

# INFORME SOBRE TURISMO Y COHESIÓN SOCIAL

Este documento ha sido elaborado por el consultor de la OMT, D. Raúl Jaramillo Panesso

Se ha presentado en la VII Conferencia Ministerial de Turismo, celebrada en Chile del 29 de septiembre al 2 de octubre de 2007, para recabar los comentarios y propuestas de los representantes gubernamentales.

Las opiniones vertidas en este documento de trabajo no comprometen ni a la Secretaría General de la Organización Mundial del Turismo (OMT), ni a la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), ni al Gobierno de Andorra.

# INDICE

	<u>Página</u>
Introducción	4
PRIMERA PARTE – MARCO DE REFERENCIA TEÓRICA	7
1.1. Qué se busca bajo el concepto de cohesión social	7
1.2. Diversos puntos de mira	9
1.3. Hacia un re-examen de las políticas públicas	12
SEGUNDA PARTE – APLICACIONES PRÁCTICAS DEL TURISMO A LA COHESIÓN SOCIAL	20
2.1. Las dimensiones básicas de la relación	20
2.2. Efectos del turismo sobre la cohesión social	25
2.3. Políticas comerciales que operan a contracorriente de la cohesión Social	31
TERCERA PARTE – NUEVAS OPCIONES	35
3.1. En los planes de infraestructura y equipamiento	35
3.2. En el desarrollo comunitario	35
3.3. En los sistemas de profesionalización y adiestramiento	37
3.4. En la política antidrogas	39
3.5. En la política de fronteras	39

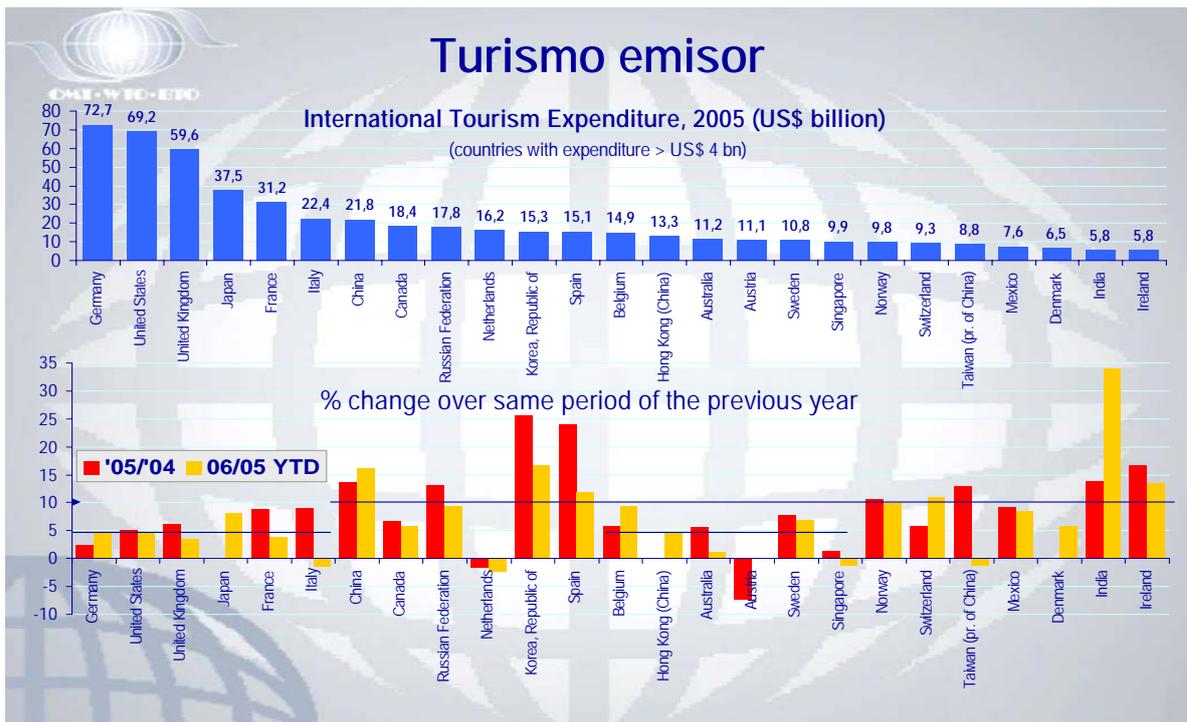
## **INTRODUCCIÓN**

Desde tiempos que suelen llamarse del *prototurismo*, signados por antiguas consignas religiosas que inducían a viajar (la visita a La Meca, el Camino de Santiago, las expediciones a Tierra Santa, por ejemplo), los movimientos temporales de personas comportaron un filón de progreso en la visión cosmopolita del mundo, en el acercamiento entre pueblos tradicionalmente ignorantes unos de otros y en afianzar la diversidad cultural, todo lo cual representó un avance humanista de enorme alcance: el viajero dejó de ser visto siempre como agente sospechoso y ser "civilizado" se asimiló desde entonces al trato fraternal que se debe al peregrino, cualquiera que fuese.

Mucho antes de que la noción de *cohesión social* se expandiera como un nuevo reto de la democracia, el turismo contemporáneo ya trabajaba indirectamente en esa misma dirección, llevando capas poblacionales de altos ingresos -inglesas, escandinavas, alemanas, francesas, norteamericanas- a hospedarse con intención de descanso en territorios de menor dinamismo o definitivamente pobres. No era una ayuda filantrópica consciente, sino resultado de que los buenos sitios de veraneo suelen ofrecer valores agregados comunes al menor desarrollo relativo: un ambiente natural poco intervenido, patrimonios históricos redescubiertos, densidad moderada, algún grado de exotismo. Y de contera, climas suaves y buenos precios. El caso de España, del Rosellón francés, del Adriático sur, de México, Egipto o Túnez, son ejemplos históricos de eso.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, el fenómeno se amplió a múltiples países y aquellos que fueron superando el atraso estructural o la devastación causada por la guerra también empezaron a ser ellos mismos grandes emisores, en sus propios u otros continentes, casos de España, Italia, Japón o los Emiratos Árabes.

