

ALFREDO ARGENTINO CÉSAR DACHARY
 Doctor en Ciencias Sociales. Profesor Investigador Titular
 C y Director del CEDESTUR. Centro Universitario de la Costa.
 Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarta. México.
 Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del
 CONACYT, nivel 2 [alfredocesar7@yahoo.com.mx].

STELLA MARIS ARNAIZ BURNE
 Doctora en Antropología. Profesora Investigadora Titular
 C. CEDESTUR. Centro Universitario de la Costa. Universidad
 de Guadalajara. Puerto Vallarta. México. Miembro del
 Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT, nivel 2.
 [stellaarnaiz@yahoo.com.mx].



EL TURISMO Y LA SOCIEDAD DE CONSUMO¹

TOURISM AND CONSUMER SOCIETY

El objetivo de este ensayo es aportar una lectura desde la perspectiva de definir a la actividad turística como un modelo al interior del capitalismo, que ha nacido, crecido y adecuado a las transformaciones de éste, pasando de la periferia al centro mismo hasta confundirse con el gran espectro de oportunidades que plantea hoy la sociedad de consumo.

Para ello intentaremos una lectura desde el origen, desarrollo y el papel que cumple en el proceso de ocupación territorial del planeta durante la última colonización, la de fines del XIX y el proceso de descolonización de la segunda parte del siglo XX, cuando emerge el denominado turismo de masas. Se dará prioridad a la periferia de los países desarrollados, ya que el papel que juega esta actividad en la misma es diferente aunque complementario al que se presenta en los países centrales.

Palabras clave: Turismo; Sociedad de consumo; Capitalismo.

Abstract

The aim of this essay is to try to give a reading from the perspective of defining tourism as a model within capitalism has been born, grown and adapted to the changes in it, from the periphery to the center to be confused with the great spectrum of opportunities presented by today's consumer society.

It offers a reading from the origin, its development and the role it plays in the process of territorial occupation of the planet over the last settlement, the late nineteenth century and the process of decolonization in the second half of the twentieth century, when the so-called emerging mass tourism. Priority will be given to the periphery of the developed countries and the role of this activity in the area is different but complementary to that shown in the central countries.

¹ Fecha de recepción: 30 de abril de 2013.
 Fecha de modificación: 12 de agosto de 2013.
 Fecha de aceptación: 18 de octubre de 2013.

Para citar el artículo: César, A. y Arnaiz, S. (2013). "El turismo y la sociedad de consumo", en *Anuario Turismo y Sociedad*, vol. XIV, , pp. 65-82.

Keywords: Tourism; Consumer Society; Capitalism.

Introducción

El presente trabajo es parte de un estudio que venimos realizando desde 2010 a fin de poder encontrar los mecanismos que han hecho emerger, dentro de un cambio de era y de modelo, al turismo y cómo éste se fue adecuando y transformando, con lo cual va cambiando sus funciones.

Ubicar el origen del turismo al inicio y desarrollo del capitalismo implica tomar una postura con respecto a la modernidad, entendiendo esto como una “destrucción creativa”, ya que el proceso de transformación para que esta actividad emerja viene desde siglos atrás, por lo cual ningún orden social puede alcanzar cambios que no estén latiendo en su condición existente. O sea, que es imposible crear una nueva configuración sin que de alguna manera se tenga que reemplazar o incluso obliterar la vieja (HARVEY, 2008).

Para poder entender el marco, las causas y condiciones en la cual se sientan las bases para una actividad propia del capitalismo, como es el turismo, hay que remontarse a los cambios que se dan del siglo XVII al XIX, que alimentan una nueva visión de la cultura y de la ciencia, que le permite al hombre entender de manera radicalmente distinta su entorno natural y revalorar la naturaleza más allá de su papel histórico como recurso.

Los cambios tecnológicos que transforman la fuerza de la naturaleza y el hombre a partir de una nueva energía, inicialmente el vapor, luego el motor y la combustión y por último la electricidad, son lo que genera las nuevas condiciones de producción intensiva y, su contraparte, la transportación masiva, que son la base en la que se asienta la revolución industrial, el eje económico-tecnológico de esta era.

Las transformaciones políticas generan una nueva estructura de poder, los Estados modernos emergentes se transforman en Estados-naciones y con ello están también los nuevos imperios, redefiniendo los conceptos originados por la Revolución Francesa de libertad, fraternidad e igualdad, luego enterrados, a partir del colonialismo moderno –siglo XIX–, una nueva forma de sojuzgamiento a pueblos y naciones por los denominados países centrales.

Todos estos cambios han incidido profundamente en una nueva sociedad donde se desarrolla el turismo, no limitado al viaje, el alojamiento y la diversión, sino que comprende el nuevo imaginario del ciudadano de un imperio –siglo XIX– y el papel que le toca desempeñar a este imaginario como promoción de sus amplios territorios conquistados y junto a ello “descubrir” la superioridad de su raza, la blanca, lográndose esta nueva trilogía: viajes, racismo y colonialismo.

En la medida en que el capitalismo global cambia a la sociedad, al imponer una nueva alienación, el consumo, el turismo juega un papel más importante, ya que se transforma en el referente idílico del pasado frente a un futuro cada vez más gris e inseguro, y ofertar “tiempos de placer” le permite compensar las angustias de una sociedad inestable con cuotas cortas en los nuevos paraísos artificiales.

Éstos son algunos de los temas que están tras el objetivo de este estudio, que pretende entender el verdadero alcance de una de las industrias mayores del planeta y una ascendente función ideológica en el capitalismo global.

Antecedentes

Uno de los hechos que más llama la atención en el desarrollo de los estudios de las ciencias sociales es el referente al turismo, una de las actividades económicas más expandidas en el

planeta y un verdadero desconocido o poco reconocido en el universo de la academia. ¿A qué se debe este hecho para un fenómeno que ha ocupado prácticamente toda la geografía del mundo y que para un importante grupo de expertos es la primera actividad económica mundial?

Algo similar ocurre con la problemática ambiental y el ecologismo, temas diferentes pero que se tratan como sinónimos, la cual está cubierta por un exceso de información y pocos estudios que se dirigen a la esencia del mismo como externalidad del desarrollo del capitalismo global. En ambos casos, estos fenómenos han ocupado gran parte del espectro informativo pero con mucha información en la que domina la propaganda sobre el análisis.

De allí que la gran coincidencia que tiene el turismo con la cuestión ambiental es que ambos están en la primera página de la información mundial y en el primer lugar en las principales agendas de negociación y, sin embargo, el desfase entre importancia-análisis no es impedimento para la expansión de ambos, quizás y hasta parece planificado, a fin de tener menos cuestionamientos al ascenso de ambos fenómenos.

Será que estos dos fenómenos modernos, el turismo y la cuestión ambiental, forman parte de una realidad planteada por Castoriadis, cuando afirma que "...lo que está mal en la sociedad en que vivimos es que ha dejado de cuestionarse a sí misma. Se trata de un tipo de sociedad que ya no reconoce la alternativa de otra sociedad y, por lo tanto, se considera absuelta del deber de examinar, demostrar y justificar la validez de sus presupuestos explícitos o implícitos..." (BAUMAN, 2003: 28).

