



## CAPITALISMO, SOCIEDAD Y TURISMO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Rector

Alejandro Villar

Vicerrector

Alfredo Alfonso

Alfredo A. César Dachary

Stella Maris Arnaiz Burne

Fernanda César Arnaiz

## CAPITALISMO, SOCIEDAD Y TURISMO



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

2018

Dachary, Alfredo A. César  
Capitalismo, sociedad y turismo / Alfredo A. César Dachary; Stella Maris Arnaiz Burne; Fernanda César Arnaiz; prólogo de Alejandro Villar. - 1a ed. - Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2018.  
720 p.; 23 x 15 cm.

ISBN 978-987-558-522-5

1. Capitalismo. 2. Turismo. 3. Historia. I. Arnaiz Burne, Stella Maris II. César Arnaiz, Fernanda III. Villar, Alejandro, prólogo. IV. Título.  
CDD 320.982

Primera edición, 2017  
Universidad de Guadalajara / Centro Universitario de la Costa

D.R. Universidad de Guadalajara  
Avenida Juárez 976  
44100 Guadalajara, Jalisco  
México

© Universidad Nacional de Quilmes, 2018

Universidad Nacional de Quilmes  
Roque Sáenz Peña 352  
(B1876) Bernal, Provincia de Buenos Aires  
República Argentina

ISBN: 978-987-558-522-5

Queda hecho el depósito que marca la Ley N° 11.723  
*Impreso en la Argentina*

## Contenido

Prólogo	13
<i>Alejandro Villar</i>	
Presentación	15
Los retos del laberinto del tiempo y sus usos	
<b>PARTE I</b>	
De la modernidad al capitalismo industrial	25
<b>Introducción. Un mundo que se expande</b>	27
<b>Economía, mundo y progreso</b>	29
<b>Sociedad e ideas: los grandes cambios</b>	32
<b>Viajeros, exploradores y el paraíso en los siglos XVII y XVIII</b>	36
<b>La ciencia y la construcción de un nuevo orden natural</b>	40
<b>La libertad y el redescubrimiento de la naturaleza</b>	42
DEL IDILIO ALDEANO AL ROMANTICISMO	43
EL DESCUBRIMIENTO DEL MAR Y EL HIGIENISMO	47
LAS MONTAÑAS: DEL TEMOR AL PLACER	58
LOS BOSQUES Y EL NUEVO PAISAJE	60
<b>Conclusiones iniciales</b>	63
<b>PARTE II</b>	
Capitalismo y nueva sociedad, 1840-1914	67
<b>Introducción</b>	69

<b>La Revolución Industrial y la consolidación del capitalismo</b>	69	<b>PARTE III</b>	
<b>La revolución en el transporte y el inicio del turismo</b>	75	<b>El período de las entreguerras, 1914-1945</b>	241
CAMINOS	76	<b>Introducción</b>	243
CANALES Y RÍOS: EL TRANSPORTE FLUVIAL	79	<b>El ocaso del Imperio británico</b>	245
<i>Canal de Suez puerta a Asia, África y al turismo</i>	81	<b>La crisis del 29</b>	246
<i>Canal de Panamá y un turismo pionero</i>	81	<b>La geopolítica y las organizaciones internacionales</b>	249
EL FERROCARRIL	83	<b>Los grandes avances científicos y tecnológicos</b>	251
EL TRANSPORTE MARÍTIMO	91	<b>El arte</b>	255
<i>De los cruceros a los yates</i>	97	<b>El cine y su impacto en la sociedad</b>	261
VOLAR Y RODAR, LOS INVENTOS EMERGENTES DE FIN DE SIGLO XIX	98	<b>La arquitectura, la ciudad y el turismo</b>	265
<b>Ciudad, modernidad y espectáculo</b>	100	<b>La sociedad de la “entreguerras”</b>	271
<b>Origen de la restauración y la hotelería del turismo</b>	108	<b>Vida privada</b>	276
<b>La sociedad de la época</b>	117	<b>Deporte y ocio</b>	279
<b>Higiene, salud y servicios</b>	129	<b>Colonialismo, luchas sociales e ideas revolucionarias</b>	293
<b>Espectáculos, monumentalidad y tradición</b>	134	<b>La moda y las transformaciones de la sociedad</b>	297
<b>La era del progreso y las exposiciones universales</b>	139	<b>La sociedad, la naturaleza y la vida al aire libre</b>	306
<b>Trabajo, ocio, diversión y consumo</b>	144	EL <i>CAMPING</i> : DE LA IMPROVISACIÓN A LA ORGANIZACIÓN	309
<b>El territorio, paisaje, parque y el jardín</b>	159	<b>Nueva revolución en los transportes ferroviarios</b>	313
<b>La imagen y la fotografía</b>	167	<b>Cruceros y trasatlánticos</b>	321
<b>Ciencia, tecnología y cultura</b>	175	<b>La revolución de las cuatro ruedas: el automóvil</b>	326
<b>El colonialismo</b>	181	<b>La bicicleta y la motocicleta</b>	334
<b>Naturaleza y cultura como botín: museos y jardines botánicos</b>	194	<b>La revolución en los cielos</b>	338
<b>Los viajes y el turismo en la era del capitalismo-colonialismo</b>	198	PAN AMERICAN INICIA LA CONQUISTA	341
AMÉRICA DEL NORTE, LOS PIONEROS	210	OTRAS EMPRESAS PIONERAS	356
EL CARIBE Y EL COMIENZO DEL TURISMO	215	DE LA ATA A LA IATA	365
SUDAMÉRICA, LA RÉPLICA EUROPEA	217	<b>Turismo y política: el turismo social</b>	369
LA CONSOLIDACIÓN DEL TURISMO AL FINAL DEL SIGLO XIX	220	EL FASCISMO ITALIANO Y EL TURISMO SOCIAL	373
<b>Colonialismo y turismo: primera etapa</b>	224	EL NACIONAL SOCIALISMO Y EL TURISMO SOCIAL	380
ESTADOS UNIDOS: LA CONSTRUCCIÓN DE UN PAÍS POR RAPIÑA	225	EL FALANGISMO Y EL TURISMO SOCIAL	383
EL PACÍFICO Y EL ARCHIPIÉLAGO DE HAWÁI	226	EL PERONISMO Y EL TURISMO SOCIAL	386
EL TURISMO Y LOS ESTADOS UNIDOS EN LAS ISLAS DEL PACÍFICO	230	<b>El turismo en la entreguerras: conclusiones</b>	393
EL CARIBE: EL “OTRO PARAÍSO”	234		
<b>El final de un tiempo: la Primera Guerra Mundial</b>	239		

