, desde dos dimensiones: 1. en la interna se estudia la interacción del forastero o turista con la población anfitriona y 2. la cognoscitivo-normativa en la que se observa la concepción que tiene la población anfitriona del forastero.

En las tipologías turísticas, en forma semejante a las definiciones del turismo, los sociólogos utilizan distintos enfoques conforme a la orientación de los estudios realizados como la mercadotecnia, la interacción, lo económico, lo cultural, etc., lo importante es que se acepten, complementen o cambien con trabajo empírico o del campo, a fin de que se construya la teoría del fenómeno turístico, con participación interdisciplinaria de mexicanos, por la complejidad del mismo.

## Impactos que produce el turismo

La mayoría de los autores hacen la distinción entre los impactos socioeconómicos y los socioculturales (*UNESCO, 1976; Naronha, 1977; Cleverdon, 1979*). Algunos otros, sobre los impactos ecológicos (*Jackson, 1986; Western, 1986*) ya comentados en la parte referente a las consecuencias del crecimiento indiscriminado del turismo.

Las encuestas aplicadas, más completas, se relacionan con

aspectos socioeconómicos y cubren ocho tópicos a saber: comercio exterior, ingreso, empleo, distribución de los beneficios, propiedad y control, desarrollo e ingreso gubernamental, por lo general.

La dinámica del proceso turístico genera comercio exterior, empleos, tendencias inflacionarias o los esfuerzos porque su oferta es inelástica. Beneficia únicamente a los que participan en el sector, pero no a toda la población receptora.

En cambio, el turismo que se introduce lentamente, a pequeña escala, de propiedad local, de bajo nivel y tipo artesanal, en un contexto menos desarrollado genera utilidades brutas que, aunque menores, se retendrán localmente, producirá eslabonamientos con los sectores económicos locales; quizás los recursos sean insuficientes para el desarrollo local sostenido por falta de capital, apoyo técnico y empresarial, deficiencias que deben superarse si se pretende aumentar el beneficio nacional.

Si el turismo es una fuente de trabajo para la sociedad receptora, cambia la migración local, sobre todo, retiene a los jóvenes agricultores que emigran en busca de empleo. Fuerza la urbanización, tiene impacto sobre la división del trabajo al incorporar a las mujeres en los hoteles, la producción de artesanías y "souvenirs" (Kadt, 1979), en la prostitución, por todo ello cambia el rol de la mujer en la familia, frente al esposo y el control de los padres sobre los hijos (Naronha, 1977).

El impacto económico se presume mayor para los países promotores y desarrolladores del turismo, que para los anfitriones-receptores, debido a que se promueve desde los países metropolitanos.

Los impactos culturales que elaboraron los intelectuales pueden clasificarse en diez tipos: la participación de la comunidad en los ambientes más amplios, la naturaleza de las relaciones interpersonales, las bases de la organización social, el ritmo de la vida social, la migración, la división del trabajo, la estratificación, distribución del poder, desviaciones, costumbres y artes.

La participación de la comunidad, en sistemas internacionales, genera pérdida de la autonomía local, su bienestar depende de factores externos como las modas, la prosperidad, la recesión mundial, etc. (Greenwood, 1972).

Las relaciones interpersonales relajan las solidaridades e incrementa la individualización, crea tensión y conflictos (Stott, 1978); un cambio, en la población más étnica aumenta la solidaridad grupal frente a los fuereños (Boissevain, 1977). Algunas sociedades más sencillas se mercantilizan.

El turismo es una actividad estacional que afecta la vida tradicional de las comunidades, cambia la distribución del tiempo familiar, entre tiempo de trabajo y ocio (Boissevain, 1979).

Se atribuye al turismo ser el principal degradador y destructor de las costumbres y artes, generador de la cultura folclórica falsa (Forster, 1964), de la producción masiva de "souvenirs" baratos sin arte, de falso arte aeropuerto, orientado al gusto del turista. Pero también rescata el arte folclórico pendiente a desaparecer, estimula y desarrolla nuevas artes y

estilos (Andronicou, 1979; Cohen, 1983).