El objetivo de este trabajo es intentar una lectura desde la perspectiva de definir a esta actividad como un modelo al interior del capitalismo, que ha nacido, crecido y adecuado a las transformaciones de éste, pasando de la

periferia al centro mismo hasta confundirse con el gran espectro de oportunidades que hoy plantea la sociedad de consumo.

El turismo, como modelo de desarrollo particular dentro del capitalismo global, reproduce y, a la vez, aloja como característica propia una doble contradicción: la más oculta es hacia dentro de sí mismo que hace a la esencia de éste y la otra, más amplia, está dada en la perspectiva macro de éste, en el propio contexto donde se desarrolla.

Hacia dentro de sí mismo, el turismo como producto representa una copia "maquillada" y, por ello, redefinida de la realidad pero se vende como la realidad misma, haciendo de la autenticidad un discurso hueco y de la falsedad 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 consumo de ocio y placer, una forma de evasión de la realidad que le toca vivir.

Esa distorsión de la realidad para adecuarla al uso turístico, le da al sujeto cortos tiempos de placer que sirven de oxígeno para que continúe en su vida diaria dentro de una lucha que cada vez es más fuerte y, por ello, exige mayores fuerzas para mantenerse. Esos espacios de tiempo-ocio actúan como el carnaval, que es la misma ciudad transformada, más exactamente, un intervalo durante el cual la ciudad se transformaba y volvía después a su rutina cotidiana (BAUMAN, 2003: 106).

La segunda contradicción complementa, respalda y potencializa a la primera, ya que al turismo como modelo se le ubica siempre como una actividad desvinculada de la realidad que lo genera y aloja, como algo extraño, casi mágico o mítico que emerge como la salvación; por ello, el imaginario general se presenta en un "milagro" que hace realidad los sueños del turista.

Esta doble distorsión enmarca y amortigua el impacto del turismo, haciéndolo un modelo aparentemente “neutral” dentro del capitalismo global, que responde al deseo del ocio ocultando así los grandes impactos de un complejo negocio, como lo son todos los que se dan dentro de este sistema capitalista mundial.

El capitalismo industrial, que se inicia en la Europa atlántica, es el espacio histórico donde emerge y se desarrolla el turismo. Este nuevo modelo genera un producto diferente a la mercancía tradicional; sin embargo, por ello no es una excepción sino un nuevo “producto” que venía a complementar a otros procesos en el complejo camino hacia el dominio absoluto del sistema capitalista, en todo el planeta.

A diferencia de la industria que recicló a los campesinos expulsados del campo y llegó a ser la actividad central del modelo pero con un costo humano, social y cultural muy elevado, esta actividad permitirá una transición aparentemente menos dolorosa porque está disfrazada, disimulada y hasta festejada, lo que le permite expandirse, transformar, adecuar e integrar pueblos y regiones a este sistema mundial.

Ambas contradicciones son el reverso y el anverso de un mismo modelo, que emerge como “algo natural” en un mundo artificial, que no deja partes del territorio del planeta sin ocupar de diferentes maneras pero siempre con una misma función, que es la de expandir el sistema a través de un nuevo “producto” que aloja en su centro a una ideología, que exteriormente se expresa como modelo de vida que tiene su cara amable en el turismo, pero que a la vez es una nueva forma de consumo.

Esta emergencia de un modelo que genera una transición disfrazada ha sido, sin lugar a dudas, una estrategia exitosa, ya que en general se asocia al turismo con el placer, al ocio con el no trabajo, a los viajes y a los viajeros con

la diversión plena, y nunca se pregunta qué hay tras ello, como si el turismo estuviera en una especie de limbo ajeno a un mundo salvajemente injusto e inhumoralmente asimétrico.

Esta ficción a partir del turismo hace recordar al “encantamiento del mundo”, o sea, la época anterior al siglo XV cuando los hombres estaban “felices” porque la religión les respondía a todas sus preguntas y a la vida misma, antes de la emergencia de la modernidad (BERMAN, 1987: 75). El fin del paraíso de ADÁN da lugar al nacimiento del paraíso del hombre que descubrió el Capitán Cook en el siglo XVIII y que THOMAS COOK adecuó y transformó en mercancía de consumo en el corazón del Imperio Británico, en el momento en que comenzaba a crecer el capitalismo.

El turismo, como algo ajeno a la realidad que se vive, como un fruto que sale de la nada, juega un papel fundamental en el proceso de alienación del hombre en la era industrial y esto le permitirá al mismo reformularse en la siguiente era, la postindustrial en uno de los pilares ideológicos y económicos del capitalismo global y su expresión más acabada: la sociedad de consumo.

Pero este hecho, no fortuito, ha distorsionado en gran parte el análisis y estudio del modelo del turismo como una estrategia del capitalismo, generando una ficción, la de ser una de las actividades más importantes del planeta pero menos conocidas del mundo, excepto en el universo manipulado e ideologizado de las guías y libros de viajes.

Este fenómeno viene desarrollándose desde el siglo XIX pero su verdadero tiempo histórico o consolidación fue la eclosión como un modelo masivo, en medio de un escenario mundial excepcional: enfrentamiento entre dos modelos opuestos que generó la guerra fría, la descolonización por el ocaso de los viejos imperios, la gran transformación industrial del

capitalismo mundial y un gran cambio social liderado por la revolución femenina.

De allí en más, el modelo logró una gran proyección al adecuarse a los nuevos escenarios y papeles que le daba un sistema en plena transformación y es así como a partir de los setenta, asume los problemas ambientales y lanza un modelo alternativo: el ecoturismo, una nueva ficción de la realidad, con base en la naturaleza, el último gran mito que anticipaba el fin de la era industrial.

En los setenta se dieron también las primeras grandes respuestas al turismo como modelo, en las que destacan los estudios desde KATZ a VALENNE SMITH, con una primera visión mundial del sistema capitalista y la función de éste en la etapa imperial que fue planteada por TURNER y ASH. Así, los antropólogos y sociólogos irrumpen en este mundo dominado por la economía y buscan en lo profundo del sistema los verdaderos significados y el papel del turismo.

En los ochenta, la nueva coyuntura mundial generada por el ocaso del socialismo real, la instauración del neoliberalismo como modelo, el inicio de la globalización como síntesis política y de la revolución tecnológica como base de un cambio de era, frenan y reducen las críticas y utopías alternas al sistema dominante. De allí que el turismo logra aumentar su “adecuación” al profundizar en los estudios casuísticos, en los de competitividad y el mercado, dejando una vez más el verdadero papel del turismo en el sistema y ratificando su función profesionalista dentro del mismo.

Pero la ficción de ser lo que no es, “industria sin chimeneas” o la “industria de la paz” o el “diálogo de los pueblos”, entre las más socorridas en el mundo de la academia y mucho más en el de la empresa y los organismos internacionales, no se construyó al comienzo de la segunda parte del siglo XX, fecha que ha sido tomada como referente mundial, sino que

se viene construyendo y adecuando desde el siglo XIX, y para algunos unas décadas antes, en pleno auge de la “era del Progreso” que arranca a mitad del siglo XVIII (NISBET, 1981).

La historia del turismo se fue desarrollando dentro los grandes modelos de dominación en el mundo del capitalismo, aunque también hay planteamientos en los modelos capitalistas estatistas como el fascismo, el nazismo, en el socialismo de Estado y, además, en proyectos autodenominados nacionalistas para unos o los populismos “criollos”, para otros.