<b>PARTE IV</b>			
<b>Del ocio de élite al turismo de masas, 1945-1990</b>	399	<i>Avsa</i>	494
<b>Introducción</b>	401	<i>Bozcaada</i>	495
<b>¿Una nueva geografía?: del colonialismo al turismo</b>	404	<i>Chipre</i>	497
EL CARIBE: DE LAS PLANTACIONES AL TURISMO	406	<i>Malta</i>	488
<i>El Caribe inglés</i>	415	LA TRANSICIÓN DE LAS ECONOMÍAS INSULARES AL TURISMO	500
<i>El Caribe holandés</i>	423	EL IDIOMA “DEL TURISMO” Y EL NEOCOLONISMO	505
<i>Paraísos del Caribe francés</i>	426	<b>Ciencia, tecnología y sociedad</b>	507
<i>El Caribe español</i>	428	LA SOCIEDAD DEL CONSUMO MASIVO Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS	508
<i>Paraísos del Caribe de Estados Unidos</i>	430	LA REVOLUCIÓN ECOLÓGICA Y EL TURISMO	521
<i>El Caribe continental y las “otras islas paraísos”</i>	433	<i>Turismo y desarrollo sustentable</i>	527
<i>El paraíso y las rutas del narcotráfico</i>	443	<i>De la Agenda 21 a Smart City</i>	536
EL PACÍFICO Y LAS HISTÓRICAS “ISLAS DE ENSUEÑO”	446	<b>Una nueva revolución en el transporte</b>	539
<i>Principales iconos turísticos del pacífico</i>	450	LA ERA DEL JET Y EL TRANSPORTE GLOBAL	540
EL ATLÁNTICO: ISLAS CARBONERAS Y TURISMO	458	EL NUEVO TURISMO DE CRUCEROS	547
EL ÍNDICO Y SUS ISLAS TURÍSTICAS	459	DEL AUTOMÓVIL AL AUTOCAR	553
<i>Isla Mauricio</i>	464	<b>Medios de comunicación y los nuevos imaginarios del turismo</b>	558
<i>Isla de Reunión</i>	465	DE LA PRENSA A INTERNET	562
<i>Isla de Bali (Indonesia)</i>	471	CINE Y NUEVA REALIDAD	564
EL MEDITERRÁNEO: LAS ISLAS PIONERAS	474	<i>Cine y turismo</i>	568
<i>Islas Baleares</i>	476	<i>Cine y colonialismo</i>	571
<i>Córcega</i>	478	<b>La ciudad postindustrial: ¿escenario o parque temático?</b>	574
<i>Bendor</i>	480	TURISMO Y SERVICIOS EN LA ERA DEL CONSUMO MASIVO	576
<i>Cerdeña</i>	481	<i>De los hoteles cinco estrellas a los hoteles boutique</i>	576
<i>Capri</i>	484	<i>La nueva restauración y la comida fusión</i>	585
<i>Santorini</i>	485	CIUDADES TURÍSTICAS	589
<i>Corfú</i>	487	<i>Cancún</i>	591
<i>Isla de Paxós</i>	488	<i>Las Vegas y la historia como fantasía</i>	594
<i>Creta</i>	489	<i>Benidorm</i>	601
<i>Isla de Korcula</i>	491	<i>Dubái: las dos caras de “las mil y una noche”</i>	603
<i>Hvar</i>	493	<i>Ciudades de ciudadanos: sustentabilidad y turismo</i>	606
<i>Čiovo</i>	493	<b>La moda y la sociedad del hiperconsumo</b>	614
		LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA MODA: LA REVOLUCIÓN PRÊT-À-PORTER	620
		MODA Y LIBERACIÓN	623

