

Reseñas de publicaciones

Native tours. The anthropology of travel and tourism.

Chambers, Erve. Illinois: Waveland Press. 2000.
ISBN 1-57766-089-7

Raquel de la Cruz Modino

En esta obra David Chambers nos revela la importancia del trabajo antropológico y de investigar sobre el terreno, en cada caso, la evolución de la industria turística. Mediante el relato y análisis de un gran número de investigaciones antropológicas sobre distintas áreas en las que el turismo ha hecho su aparición, su autor trata de contextualizar la actividad turística con el fin ahondar en los efectos socioeconómicos y culturales que ésta haya podido provocar en diversas zonas convertidas en áreas de destino, y de analizar la actividad misma desde sus orígenes hasta su más novedosas formas de expresión, pasando por todos y cuantas personas y entidades estén involucradas o jueguen un papel importante en el desarrollo de la industria turística, sus relaciones, y las múltiples formas que han adoptado y adoptan los productos e imágenes que son ofertados en el mercado.

El turismo, como defiende Chambers, es antes que nada una forma de práctica cultural cuyas consecuencias suelen estar más allá de las que la literatura académica, como la gran mayoría de las personas involucradas en el mercado turístico, suelen considerar. El problema del análisis o de las investigaciones en materia de turismo deriva de la dificultad para establecer generalizaciones sobre la experiencia turística

y sus implicaciones para el gran número de agentes (humanos y no humanos) que están en mayor o menor medida involucrados. La literatura académica, consciente de la necesidad de estudiar las particularidades del turismo en cada contexto, está llena de casos específicos pero éstos rara vez trascienden del momento presente en el que las investigaciones son llevadas a cabo. Y la actividad del turismo, caracterizada por su dinamismo y plasticidad, debe ser observada también de manera longitudinal, introduciendo en su estudio la perspectiva histórica y la necesidad de planteamientos futuros, si queremos comprender sus cambios y los efectos que puede generar a largo plazo.

Generalmente se suele considerar al turismo como una invención de la civilización occidental. Por lo que no se ha prestado demasiada atención a muchas de las características socioculturales de los turistas en potencia desde las áreas emisoras del turismo. No obstante factores como éste van a marcar diferencias importantes entre los distintos tipos de turistas y en los diversos efectos que éstos puedan provocar. Además de influir en las relaciones que se establezcan con los locales, en los prejuicios, deseos y estereotipos con los que los viajeros se desplazan a las áreas de destino y en las pautas seguidas para la acomoda-

ción de estas últimas según las expectativas de los visitantes. Los antropólogos han sabido estudiar y comparar diversas áreas y escenarios en los que la actividad turística es llevada a cabo pero la tendencia a observar el turismo como una manifestación internacional, principalmente a través de las desiguales relaciones que se establecen entre turistas y anfitriones, impide ver otras muchas expresiones y elementos relevantes de la industria, del mercado turístico y de la actividad misma. Como antropólogos, siguiendo las propuestas de Chambers tenemos que dejar de tomar al turista como el principal elemento de la experiencia turística. Debemos ampliar nuestras miras de estudio hacia las áreas emisoras en las que se comienza a gestar la conversión entre individuo (turista en potencia) y turista. Tenemos que ser capaces de abrir nuestras fronteras de estudio hacia todos los elementos que tanto a nivel local como a nivel global afectan y son afectados por los desarrollos del turismo, y que dejar de ver a los locales y a los trabajadores temporeros del turismo como meros receptores pasivos de la actividad turística.

En esta obra, Chambers prestará especial atención a las motivaciones y comportamientos turísticos, a la complejidad socio-cultural de los encuentros entre turistas y anfitriones, turistas y turistas, residentes locales o nativos y trabajadores temporales del turismo, turistas y trabajadores temporeros del turismo, y entre cuantos agentes participen voluntaria e involuntariamente, en mayor o en menor medida, en la experiencia turística de unos y otros. E introduce en su reflexión los procesos de recepción y hospitalidad, para llamarnos la atención sobre el entramado conformado por la industria de la hospitalidad y de los mediadores del turismo, con el fin de acercarnos a la complejidad del sistema y del proceso turístico. Siguiendo esta línea Chambers comenzará analizando los tipos de turismo y de actividades turísticas; se referirá, en un segundo momento, a la amplia variedad de comunidades y de regiones en las que tienen lugar las anteriores. En su obra mirará hacia los mediadores del turismo, que antes nombraba, individuos e instituciones que suelen permanecer al margen de los estudios sobre las relaciones entre anfitriones y visitantes y que no viven ni se encuentran

siquiera cerca de los lugares en los que el turismo se desarrolla. Y considerará la relevancia de las particularidades de cada contexto en el que el turismo se desarrolla para estudiar hasta qué punto las características socioculturales de cada lugar resultan decisivas en las formas en las que el turismo es recibido y en las consecuencias derivadas de esta actividad.