En todos estos modelos, la función central del turismo está en la dupla de la dominación –acumulación que ha jugado un papel similar dentro de estos sistemas y es el ser predominantemente ideológico, es el premio– evasión de la rutina industrial, del trabajo alienado para consumir un nuevo tiempo comprado que también genera una verdadera alienación pero que se expresa como placer.

Pero su auge se nutrió de los dos grandes resultados de estos profundos cambios. Por un lado, de las clases sociales emergentes, ansiosas de disfrutar su nueva situación y de los nuevos inventos llevados a la vida práctica, la revolución técnica, entre los que destacan el ferrocarril y los grandes barcos en el siglo XIX, ambos hijos de la nueva fuerza del vapor y la industria del acero (DAUMAS, 1996: 107).

Así, el turismo pasó del último colonialismo, Conferencia de Berlín (1884) y el imperialismo, al desarrollismo, al neoliberalismo y de allí a la globalización y en cada una de ellas asume una forma propia en el gran proceso de transformación-imposición del capitalismo mundial como modelo hegemónico, que va de la hegemonía de Estados Unidos a la actual compartida.

En este trabajo intentaremos abordar alguna de las formas que asume el turismo como un instrumento del capitalismo de la era indus-

trial, bases para su adecuación a la era del turismo masivo de la segunda parte del siglo XX, y en especial su papel en el proceso de la última gran colonización, lugares hoy fundamentales en la geografía del turismo y en el atlas de la pobreza.

Es en este marco de referencia, el modo de producción capitalista, donde se inicia el turismo como actividad económica dentro del sistema, ya que el consumo de servicios no puede separarse de las relaciones sociales dentro de la cual se inserta (SALAZAR, 2006).

Este nuevo consumo de “servicio” va mas allá de lo que se considera debe ser, de allí que el turismo podría considerarse un marco ideológico de la historia, la naturaleza y la tradición, y es un marco que tiene el poder de dar nueva forma a la cultura y a la naturaleza según sus propias necesidades (YAMASHITA, 2003).

Por ello es que el turismo es fundamental para redefinir los espacios del pasado y adecuar el presente de los países centrales como periféricos al ritmo que exige la sociedad, haciendo la combinación entre los imaginarios deseados y el producto generado, una mercancía de fácil obtención y adictiva para el consumidor.

La Revolución Industrial y el origen del turismo

El que se considere al primer viaje colectivo organizado por un “agente”, como lo fue el legendario THOMAS COOK, que le dio el título de “iniciador del turismo”, con la organización de un viaje en tren al Congreso antialcohólico en 1841, es un mito necesario para referenciar el origen del turismo en el capitalismo, pero hoy éste está en discusión para algunos, pero aun así es un referente obligado, ya que transformó el servicio en un producto integral que abarca todo el viaje y sus diferentes servicios.

No es casual que este nuevo modelo de negocios haya emergido en el siglo XIX, llamado por HOBBSAWM (2004: 16) “el siglo largo”, ya que se extiende desde 1776, independencia de Estados Unidos a 1914, año en que estalla la primera gran guerra mundial. Este período de emergencia y auge del desarrollo del capitalismo y la sociedad burguesa que genera es ocupado plenamente en la etapa de desarrollo del turismo.

Hay diferentes visiones sobre el origen del turismo desde la que sostiene que emerge de las relaciones sociales y la identidad cultural, como lo plantea BOYER (2002), o que es el fruto de la revolución industrial y, de ella, la del transporte, como lo afirman BURKARDT y MEDLIK (1981), o por causas medioambientales, como lo sostienen TOWNER y WALL (1991) pero, en síntesis, todas aportan elementos fundamentales para entender el origen de este modelo (GARAY, 2007).

Si bien la revolución industrial tuvo su auge a mitad del siglo XIX al consolidarse la revolución en los transportes, en especial el ferrocarril y los grandes barcos, ya hay antecedentes del siglo XVIII que no podemos dejar de citar, porque serán la base para la expansión de esta actividad al montarse sobre la reducción de las distancias que generó esta revolución.

Un hecho o un hombre no realizan las revoluciones sino que son las sociedades las que se transforman y sientan las bases de nuevos cambios y el turismo, una actividad que emerge desde el centro de la sociedad. No podría ser diferente, de allí que pretendamos integrar las diferentes perspectivas, sumarlas para tratar de entender el origen de este nuevo modelo industrial del capitalismo: el turismo.

Pero este acontecimiento requiere de un marco de referencia que se da en el siglo XVIII y es el denominado redescubrimiento de la naturaleza, el mar y las montañas, un nuevo motor para la motivación y la imaginación

de los viajes que, para el caso de Inglaterra, significó el redescubrir el distrito de los lagos en las tierras altas de Escocia, la montaña galesa, además de costas, acantilados y otras expresiones del mundo natural.

A ello se suma, en un proceso integral, una nueva práctica en esa época que son los baños de mar, que formaban parte de las tácticas para la lucha contra la melancolía y el *spleen*, que se había apoderado de las clases dominantes y que era recomendada por médicos e higienistas (CORBIN, 1993: 89).

Todos estos acontecimientos e ideas se sintetizan en las ciudades balnearias a fines del siglo XVIII en la Inglaterra industrial, como lo eran BRIGHTON en 1780 y MARGATE al este de Londres, lugar para plebeyos y en las aguas frías del Mar del Norte, Scarborough y Whitby, la primera ciudad turística del mundo moderno para el historiador inglés John Walton, quien polemiza con COBIN sobre este hecho (WALTON, 2002: 75).

Pero estos avances en el mundo del ocio, antecedentes del turismo, entendido éste como la venta de un producto, no se da por casualidad en Gran Bretaña, sino por ser este país el centro de la revolución industrial y del imperio más importante de la primera etapa del capitalismo.

De allí que esta sociedad tenía una gran riqueza, la cual es un requisito del consumo masivo y el ocio, y que se expresan en una nueva cotidianidad, como los nuevos consumos de especies exóticas, como el café, el té y el tabaco y junto a ello el lujo visible expresado en las grandes decoraciones en las casas no solo de la aristocracia sino de los terratenientes y de la emergente burguesía, formas de demostración de una nueva situación.

En 1702, sale a la luz el primer periódico en Londres y luego vendrán las revistas y, tras ellas, el auge de las novelas, que después fue-

ron publicadas por entregas para entretener y captar más a la gente. En 1782, CHARLES HUGHES inaugura el Royal Circus, aunque el inventor de este entretenimiento fue Astley, en 1768 (RYBCZYNSKI, 1992: 89-91).

En 1725 se crea el Jockey Club y se organizan formalmente las carreras de caballo, luego las peleas de animales, osos, perros y gallos, a la vez que se popularizaba el alcohol, especialmente la ginebra, que se fabricaba sin control, lo que incidía en el desarrollo de altos niveles de alcoholismo en esta sociedad.

Todos estos nuevos “gustos” son aprovechados por lo que J. H. PLUMB llamaba “la comercialización del ocio”, comerciantes que promovían como negocio el críquet, la música, el circo, el teatro, las revistas y las carreras de caballo, a lo que luego se le sumaron el boxeo y el fútbol, en el siglo XIX (RYBCZYNSKI, 1992: 95-96).

Otro importante antecedente del turismo es el termalismo que, a diferencia del que le antecede en el siglo XVIII, es una nueva síntesis entre lo pintoresco y el termalismo, una visión romántica, que desplaza estas actividades a las zonas más alejadas de las ciudades, transformándose en la puerta del descubrimiento de nuevos paisajes.