Más recientemente, surgen corrientes de rusos, chinos, indios, coreanos, indonesios o brasileños que se incorporan a ritmo inusitado como consumidores turísticos de cierto peso en la geografía turística mundial. Por lo demás, el mismo proceso se reproduce a escala interna en todas las naciones cuyos centros de mayor importancia urbana, tecnológica, industrial o de comercio -que concentran por ello mismo las tasas más altas de ingreso- generan fuertes migraciones temporales hacia las periferias del mismo país, en busca de un ritmo más bajo en términos de productividad, tensiones ciudadanas y congestión vehicular, que hacen más propicio el ambiente para el reposo vacacional.



Fuente: Organización Mundial del Turismo

Sin embargo, es necesario anotar que así como el turismo lleva ingresos nuevos a las comunidades de periferia, también puede asentarse a veces en forma indeseada afectando a muchos de sus bienes tangibles e intangibles más preciados: su entorno natural, sus tradiciones, sus playas, su memoria arqueológica, su arte e incluso su mundo doméstico, como viene sucediendo en muchos litorales, islas y localidades de interés turístico en todo el orbe.

América Latina es una de las regiones del mundo donde la informalidad está cercana al 50 por ciento de la economía y las tasas de crecimiento no se traducen sino excepcionalmente en aumentos reales de la escala de salarios o de empleo. Allí se dan también fuertes desequilibrios en la distribución del ingreso, al punto de que la diferencia puede ser de una a quince veces entre el rango más bajo y el más alto, en tanto que en la Unión Europea tal rango va de una a cuatro veces. Por donde se deduce que todos los sectores que impulsan el progreso latinoamericano están obligados a rediseñar su futuro con miras a jugar un papel redistribuidor más justo. Si bien ha habido avances evidentes en la reducción de la pobreza en casi toda la región, los resultados todavía no son plenamente satisfactorios.

Con todo, basta con mirar el desarrollo urbano creciente, las mega-ciudades como México DF, Sao Paulo, Buenos Aires, Lima o Bogotá, para advertir el desplazamiento de grandes masas hacia sus vecindades cercanas y lejanas que logran así captar parte de la riqueza de las metrópolis, favoreciendo regiones donde no se cuenta con muchas alternativas económicas y cuyo empleo turístico es la base del sustento de millares de familias. El turismo internacional también ha descubierto allí abundantes playas, ciudades históricas y variados motivos de visita.

El ritmo de esas circunstancias se acentúa gracias a políticas de democratización de los viajes y de *turismo social*, que son a su turno la segunda forma en que el turismo juega activamente en las políticas de cohesión. Cada vez hay más y mejores planes turísticos gubernamentales con sistemas de descuento a favor de los grupos asociativos, los sindicatos, los niños, los jóvenes y la tercera edad.

En suma, día a día se descubren posibilidades de incorporar segmentos nuevos de demanda, resultantes de la propia acción de diversos grupos sociales y comunitarios, inspirados en las nuevas constituciones que definen el turismo como un derecho fundamental de todos los ciudadanos.

El turismo, por definición, juega pues al equilibrio económico-territorial y a mejorar la calidad de vida de todos los estamentos de la sociedad. Este documento trata de cómo conservar esa tendencia y de cómo incrementarla con políticas deliberadas.

## PRIMERA PARTE

### MARCO DE REFERENCIA TEÓRICA

#### 1.1 Qué se busca bajo el concepto de cohesión social

Las nociones tradicionales de desarrollo y democracia lideraron el progreso de las sociedades industriales y han marcado el rumbo en gran parte del mundo a lo largo de los dos últimos siglos, dando a los países abanderados de la representación popular directa un grado de bienestar ostensiblemente superior al de aquellos con regímenes autocráticos, incluso estando éstos parejamente dotados de recursos naturales, ciencia o tecnología. Pero tales conquistas del mundo democrático muestran a la altura de hoy una serie de vacíos, en el sentido de que, si bien las mayorías avanzaron a niveles de educación y de ingreso que medio siglo atrás eran exclusivos de las clases altas, persisten núcleos territoriales y comunidades claramente marginados del aumento de bienestar general.

Lo más preocupante es que se trata de grupos humanos y comunidades que no participan de los instrumentos de cambio normativos y de comportamiento incluyentes. Son personas y grupos que no tienen capacidad de expresarse en el contexto político normal ni tienen fuerza bastante para optar por otras vías reivindicativas, razón por la cual son proclives a optar por caminos socialmente indeseables. Los turistas, por cierto, pueden ser las víctimas ocasionales de esas reacciones.

Individuos y comunidades excluidos provienen en gran medida de la migración espontánea o provocada por fenómenos políticos internos, y también por las propias necesidades de mano de obra extranjera en las economías más prósperas. En otras menos prósperas, las conforman las minorías culturales, las víctimas de desplazamiento, los habitantes de regiones que fueron tradicionalmente más limitadas en riqueza natural o que perdieron competitividad por agotamiento de sus recursos. Las hay que entraron en decadencia por cambios drásticos en las tendencias del consumo o por nuevas tecnologías.

En fin, otras situaciones extremas se producen en los grupos humanos que nunca entraron a la modernidad o que no superaron barreras de discriminación por razones de sexo, religión, raza o edad.

Otro es el caso de gentes que viven circunstancialmente una especie de paréntesis de protagonismo en el escenario de la sociedad civil, por ejemplo, los conscriptos de las fuerzas militares, los reclusos, los discapacitados y algunas minorías celosas de su insularidad, o bajo sospecha social, como los reinsertados.

Son grupos a los que se considera poco en el desenvolvimiento habitual del mundo colectivo y el costo de su marginalidad puede ser arriesgado en situaciones de tensión.