Derribando estereotipos y falsas convicciones sobre el turismo

From Travel to Tourism ó desde el viaje al turismo, en el primer capítulo de su obra, Chambers reconstruye los posibles orígenes y algunas de las claves más importantes que nos explican el desarrollo de la actividad turística en Occidente y su relevancia en la cultura occidental. El recorrido realizado por el autor que va desde los viajes y peregrinaciones religiosas, a las expediciones de las sociedades geográficas europeas pasando por la conquista del Oeste americano, pretende mostrar la relevancia de los conceptos de cultura y viaje que, aunque suelen ser considerados elementos dados en la experiencia humana, deben ser considerados interdependientemente en los estudios del turismo. La perspectiva histórica y cultural del viaje adoptada por Chambers contempla el error en el que solemos caer los teóricos del turismo al considerar a éste como la última consecuencia de la dinámica occidental, como la última manifestación del poder occidental en su conquista del ocio y del tiempo libre, y del capitalismo globalizador. En el desarrollo de la actividad turística intervienen muchos más elementos y si queremos contemplarlos hemos de dejar atrás muchas de las convicciones con las que solemos medir la experiencia turística. El autor de *Native Tours* destaca entre de ellas la común identificación entre turismo y tiempo de ocio, y entre el viaje y una clase social muy determinada. La idea de que el turismo y la hospitalidad son las dos caras de una misma actividad, la creencia de que esta última es un rasgo de las relaciones entre viajeros y anfitriones también debe ser desechada pues el gesto hospitalario no tiene nada de natural. Existe una larga y omnipresente industria de la hospitalidad que crece y adopta múltiples formas para tender a las demandas del turismo moderno. Como mediador de la

experiencia turística, la industria de la hospitalidad incluye desde entidades comerciales como agentes de viaje y empresas dedicadas a los servicios, hasta la administración que planea y dirige la formación de los locales en materia turística, pasando cómo no por los medios de comunicación. La importancia de la influencia de estos mediadores, rara vez estudiada, no se desvela únicamente en el desarrollo actividad y de la industria turística sino en la conformación de los individuos turistas en potencia, quienes deben llegar a ver el viaje como un elemento si no imprescindible por lo menos importante en sus vidas, y de las áreas de destino altamente dependientes de esta actividad económica considerada un verdadero motor de desarrollo y modernización.

Chambers defiende que hay que superar todas estas suposiciones comúnmente aceptadas para comenzar a ver que el turismo es una actividad altamente mediada, y que las relaciones entre visitantes y anfitriones nunca siguen un mismo patrón. Los individuos y agencias que median entre ellos determina todos los aspectos de la experiencia turística que ni muchos menos acaba cuando culmina el viaje. Estos mediadores siguen actuando directa o indirectamente, mediante sus productos por ejemplo, cuando el viajero vuelve a su área de residencia y se convierte en un ex-turista.

Competitividad y segmentación del mercado turístico

El turismo, tal y como lo describe el autor en su obra, desarrolla una industria muy competitiva en cuyo vértice se encuentran los destinos. Ello obliga a que nuestro trabajo como investigadores del turismo no se limite a éstas sino que debe comenzar mucho antes, atendiendo a factores tanto socioeconómicos como políticos que contextualizan los destinos y los centros emisores del turismo, que caracterizan tanto a los viajeros como a los anfitriones (locales o foráneos trabajadores), y prolongarse más allá del viaje en ambas áreas, observando a unos y a otros. La alta competencia intensifica la transformación de los lugares en los destinos que a la gente le gustaría visitar por lo que en el mercado turístico se da una revisión y una reconstrucción de las áreas de destino que obliga a los estudiosos del turismo a integrar el factor tiempo en sus

investigaciones. A los destinos, dentro del mercado turístico, se les exige contar con unas características especiales para diferenciarse en la competencia con el resto. Y en este sentido el turismo se convierte en un mecanismo por el que surgen diversos discursos e imágenes en el proceso de auto-representación y construcción de las identidades socioculturales.

Chambers defiende que el turismo no debe ser percibido únicamente como una cuestión económica, hay que introducir en su estudio, y en los criterios que utilizamos para medir su desarrollo, las variables socioeconómicas.