El turismo incorpora a las etnias a las actividades secundarias, alejándolas de sus tradiciones; conviene observar este aspecto cultural, la utilidad de que conserven sus tradiciones y cómo perciben el cambio cultural.

Para algunos autores, el impacto sociocultural que produce el turismo, en las sociedades anfitriona o receptora, en vez de hacer hincapié en las deformaciones culturales, debe observarse el cambio cultural (proceso de aculturación y transculturación), el arte en transición de ciertos valores artísticos.

Se han utilizado las costumbres y artes locales para atraer turismo, la transformación y falsificación de éstas debido al contacto turístico, están en debate.

En cuanto a los impactos sociales, se atribuyen al turismo algunas desviaciones sociales tales como el robo, la mendicidad, la prostitución (Jones, 1978; Cohen, 1983). La estratificación social cambia, el status de honor por el económico o valor del dinero (Stott, 1978), crean nuevos estratos sociales, sobre todo en las clases medias (Kadt, 1979); como consecuencia de la distribución desigual del ingreso, no ofrece movilidad social, la mayoría de los empleados ocupan puestos semicalificados o no calificados y muy pocos los niveles superiores. En los países subdesarrollados los niveles altos los ocupan extranjeros. Estimula las actividades de servidumbre y servicios complementarios (Cohen, 1982; Wahnschaft, 1982).

Conforme a lo expuesto en párrafos anteriores, el turismo de capital extranjero produce impactos negativos económicos, culturales y sociales. Estos impactos pueden ser positivos si el turismo se promueve localmente en el interior de la República; a través de la participación de la industria turística de capital mexicano, los empleados del sector pueden aspirar a los niveles altos de la industria, el rendimiento del capital no saldría del país, se producirían los eslabonamientos del sector con otros sectores económicos, representaría una fuente de trabajo real, entre otros.

## Metodología

El turismo, en los países del tercer mundo o subdesarrollado, puede estudiarse desde la teoría económica del subdesarrollo, la respuesta de los anfitriones ante las oportunidades que ofrece el turismo, la influencia que provoca sobre los conflictos comunales y étnicos y las actitudes morales y religiosas que produce el turismo.

Conforme a Britton el estudio del turismo, desde el enfoque de la economía política del subdesarrollo, intenta explicar por qué un país en vías de desarrollo continúa en subdesarrollo, explica por qué se incrementa la dependencia del país anfitrión del país generador de turismo, el cual controla las aerolíneas, las agencias de viaje, las corporaciones hoteleras y los barcos cruceros. Cómo se establece el turismo en el país subdesarrollado y la posición que ocupa el país en el proceso turístico.

Es de suma importancia aplicar a los estudios del turismo las distintas teorías sociológicas, como la teoría de la dependencia, por ejemplo, con el objeto de que se descubran las relaciones internas del fenómeno vinculadas a los países generadores y a los países subdesarrollados receptores, se conozcan los intereses que promueven su desarrollo, si representa un beneficio para nuestras sociedades, o bien, incrementan la dependencia económica, entre otros.

## Propuesta general

El desarrollo de la actividad turística de las últimas décadas es a partir de los 50, después de la Segunda Guerra Mundial, a nivel mundial.

Ese desarrollo conocido como turismo masivo, se ha dirigido principalmente a las playas, tanto de los países desarrollados (al saturarse) como de los subdesarrollados. Los centros o lugares turísticos receptores del flujo de turistas, se deterioran porque no se ha previsto el número de visitantes que pueden absorber sin que sufran daños en el medio ambiente, zonas culturales o arqueológicas, etc.

La planeación turística tanto a nivel regional como estatal debe tomar en cuenta, la capacidad de absorción, de cada lugar a fin de evitar el deterioro de los lugares de destino, ya que el extender la actividad turística en forma indiscriminada, traerá como consecuencia la contaminación del lugar, acumulación de desperdicios, se agotarán la flora y la fauna, etc. Para ello, se requiere calcular los índices de absorción para cada sitio turístico, conforme a la naturaleza del mismo y la afluencia que recibe, etc.