Así en los lugares de las aguas, el centro termal se convierte en un distribuidor de excursionistas, que combinan sus baños con largas caminatas y descubrimientos de la naturaleza y la historia. De allí que las cascadas, los bosques, los castillos y las abadías estaban unidos por caminos a las ciudades balnearias, integrando a la montaña, los valles y bosques de alrededor.

Las ideas del romanticismo y el redescubrimiento de la naturaleza se integran en el siglo XIX con las ideas del conservacionismo y ambas empiezan a determinar un tipo de turismo, entre ellos los excursionistas, senderistas que

el ferrocarril del siglo XIX los llevará por la geografía de los lugares menos ocupados por el hombre.

En 1760, BENEDICT de Saussure llegaba al valle de CHAMONIX para estudiar los glaciares y se enamora de las montañas, en especial del Mont Blanc y ofrece una recompensa al primero que lo escale, algo que pronto se logra y ello incita al comienzo del siglo XIX al alpinismo, que tiene sus primeros hoteles en Suiza (MORAGUAS, 2006).

El ferrocarril incrementa la geografía de las zonas de difícil acceso de Europa, como en el caso de Suiza, lo cual permite el desarrollo del montañismo como deporte y en 1857 se funda el Club Alpino Británico, como lo afirma Boyer (GORDON, 2002: 126).

En 1789, GILBERT WHITE descubre la ornitología como ocio y publica en esa fecha *The Natural History of Selborne* y en 1827 comienza la comercialización de este producto de “turismo de la naturaleza”, la cual crece con la expansión de los ferrocarriles que permiten mayor movimiento de personas (LÓPEZ, 2008: 86).

En forma paralela a estos grandes cambios en el consumo del ocio y los viajes se empiezan a perfilar grupos menos favorecidos que pretenden emular en pequeña escala lo que primero hacen los aristócratas y los terratenientes y luego la burguesía emergente; así el turismo recién empieza con la revolución en el transporte porque eso lo saca de ser un lujo para transformarlo en una mercancía asequible en diferentes medidas a distintos grupos sociales.

Pero no se puede limitar este profundo cambio solo a los ferrocarriles, aunque éstos sean muy importantes en el desarrollo del turismo, ya que toda la sociedad estaba más informada y había roto los límites de sus comarcas, con lo que aparecen otras regiones y ciudades como posibles lugares de viaje.

Dos grandes cambios se dan en esa época, en la información y la formación de los imaginarios de esta etapa pionera. Por un lado, la información escrita, la narrativa de viajes y expediciones y, por el otro, la visión gráfica que comienza a dar la fotografía, que viene a remplazar al daguerrotipo y para complementar la visión quedaban los pintores paisajistas de la época.

La fotografía jugó un papel fundamental en la transformación cultural, ya que la imagen le gana terreno a la palabra impresa y porque éste es uno de los medios que más desdibujan la frontera entre la realidad y su representación. La identidad ilusoria que crea la fotografía entre el objeto y la imagen junto con su gran capacidad de multiplicación, la convierten en uno de los medios de representación gráfica con mayor penetración social (NARANJO, 2006).

Un ejemplo de estos cambios aplicado al turismo lo da Thomas Cook, que crea en 1850 la revista *The Excursionist*, lo cual coincide con el nacimiento de la fotografía, que es integrada en la publicación y juega un importante papel en despertar la imaginación de los futuros viajeros.

La campaña de NAPOLEÓN en Egipto abre las puertas a la egiptología, que, unida a novedosos enfoques sobre los estudios históricos, crean nuevas fuentes de información y de la imaginación de las personas que buscaban lo exótico, lo antiguo, frente a los grandes cambios “ya incontables” de la era industrial que los terminaban agobiando. *El origen de las especies*, editado por CHARLES DARWIN en 1859, constituye también un motivo de apertura de la imaginación a nuevos mundos.

Estos cambios sociales, económicos y culturales se sintetizan en las grandes exposiciones universales: Londres, 1851, la pionera; París, 1855, 1867 y 1889, y Barcelona, 1888, entre las más importantes, un verdadero compen-

dio de los avances logrados por la revolución industrial y el capitalismo como sistema, una ventana abierta a la imaginación de los viajes.

Una síntesis del impacto del ferrocarril solamente en el Reino Unido lo dan las estadísticas, que muestran un incremento geométrico de la gente que se mueve en este país, capital de la revolución industrial, pasando de 23 millones en 1842 a 604 millones en 1880 (PIMLOTT, 1947).

El otro transporte masivo que impacta el desarrollo del turismo son los barcos de vapor que, con la inauguración del canal de Suez, abrieron nuevos horizontes al turismo y que para 1890, debido a los avances tecnológicos, unían Europa y América en apenas seis días.

El impacto del turismo en la sociedad industrial no borra las contradicciones principales sobre las que se erige, ya que éstas serán los elementos distintivos entre diferentes tipos de viajeros, según sea su origen de clase, educación y capacidad económica, planteándose tres grandes grupos:

- El viajero o el *traveller* aristócrata, terrateniente o alta burguesía, con una sólida cultura, tiempo y dinero para hacer grandes viajes, que le abrían la oportunidad de elegir, explorar y entender.
- El turista, que carecía de educación y tiempo, miraba y experimentaba las cosas que mostraba la creciente industria del turismo.
- Los excursionistas, que son la pequeña burguesía, clase obrera, artesanos, que ahorran dinero para un viaje de fin de semana a un lugar de esparcimiento, eran los *tripper*, ruidosos borrachos e inmORALES (WALTON, 2002: 69).

El auge del turismo como una nueva actividad, ya sea en Europa como en América, en

especial en Norteamérica, donde a mediados del siglo XIX ya había intercambio de estudiantes universitarios entre ambos continentes, además del gran movimiento de viajeros atraídos por los cambios y las oportunidades de negocio, termina de instalar a éste en un lugar privilegiado del sistema.

Pero toda esta gran transformación en la cual se monta la industria del turismo no se limitará a ser un instrumento de mutuo conocimiento al interior de Europa o de ésta con las burguesías nativas emergentes de América; su papel va más allá y se transformará como parte del instrumental de la colonización moderna en un importante apoyo a su expansión y transformación de los territorios colonizados y dominados.

El turismo y el colonialismo imperial

El turismo emerge como una actividad en consolidación en un momento crucial del inicio y auge del capitalismo, en medio de la revolución del transporte, y además, en momentos en que se inicia el colonialismo. De allí que no se pueda entender el colonialismo de esta época como un fenómeno aislado del imperialismo (FERRO, 2000: 14).

Los viajes, actitudes y posturas de los viajeros que salían de Europa o los Estados Unidos hacia el resto del mundo respondían a una ideología que ha reinado en los últimos cinco siglos y se ha ido consolidando como la visión “moderna del mundo”: el eurocentrismo, que se define como un culturalismo en el sentido de que supone la existencia de invariables culturales que dan forma a los trayectos históricos de los diferentes pueblos irreductibles entre sí. En ese sentido, constituyen una dimensión de la cultura y la ideología del mundo capitalista moderno (AMÍN, 1989: 9).

