

Julio ARAMBERRI

Turismo de masas y modernidad. Un enfoque sociológico

Centro de Investigaciones Sociológicas, 2011

Si se busca en Amazon la versión inglesa de este libro, se comprobará que uno de los lectores lo califica con la expresión 'A Breath of Fresh Air'. Efectivamente, en el contexto actual de la sociología del turismo este libro es una bocanada de aire fresco. Los expertos y académicos, cada vez más acostumbrados a textos centrados en aspectos concretos de la realidad turística, agradecerán este ambicioso texto que nos ofrece el Centro de Investigaciones Sociológicas en versión española, "Turismo de masas y modernidad. Un enfoque sociológico". Se propone Aramberry analizar los fundamentos de las principales corrientes teóricas de la sociología del turismo, objetivo al que dedica algo más de 400 páginas. Según sus mismas declaraciones es el hastío el impulso para escribir este libro. Pues dice no creer "en las explicaciones teóricas que tratan, contra viento y marea, de probar lo improbable".

Ante esta declaración de intenciones, y teniendo en cuenta textos previos del autor, es fácil emprender con entusiasmo dicha lectura. El libro es sumamente interesante (y también divertido, algo infrecuente en muchos textos sociológicos); pero esa bocanada de aire no puede ser suficiente para el enfermo (la sociología del turismo); Aramberry lo deja medio vivo durante el traslado al hospital, entregándolo moribundo. Y ello pese a que llevaba la ambulancia bien pertrechada de teorías, conceptos e historia para conseguir su reanimación completa. Es objetivo de Aramberry el turismo de masas moderno, dedicando la introduc-

ción a detallar sus límites históricos y las razones de definir tales límites. Desplazamientos hay desde los comienzos de la humanidad pero conviene señalar las diferencias con respecto a aquellas otras migraciones temporales o definitivas. El turismo actual está íntimamente ligado a la modernidad. Y en este contexto han confluído una serie de factores que han favorecido el desarrollo de este tipo de ocio con desplazamiento. Las sociedades de masas basadas en el mercado han mejorado de manera considerable el ocio de sus miembros, ofreciéndoles mayor esperanza de vida, mejores rentas, una industria de masas de productos de ocio, y sobre todo, vacaciones pagadas. El turismo de masas moderno sería la forma específica en la que las sociedades de masas organizan la conducta viajera vacacional de la mayoría de sus miembros. Ahora bien, la perspectiva desde la que se analizará dicho fenómeno social se encuentra claramente al margen de las dos corrientes mayoritarias de la investigación en turismo.

La investigación turística actual se encontraría en medio de una 'crisis de las tijeras'. Y ello es así por las siguientes razones. Por un lado, una gran mayoría de publicaciones parte del supuesto de la existencia del mercado y del objetivo de la búsqueda de beneficios. Por lo que sus esfuerzos están encaminados al 'puntillismo pragmático' que garantice un mejor funcionamiento de mercados y beneficios. En segundo lugar, habría otra corriente unificada por los planteamientos críticos al

desarrollo del turismo y a los impactos del mismo, y que usualmente se valen del paradigma posmoderno. Mientras los primeros están centrados en el uso de técnicas de investigación que únicamente se detiene en aspectos concretos y a veces minúsculos del devenir turístico; los segundos centran sus energías en la crítica al turismo de masas moderno y en la propuesta de nuevos tipos de desarrollo turístico, sin prestar atención necesariamente a la evidencia empírica y seriedad metodológicas. Es la separación entre los que pretenden responder al *cómo* y al *porqué*. Con este planteamiento comienza Aramberry la crítica de este segundo grupo, al que dedica en realidad el libro, pues después de la introducción se olvida del primero. Quizá no le interesa el análisis crítico de lo que constituye la mayor parte de la investigación actual sobre turismo porque coincide con muchos de sus supuestos teóricos (aceptación del mercado como mecanismo regulador adecuado de las acciones económicas). Desde la perspectiva del autor, “entre la gestión de negocios y los estudios culturales de los *pomos* y su amplia progenie, los aspectos fundamentales de la existencia y las funciones del turismo de masas desaparecen” (p. 30).