<b>Espectáculo y entretenimiento: negocios globales</b>	625
<b>El turismo de masas: la otra revolución</b>	632
LA MASIFICACIÓN Y EL TURISMO INMOBILIARIO	637
NUEVOS “PRODUCTOS” EN TURISMO GLOBAL	647
<i>Turismo alternativo</i>	648
<i>El cambio climático y la fantasía en la construcción     de nuevos territorios para el turismo</i>	653
<b>Turismo, capitalismo global y neocolonialismo</b>	655
<b>Conclusiones, el papel del turismo hoy</b>	657
ANTECEDENTES	657
ETAPAS E INTEGRACIONES	660
<b>Referencias bibliográficas</b>	665

## Prólogo

Se estima que el turismo produce el 10% del PBI mundial, es una de las actividades que más han crecido en las últimas décadas y todo indica que seguirá esa tendencia acompañando la expansión del capitalismo global. Así, se ha extendido a través de todo el planeta, impactando en la economía, la sociedad, la cultura y el medioambiente en los territorios en los que se desarrolla.

El turismo es, entonces, una actividad que genera millones de desplazamientos de personas por año que repercuten en una alta reasignación de recursos económicos y produce grandes negocios, y que en la última etapa ha tendido a concentrarse en las grandes corporaciones del sector. Su impacto en la sociedad y la cultura tanto de los turistas como de la población residente es de una amplitud y densidad que merecen un profundo estudio. Los efectos ambientales se han vuelto tan ostensibles que han llamado la atención de las diferentes organizaciones internacionales que se han abocado a su estudio y nos advierten de los problemas que se están generando para los ecosistemas.

Frente a este escenario, el mundo académico viene tomando nota de la amplitud y complejidad del turismo como actividad tanto económica como social, y proponiendo un amplio abanico de trabajos de economistas, sociólogos, antropólogos, de los propios especialistas en esta disciplina y también multidimensionales.

En ese marco, el presente libro nos trae una perspectiva integradora, compleja y holística del turismo que se retrotrae a antes de que se lo denominara como tal. Es, por lo tanto, un libro que analiza al turismo desde la historia, la economía, la sociología, la geopolítica, la antropología y la política. Comprende su relación con la tecnología, el transporte, las comunicaciones y el urbanismo. Todas estas perspectivas se integran en torno a la actividad turística, convirtiendo a este texto en un aporte fundamental para entenderla.

A su vez, la obra nos presenta una mirada desde los países de desarrollo tardío del turismo, un punto de vista latinoamericano de un fenómeno de alcance global. Se analiza su desenvolvimiento en el capitalismo central, pero se sitúa el análisis en los centros denominados periféricos que se vienen integrando a su expansión global siempre desde esta perspectiva, lo que le otorga al libro una riqueza que se expresa en su publicación tanto en México como en la Argentina.

Finalmente, creemos que el abordaje integral del turismo que este libro propone generará importantes aportes tanto entre los estudiosos como por fuera de ese entorno, y que se convertirá en “bibliografía obligatoria” para las carreras de turismo, aunque no solamente, y en referencia natural para los académicos del área.

Dr. Alejandro Villar  
Rector de la Universidad Nacional de Quilmes  
Marzo de 2018

## Presentación

### Los retos del laberinto del tiempo y sus usos

En tiempos como éstos, la fuga es el único medio para mantenerse vivo y seguir soñando. *Henri Laborit*

Esta investigación sintetiza vivencias, trabajos y reflexiones de un largo camino que desarrollamos a partir del inicio de la década de los ochenta, primero en Quintana Roo, desde Cozumel, en esa época un destino en auge, a Isla Mujeres un pueblo de pescadores y un turismo emergente hasta llegar al incipiente Cancún, pasando por una serie de pueblos “dormidos”: Playa del Carmen, Puerto Morelos y Tulum, este último un lugar aislado y perdido en medio aún de una selva densa, donde resistía una población maya a los embates del “desarrollo” emergente.