La visión uniforme de la evolución del mundo planteada por el eurocentrismo partía de la

base de que la gran mayoría de los pueblos, excepto los europeos, no tenían una historia que les antecediera, lo cual los ponía en una posición superior para definir el destino de estos pueblos. Eso fue ayer, durante la colonización, y lo es hoy, con la globalización con una versión moderna del eurocentrismo adaptada al mundo, con el fin de concluir la “occidentalización” del planeta.

Esta simplificación de la historia de los pueblos donde todos son diferentes tipos de “indios”, error geográfico luego paradigma ideológico de los colonizadores, sirve de plataforma para la segunda colonización, la de fines del XIX, coincidente con el auge del Imperialismo que instaura al racismo como un “modelo natural” de la humanidad.

Esto sirve en el turismo incipiente para definir una característica que se ha mantenido hoy más oculta, pero existiendo al fin, la comparación, como base para ratificar las diferencias pero transformadas en una visión racista de los demás pueblos, ya que se mide el desarrollo a partir del capitalismo industrial y altamente competitivo, algo no aplicable a muchos pueblos con sociedades frías y de tiempo sincrónico.

De allí que los estudios que tienen un enfoque antropológico versan sobre los cambios socioculturales que acontecen en los asentamientos elegidos como destinos turísticos, como en aquellas áreas que dependen de los primeros y ese interés no es casual (SANTANA, 1997: 17). Este es el estudio de la otra cara del turismo, la que impacta a las sociedades de acogida, la que transforma y, a la vez, reproduce las asimetrías que caracterizan al modelo.

El racismo, fundamental para entender el siglo XIX y el nuevo colonialismo, logra pasar de la sociedad a la naturaleza la responsabilidad de las desigualdades humanas; así los pobres eran pobres porque habían nacido in-

feriores (HOBSBAWM, 2004: 261); y esto se extrapolaba fuera de las fronteras y le da un marco científico a la colonización y la explotación a los pueblos originarios, en todos los sentidos, incluido transformarlos en atractivo turístico.

Esto se publicita y socializa, ya que la fotografía crea una imagen estereotipada y recrea imágenes de vida de las poblaciones consideradas “inferiores”, las cuales se exponían en las grandes exposiciones internacionales o servían de material para los científicos que analizaban estos pueblos desde su escritorio (NARANJO, 2006).

En 1830 nace en Londres la *Royal Geographic Society* a consecuencia de la fusión de dos instituciones privadas: el *Raleigh Dining Club*, fundado en 1827, el cual tenía el mundo dividido para su estudio en regiones, y la *African Association*, fundada en 1788 y orientada a la promoción de viajes de “exploración”, y medio siglo después, en 1888, en Estados Unidos se crea la *Geography Society*, ambas promotoras de los nuevos “descubrimientos” de pueblos en África, Asia y América (MORAGUA, 2006).

En el siglo XIX coinciden en América del Norte hechos aparentemente contradictorios, como la guerra de exterminio contra los pueblos originarios y su contrapartida, la “colonización” del oeste, el despojo de grandes territorios a México y la persecución de la gente que lo habitaba.

La fiebre del oro en California y el uso depredador de grandes recursos, desde los bosques a los bisontes, focas y nutrias se da en paralelo al gran auge de la revolución industrial, en medio de un capitalismo salvaje transformado en el motor de desarrollo de ese país.

Tampoco es casual, o quizás para ratificar una idea, que la primera zona a conservar era, lo que se transforma en el Parque Nacional Yosemite, tierra de los Miwok, que son

masacrados y los sobrevivientes expulsados de esta región, al igual que los pobladores originarios que vivían en la zona del Parque Nacional Yellowstone (COLCHESTER, 2002).

En Estados Unidos del siglo XIX se busca el acercamiento a lo natural por valor estético, como una reacción al industrialismo, pero a éste lo hacen suyo los aventureros y las clases poderosas que podían ocupar su ocio en pesca y caza, y hacer de estas actividades organizaciones sociales, como clubes en los cuales comienza a imponerse esta visión (HERNÁNDEZ, 2008).

Así, el turismo y el ocio controlado en el mundo natural ayudan a borrar las imágenes negativas de los genocidios, expulsión de pueblos y demás ataques contra los “otros”, los “diferentes”, más en Estados Unidos donde la “conquista del Oeste” constituye una masacre que anticiparía las que hará la vieja Europa en África.

Pero para dar un salto y hacerse algo universal, el turismo, primero en tiempos determinados y a grupos exclusivos, hacía falta la nueva expansión colonial, que garantizara el control y la “tranquilidad” del paraíso y sus habitantes o colonizados.

Este nuevo colonialismo ha sido definido como “...la desproporción en tiempos y medidas que siempre se produce en la evolución de la humanidad, no solamente se hace especialmente aguda bajo el capitalismo, sino que da origen a la completa interdependencia de la subordinación, la explotación y la opresión entre los países de tipo económico diferente” (TROTSKY, 2004: 29).

Analizaremos en este trabajo tres experiencias concretas, en las cuales se ve el papel del turismo como ideología y modelo de ocupación-transformación que se adecúa al proceso de colonización en la periferia del capitalismo imperial de esa época. Son los

casos de Hawái, de la Melanesia y del Caribe, tres lugares emblemáticos del turismo y tres regiones donde el colonialismo primero y el neocolonialismo después han generado el mayor de los impactos en la sociedad, su historia y cultura.

El “paraíso” del Pacífico: caníbales, colonialistas y turistas

El Pacífico Oriental era un mundo insular que pasó del aislamiento a considerarse paraísos perdidos y encontrados por el hombre blanco en busca de estos lugares imaginados desde la idea de la fe a la propia ignorancia. Entre ellos destacan las dos grandes islas que son cercanas al continente australiano: Nueva Guinea y Nueva Zelandia y junto a ellas emerge un mundo de arrecifes, archipiélagos volcánicos de Micronesia, Polinesia y Melanesia, que sumados ocupan una superficie de más de nueve millones de kilómetros cuadrados, y que fue la última porción del planeta en entrar en contacto con los europeos.

Este es otro de los lugares con mayor imagen en el turismo del Pacífico y cuyo desarrollo se da en paralelo al proceso de colonización del otro gran ícono del turismo mundial, el Archipiélago de Hawái, hoy un estado más de Estados Unidos.

La conquista y ocupación de este mundo de islas se hace siguiendo el patrón de la destrucción cultural, que simplificaba cientos de culturas en una; el indígena y estos pueblos a su vez eran divididos en dos grandes grupos: “el salvaje holgazán” que no quiere ser explotado por el conquistador y “el indígena feliz”, cristianizado, vestido, trabajador en lo que manden y disciplinado.

Todo ello es posible porque se parte de una idea de superioridad occidental frente al “primitivismo” del otro. Esta idea justifica la apropiación con violencia y sin trabas mora-

les de todo lo que tiene el otro, lo cual lleva a un desmantelamiento de su economía y el reemplazo por la de los conquistadores, al sedentarismo forzado cuando eran nómades y a cambios en la forma de trabajar.

El colonialismo no tolera sistemas políticos locales, porque los considera “primitivos”, por lo cual trata de desestructurarlo, destruirlo o sustituirlo por formas europeas autoritarias y que reducen el poder de los dirigentes locales (CARANCI, 1998: 45).