En todos los escenarios descritos, el resultado es un abierto desfase entre el mejoramiento de la sociedad en su contexto mayoritario y esos núcleos diferenciados que sobreviven en condiciones de escasa o nula presencia, sujetos a menudo a la injusticia. Los instrumentos de cambio tradicionales –partidos políticos, iglesias, organizaciones populares, sindicatos, ONG, corrientes de opinión- se muestran operativamente limitadas en relación con esos núcleos, por la condición misma de su marginalidad, por su escasa cohesión o por factores aún más impeditivos, como el hecho de no poder expresarse correctamente en el idioma de la mayoría.

Una situación indignante y por desgracia frecuente, es la existencia -en pleno siglo XXI y en países democráticos avanzados- de minorías que carecen de voto y de cualquier otra forma de representación, precisamente porque se las considera irregulares o “ilegales” en su origen. Los inmigrantes y los desplazados tienen pocos medios para hacerse oír y, por consiguiente, pueden verse despojados del acceso a los niveles más elementales de seguridad social en sus patrias adoptivas.

Más grave aún es que la invisibilidad de estos grupos les impide ser percibidos por los demás ciudadanos, no son noticia, no tienen una ubicación física, social o geográfica precisa, no militan en los partidos así como tampoco pueden sacar pleno provecho de los bienes comunes a toda sociedad.

La lucha por la cohesión social, por la inclusión de esos grupos e individuos es, por consiguiente, el desafío ético más acuciante de este siglo, tanto en los países ricos como en los pobres.

En América Latina, los problemas mayores proceden más que de exclusión padecida por inmigrantes (aunque también existe), de limitaciones que discriminan a las minorías étnicas. En segundo término, derivan de la marginalidad urbana que pesa sobre grandes masas de campesinos que abandonaron el campo y aún no hallan su lugar. Y, finalmente, se alimentan de grandes movimientos de desplazados que provocan los conflictos viejos y nuevos que se viven en muchos países. Desde luego, están presentes con tanto o mayor rigor que en el resto del mundo otras formas atávicas de exclusión social.

Recapitulando la esencia de lo dicho, la cohesión social consiste en:

- Incrementar el sentido de pertenencia y la participación de todos los ciudadanos en todas las actividades y procesos de desarrollo, estrechando los nexos de comunicación y cultura, para que la diversidad se afiance sin rechazos expresos ni implícitos.
- Fomentar la inclusión de todos los grupos y estratos sociales en un ambiente de desarrollo democrático, lo cual supone combatir factores discriminatorios por raza, sexo, religión, ideología, edad, nacionalidad, oficio o nivel de educación. Y recuperar la noción de que la democracia supone no tan solo secundar la voluntad de las mayorías, sino velar por la protección plena de los derechos de las minorías.
- Frenar la desaparición progresiva de la "comunidad" como noción y como realidad sociológica e histórica, dado que la "urbe" en sentido moderno tiende a convertirse en masa anónima, sin vínculos de pertenencia, sin nexos lugareños y sin visión de un futuro compartido.

Estos tres objetivos que busca la teoría general tienen cabida natural y expresa en los fundamentos mismos del turismo, aunque, desde luego, muchos comportamientos individuales y colectivos que a veces se aprecian en algunas actividades de la industria de los viajes todavía perpetúan formas conscientes o inconscientes de discriminación. Estas se hacen visibles de muchas maneras, por ejemplo, en estructuras jerárquicas rígidas de oficios que no favorecen la movilidad en el empleo o que perpetúan un sistema de trabajo donde los trabajadores manuales se anclan en una subcategoría.

Otro ejemplo, de orden más palpable si se quiere, es el control de ingreso selectivo que en algunos casos se hace a determinados establecimientos y lugares.

Por supuesto, también se manifiesta en los factores que frenan el acceso de las comunidades más pobres a las formas modernas de descanso y recreación ligadas a los viajes.

## **1.2 Diversos puntos de mira**

En los últimos tiempos cobran influencia creciente visiones demasiado unilaterales del desarrollo, seguramente útiles en el terreno económico pero que, en tanto políticas de Estado, deben ser moderadas por criterios más respetuosos del bienestar colectivo. O bien, se las admite tardíamente sólo cuando ya el turismo aporta ingresos iguales o mayores a los del intercambio comercial rutinario.

Algunas formas contrapuestas de apreciar el asunto podrían ser las siguientes:

- Los ejemplos más usuales del aporte positivo del turismo al equilibrio social provienen de los trabajos de sociología turística que abundaron en los años sesenta, cuando se puso de relieve cómo las asimetrías en materia de desarrollo económico y de ingresos entre los diversos países y entre las diversas capas de población suelen ser inversamente proporcionales a las condiciones del medio natural poco intervenido, al modo de vida simplificado y, en general, a una menor presión antrópica, por lo cual el turismo juega de suyo un papel compensatorio en las ventajas comparativas regionales.

Con excepción del turismo de negocios, que por su propia naturaleza progresa al ritmo de la evolución técnico-comercial, otras formas de turismo, como el cultural y las demás modalidades cercanas al ocio y al descanso, operan al revés. Es decir, para el turista de sol y playa, el amante de la naturaleza, el curioso de la arqueología, el aficionado a los deportes al aire libre, el que recorre las ciudades históricas, los avances tecnológicos no afectan directamente sus planes, si bien adopta gustoso las novedades como cualquier otro viajero en aspectos como el transporte, la fotografía o las telecomunicaciones. En lo demás, sus necesidades podría decirse que se satisfacen prioritariamente con valores de otros órdenes.

- En un nivel distinto, cabe añadir que las comunidades receptoras, menos desarrolladas, suelen tener comportamientos más dispuestos a compartir los beneficios del turismo. Se trata de una visión que no admite mucho debate y que debería impregnar el conjunto de políticas públicas en torno al tema.