A partir de la independencia de Belice, que se dio en 1982, comenzamos a trabajar alternativamente con la ex British Honduras que, también tenía, como única salida de corto plazo, al igual que la mayoría de las otras colonias, al turismo como única opción dada la situación crítica que dejaron los representantes de la metrópoli.

La experiencia en otros países del Caribe, especialmente Cuba, donde nos tocó vivir de cerca su emergencia como destino turístico al igual que en República Dominicana, nos dio una perspectiva no muy diferente de estas neocolonias. En Puerto Rico, en las Antillas Menores desde Aruba a Curazao y de allí a Granada, relación que se dio en proyectos cortos y en las tradicionales reuniones de la Caribbean Studies Association (CSA) o las estancias académicas en las universidades regionales.

En Trinidad y Tobago participamos en las reuniones para concreción de la primera Zona de Turismo Sustentable del Caribe, un proyecto que tuvo su auge junto a los promotores de la Asociación de Estados del Caribe (AEC), y que, en 2015, se da un reinicio de este proyecto piloto y modelo de vanguardia de la cooperación para lograr un desarrollo equilibrado a los pequeños países, islas y estados continentales, que comparten el mar Caribe.

En la parte continental de la cuenca las experiencias con colegas en San Andrés y Providencia (Colombia), algunos como alumnos del Doctorado en México, al igual que en Barranquilla y Cartagena, dos sedes de las reuniones anuales de la CSA y en Venezuela, con el Instituto Venezolano de Estudios Sociales y Políticos, nos permitió ver la perspectiva de dos de los tres grandes vecinos del G-3 (México, Colombia y Venezuela) y con ellos integrar publicaciones conjuntas además de seminarios y talleres.

En Centroamérica, nuestra relación con Belice nos llevó a Guatemala y a Honduras, que tienen un importante papel en el turismo náutico y de buceo, en la zona del golfo de Honduras, así como el turismo cultural, por ser herederos de dos pueblos originarios: los mayas que ocupan más de la mitad de Centroamérica y los garífunas, la vena africana que enriqueció la cultura local en la zona costera y las Islas de la Bahía (Roatán).

Luego pasamos a experiencias en tres países del istmo centroamericano, Nicaragua cuando la Revolución Sandinista entra al poder y su vecino Costa Rica con sus dos caras, la hispana de frente al Pacífico y la africana de cara al Caribe, una compleja relación, y Panamá un nuevo líder regional en el turismo del mundo Caribe y asentamiento de un gran número de pueblos originarios, que luchan por no ser absorbidos por la gran máquina del turismo mundial.

Con el nuevo siglo comenzamos a trabajar al Pacífico mexicano, teniendo como territorio de estudio el triángulo del oro (Colima, Jalisco y Nayarit) y como epicentro del modelo de desarrollo turístico a Bahía de Banderas, una experiencia excepcional, ya que Nayarit es un estado que ha iniciado hace una década un proceso de transición de una economía agropecuaria a una liderada por el modelo de desarrollo turístico.

Estas experiencias nos permitieron ser testigos presenciales de las profundas transformaciones que genera el turismo, tanto en los ecosistemas en donde se asientan como en las sociedades que sirven de apoyo y acogida, cambios profundos que borran un tiempo histórico, una época y dan lugar al nacimiento de una nueva economía y sociedad en la región, que a diferencia de las anteriores se basa en la venta de un imaginario deseado por grandes multitudes, “el paraíso Caribe”, que al final termina transformándose en un nuevo “monocultivo” como fueron las épocas de las anteriores plantaciones.

Cuando comenzamos a tratar de dimensionar y ver el papel que juega el turismo en el sistema, período que coincidió con la primera y segunda etapa de Cancún, vimos que éste era manejado de una manera muy simplificada, ya

que se reducía al turista, el alojamiento y la restauración en los destinos, sin tomar en consideración la otra parte la sociedad de acogida y los impactos del turismo, que a la larga terminan debilitando el destino, como lo es Acapulco.

El ingreso de México al desarrollo del turismo, se da a partir de los años sesenta y donde fue fundamental la participación del Estado mexicano, el cual se da a través del Banco de México, y luego del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), heredero del pionero Fondo de Promoción e Infraestructura Turística (INFRATUR), que logró planificar con base en el turismo el desarrollo de dos futuras entidades, que a comienzo de los setenta eran aún territorios federales: Quintana Roo y Baja California Sur.