Los marineros europeos pensaron que habían llegado al paraíso por la libertad sexual y las pocas ropas que llevaban la gente del lugar y, por oposición, los sacerdotes pensaban que habían llegado al infierno, pero confundían actividades laxas con libertad sexual, ya que para ellos la libertad sexual era un componente más, aunque importante de la sociedad.

Más de un siglo de dominación y destrucción de la cultura e imponer otra genera una nueva ideología derivada del turismo donde los locales parecen haber aceptado la visión occidental según la cual ellos no tienen historia, cultura, por lo que solo pueden ofrecer paisajes, playas y nativos, que el turismo los toma en el “mito de los pueblos naturales”.

Esto lleva al antropólogo DEREK FREEMAN a polemizar con su colega norteamericana MARGARET MEAD, cuando ella hace la etnografía de Samoa en la que idealiza positivamente a los samoanos y eso queda como un elemento fundamental en su autoimagen y sirve para distorsionar la visión de ellos.

Los errores que se le atribuyen a MARGARET MEAD, según FREEMAN, son el haberse guiado en su estudio por el relato de dos mujeres de esa sociedad sobre la cuestión sexual. Ello la lleva a una posición anti evolucionista que, además de generar una imagen falsa de la sociedad local, tuvo incidencia en la antropología de Norteamérica (SHANKMAN, 2000: 539).

Mientras el archipiélago de Hawái, en la Polinesia, era un lugar “tranquilo”, colonizado, ideológica y económicamente, la Melanesia era un lugar “salvaje” e irredento, pero eso no preocupa a la colonización capitalista, y es así como la sociedad comercial formada en 1833 por JAMES BURNS y ROBERT PHILP, anuncia un año después el primer viaje sobre Nueva Guinea, un crucero de cinco semanas alrededor de 250 millas de costas “salvajes” (DOUGLAS y DOUGLAS, 1998: 72).

En 1894 se agregan al itinerario por ese mundo salvaje las islas Salomon y la actual Vanautu (Nuevas Hébridas) y en 1914, el Departamento de Turismo de esta empresa crea la publicación *Picturesque Travel*, donde describe este “paraíso descubierto y salvaje”.

BURNS PHILP define estas islas como “lugares de romance... hermano gemelo del misterio y que sus habitantes eran muchachos simples y pintorescos aunque no hacía mucho habían dejado de ser caníbales (...) los muchachos” son hombres de todas las edades y todas las mujeres son “Mary”, citado por BP Magazine (DOUGLAS y DOUGLAS, 1998:72).

Ese dualismo entre salvajismo e inocencia es lo que venden los “promotores de turismo a comienzos del siglo XX” y para ello usaban descripciones como “...la barrera entre la civilización y el canibalismo es delgada... con todo muestran una curiosidad de naturaleza infantil y poseen un sentido primitivo de alegría...” (ídem: 73).

Como ha sostenido RAYMOND BETTS, estas publicaciones de fines del siglo XIX y comienzos del XX, profusamente ilustradas, están motivadas por visiones de imperio, colonias y pueblos coloniales. Así, la revista *L'Illustration* crea una opinión sobre los pueblos y culturas de las colonias y condiciona la visión francesa del mundo fuera de los límites de Francia metropolitana (QUANCHI, 1998: 16).

El éxito del turismo de venta de lo exótico, lo peligroso o lo prohibido es el antecedente del turismo de aventura, hoy masificado y domesticado para un ciudadano urbano a quien todo lo sorprende y por ello quiere parar un corto tiempo su rutina.

En Hawái, la colonización y evangelización logran el “buen nativo” y por ello es fácil transformar las misiones religiosas en compañías colonizadoras y de allí a la ocupación norteamericana. La imaginería llega a tal nivel que la tradicional falda de hierbas no tiene precedente en la historia de este archipiélago y el propio paisaje se reconstruye a través de los carteles, uniendo en un mismo espacio, volcanes, palmeras y cruceros, para atraer más a los turistas.

La combinación de la imaginería con el turismo logra grandes avances en el proceso de borrar la memoria y la historia de este pueblo, y hoy la muchacha de la falda de hierbas ha pasado de ser una nativa a una Barbie.

En 1920, con la apertura del canal de Panamá, se transforma la navegación mundial y esto ayuda a acortar los viajes al Pacífico, al extremo que en los años treinta, la compañía que viaja a Hawái, Compañía de Navegación Matson, incluye en sus recorridos a Tahití.

La revista de la compañía de Matson, *Polinesiana* ayudó al romanticismo de Tahití, lo mismo que años antes había realizado la revista *Aloha* con Hawái, con mucho éxito, el cual repitieron en la época de la propaganda visual.

En el caso del ícono de la Polinesia, Tahití, lugar donde se sostiene que inició el mito del paraíso orientado a los viajeros, hoy turistas, y descubierto por viajeros norteamericanos que criticaban los efectos destructivos de la ocupación de Europa sobre la sociedad local, y esa crítica sirvió de atractivo para la isla, en vez de ser motivo para boicotear los viajes.

Luego vienen los libros de comienzos del siglo XX, que atraen a los visitantes, como *Caníbales en los mares del sur*, de 1918, realizado por OSA JOHNSON. CHARLES NORDHOFF con JAMES NORMAN escriben varios libros en la década de los veinte, entre ellos el famoso *The Bounty*, llevado a la pantalla en la época y luego nuevamente en los últimos años del siglo pasado.

Un ejemplo de la distorsión que realiza en la cultura local el neocolonialismo asociado al turismo es la creación de un centro cultural en honor de JEAN-MARIE TJIBAOU, opositor al colonialismo, asesinado en 1989. El lugar, financiado por Francia, es construido por un arquitecto italiano y se hace de él un nuevo atractivo turístico, en vez de un centro de resistencia de la cultura local.

La imagen etnográfica y turística quizás tenga fronteras no fáciles de identificar, y es que el turismo inicia en la era colonial y su imaginería se basa en muchos casos en las primeras visiones coloniales, por lo que ha sido funcional esta relación entre ambos extremos de un mismo modelo: el capitalismo.

La segunda guerra mundial permite un redescubrimiento de este mundo insular y ello incide en su apertura a un turismo masivo, aunque limitado por los costos, haciendo de estas islas, primero “descubiertas” o invadidas, luego evangelizadas o colonizadas y, por último, integradas o destino turístico, un claro ejemplo del camino del colonialismo al turismo.

El “paraíso” del Caribe: de la plantación al turismo

El Caribe, uno de los lugares más conocidos de la geografía del turismo mundial, es una región definida como bellísima, de mar azul, arenas blancas, palmeras y mucho sol, o sea, es el paraíso. Esta idea existía inicialmente,

en el siglo XVI de las zonas tropicales y era por ello que se las consideraba “islas paradisíacas”, ya que según RICHARD GROVE, eran un escape al ambiente monótono opresivo y exageradamente humanizado de la Europa de su época (ARNOLD, 2000).

Esta visión “mágica” cambia de forma paulatina y para mediados del siglo XVIII ya se considera a estas zonas tropicales como insalubres por su clima, aunque gran parte del cambio lo habían hecho los conquistadores, con su rapacidad e irracionalidad, y a ello había que agregarle la gran repoblación con los esclavos. En esa época son resucitadas las teorías hipocráticas del ambiente y la enfermedad, con lo que los trópicos se consolidan como regiones insalubres y mórbidas, y pese a los avances de la medicina del siglo XIX, se sigue pensando de estas regiones en términos negativos.