El postulado sociológico de fondo parte de constatar que era más incluyente la sociedad primitiva, en cuanto tenía menos compartimentado el trabajo y el grado de especialización laboral era menor. Es decir, tanto por procesos educativos tribales o familiares como por necesidades pragmáticas, las sociedades premodernas funcionaron –y funcionan donde aún subsisten- con menos tendencia a la marginación de algunos de sus miembros. De hecho, los huérfanos, los discapacitados y los ancianos tienen en esos mundos que perviven en modelos del pasado menos riesgos de abandono, se les asignan roles vitales a las mujeres, las tradiciones juegan un papel nucleador del *ethos* colectivo y hay, en suma, resortes de solidaridad más rápidos y eficaces que en las sociedades industriales.

Esas son ventajas aprovechables en ciertos destinos, pero, sobre todo, son un dato a tener en cuenta en ciertos planes turísticos que se orientan expresamente al etnoturismo, al fomento de iniciativas receptoras por parte de grupos indígenas, al empleo del ecoturismo como actividad sustitutiva de prácticas antiecológicas como la sobreexplotación forestal y otras del mismo corte.

- Pero al lado de lo anterior, como ya se dijo, sucede también que nuevas visiones del ámbito tecnocrático favorecen la segunda vertiente, o sea, aquélla que distancia el turismo de sus mejores efectos en el desarrollo social.

En primer término, conviene examinar las corrientes de pensamiento que ponen todos los afanes en la globalización. Asuntos como la competitividad y la inversión extranjera pueden estar sesgados por un pragmatismo descarnado al extremo, que induce a adoptar como receta común que el ingreso al mercado global exige la contención de los salarios y de las cargas de la seguridad social. Por lo cual, los oficios y el empleo turístico en sitios de mano de obra abundante y baja calificación, sujetos a estacionalidad, pueden ser candidatos fáciles para servir de campo experimental del trato austero y mostrar mayor retraso en ambas materias (salarios y seguridad social) frente a otros sectores económicos. De esos conceptos podrían derivarse distorsiones severas, por ejemplo, crear infraestructuras para favorecer el intercambio comercial más que para mejorar calidad de vida de la población, volcando todo el esfuerzo a resolver la conectividad física entre los centros de producción y los puertos, y entre éstos y los mercados. O hacer de la conectividad cibernética un mero instrumento de los negocios y no una nueva dimensión de la cultura, la ciencia y la formación de capital humano.

- Están en marcha algunos procesos de “recuperación” o de “optimización” del activo turístico mirándolo exclusivamente como fuente utilitaria de producción de divisas, olvidando que no se trata de un recurso equiparable al minero o el industrial, sino de un patrimonio social que cumple fines no exclusivamente ligados al costo de oportunidad y que, por el contrario, fue siempre y debería seguir siendo aprehendido y gozado por los propios habitantes. De esas prácticas pueden quedar, desde luego, secuelas de resentimiento local.
- El flujo migratorio como tema de la geopolítica tiene cada vez más peso del que se le reconoce en los movimientos turísticos, no solo por el volumen del tráfico internacional que representan los nacionales emigrados y sus familiares que van y vienen, sino por las barreras que lo tratan de frenar o desalentar, generando tensiones crecientes entre países, calentando ciertas fronteras y exacerbando nacionalismos ofendidos.

Por esa y otras razones, el movimiento étnico merece instrumentos de observación más cuidadosos de quienes gestionan o investigan el turismo. Y los gobiernos deberían a su turno ofrecer mejores condiciones de facilitación, movilidad y asistencia.

- En otro orden de ideas se dice, tal vez con razón, que la desaparición del empleo estable no es un problema que provenga del modelo neoliberal, sino producto del gran cambio tecnológico que el mundo vive en todos los órdenes. De acuerdo o no, lo cierto es que la sociedad debe ser formada en la adaptabilidad al cambio, y eso, por supuesto, es un principio prudente cuando menos.

Pero es necesario tener en cuenta que no todo cambio responde a un avance tecnológico en sentido estricto.

El turismo permite otear horizontes “retro”, donde ciertas prácticas aparentemente arcaicas en materia de recreación, tradición culinaria, vuelta al uso de bicicletas y caballos o retorno a alojamientos rústicos, revalorizan formas ancestrales de hospitalidad y de convivencia en la naturaleza, rescatando prácticas que la tecnología moderna subordina a otros objetivos o desestima del todo. En otras palabras, ciertos retrocesos en el tiempo y en los conceptos de *confort* son en sí mismos atractivos turísticos, si se los maneja bien.

- Finalmente, hay una fuerte corriente que liga los *desiderata* de responsabilidad social de las empresas y el imperativo de sostenibilidad ambiental de los recursos, generando un nuevo clima que envuelve en grandes pasos a las actividades turísticas en un manejo crecientemente mejor de los entornos sujetos a la presión de visitantes, lo cual redundará por supuesto en beneficios preventivos para las comunidades receptoras, para los bienes en sí y para los propios turistas. En este campo se nota en toda Iberoamérica en los últimos años una mejor protección de patrimonios de valor crucial, pero se echan de menos medidas similares en otros.

### **1.3 Hacia un re-examen de las políticas públicas**

La acción de los Estados focaliza en la actualidad algunas políticas públicas que ayudan a la cohesión social, a través de procesos complejos que no necesariamente se planean para el turismo pero se reflejan elocuentemente en lo turístico. Entre muchos, destacamos los siguientes:

- **Promover la acción vertebrada de las instituciones:** prácticamente todos los gobiernos se empeñan hoy en estimular líneas de acción transversales y acuerdos interinstitucionales que obligan a una mayor coordinación entre los niveles nacional, regional y local de los agentes públicos. Y a la cooperación mixta entre el gobierno, los empresarios y la sociedad civil, en el manejo de los bienes patrimoniales y los *clusters*.