Así el Estado mexicano le da al modelo de desarrollo turístico un papel geopolítico, como anteriormente lo habían utilizado los países coloniales desde Inglaterra a Holanda, Francia y Estados Unidos en el proceso de descolonización del Caribe y el Pacífico. En el caso de México, la Revolución cubana controlaba el canal de Yucatán y del lado mexicano era una frontera sin población, por lo que se la repobló con el modelo turístico combinado con la promoción de los pueblos pesqueros, a partir de veinte cooperativas (Arnaiz y César, 2009).

Pensamos que el turismo era un hecho excepcional en el desarrollo de las Ciencias Sociales, pero tiempo después constatamos que no era el único caso de “ocultamiento” o desvalorización de un fenómeno complejo, y es que este nuevo ejemplo es una actividad generalizada y global, como es el deporte, que también tenía su análisis acotado a ser sólo un espectáculo o puro entretenimiento, ocultando el papel en la economía mundial y el que juega en la sociedad y sus imaginarios.

Al comparar turismo y deporte, constatamos que tienen una serie de similitudes que permite pensar que uno y otro juegan papeles similares en la sociedad actual dominada por el consumo, ya que ambos tienen en común la preclasificación de que no son actividades “productivas”, y están ubicadas dentro de la otra parte de la vida, el descanso y el ocio, ambas son actividades que se practican en el mal llamado “tiempo libre”.

Ambas mueven gente en todo el planeta en número muy elevado y se posicionan como verdaderos referentes de transformación de ciudades o países una vez que están legitimados por su éxito, generando nuevos imaginarios, que son guías para una sociedad donde el consumo y lo emocional tiene un papel fundamental en medio de esta nueva estrategia de transformar todo lo existente en comercializable, deseable y, por ello, éstos tienen valor.

Ambas expresan aspiraciones, sueños, deseos, glorias de un país o una persona, el deporte ratifica un falso nacionalismo y el turismo profundiza un nuevo colonialismo, ambos son operados desde sus inicios, que coinciden con el comienzo del capitalismo por agentes de los países centrales. Tanto la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) y la mayoría de las asociaciones mundiales y la Organización Mundial del Turismo (OMT), que coincidentemente están asentadas en Europa, y sus líderes también son ciudadanos de estos países, al igual que una mayoría de sus expertos.

El deporte como el turismo generan grandes beneficios y tienen un amplio clúster planetario, pero el producto que venden es el más moderno del actual sistema capitalista global, ya que son ilusiones, ocio y placer asociados a una competición donde no se participa, lugares donde se está un corto tiempo disfrutando, entreteniendo y consumiendo ocio.

Para Norbert Elías hay una particular ambivalencia de la reflexión social ante la difusión y la vigencia de las actividades deportivas en las sociedades complejas y ésta se expresa en una desatención, silencio o desdén con el que encaran el pensamiento sociológico, filosófico, ciencias políticas y la comprensión antropológica de éstas (Elías y Dunning, 2014).

Es que el deporte incorpora actividades que directa e indirectamente comprenden impresionantes masas de capital y trabajo, además de actividades productivas diversas comprometidas con éste, desde el calzado al vestido, equipo, publicidad, perfumes, cosméticos, alimentos, hospitales, clubs, escuelas, etc. Además, el deporte integra muchas instituciones y países en el mundo y una presencia en el dominio del espectáculo y la comunicación y con ello adquiere una capacidad insólita de intervenir en la formación de identidades sociales e individuales.

Al igual que el turismo, el deporte es realizado por una diversidad de personas de diferentes identidades, género, capacidades cognoscitivas, motoras y diferentes perfiles de personalidad, tanto en los que lo practican o los espectadores, administradores y funcionarios, así el peso del deporte en las sociedades como práctica, actividad económica y espectáculo, excede en su implantación cotidiana.

El deporte, al igual que el turismo, tiene un papel importante en la economía, las estrategias políticas y la gestión pública que hace que estas actividades se diluyan en su aparente separación de espacios y aportación respecto del mundo del trabajo.

En las sociedades modernas, “el tiempo libre” da cabida a muy diversas tareas ajenas al ocio y al juego o a la diversión o entretenimiento y es que, en las sociedades complejas, como las denomina Elías, hay innumerables dominios de la actividad lúdica y campos de acción comprendidos en el tiempo libre. Por ello es que partimos de esta postura clara que critica al lugar marginal que ocupa el deporte y el turismo en la reflexión intelectual actual.

Elías asume las exigencias de aceptar lo social como proceso, como creación y secuela de un desarrollo de las costumbres, los usos, los vínculos y las confrontaciones irresueltas de la vida cotidiana que se expresan en pautas de comprensión y modos de control social y de control de sí, que a su vez dan cabida a pautas de identidad derivadas de procesos cognoscitivos y de la conformación y destino de las tensiones sociales.