La planeación turística, en nuestro país, está enfocada, en gran parte, a la creación de polos de desarrollo de capital extranjero, los cuales funcionan como industrias de enclave cuya participación menor es para el país y la población mexicana, despojan a la gente del lugar de sus tierras y medios de vida, para convertirlos en empleados de servidumbre, por lo general, con remuneraciones inferiores a las que recibían antes de establecer el polo de desarrollo y una capacitación mínima en el sector, relacionada con el tipo de trabajo que desempeñan.

Otra variable que debe tomarse en cuenta en la planeación turística, son las necesidades de la población receptora, es decir, tratar de que los lugareños, a través del turismo, mejoren sus condiciones de vida; en relación al trabajo, a sus ingresos, en sus viviendas, en su identidad, etc.

La planeación turística, para desarrollar el sector, además de los aspectos mencionados, debe ser de capital mexicano, de desarrollo lento para que se establezcan los eslabonamientos con los sectores económicos, es decir, que los insumos que requiere la actividad turística se adquieran en la región donde se encuentra el establecimiento turístico, o bien, si no hay en región se obtengan de alguna otra parte del país.

Con el eslabonamiento del sector turístico y otros sectores

económicos, se producirá la derrama en cascada sobre los otros sectores. Para ello, es indispensable que participe únicamente el capital mexicano, de ser posible.

Otro factor que influye, para que el desarrollo turístico sea paulatino, es la característica propia de la actividad de ser estacional, es decir, que en determinados meses del año la afluencia turística es mayor (vacaciones generales) que en otras épocas del año, lo cual provoca que las instalaciones turísticas estén ociosas. Con un número menor de establecimientos, pero suficientes, se puede absorber el turismo fuera de temporada y serán menores las instalaciones ociosas.

Lo expresado, en relación a la planeación turística y la capacidad de absorción, deberá estar ampliamente sustentado por investigaciones sobre el sector de participación multidisciplinaria que, en su caso, confirmen lo mencionado.

En cuanto al enfoque antropológico o cultural, son diversos los planteamientos elaborados, tanto por antropólogos como por sociólogos, lo importante es que se precise si los lugareños o sociedad receptora sufren un cambio cultural y en qué consiste dicho cambio.

La experiencia obtenida sobre los aspectos culturales del turismo, en investigación realizada, es que en un lugar turístico, que no es polo de desarrollo, los cambios que refleja la población, son superficiales, o sea, en el modo de vestir, música que escuchan, etc., los cuales pueden ser un reflejo de la modernización, en vez de la actividad turística.

La esencia de su cultura, representada por su ceremonial religioso, permanece inalterable, los cambios de material del vestuario, ornamentos y arreglos, se deben a la situación económica que no les permite seguir haciendo esos gastos tan cuantiosos, pero que no se han orientado al turista.

En las artesanías influye también lo costoso de los materiales, sustituyéndolos por otros más económicos, pero además el aspecto mercantil, es decir, cuando no se venden los cambian de modelo, material, etc., con el objeto de que los visitantes lo sigan comprando.

Por tanto, los procesos de aculturación y transculturación no son una consecuencia del turismo, se requeriría de que una sociedad en estado primitivo fuera visitada en primer término por los turistas, antes que los misioneros, antropólogos, administradores, etc., para que se dé el proceso de aculturación y transculturación como resultado del contacto. Esto no significa el desconocimiento de algún rasgo cultural que puedan adoptar ambos actores, pero que no significa los procesos de aculturación y transculturación, como tales. En los polos de desarrollo podría ser diferente, no obstante, al estar los turistas tan aislados de la sociedad receptora y utilizando la infraestructura turística, por lo general de capital extranjero, aún es menor el contacto con la gente del lugar, y menor la posibilidad de intercambio cultural.

El enfoque sociológico además del ingreso, empleo y publicidad, entre otros, se interesa por la interacción turista-lugareño y en las percepciones mutuas. En ese sentido, la interacción es diferente para cada tipo de turismo, o sea, en el turismo de paso (con duración de unas horas hasta un día), de los polos de desarrollo que están aislados de la población, y

## Referencias

aún el que tiene mayor duración o en el que se hospedan los turistas en el poblado, la interacción es en respuesta a la solicitud-prestación de un servicio y por tanto económico, en vez de responder al interés de conocerse como personas o culturalmente, debido al esquema turístico que se maneja.