Este último aspecto comporta un campo de búsqueda de coherencia institucional que se ensancha día a día, a medida que los retos de competitividad se extienden por todos los ámbitos. Ello da lugar a revisar los modelos de gestión territorial tradicionales, por lo general atados a la división política en provincias, departamentos o municipios. Las unidades geográficas productivas que unen sinergias para optimizar ventajas y reducir desventajas físicas, tecnológicas, de mercadeo, de innovación y productividad, ya empezaron a desarrollarse.

El turismo será un beneficiario directo de ese enfoque en la conformación de nuevos productos, para reacondicionar lo que los expertos denominan la "cadena productiva", dado que en turismo -por su misma esencia- la cadena desborda toda clase de fronteras.

- **Oponer el multiculturalismo a las diversas formas de discriminación:** por fortuna, la mayoría de los países iberoamericanos actúan con criterios de apertura al intercambio y eventualmente moderan a aquellos grupos xenófobos que controvierten el origen étnico, económico o religioso de cada nueva ventana al desarrollo y a los mercados. Entre esas tendencias se encuentra el turismo mismo, al que muchos de tales grupos atribuyen una capacidad exagerada de introducir cambios culturales en las comunidades receptoras.

La cuestión en este caso se plantea no a manera de disyuntiva entre aceptar el turismo o rechazarlo con medidas gubernamentales u otras formas de contención, dado que se trata de un fenómeno económica y socialmente indetenible.

La respuesta inteligente es, por el contrario, la de enfrentar el desarrollo del turismo con herramientas de planificación, selección de mercados y monitoreo de impactos, sin perderse en -pero sin eludir- disquisiciones éticas y filosóficas. Esa es precisamente la razón fundamental de que el turismo sea un campo del desarrollo humano donde el protagonismo del Estado seguirá siendo capital por mucho tiempo.

En un contexto parecido se observa la necesidad de actuar en territorios donde se adelantan sistemáticamente prédicas proselitistas obsesivas a favor de una supuesta intangibilidad cultural y territorial de comunidades cerradas, perpetuando indefinidamente su aislamiento y, posiblemente de paso, su pobreza. Hasta donde es posible evaluar resultados, son más las contribuciones que el turismo ha hecho en el progreso social, incluso en la afirmación de ciertos valores autóctonos, que los perjuicios causados por manejo indolente de esos valores.

En sana réplica, urge poner diques al otro lado del espectro poniendo límites a aquellos sistemas de mercadeo y operación turística que emplean el mundo autóctono como un producto exótico en “tierra de nadie”, sin respeto por su identidad ni por sus espacios de intimidad.

Y de la misma manera, se hace evidente la necesidad de poner freno a aquellos operadores de viajes que encubren en la “afinidad” interna de los clientes de determinados “paquetes”, ciertas actitudes que conducen a distanciar al grupo visitante del medio receptor.

- **Proteger a las comunidades raizales en la posesión del suelo:** un punto muy importante que solía omitirse en las políticas turísticas de los años noventa hacia atrás, fue la tendencia a demarcar enclaves para el turismo extranjero, haciendo que los inversionistas y los propios turistas se apropiaran de sitios de gran valor escénico, para lo cual hubo necesidad de desarraigar a la población residente, privándola de sus antiguos lugares de valor ceremonial, simbólico, de encuentro o de recreación.

Contra esa sesgada favorabilidad en la transferencia del suelo para fines turísticos se observan hoy ejemplos incipientes de la tendencia contraria, que busca frenar la venta de terrenos a ciertos desarrolladores y mejorar más bien los asentamientos humanos existentes, de manera que el hotelero y el propio turista sean invitados a compartir las bellezas y atractivos locales con los habitantes originarios del sitio, sin introducir prácticas de apropiación no apropiadas.

- **Fomentar la solidaridad social:** en esta variable se incluyen infinidad de experimentos de turismo de tipo comunitario, recreación masiva y sistemas vacacionales de costo compartido que se expanden con éxito mayor o menor y cuentan con el patrocinio de los gobiernos, en el margen que les permiten sus apremios fiscales.

Por supuesto, hacen parte sustancial de lo mismo los planes expresos para tercera edad, para discapacitados, para jóvenes y grupos sociales menos protegidos. En este campo están pendientes avances posibles de intercambio entre mutualistas, asociaciones y grupos organizados de países vecinos que podrían intercambiar destinos a muy bajo costo.

- **Promover la participación comunitaria:** aparte de que la participación de las comunidades juega como condición del desarrollo sostenible, en este campo el turismo está provocando pequeñas revoluciones de concepto, logística, comercialización y estrategias de mercadeo, donde los pequeños emprendimientos individuales se unen para ofrecerse al mercado de manera conjunta.

Tal vez fueron los teóricos del ecoturismo quienes mayor énfasis pusieron en este aspecto desde los años ochenta, y a partir de allí ha venido extendiéndose a distintas experiencias de turismo rural, agroturismo y turismo comunitario, algunas de las cuales tienen un alcance multinacional.

- **Ofrecer una respuesta a la inseguridad en el empleo:** dado que el empleo formal en todas las economías tiende a caer, en cuanto se intensifican fórmulas de autoempleo, trabajo compartido entre varios contratantes, mezclas de formalidad e informalidad, el turismo se inscribe entre las tendencias más flexibles del género y favorece la movilidad entre sectores primarios y los servicios, bien sea de modo permanente o temporal.

Por desgracia, no siempre se es consciente de que el empleo turístico no es ni debería ser sustituto de las actividades tradicionales de las comunidades receptoras, al menos hasta que los productos turísticos se consoliden, lo cual toma bastante tiempo. Es imperativo proteger la dedicación a la pesca, la agricultura, las artesanías y demás actividades de sostén durante las bajas temporadas que cubren la mayor parte del año, para que el turismo no se convierta en una experiencia decepcionante, como ha ocurrido muchas veces en el pasado.

- **Ofrecer apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas:** dado que son más del 90 por ciento del total de las empresas prestadoras de servicios turísticos y, con frecuencia, las que son capaces de ofrecer productos más auténticos y mejor vinculados a las expresiones culturales locales. Desde esa óptica, son las mejor posicionadas para introducir elementos diferenciales en el producto (reforzando la ventaja comparativa) y generar mayores efectos positivos en la economía nacional por el uso de recursos y factores de producción locales.