Como una forma más de dominio del nuevo colonialismo que se relanza a finales del siglo XIX se crea la especialidad de la medicina tropical, y así se ratifica una vez más cómo la ciencia europea les da a sus imperios coloniales motivos para consolidar su visión de orroriedad (ARNOLD, 2000).

Y adelantándose en más de un siglo, a los “nuevos paraísos” se piensa que la laxitud física está asociada a una laxitud moral y es allí donde los viajeros ven la libertad sexual como uno de los mayores atractivos, algo que los nuevos turistas-recolonizadores buscan en los trópicos de hoy, disfrazada de diversión.

Estas islas paradisíacas fueron testigos del primer exterminio masivo de la población originaria y luego de su remplazo por los esclavos africanos, una sombra que se propagará, como la peste, durante los siguientes siglos por gran parte de la geografía americana.

Este mar y sus costas fueron escenario y testigo del enfrentamiento o guerra no decla-

rada entre los conquistadores que intentaban llevarse el fruto de su saqueo con los piratas y corsarios, que vinieron a cumplir una función de guerreros informales en una guerra no declarada entre los imperios coloniales.

El turismo llega de la mano de las empresas navieras, el transporte de las grandes plantaciones, que contralan al Caribe, como la Ward Line, que comienza a llevar turistas a Cuba a fines del siglo XIX, unos 3.000 a 4.000 en la temporada del 15 de septiembre al 15 de abril, y que dura hasta la guerra con España y luego se reactiva (FERNÁNDEZ, 1991a: 742 - 743).

Así, en el Caribe, la plantación, explotación intensiva de personas y tierras, se une a las líneas que transportan su carga para mover a los turistas, que llegan a ver el mundo de las islas, la pobreza y su prostitución, hasta la segunda década, en la que se permite el juego.

Desde comienzos del siglo XX empiezan los viajes al Caribe, desde la norteña isla de Bermudas hasta Jamaica, siempre por la vía de las líneas navieras y más adelante por la Pan American, la mayoría norteamericanos que hacen turismo en las nuevas colonias por absorción, control económico y político: el nuevo neocolonialismo vigente hasta la actualidad.

Los comerciales de televisión y los anuncios impresos en revistas se han convertido en los medios más poderosos de reunir y envasar información sobre el Caribe. No solo prometen una liberación dionisiaca, sino que van más allá: ofrecen felicidad, juventud eterna, aventuras sexuales, sol perenne y mucha diversión (STRACHAN, 2000:1).

Pero esta propaganda no proviene del Caribe sino de las grandes agencias de Norteamérica y Europa que responden así a los imaginarios de sus potenciales clientes de los países muy desarrollados, pero reprimidos y poco realizados. Esta retórica del folleto ofrece una

visión muy particular del paraíso a los ojos y bolsillos del turista, que no concuerda con la realidad, ya que a los turistas los mantiene generalmente alejado de la población local.

El Caribe fue recolonizado a partir del exterminio de la población y repoblado con esclavos traídos de África, y despoblado al comenzar la descolonización a mediados del siglo XX ante el ocaso del modelo económico colonial. ¿Ese es el paraíso descubierto?

Los ingleses dan a sus colonias en las Antillas un nombre específico *Sugar Islands*, “Islas del azúcar”, una denominación geográfica con marcado acento económico de justa connotación mercantil. Así, las Antillas inglesas, francesas, holandesas y danesas eran islas del azúcar, a lo que luego se le sumaron las Antillas españolas (MORENO FRAGINALS, 1978:15).

Pero el Caribe es amplio y la costa centroamericana fue escenario de las históricas bananeras, un modelo colonial que dejó destruidas las economías de estos pequeños países, desde su auge, coincidentemente en las últimas dos décadas del siglo XIX al ocaso del colonialismo a mitad del siglo XX.

Los paraísos turísticos de hoy de la costa caribeña de Centroamérica eran el escenario de las bananeras, para algunos fenómenos aislados surgidos en el colonialismo, para otros los estructuralistas como SEERS DUDLEY se trataba de países con economías “predispuestas para la exportación”, algo con lo que concuerdan BEST y BECKFORD sobre la economía de plantación (ELLIS, 1983:15).

Esta visión, casi “racista” o determinista sobre estas islas, se continuó como una profecía bíblica; ayer se exportaban bananos, hoy se exportan ilusiones para los imaginarios de los turistas del primer mundo que quieren hacer un “viaje al pasado”, que nunca existió.

El turismo va creciendo a través de los barcos que combinan carga con pasajeros y del nacimiento en la década del treinta de la Pan American, la línea aérea bandera de Estados Unidos que logra controlar esa parte del Caribe y Centroamérica hasta sus bases en Panamá, sede del principal enclave.

Pero el Caribe tiene una historia diferente al resto de los paraísos, ya que accede al turismo masivo a consecuencia de un enfrentamiento político, la revolución cubana, en plena guerra fría y en momentos de auge del capitalismo.

El cronograma de la tragedia caribeña se inicia 1959 con el triunfo de FIDEL CASTRO; en 1961 se alza en armas en Guatemala el capitán John Sosa; en 1964, Estados Unidos interviene militarmente Guyana contra el socialista JAGAN y al año siguiente invade República Dominicana.

La geopolítica de Estados Unidos ayudó así a implantar el turismo como una salida a la descolonización pero manteniendo el control a través de los marines y de las inversiones de estas jóvenes naciones que pretendían un cambio a partir del fin del viejo orden colonial, no pensaron que éste tenía reemplazante, Estados Unidos, y un modelo alternativo: el turismo (ARNAIZ y CÉSAR, 2009: 242).

Tras las islas paraísos y las costas de ensueño están la esclavitud, las plantaciones, el exterminio de pueblos, las bananeras y las invasiones, algo que esta industria de la felicidad recubre, disfraza y transforma para hacerla atractiva fuera del contexto real a los turistas, desconocedores de la historia real, pero con capacidad de consumo.

Una primera respuesta

El turismo no se limita a una o dos funciones dentro del sistema capitalista global: son muchas, unas propias como ser el modelo

de la transición de las economías no integradas o periféricas al sistema; otras indirectas, como la ideológica dentro de la sociedad de consumo.

Todas se combinan para hacer de esta compleja actividad un motor importante en la economía global, funcional a la globalización, a la desterritorialización y la creación de territorios de placer donde se pueden alojar los dineros de la economía criminal.

Pero la transición es el tema más interesante y más profundo como función de este modelo, porque se trata de un esquema en estas zonas aisladas o periféricas donde se inicia una verdadera recolonización, que no tiene la violencia física del trabajo de la plantación pero sí la subordinación y el control de ésta, al extremo que Moreno Fragnals la define como el cuarto modelo de plantación.

El colonialismo pasa de la ocupación y control territorial al neocolonialismo de control económico e ideológico, pero siempre se trata de un modelo impuesto desde afuera, y una de las formas que toma este nuevo modelo es la del turismo, que se adecúa a estas nuevas circunstancias, ya que inicialmente es aceptado aunque después de unos años es rechazado, al comprender el papel de este nuevo “caballo de Troya”.

Actualmente hay una combinación más compleja que no hemos desarrollado en este breve ensayo y es el ecologismo y el turismo como cabezas visibles de las nuevas transformaciones en las zonas más aisladas, donde la penetración en las reservas abre las puertas al ecoturismo y ello siembra la base para una nueva economía, que rompe la solidaridad de estos pueblos.