En el deporte como el turismo, el tiempo libre sería simplemente la realización de la racionalidad del trabajo por otros medios, ya que el tiempo de recreación es una prolongación del propio mundo del trabajo, forma singular de la reproducción del propio régimen de producción. Así el entretenimiento o el espectáculo son como expresión de la esfera ampliada del trabajo, porque la recreación y el entretenimiento son factores decisivos en el desempeño óptimo de los trabajadores.

Pero en la propia esfera del trabajo surge el interrogante sobre el vínculo entre éste y el ocio, diversión, entretenimiento, juego y tiempo libre, y la respuesta es que lo reconocen como algo diferente, aunque son las dos caras de una sola actividad: la del hombre, por ello para Elías, el tiempo libre es una manifestación inequívoca del universo del trabajo y es falsa la visión dualista y negativa que lo niega (Elías y Dunning, 2014).

Pero ambos tienen un antecedente fundamental que es la emergencia de la educación física moderna occidental que se ubica a comienzos del siglo XIX en Europa, basada en una nueva visión sobre los cuerpos y su funcionamiento, generando tres grandes sistemas de gimnasia: el sueco, el alemán y el francés.

Y así fue que se abrió una lucha por imponer sobre los cuerpos y sentidos significados morales y políticos más que físicos y somáticos, y las diferentes propuestas encontraron su justificación en los cambios políticos, sociales, económicos y demográficos que se dan en el siglo XIX (Scharagrodsky, 2011).

El *homo gymnasticus* dominó la escena corporal y se erigió como uno de los efectos modernos mejor pensados de una forma cada vez más compleja de administrar el cuerpo, esta invención moderna a la vez exudó fuertes dosis de

modernidad creando a partir de la autoafirmación de su supuesta “normalidad” la existencia de la otredad representada por los cuerpos indeseables e imperfectos, tanto en forma, apariencia, deseo y comportamiento.

El ocio, juego y deporte aparecen en el espectro del tiempo libre, pero cada uno tiene un linaje, una dinámica, una historia y un sentido propio, que responden a fases, condiciones y desarrollo cambiante en el proceso de civilización. El deporte libera a los sujetos de la severidad de los ordenamientos sistemáticos del trabajo para abrirlos a la posibilidad de las excitaciones placenteras y las exaltaciones emotivas; el turismo les abre una puerta a la imaginación haciendo realidad alguna de sus fantasías que hacen posible la supervivencia del sujeto en medio de la producción.

La transformación cardinal de lo social inherente a la modernidad se gesta en esa mutación decisiva: la cesión del ejercicio de la violencia a los agentes que la ejercen para implantar equilibrios sociales a partir de la aplicación de normas asumidas colectivamente en su validez y en sus alcances, y sustentadas por la conformación simbólica de las identidades. En el caso del turismo, el Estado promueve los viajes iniciales a los súbditos de los imperios para conocer el mundo conquistado y colonizado, aquí se trata de otra violencia la que genera la existencia del otro, el extraño, y por ello se debe conocer lo “exótico” tanto el sujeto como sus paisajes, sus alimentos, sus formas de vida, en general, todo el escenario que éste habita.

En la actualidad la pregunta que emerge es ¿qué clase de sociedad es ésta en la que cada vez más gente utiliza parte de su tiempo libre en practicar y observar como espectadores, estas competencias no violentas de habilidad y fuerza corporal que llamamos deporte? Lo mismo se puede decir de la actividad turística que hoy mueve más de 1,400 millones de ciudadanos y abarca toda la geografía del planeta.

Así, el compromiso que asumen los sociólogos y otros científicos sociales es analizar, estas actividades inicialmente tangenciales y hoy centrales en esta sociedad del consumo, pero que son consideradas como algo ajeno al control de la misma, porque ocupan un tiempo diferente, el “no laboral”, situación superada por la combinación de ocio-trabajo en un mismo tiempo.

El desarrollo del turismo, que emerge como un modelo masivo en la segunda mitad del siglo XX, aunque sus orígenes se sitúan a comienzos del siglo XIX, ha sido de las actividades dentro del sistema, que más se ha manipulado a fin de distorsionar su verdadera función. Inicialmente se la definió como algo exó-

tico, ajeno a la cotidianidad, era “el movimiento de extranjeros”, la otroriedad, los diferentes que viajaban para conocer al otro (Knebel, 1978: 1).