Pese a los evidentes progresos que esas políticas generales de los gobiernos traducen a favor de la inclusión de sectores desatendidos o a extender hacia ellos los beneficios del turismo, algunas otras políticas gubernamentales no parecen guardar la debida coherencia. O, al menos, dejan la impresión de que soslayan otras consideraciones importantes en un sano manejo de la equidad social.

Algunos ejemplos que merecen mencionarse son:

- El ya mencionado caso de ciertos "enclaves" turísticos, donde se admite la creación de espacios virtualmente exclusivos para albergar el turismo extranjero, en una suerte de centros cerrados a con limitado acceso de los nacionales, salvo como prestadores de servicios.

- La apropiación que algunos los agentes turísticos hacen de bienes colectivos intangibles, como el escenario natural, la historia y el folclore, en provecho de su negocio. Se trata de un aprovechamiento a veces abusivo, en todo caso no suficientemente vigilado en cuanto a evitar el falseamiento o su perversión mercantilista, ni tampoco en vía de buscar una justa retribución por el aporte que las comunidades hacen al buen logro del *producto* turístico.

Una parte de los fondos fiscales y parafiscales que los gobiernos ponen a disposición del sector turístico se orienta a apoyar el rol de los gestores de negocios, y no siempre responde con igual empeño a conveniencias legítimas que las regiones receptoras reclaman para sí. Los planificadores del turismo parten de la suposición de que tales conveniencias derivan necesariamente y por sí solas del comercio turístico, y no siempre es cierto. La creencia de que cada cual recibe su parte en un reparto de cargas y beneficios a través de tarifas de entrada, tasas y contribuciones, es a la larga improbable, dado que el sistema de captación tributaria por lo común no suele favorecer a las comunidades directamente concernidas. Y de otra parte, las tarifas que pagan los turistas por ingreso a museos, galerías, parques naturales, espectáculos o deportes, son demasiado módicas en casi todos los países iberoamericanos. En todo caso, el manejo de dichos atractivos es generalmente deficitario, lo cual significa que algunos Estados muy pobres subsidian a los turistas.

Para concluir, los bienes intangibles mayores –vale decir, el paisaje, los fondos marinos, la música popular- revisten un atractivo capital del turismo con peso determinante en infinidad de lugares, pero ese factor no tiene actualmente forma de ser debidamente retribuido a sus legítimos dueños.

- En otros aspectos la situación anterior se agrava; bienes materiales que eran parte cotidiana de la vida comunal: iglesias y monumentos religiosos, centros de arte y tradiciones populares, reductos arqueológicos, una vez que el turismo empieza a afluir, pueden ir apartándose de su clientela local y empezar a convertirse en recintos de acceso restringido, lo cual provoca una enorme contradicción en el *deber ser* que persiguen los defensores del valor “patrimonial” de los recursos. En otras palabras, cuando un bien dado se declara *patrimonio nacional* o incluso *patrimonio de la humanidad*, un efecto posible es que dicho bien sea convertido en un lugar protegido, cuya visita genera emolumentos que las comunidades de origen solo perciben parcialmente

El caso es que pueden verse en ocasiones políticas públicas, desde luego con la mejor intención, diseñadas para favorecer a los empresarios del turismo, sin consultar otros intereses ni tomar todas las precauciones aconsejables para proteger el patrimonio físico y cultural, simultáneamente con el intento por desarrollar las estrategias competitivas locales y del país de que se trate.

Los historiadores del turismo podrán tal vez en un par de décadas describir el raro proceso que el Caribe sufrió entre los años sesentas y ochentas del siglo pasado, apenas dos décadas, al pasar de ser un destino caro, de calidad basada en la baja densidad de las playas y entornos naturales exquisitos, a un destino de elevada demanda, remunerativo en algunos casos pero, en general, sujeto a vectores de uso intensivo del recurso natural y bajos precios.

Son igual de ilustrativos los criterios de excesiva benevolencia con que simultáneamente se concedieron derechos de uso sobre propiedad pública por treinta y cincuenta años, licencias ambientales a megaproyectos playeros, muelles de crucero y vuelos *charter* de cualquier procedencia, sin medir que se estaban minusvalorando bienes públicos de enorme valor económico.

Hay otras consecuencias de esa actitud. En los mismos años setenta y ochenta hubo en América Latina un generalizado régimen de exenciones fiscales a la hotelería y otros sistemas de subsidio a la inversión, los cuales adolecieron de tres fallas más o menos comunes.

La primera de dichas fallas fue favorecer más a los promotores inmobiliarios, constructores y franquiciadores de los proyectos, que a los inversionistas reales, es decir, a quienes asumieron a la postre la gestión turística de los negocios y el riesgo consiguiente. Mientras la demanda creció, la desviación del incentivo no tuvo mayores consecuencias, pero tan pronto se presentaron crisis de sobreoferta, caídas de precios, cierres de algunos mercados, cambios drásticos del comportamiento de la demanda, se puso en evidencia que el inversionista final -entre quienes se contaban infinidad de entes mutualistas, empresas de utilidad común, emporios familiares y miles de pequeños ahorradores-, padecieron un desierto de vacas flacas que deprimió a futuro la perspectiva de crecimiento del sector, perdiéndose el efecto buscado con la primigenia ayuda fiscal.

La segunda de las fallas consistió, en determinados casos, en una mala percepción de los factores incrementales de la oferta, en el sentido de que, al tiempo que se estimulaba la hotelería, se descuidaron los demás componentes, especialmente el más crítico -las aerolíneas y los turoperadores receptivos- y gran parte o toda la hotelería vacacional.