El desarrollo turístico contemplado desde el planteamiento del autor de *Native Tours*, puede ser evaluado en relación a sus costes de oportunidad. Éstos son costes asociados a la participación en la industria que atañen a diversos agentes, no sólo a los más cercanos o involucrados en el mercado turístico, y que pueden ayudarnos a superar la subjetividad que en muchas ocasiones parece envolver a otros conceptos como el de capacidad de carga, sobre el que no se acaban de poner de acuerdo los académicos.

El análisis de los costes y beneficios es el elemento más considerado para medir el desarrollo turístico, pero la traducción de los mismos no se debe limitar a los rendimientos económicos obtenidos por mediadores del turismo. Hay numerosos costes de todo tipo que son asumidos por las poblaciones locales no involucradas en los desarrollos turísticos. Y existen múltiples actividades económicas oficiales o no, más o menos ligadas al mercado turístico, que también están sujetas a éstos.

Los beneficios y costes del turismo trascienden más allá de la esfera económica. Por ejemplo, los beneficios producidos pueden repercutir sobre los valores y estilos de vida de los locales residentes en las áreas de destino. Evidentemente, la situación del mercado turístico y las fluctuaciones de la industria afectarán directamente a los trabajadores temporeros del turismo, pero además, serán decisivos a la hora de establecer las relaciones entre locales, mediadores, trabajadores (foráneos o no) y turistas. Así como para comprender la clase de relaciones desarrolladas entre los diferentes niveles y sectores de influencia: empresas privadas, organizaciones internacionales

les, agencias gubernamentales... Por todo esto, en el planeamiento turístico deben intervenir todos estos factores implicados y se han de contemplar todos los posibles afectados.

La dificultad de establecer fronteras

La industria del turismo internacional está dominada por los países emisores, por las empresas privadas proveedoras y gestoras de los bienes y servicios consumidos por los turistas en las áreas de destino. Y esta dominación del sector privado requiere de negociaciones con la administración pública, sobre todo en aquellos países en vías de desarrollo que apenas cuentan con las infraestructuras necesarias para atender y atraer a los visitantes. En este sentido, sobre la relación entre turismo y política, David Chambers se afana en su obra en mostrar las diferentes formas no sólo en las que la política, como estamos acostumbrados a ver en los estudios, afecta al turismo sino en cómo este último influye en las políticas locales, nacionales e internacionales incluso.

Generalmente el estudio del turismo ha tomado determinados elementos entre turistas y anfitriones a modo de marcadores, en función de factores como el dinero, la nacionalidad, la distancia social o cultural. Por este motivo, las clases de turismo que normalmente recogen los estudios son aquellas en las cuales las diferencias entre anfitriones y visitantes están muy bien delimitadas, y son menos problemáticas. Sin embargo, argumenta Chambers, el turismo es más que un compromiso recíproco y los involucrados a menudo cambian roles. En muchas de las áreas que tradicionalmente consideramos emisoras se desarrollan formas y actividades turísticas que bajo los parámetros comúnmente utilizados para diferenciar entre destinos y áreas emisoras, entre turistas y no turistas, no podemos apreciar. Esto es especialmente difícil de distinguir en zonas donde hay un elevado número de turistas locales o en las que la población y los turistas están inmersos en las mismas actividades y se sirven de las mismas infraestructuras. Como vemos, el autor, nos recuerda que las categorías de turista y anfitrión son mucho más problemáticas de lo que acostumbramos a considerar.

Al igual que en cuanto al radio de acción e influencia de la actividad turística y la industria turística, es muy difícil establecer generalidades sobre los impactos del turismo. Antes seguíamos el argumento de Chambers viendo que las implicaciones socioculturales del turismo eran múltiples y se daban en diferentes niveles. Política, economía y sociedad no son ni mucho menos esferas separadas. Y por su puesto una actividad tan compleja y que atañe a tantos grupos y personajes, como es la actividad turística, encuentra incentivos y provoca efectos en los tres. También en el medioambiente.

La industria turística requiere inevitablemente para desarrollarse consumir recursos y espacios. Además, los turistas introducen cambios en las pautas de consumo propias de cada área de destino, que pueden afectar negativamente al medioambiente. A su vez, con la visita a muchos destinos cuyo mayor atractivo es la naturaleza y con la realización de nuevas actividades ecológicas que segmentan el mercado se están fomentando nuevas áreas, se ayudan al desarrollo económico de éstas y se promueve la preservación de los mencionados recursos naturales. Pero no se trata de decir que el turismo daña el medio ambiente y que por ello hay que diseñar nuevos productos sostenibles con el medio, o de contemplar el turismo como un nuevo agente protector de la naturaleza, sino de abogar por un planeamiento turístico responsable y consciente de los límites naturales y sociales con los que cuenta un área determinada. Ciertamente, como reconoce el autor de la obra, el ecoturismo y en general estas formas novedosas de turismo, pueden ayudar a desarrollar nuevos micro-destino en áreas económicamente deprimidas, sobre todo en países en vías de desarrollo. Pero precisamente las características socioeconómicas y políticas de estas áreas que no cuentan con infraestructuras y planeamientos en materia de turismo, conducen en muchos casos a efectos no deseados y a impactos negativos sobre el medioambiente.