Así, pasó de ser un tema de psicología a la economía, pasando por la geografía y en los inicios de la segunda mitad del siglo XX pasó a ser conceptualizado por contraste en el mundo industrial como “la industria sin chimeneas”, pero en los setenta los graves impactos detectados en las sociedades de acogida, le quitaron el velo de pureza a esta compleja actividad y comenzó a desarrollarse una perspectiva crítica, en diferentes niveles, de este modelo.

Nosotros partimos de ubicar al turismo, como modelo de desarrollo dentro del capitalismo, que reproduce y, a la vez, aloja una doble contradicción: la más oculta es hacia dentro de sí mismo como “producto” porque presenta una copia “maquillada” de la realidad, y que se vende como la realidad misma, haciendo de lo transformado una nueva verdad, cuya principal función es la de responder a los imaginarios que tiene el hombre en su perspectiva de la búsqueda incesante de nuevos objetos de consumo, en este caso de ocio y el placer.

La segunda contradicción complementa a la primera ya que el turismo como modelo se le ubica siempre como una actividad desvinculada del sistema en que se genera y por ello se presenta como un “hecho emergente” que hace realidad los sueños del turista, la respuesta del genio al deseo del viajero.

Esta doble distorsión enmarca y amortigua los impactos del turismo, haciéndolo un modelo aparentemente “neutral”, que responde al deseo del ocio ocultando así los grandes costos de un complejo negocio, que deben asimilar las sociedades de acogida.

La industria emergente en el siglo XVIII y XIX recicló la mayor parte de los campesinos expulsados del campo, pero con un elevado costo humano y social, que hizo olvidar a los inmigrantes rurales la negra historia del mundo rural, para idealizarla como un paraíso perdido, y este hecho, a su vez, terminó constituyendo la base de un futuro imaginario del turismo, el del mundo rural.

El turismo hoy promueve una reocupación de territorios y poblaciones y que en la gran mayoría de los casos logra ser aceptada como una alternativa por éstas, lo cual le permite además de transformar, el de adecuar e integrar a estos pueblos y regiones al sistema mundial dominante. Por ello, el turismo como modelo es inexplicable si no está referenciado a la totalidad, un sistema en permanente transformación a consecuencia de los grandes cambios tecnológicos-económicos, que readecuan al modelo y las consecuencias socio-políticas y culturales, que son lo que transforman a la sociedad y sus imaginarios.

Así el turismo puede considerarse, según Yamashita (2003), un marco ideológico de la historia, la naturaleza y la tradición; un marco que tiene el poder de dar nueva forma a la cultura y a la naturaleza según sus propias necesidades, lo que significa que éste está enraizado en las relaciones de poder (Salazar, 2006).

Luego de las visiones robinsonianas que fueron puntos de partida de Adán Smith y de David Ricardo, cuando hablaban del pescador o el cazador, Karl Marx logra plantear una visión compleja de la producción material al sostener que, los individuos producen en sociedad, o sea, la producción de los individuos es socialmente determinada (Marx, 1975).

La idea de totalidad es fundamental ya que vivimos en sociedad y por ello es que nuestros problemas, avances y transformaciones más importantes se explican a partir de ésta como una realidad globalizada y no por casos individuales, que pueden ser la excepción más que la regla, así es necesario poder entender los grandes imaginarios que dominan las relaciones sociales y que han sido impuestos por los medios en todas sus dimensiones, como una nueva visión de la vida.

La sociedad no es la suma de individuos, como nos pretenden hacer creer, es el conjunto de personas unidas en relaciones sociales, económicas y culturales; estos conforman un edificio social, unidos bajo un contrato social, que tiene tres niveles: superestructura, base económica y fuerzas productivas.

En la búsqueda de los orígenes del turismo debemos retroceder dos siglos hacia atrás, para encontrar la coyuntura y transformaciones que están en el origen del mismo momento en que, coincide con el desarrollo y consolidación del capitalismo industrial camino al colonialismo moderno.

De allí que nuestra hipótesis central es que el turismo que se origina en el capitalismo, crece, se transforma y se logra adecuar con base en la lógica del sistema, por lo que su papel dentro del mismo va cambiando y cada vez tiene más presencia en la medida que el modelo va pasando de la sociedad del trabajo a la del ocio, de la producción al consumo.

¿Se puede hablar del turismo como un servicio o como un modelo de desarrollo? En la primera parte del siglo XX el turismo era un servicio complementario en el sistema capitalista y que se orientaba a promover los viajes de grupos de un cierto nivel adquisitivo, lo que se podría considerar un consumo suntuario, pero por otro lado se lograba masificar el viaje de excursión como una manera de socializar los grandes adelantos del transporte. Con el auge de las revoluciones, sociales y tecnológicas, que se dan en la segunda parte del

siglo XX que sientan las bases de la futura sociedad del consumo, y el turismo comienza a sufrir una verdadera metamorfosis como el resto de las mercancías del mercado, todas se volvieron indispensables, todas se hicieron imprescindibles, todas debían consumirse a fin de poder dar a los consumidores un estatus diferente; consumir era reposicionarse socialmente, vivir.