Para la crítica de la investigación turística actual, el autor parte de “una cierta firmeza estructural... cuando se trata de teoría el autor prefiere seguir la senda más bien determinista que se basa en la sociología, la economía política y la historia” (p. 35). Parece un buen punto de partida, aunque como veremos luego insuficiente para una renovación del programa de investigación del turismo. Y con este punto de partida, analiza el planteamiento

de los posmodernos en los capítulos uno y tres. De los que critica férreamente sus presupuestos de partida, que no repetiré por conocidos. Únicamente subrayar por un lado, que el capítulo tres profundiza en los fundamentos teóricos que han permitido el desarrollo de la teoría posmoderna, desde la semilla puesta por Lévi-Strauss y Foucault, y sus añadidos posteriores. Y por otro lado, plantear mis dudas acerca de la amplitud del paraguas de la expresión “posmodernos”, pues quedan bajo el mismo autores que van desde los posmodernos hasta los marxistas críticos con el desarrollo turístico.

Resultan de mayor interés para la investigación sociológica del turismo los siguientes capítulos del libro. El segundo está dedicado a la importancia relativa del turismo internacional y doméstico. Mientras en la literatura abundan los estudios dedicados al turismo internacional, escasean las dedicadas al turismo doméstico. Y ello genera una serie de problemas: el primero de ellos es puramente empírico: en muchos países el turismo doméstico es también muy importante, aunque los investigadores tienden a detenerse únicamente en los desplazamientos internacionales. Es más, la internacionalización del turismo es relativa, pues muchos movimientos turísticos son interregionales, siendo más probable que los europeos viajen a otros países de este mismo continente, y lo mismo en el resto de regiones del mundo. Ello lleva a un segundo problema que tiene trascendencia teórica. El acento de la investigación en los viajes internacionales refuerza la idea de la importancia del turismo como factor de cambio social y cultural en las sociedades anfitrionas, que diría V. Smith. El turismo

internacional sería una representación de todo el turismo realizado, lo que engarza a la perfección con muchas de las asunciones que los posmodernos utilizan para analizar el turismo. Especialmente con la idea de que el turismo es “una de las fuerzas, quizá la fundamental, del proceso de globalización y recibe por ende todas las críticas por los efectos dañinos de esta última” (p. 73). A partir del análisis de distintas fuentes de datos, Aramberri muestra que siendo el turismo una actividad económica con una importancia creciente, los desplazamientos se producen sobre todo dentro de los propios países, o en el mismo ámbito continental. Lo que le permite continuar el ataque y desmantelamiento de una idea muy socorrida dentro de la literatura turística posmoderna, la de que “toda actividad turística es otra forma de colonialismo... o que es una de las armas principales de que se vale Occidente para imponer su hegemonía al resto del mundo” (p. 92). Los desplazamientos turísticos entre áreas culturales realmente distintas son minoritarios, por lo que en términos empíricos resulta algo ridículo la atribución de responsabilidad al mismo de impactos culturales. En cualquier caso, si la intención del autor es desmantelar el argumento de los posmodernos lo ha conseguido. Si además pretende poner una primera piedra del edificio de la teoría sociológica turística no termina de conseguirlo, dada la superficialidad con la que presenta y trabaja los datos seleccionados. Puestos a ello, los datos y la metodología empleada deberían haber sido tratados con mayor exhaustividad y claridad.

Los capítulos cuatro y cinco son realmente interesantes. Ambos están dedica-

dos a líneas de investigación denominadas posmodernas; la primera arranca con la obra de MacCannell y la segunda con Turner. Ambas coinciden en su olvido de los procesos económicos, y de estar más preocupadas por la crítica al turismo de masas que por el análisis sistemático del mismo.

El capítulo cuatro está dedicado a la obra de Dean MacCannell y su formulación sobre la motivación turística fundamental (la búsqueda de la autenticidad), con tanta trascendencia en la sociología de la demanda turística. Pasan a ser analizados por Aramberri los propósitos teóricos de MacCannell (la explicación de la modernidad desde distintos puntos de vista), así como la adaptación sui géneris de dicho concepto, su idea de que la mercantilización pervierte la experiencia turística, y la incorporación en su obra de la semiótica. Ésta permite un marco de análisis de las relaciones entre las atracciones turísticas y el reconocimiento de las mismas a través de los marcadores, los cuales acaban siendo concebidos como los creadores de la atracción, en lugar de elementos de señalización. Se critica esta deriva posmoderna, por prescindir de procesos materiales, económicos y prácticos que los actores turísticos activan en su visita a las atracciones.

Finalmente se centra en el concepto de autenticidad, que tanta fama ha dado a MacCannell. Y la disección del mismo le lleva a concluir que la manera en que desarrolla sus argumentos le impide llegar a un adecuado conocimiento de las motivaciones turísticas. Este capítulo del libro es altamente recomendable para todos aquellos investigadores interesados por

las motivaciones turísticas, sean críticos o no con MacCannell.