Tratándose de la época más dura del ajuste tecnológico, del incremento radical en el precio de los aviones y los combustibles, del escalamiento de tarifas en los impuestos y servicios aeroportuarios y de los disuasivos mencionados, la política oficial de fomento se resintió y los beneficios fiscales no siempre se tradujeron en una mejora sustancial de la comercialidad de los productos turísticos en su conjunto. Al contrario, las aerolíneas de bandera de la región y, en general, las aerolíneas latinoamericanas regulares fueron desplazadas en las épocas de mercado abundante por los vuelos *charter*, lo cual agravó la crisis.

Los grandes operadores de viajes que habían florecido en Brasil, Argentina, Colombia, Perú y Ecuador, se redujeron al mínimo o desaparecieron. Y las relaciones entre la aviación comercial y los agentes de viajes, socios forzosos en el negocio turístico, entraron en conflicto en torno al monto de las comisiones, conflicto que todavía hoy deja fracturas graves en la cadena productiva, con pérdida de competitividad para unas y otros.

La tercera falla ha sido favorecer algunos modelos integrados, donde el prestador de servicios turísticos funge de transportista-operador de charter y a la vez hotelero-operador de excursiones-organizador de eventos y controlador de la animación y actividades de sus clientes durante toda la estadía. Con esta sencilla fórmula, el país receptor ve limitados sus beneficios. Lo más grave, tal vez, es que algunas de estas prácticas pueden generar en el mercado una imagen estereotipada del destino, porque este tipo de viajes apenas alcanza a mostrar una parte de la realidad.

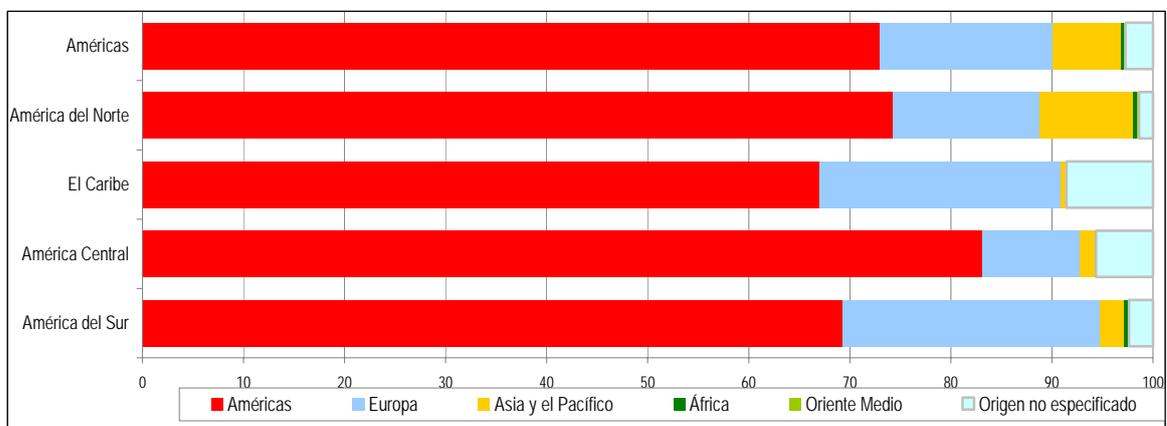
El conjunto de medidas de la índole descrita, en grados dispares, tiene en común haber traído consecuencias negativas a la cohesión social, como es bien obvio. Pero afortunadamente, fuera de los aspectos fiscales hay otra gama de políticas públicas donde se está a tiempo de rescatar los énfasis hacia mejores perspectivas.

Una de ellas, para empezar, es volver la mirada a los mercados más cercanos y al propio mercado interno, que en general representan más del sesenta por ciento de la demanda turística en toda Iberoamérica. Con respecto a esos mercados, se percibe un crecimiento o al menos un afianzamiento de los viajes terrestres de los turistas como una característica más o menos generalizada. Esa manera de viajar, bien sea en autocares o en vehículo propio, tiende a generar modelos de equipamiento turístico esencialmente divergentes del que los mismos países buscaron en décadas pasadas, cuando se privilegiaron los megaproyectos y complejos turísticos de *sol y playa* basados casi exclusivamente en los arribos vía aérea.

Américas y subregiones: Turismo receptor por región de origen

Llegadas de turistas internacionales, 2005\*

(cuota, %)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Las nuevas modalidades de viaje tienden hacia entornos más tranquilos y más diversos, donde la naturaleza y la cultura local juegan un papel preponderante. Pero, además, exigen que en las rutas se implanten servicios diseminados en carreteras y poblaciones menores, con características de amplia diversidad en precios, estilos y categorías.

Es entonces la oportunidad de dar un salto cualitativo en los esfuerzos del Estado por estimular las oportunidades de muchos pequeños emprendedores particulares, no sólo en las zonas de desarrollo turístico sino a lo largo de corredores y circuitos, ampliando el beneficio territorial y el social.

Esa ampliación, en el caso iberoamericano, abre otra clave poco analizada hasta aquí. Resulta que el desarrollo turístico más veloz y más próspero de la historia fue el de Europa, cosa bien sabida. Entre muchas virtudes que el resto del mundo ha tratado de imitar, hay una –principalísima– que es poco percibida hoy: la masificación de la demanda tuvo su clave mayor en la integración vial y en la red de ferrocarriles, que facilitó el desplazamiento de los alemanes a la Costa Brava, de los ingleses a Italia y Francia, de los belgas y austriacos a la Costa Azul o la Riviera.

Durante décadas, el turismo europeo utilizó los medios de superficie para desplazarse y la aviación comercial contribuyó poco. Frente a esa experiencia, el retraso enorme del turismo transfronterizo en las Américas se debe, entre otras cosas, a que la integración vial es pobre, la férrea no existe, los servicios turísticos de carretera son casi nulos y los sistemas de cruce de un país a otro siguen siendo lentos y engorrosos. Así la región no se beneficia de su principal mercado natural. Con excepción de las fronteras Brasil-Argentina, Chile-Argentina y Argentina-Uruguay, las demás fronteras en el subcontinente mueven un tráfico turístico muy escaso.