Así, el turismo se desfasa de las tradicionales vacaciones, ya no es el viaje de descanso de las largas jornadas de trabajo, ya no se trata del viaje familiar para integrar más a la familia; ésta también estaba pereciendo en los cambios que se estaban operando. El turismo deja de vender descanso para el tiempo libre y se transforma en un consumo de un tiempo indefinido en el que se unen nuevos consumos de ocio ya definido y trabajo a distancia, una ecuación que se consolida con el final de la sociedad del trabajo y el auge de la sociedad del ocio y el consumo. El crecimiento del comercio mundial es mayor pero proporcional al del turismo mundial, ya que en general abarca el mismo universo, la parte de la sociedad con capacidad de consumir en diferentes niveles, así el turismo deja de ser algo particular en el sistema y adquiere el nivel de ser parte de la cotidianidad.

Todos los que pueden consumir viajan, como sostiene Bauman, unos por negocios, por trámites, por diversión, por búsqueda de nuevas experiencias, porque los que no consumen viajan también, pero por necesidad como son los inmigrantes, por lo que al final la mayoría de la gente está en movimiento (Bauman, 2002).

El turismo, como proceso integral del sistema, tiene varias dimensiones, las cuales se articulan entre sí para conformar una unidad dentro del sistema, así tenemos primero la dimensión territorial, donde la función del turismo es heredada del colonialismo, integrar a pueblos y culturas, reciclar lugares en crisis, revalorizar zonas con potencial de negocio, crear nuevos territorios para ampliar la geografía del turismo.

La segunda es la dimensión económica que integra el modelo al sistema, al mercado financiero mundial, genera una larga cadena de servicios, que va del alojamiento al transporte, de la restauración a los viajes, pasando por las compras de los turistas y el abastecimiento del propio modelo.

La tercera es la dimensión ideológica que responde a una función central del sistema: el consumo permanente, complementada con la función de comparación y revalorización en los pueblos recientemente integrados y que forma parte de la anestesia social en el proceso de transición. Y a nivel general, ésta

profundiza la falsa conciencia de compartir con el turista el techo y las esperanzas, pero no la realidad, ya que la mayoría de los casos el turista viaja, pero en realidad “nunca salió de su entorno”, anda pero no ve, sólo compara para creer que está mejor.

La cuarta es la dimensión social, que se da en las sociedades de acogida y que se expresa en el efecto demostración de la contraparte ciudad turística. Lo grave está en que genera una distorsión en el mercado laboral que se expresa en el social y en lo económico y termina transformando a la sociedad de trabajadores en una de consumidores.

La quinta es la dimensión política, allí el Estado es el garante del proceso porque subvenciona al empresariado con otros servicios, ya que el papel político del turismo es el de transformar la esperanza en meta del desarrollo para mejorar la sociedad, pero generalmente termina en una esperanza frustrada.

Este largo proceso de dos siglos de transición y dos de creación y consolidación del turismo, vamos a desarrollarlo históricamente en cinco grandes etapas, que son: una primera, de las transformaciones generales a la emergencia del turismo, o sea, de 1650 a 1840, luego viene una segunda que va desde 1840 a la Primera Guerra Mundial, 1914. Allí se desarrolló el auge del turismo y la revolución de los transportes, siendo aún la época donde dominaba el gran lujo en todos los servicios y el turismo estaba operado para el colonialismo, con los ciudadanos de las potencias colonialistas que pretendían conocer sus regiones de influencia y control.

La tercera parte es la etapa entre guerras 1914-1945, un período trágico pero que sirvió para transformar el turismo y sentar las bases del que viene, el transporte aéreo como nuevo motor del turismo global.

La cuarta parte va de 1945 hasta 1990, con el colapso de la URSS y donde se da la gran transformación del turismo selectivo al de masas y la cuestión ambiental entra a ser un elemento de valoración frente al crecimiento sin límites del turismo.

La última parte, inicio de la era postindustrial es un primer acercamiento al turismo en el mundo global y las grandes transformaciones de la sociedad, que impactan esta actividad, que a su vez se ubica en el centro del mundo del consumo, al operar como líneas estratégicas los grandes imaginarios de la sociedad. Como esta etapa no ha concluido sólo trazaremos líneas de trabajo para continuar la investigación, que día a día nos enfrenta a nuevos cambios y adecuaciones en un mundo en transformación permanente.

## PARTE I

### De la modernidad al capitalismo industrial