Para que la interacción esté motivada por el conocimiento de la población receptora y de su cultura, y éstos a su vez por los turistas, tienen que cambiarse los esquemas turísticos a nivel nacional e internacional, con el objeto de que se cumpla el eslogan del turismo "de ser un medio para el acercamiento entre los pueblos".

Las percepciones recíprocas de los actores, también cambiarán cuando se tenga otra concepción del turismo, como ya comentamos, y se generalice el interés de establecer relaciones amistosas, entre los participantes.

En cuanto al beneficio económico que reciben nuestras sociedades, es muy discutible, debido al control de la afluencia turística, las aerolíneas, la compra de insumos turísticos en las cadenas de los países industriales, por estar la administración en manos de extranjeros.

Todo ello confirma el neocolonialismo de nuestro país o dependencia estructural de los países industriales o desarrollados, generadores de turismo. De ahí la importancia de la participación del capital nacional, únicamente.

Los impactos negativos que produce el turismo en las sociedades receptoras, como la nuestra, económicos, culturales, sociales, etc.; algunos ya comentados en párrafos anteriores, pueden eliminarse por medio del cálculo de los índices de capacidad de absorción, de una planeación adecuada que tome en cuenta la capacidad de absorción, las necesidades de la población y el beneficio económico justo para los empresarios y el cambio del esquema turístico a nivel nacional e internacional.

Así mismo, el cambio de concepción de la actividad turística, influirá en el incremento de los impactos positivos para ambas sociedades participantes.

ONU; "Industria y medio ambiente", enero-marzo, Vol. 7, No. 1, 39.

Acerenza, Miguel Angel: "Estudios turísticos", No. 85, Primavera 1985, *Instituto Español de Turismo*, pp. 46-70.

Ibarra Aispuro, Fernando: *Acercamiento a la problemática del turismo: Una propuesta para la sistematización de su estudio*, 25 p.

Shakeleford, Peter: "Planning for Tourism Research needs in a growth industry", *Futures*, II, 1979, pp 32-43.

Pasariello, Phyllis: "Never on Sunday? Mexican Tourist at the Beach", *Annals of Tourism Research*, Vol. 10, No. 1, 1983, pp. 109-123.

Pearce and Kirk: "Carrying Capacities for Coastal Tourism", *Industry and Environment*, Vol. 9, No. 1., 1986, pp. 3-7.

Jackson, Ivor: "Carrying Capacity for Tourism in Small Tropical Caribbean Island", *Industry and Environment*, Vol. 9, No. 1, 1986, pp. 7-10.

Western, David: "Tourist Capacity in East African Parks", *Industry and Environment*, Vol. 9, No. 1, 1986, pp. 14-16.

Cohen, Erik: "The Sociology of Tourism: approaches, issues, and findings", *Ann Rev. social*, Vol., No. 1984, pp. 373-392.

Nash, Dennison: "Tourism as an Anthropological Subject", *Current Anthropology*, Vol. 22, No. 5 X-1981, pp. 461-468.

Thurot and Thurot: "The Ideology of Class and Tourism Confronting the Discourse of Advertising", *Ann. of tour. Res.*, Vol. 10 No. 1, 1983, pp. 173-189.

Graburn, Nelson: "The Anthropology of Tourism", *Ann. of Tour. Res.*, Vol. 10, No. 1, 1983, pp. 9-33.

Chung, Tong Wu: "Issues of Tourism and Socioeconomic Development", *Ann. of Tour. Res.*, Vol. 9; No. 1, 1982, pp. 317-330.

UNESCO: "The effects of Tourism on Socio-Cultural Values", *Ann. of Tour. Res.*, Vol. 4, No. 2, 1976, pp. 74-105.

Cohen, Erick: "Repasando la Sociología del Turismo", *Ann de Inv. Científica*, Vol. 6, No. 1, Enero, mayo 1978, pp. 18-35.

Benavides C., Antonio: "Planificación Regional y Arqueológica en Yucatán", *Cuadernos de los Centros Regionales Turismo y Des.*, 1980, pp. 29-33.