Muchos antropólogos e investigadores del turismo a los que Chambers se refiere en este libro, ofrecen principios y describen pautas a seguir para un desarrollo turístico sostenido o para la activación de nuevas

actividades sostenibles con el medioambiente y con las características socioculturales de las áreas de destino. Pero si algo se desprende de la obra de Chambers, igualmente, es que hay que acercarse a la realidad de cada área en particular. El tema de la sostenibilidad es especialmente escabroso si tenemos presente que los parámetros de sostenibilidad y los cánones de actuación sostenible suelen estar diseñados desde occidente, desde los países emisores, mientras que van a aplicarse precisamente sobre aquellos que están buscando hacer del turismo un nuevo motor de desarrollo económico.

Las implicaciones de la industria turística son muchas y de muy diversa índole. Muchos aspectos socioculturales intervienen en los procesos turísticos e influyen en el mercado. Otros, como el sexo, las relaciones internacionales, el lenguaje, las ideologías, las dinámicas de producción y consumo de espacios...sobre los que no he hecho mención, intervienen también en la experiencia turística y en la evolución de la industria turística. Todos ellos están ampliamente tratados en esta obra que procura siempre recordarnos que el turismo no es bueno ni malo, sino que está enclavado en una red de relaciones de diversa índole, sin la que no podríamos comprender sus desarrollos, y que hay que analizar tanto a nivel local como global.

Precisamente, en la línea seguida por el autor de *Native Tours*, el turismo aparece como un excelente terreno para explorar las relaciones entre lo global y lo local. El moderno turismo es en cierto modo una consecuencia de fuerzas globales, al igual que una consecuencia de la presencia de lugares y gentes específicos. De las interacciones entre ambos, muchos autores preconizan el aumento y desarrollo de procesos homogeneizadores que ya podemos observar en la expansión de la empresa capitalista, en la rutina de los patrones de consumo, en la formación de los trabajadores del turismo, en la estandarización de los productos turísticos... Pero también es cierto que el moderno turismo y las nuevas formas de turismo crean nuevos espacios y añaden nuevos significados e interpretaciones a éstos y a las prácticas que tradicionalmente se desarrollan en ellos. De la misma manera que la experiencia turística nunca es igual,

a pesar de que todas compartan ciertos rasgos indudablemente, ni sus consecuencias. El turismo se puede desarrollar a diferentes escalas y en cada una de ellas provocará diversos efectos a distintos niveles. Podemos ver que muchos destinos están atrapados en procesos homogeneizantes creadores de entornos completamente irreales para el uso turístico como *Disney World*, pero también el turismo crea lugares para la diferencia e integra en los espacios elementos diferenciadores. Es más, el turismo, como veíamos antes, necesita de la diferencia y de una constante innovación.

Sea como sea, Chambers concluye afirmando la necesidad de comprender el papel que juega la industria turística a nivel global. El impulso del mercado ha transformado los lugares en los que vivimos, y ha marcado aspectos decisivos en nuestras relaciones con las personas. A juicio de Chambers el turismo ha alterado nuestra forma de entender el viaje y el ocio; y colectivamente, representa la mayor una de las industrias más grandes y con más trabajadores del mundo. Motivos por los cuales no debe ser tomado como una mera actividad trivial, sobre la que se puedan llevar a cabo fácilmente generalizaciones.

Estemos de acuerdo o no con las objeciones y propuestas de su autor, *Native Tours* realiza un amplio estudio sobre todas estas consideraciones y sobre múltiples aspectos que rara vez son tenidos en cuenta en el estudio del turismo. Representa por ello, a mi juicio, un estudio a nivel global sobre el fenómeno y la industria turística, pero atendiendo a los múltiples aspectos que a nivel local hemos de observar si queremos como estudiosos del turismo comprender el sistema turístico, y hacer predicciones y planeamientos que minimicen los efectos negativos y conduzcan los desarrollos turísticos de manera que podamos obtener unos óptimos beneficios.