Algo parecido puede decirse del siguiente capítulo, “teologías de la liberación”. Con este divertido título invita Aramberri a continuar la senda teórico-empírica cuya perspectiva culturalista prevalece de tal forma que olvida las mundanas cuestiones de carácter económico. En la clasificación presentada por el autor, se trata de la segunda línea de investigación posmoderna, esta vez partiendo de Victor Turner. Mientras que en el caso de MacCannell, en la sociedad moderna mercantilizada la búsqueda de la autenticidad está condenada al fracaso; en el caso de los autores inspirados por la obra de Turner, “la modernidad y el turismo abren ventanas a la libertad individual” (p. 181). A partir del estudio de los ritos de paso por parte de Turner, diversos autores abordan el fenómeno turístico como un espacio de liminalidad. Disecciona el tratamiento de dicho concepto, y la limitación que supone la pérdida de su carácter histórico; pero sobre todo la manera en que ha sido utilizado en la investigación turística. Turner “inspiró una idea de modernidad llamada a influir en la investigación turística”, en la que los humanos se libran de la rutina de la vida cotidiana dominada por el trabajo a través del ocio y el juego. Ello desplaza al trabajo de cualquier papel significativo en la construcción de una sociedad humana digna de ese nombre.

Para Aramberri detrás de Turner tenemos a Weber y sus tesis sobre las relaciones entre ética protestante y espíritu del capitalismo. A mí me parece que este último argumento está traído por los pelos. Pero no deja de ser interesante el desgane

de ideas que desarrolla el autor acerca de Turner. Ahora bien, lo de Turner no es un paradigma, sino una matriz (el turismo como tipo especial de conducta, fuente de libertad) de donde arrancan tres propuestas teóricas de gran influencia en este campo de conocimiento: Jafar Jafari (posición cuasi-funcionalista: “lo extraordinario del turismo es su capacidad para hacer que la gente revierta a su vida ordinaria con renovada energía”, p. 211); C. Ryan (posición potencialmente liberadora: “el turismo puede convertirse en un instrumento activo para la emancipación social y personal”, p. 217); y Ning Wang (posición aparentemente liberadora: “el turismo es una especie de actividad... que por medio de la sacralización de las atracciones, crea un mundo de esperanza, de promesas y de salvación”, p. 227). Tanto estos tres autores como MacCannell coinciden también en una aproximación reduccionista a las motivaciones turísticas, al contemplar sólo unas pocas categorías (si no únicas, como en el caso de MacCannell). Eric Cohen es el cuarto autor que según Aramberri sigue la estela de Turner. Pero el tratamiento dado a este autor contrasta con la virulencia con que todos los anteriores fueron atendidos. Y ello parece ser así por el mayor respeto que Cohen profesa por los hechos, en claro contraste con los autores posmodernos diseccionados a lo largo del libro. Pero Cohen también acaba mirando la realidad turística bajo el prisma del enfoque culturalista de raíz weberiana, y condena al turismo de masas por hacer atractivo a muchas personas (a las masas) atracciones ‘banales’. Banales para los sociólogos; según Aramberri habría que tener más en cuenta lo que la gente que viaja considera atractivo o auténtico.

El resto del libro presenta diversos casos de análisis a partir de la matriz posmoderna, y la forma alternativa que según nuestro autor debería ser empleada. Por tanto, se trata de casos concretos, frente al componente teórico de la primer parte del libro. Las temáticas tratadas forman parte del ideario posmoderno en la investigación turística, a lo que el autor contrapone diversos argumentos y datos. Algunos de ellos también comparten evidencias de investigaciones empíricas del mismo Aramberri. Empieza con el turismo sexual, donde cuestiona algunos supuestos que la literatura posmoderna ha establecido acerca de dicho tipo de turismo en el Sudeste asiático. Sobre todo la idea de que su existencia es consecuencia de factores externos a las sociedades de esta parte del mundo y que representa un caso claro de la hegemonía cultural de Occidente, que a través del turismo afecta negativamente a estos países no desarrollados. Al contrario, deberían haberse considerado los vínculos entre el desarrollo de la industria sexual y las estructuras familiares de la zona; y se realizan cálculos que relativizan las cifras sobre el peso del turismo sexual en la zona, y por ende sobre su impacto económico. Finalmente, aporta argumentos y datos históricos que cuestionan la hegemonía cultural occidental en este tipo de turismo. El procedimiento seguido en los siguientes capítulos es el mismo. Se avanzan las afirmaciones de autores posmodernos acerca de los temas, y se contrarresta o contradicen con argumentos y datos. Así, se cuestiona en el capítulo “de paseo por el camino de la filosofía” la denuncia de los posmodernos del carácter destructivo que el turismo de masas ejerce sobre la

identidad cultural de los países no desarrollados, pues “mantienen la hegemonía occidental sobre el resto del mundo, causando así la decadencia de las identidades nacionales o comunitarias” (p. 288). Se considera la necesidad de una concepción más compleja de la cultura, que abandone versiones tradicionales y unidireccionales de la misma.