Pero esto no es casual que el gran imperio de la Inglaterra Victoriana comenzó con los cotos de caza, luego las masacres a los pueblos que se resistían, y los parques naturales para

ratificar la expulsión de los pueblos y junto a ellos el turismo, nuevas caras para el viejo colonialismo.

El modelo se repite de manera más brutal en Estados Unidos, donde tras las masacres a los pueblos en la famosa marcha hacia el oeste, se hacen los grandes parques nacionales. En el Caribe, tras las plantaciones, que ocultaban el exterminio de pueblos y la esclavitud, emerge la playa de ensueño; en el Pacífico se da algo similar en diferentes vertientes y como modelo experimental, a comienzos del siglo XX.

En síntesis, el capitalismo se ha ido transformando y con él sus modelos. Unos tienden a desaparecer o atomizarse, como el de la gran industria, o a desterritorializarse; otros, a ampliarse, como el sector terciario. Este último es hoy el motor del sistema capitalista global, encabezado por el sistema financiero mundial, al que le sigue en orden de importancia el turismo, que es algo más que el viaje: es una nueva forma de adecuarse a la sociedad de consumo.

Bibliografía

AMÍN, SAMIR (1989). *El Eurocentrismo. Crítica de una ideología*. México: Siglo XXI Editores.

ARNAIZ BURNE, STELLA MARIS y ALFREDO CÉSAR DACHARY (2009). *Geopolítica, recursos naturales y Turismo*. México: Universidad de Guadalajara.

ARNOLD, DAVID (2000). *La naturaleza como problema histórico. El medio, la cultura y la expansión de Europa*. México: Fondo de Cultura Económica.

BAUMAN, ZYGMUNT (2003). *Modernidad líquida*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

BERMAN, MORRIS (1987). *El Reencantamiento del Mundo*. Chile: Cuatro Vientos.

- BURCHELL, S. C. (1995). "La edad del Progreso (1850-1910)", en *Atlas Culturales del Mundo*, t. II. Barcelona: Editorial Folio.
- CARANCI, CARLOS A. (1998). "Europeos y Oceanianos. Algunas reflexiones acerca de las visiones europeas sobre Oceanía", en *Revista Española del Pacífico*. AEEP, n.º 8, año VII, pp. 33-59.
- COLCHESTER, MARCUS (2002). "¿Parques de áreas silvestres o conservación comunitaria?", en *Boletín WRM. Movimiento por los bosques tropicales*, n.º 62 septiembre. República Oriental del Uruguay. Disponible en www.wrm.org.uy/boletin/62/.
- CORBIN, ALAIN (1993). *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)*. Barcelona: Mondatori Grijalbo.
- DAUMAS, MAURICE (1996). *Las grandes etapas del progreso técnico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- DE KADT, EMANUEL (1991). *Turismo: pasaporte al desarrollo?* España: Endymion.
- DOUGLAS, NORMAN y NGAIRE, DOUGLAS (1998). "No era un paraíso corriente: imaginiería visual y verbal en el surgimiento del turismo en las islas del Pacífico", en *Revista Española del Pacífico*. AEEP, n.º 8, año VII, pp. 59-81.
- ELLIS, FRANK (1983). *Las Transnacionales del Banano en Centroamérica*. Centroamérica: EDUCA.
- FERNÁNDEZ FÚSTER, LUIS (1991). *Historia General del turismo de masas*. España: Alianza Universidad Textos.
- FERNÁNDEZ FÚSTER, LUIS (1991a). *Geografía general del turismo de masas*. España: Alianza Universidad.
- FERRO, MARC (2000). *La colonización, una historia global*. México: Siglo XXI.
- GARAY TAMAJON, LUIS ALFONSO (2007). *El ciclo de evolución del destino turístico. Una aproximación al desarrollo histórico del turismo*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- GARCÍA, MARGARITA (2005). *Ecología profunda y educación*. Tesis de doctorado. España: Universidad Complutense de Madrid.
- GORDON, BERTRAM M. (2002). El turismo de masas: Un concepto problemático en la historia del siglo XX. *Historia contemporánea*, n.º 25 (II). España: Universidad del País Vasco.
- HARVEY, DAVID (2008). *París, capital de la modernidad*. España: Akal.
- HERNÁNDEZ, JOSÉ MANUEL (2008). *Orígenes del movimiento de protección de la naturaleza. Notas sobre la introducción de Jorge Reichmann a "La ética de la tierra"*. Disponible en www.nodo50.org.
- History of Wildlife Conservation in Pennsylvania (HWCP) (2003). Disponible en www.wildlifeforevereveryone.org/history.
- HOBBSAWM, ERIC (2004). *La era del Imperio (1875-1914)*, 4º ed. Argentina: Crítica.
- LÓPEZ ROIG, JORDI (2008). "El turismo ornitológico en el marco del postfordismo, una aproximación teórico conceptual", en *Cuadernos de Turismo*, n.º 21. España: Universidad de Murcia, pp. 85-111.
- MACCANNEL, DEAN (2003). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. España: Melusina.
- MORAGUAS CORTADA, DAMIÁN (2006). *Turismo cultural y desarrollo*. España: AECIT.
- MORENO FRAGINALS, MANUEL (1978). *El Ingenio. Complejo económico social cubano del Azúcar*, t. I. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

NARANJO, JUAN (2006). *Fotografía, antropología y colonialismo (1848-2006)*. Barcelona: Plaza Ediciones.

NISBET, ROBERT (1981). *Historia de la idea de Progreso*. Barcelona: Gedisa.

QUANCHI, MAX (1998). “¿Había Papúas? Imágenes, representaciones y fronteras visuales”, en *Revista Española del Pacífico*, n.º 8. España.

RYBCZYNSKI, WITOLD (1992). *Esperando el fin de semana*. Barcelona: EMECE.

SALAZAR B., NOEL (2006). “Antropología del turismo en los países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generado por el turismo”, en *Tabla Rasa*, n.º 5. Diciembre. Bogotá.

SANTANA, AGUSTÍN (1997). *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.

SHANKMAN, PAUL (2000). “Cultura, biología y evolución: El Mead – Freeman, controversia”, en *Diario de la Juventud y Adolescencia*, vol. 29, n.º 5, pp. 539-556.

STRACHAN, IAN GREGORY (2000). “El fantasma de Colón: El turismo, el arte y la Identidad nacional en Las Bahamas”, en *Centro Cultural del BID*, n.º 37. Washington.

TROTSKY, LEON (2004). El pensamiento vivo de Karl Marx. Disponible en www.marxists.org/espanol/trotsky/1939/.

TURNER, LOUIS y JOHN ASH (1991). *La horda dorada*. España: Endymion.

WALTON, JHON K. (2002). “Aproximación a la historia del turismo en el Reino Unido, siglos XVIII-XX”, en *Historia Contemporánea*, n.º 25. (II). España: Universidad del País Vasco, pp. 65-82.

WESSELING, HENRI L. (1999). *Divide y vencerás. El reparto de África 1880-1914*. España: Península.

YAMASHITA, SHINJI (2003). *Bali and Beyond: Explorations in the anthropology of tourism*. S.J. Eades (trans.). York: Berghahn Books. New.