En cuanto al capítulo “los lenguajes del turismo”, se critica la propuesta que desde la semiótica estudia el sistema turístico. El turismo de masas requiere de imágenes, bien sean las empresas, los destinos, los gobiernos o los propios turistas. Frente a la idea posmoderna de que las imágenes sirven a la reproducción de lógicas de dominación cultural, se aportan argumentos y datos que buscan matizar este supuesto: en el ámbito del turismo hay diferentes actores y no todos comparten el mismo lenguaje, ni traducen o comprenden las imágenes de la misma manera. De tal manera, que “atracciones y destinos tal y como son presentados por sus promotores raramente coinciden con la percepción de sus audiencias” (p. 312). Ningún actor termina de controlar por completo las imágenes, en cuanto a su difusión y traducción del mensaje. Termina el capítulo analizando la obra de Graham Dann. Éste parte del supuesto de que “la comunicación o el lenguaje del turismo trata a sus destinatarios como niños que necesitan ser sometidos a control social” (p. 319). Los turistas se creen libres pero no lo son: la industria consigue tal creencia. El problema para Aramberri es que la realidad social no puede comprenderse únicamente a partir de los mecanismos de control social. Se requiere de los mecanismos del consenso

y de la confianza. El último capítulo está dedicado a las críticas y alternativas al turismo de masas, nuevamente a través de un análisis crítico de los principales supuestos y conclusiones de este tipo de investigaciones posmodernas.

Concluye el autor con una serie de afirmaciones cuyo objetivo es desmitificar el papel, importancia, funcionamiento y repercusiones del turismo de masas tanto en los países receptores como emisores; el turismo de masas moderno “no es más que uno de los múltiples beneficios que han acompañado el desarrollo de las modernas sociedades de mercado” (p. 405).

Ahora bien, una vez finalizado este repaso a la investigación turística de raíz posmoderna, y después de tamaña crítica y desmonte a la misma, surge la inevitable pregunta: ¿cuál es el programa de investigación que Aramberri propone como apropiado para el análisis sociológico de la realidad turística? Y la única respuesta que obtenemos es que “este libro defiende que la economía política clásica y la historia social, es decir, la sociología en movimiento... deberían ser preferidas como paradigmáticas porque colocan los intereses individuales y los efectos que de ellos se derivan en el centro de la acción social” (p. 406). Después de todo este despliegue de críticas a los desarrollos y supuestos de los planteamientos culturalistas resulta decepcionante esta apuesta final. Porque el actual desarrollo de la teoría sociológica y de la historia nos obliga a introducir más matices a esta declaración de intenciones tan loable. Y es que el problema lo plantea sin querer probablemente el mismo Aramberri cuando dice en uno de los capítulos empíricos: “no se presenta aquí un proyecto

de investigación, sino algunos comentarios escépticos sobre la obra de algunos autores que creen haber resuelto el asunto de una vez por todas” (p. 261). Cómo debe analizarse la actividad turística queda sin respuesta: está claro que no comparte la forma en que se ha analizado por parte de los posmodernos (y que los argumentos culturalistas resultan insuficientes y la economía es importante), pero esta abstracta propuesta queda demasiado en el aire para servir como programa de investigación sociológica del turismo.

Por otro lado, Aramberri parece disentir en ocasiones con los posmodernos no únicamente por sus teorías y metodologías sino porque critican el capitalismo con el que tan de acuerdo está. El excesivo énfasis en la crítica y menos en la exposición de fundamentos teóricos apropiados para el turismo explicaría el escaso interés que parece mostrar el autor cuando se trata de aportar datos consistentes sobre determinadas dimensiones criticadas. Es lo que ocurre en el capítulo dedicado al turismo doméstico ya comentado; y en los capítulos dedicados a aspectos concretos de la realidad turística, que parecen más un reguero desordenado de argumentos contra los posmodernos que una crítica consistente.

Sirva esta reseña para invitar a una persona de la valía de Julio Aramberri a acabar lo que parecía que había empezado con este libro: proponer una teoría sociológica del turismo más consistente con los datos empíricos.

J. ROSA MARRERO RODRÍGUEZ
Departamento de Sociología
Universidad de La Laguna