De donde se confirma que el dar prelación a desarrollar el turismo terrestre interno iberoamericano abriría, no sólo las puertas a condiciones de mayor cobertura y mejor distribución espacial del gasto, sino que prepararía terreno a nuevas tendencias del turismo internacional.

## SEGUNDA PARTE

### APLICACIONES PRÁCTICAS DEL TURISMO A LA COHESIÓN SOCIAL

El turismo y la recreación no son únicamente campos que requieren -como cualquier otra dimensión de lo social- acciones expresas de los gobiernos y de la comunidad misma, procurando la participación de actores hoy en día no siempre presentes en la percepción de beneficios. Esa sería una consideración obvia. Lo particular es añadir que ambas actividades son, además, dos de las más expeditas y eficaces para abrir espacio a la inclusión en las demás esferas de la iniciativa humana, social y cultural, dado que atacan en su raíz las principales actitudes que sustentaron los prejuicios discriminatorios más arraigados.

El turismo activo y pasivo, sobre todo entre los niños y los jóvenes, contribuye a transformar las mentalidades que jerarquizan los derechos de la gente según privilegios o desventajas heredados. En la práctica, tanto quien viaja como quien recibe al viajero aprenden que su encuentro pone frente a frente seres humanos no muy distintos, no obstante la vestimenta, color, idioma y modales externos, lejos ya de la mirada sometida con que los pueblos más pobres del planeta solían satisfacer los gustos de los extranjeros poderosos que irrumpían en su *hábitat*.

Si bien la cultura de la hospitalidad suele ser más cortés en dirección del visitante que del receptor -y eso por fortuna sucede más o menos en todas las culturas-, poco a poco el mundo ha ido "civilizando" las relaciones en un plano más igualitario a ambos lados del fenómeno, aunque no siempre, y es por lo general un hecho fácil de constatar que el peor trato de un turista frente a quienes le atienden suele provenir de viajeros con el nivel cultural más bajo.

#### 2.1 Las dimensiones básicas de la relación:

Se ha dicho que el turismo tiene implicaciones sociales de un espectro muy diverso a los demás sectores productivos, y que por ello los Estados le otorgan tratamientos particulares que habrán de permanecer en el tiempo.

Esos tratamientos se explican por lo dicho anteriormente y por varios otros motivos:

- El principal es que el *producto turísticos* es ante todo un acervo de factores que no son todos ellos proveídos empresarialmente como bienes ni como servicios. Desde luego, los componentes *transables* más reconocibles, tales como alojamiento, transporte, gastronomía y diversión, son esenciales al negocio turístico, pero no lo motivan o lo motivan sólo en parte.

Lo que realmente atrae el turismo son otros elementos que pertenecen a la esfera del imaginario y de la emulación social, el mito, la curiosidad inducida, la propaganda de los destinos que capturan el interés de viajar, factores que pertenecen más al campo de la psicología que a otra cosa. Pero a esa psicología responden fundamentalmente unos elementos que hacen parte del patrimonio colectivo de los destinos en juego: paisaje, historia, cultura, medio ambiente, clima, playas, valores de acogida, facilidades de acceso.

Por consiguiente, el Estado es el dispensador de los valores más determinantes del turismo, bien a nombre propio o bien a nombre de la sociedad que representa. Esto le da características protagónicas a su rol como primer actor de la oferta. Igualmente, suele ser el proveedor de los elementos que aseguran el entorno que requieren las empresas turísticas para su normal funcionamiento como marco institucional y legislativo apropiado, garantías de seguridad, servicios sanitarios y otros servicios, equipamientos e infraestructuras indispensables para el desarrollo sostenible del turismo.

- El **“turismo para todos”** que inspira el turismo social (Declaración de Montreal), parte de la visión humanista que transformó el antiguo concepto de que el ocio y el descanso vacacional eran rubros de *gastos suntuarios* de los mayormente favorecidos con la riqueza y, en cuanto a los demás, simplemente formas de reparar energías para poder reanudar el trabajo con mayor eficiencia, al menos una vez cada anualidad, sin ver en ello formas de enriquecimiento físico o espiritual de las personas, las familias y los núcleos receptores.
- Las nuevas constituciones de los Estados que proliferaron hacia fines de los ochenta y los noventa, casi sin excepción dedican un espacio dentro del capítulo de los **derechos individuales y las garantías sociales** al turismo y la recreación, incluyéndolos ahí de manera expresa y asignando a los gobiernos la obligación de garantizarlos como se garantizan la salud o la educación. A partir de ahí, numerosas instituciones se ocupan de apoyar el turismo en sus diversas formas, y la academia entró a jugar un papel más determinante.
- La **supresión de barreras migratorias y aduaneras**, en lo cual las autoridades turísticas, los organismos internacionales y los gobiernos pusieron el acento mayor para favorecer el movimiento de personas durante medio siglo de pacientes esfuerzos, hasta plasmarlos en cientos de acuerdos regionales y multilaterales. Es un logro que, en cierta medida, está siendo revertido o “congelado” en buena parte del mundo desarrollado. Finalizando el siglo y en menos de cuatro años, el mundo volvió a ciertas restricciones en los viajes, suprimiendo herramientas que permitían madurar en el avance de la globalización y amainar las tensiones fronterizas.

En esos y otros campos consuela ver en sentido positivo consolidarse medidas intrarregionales de experimentación exitosa (casos de la Comunidad Andina de Naciones, de varios acuerdos centroamericanos como Mundo Maya o el acuerdo Puebla-Panamá, y el Mercosur), siguiendo el ejemplo de la Unión Europea.

El caso es que el progreso de las corrientes turísticas depende en gran parte de que la opinión mundial vuelva a conceder a las facilidades migratorias la importancia que deberían tener, eliminando barreras, visados y las trabas que han venido reimplantándose, en parte, debido a la lucha internacional contra el terrorismo.

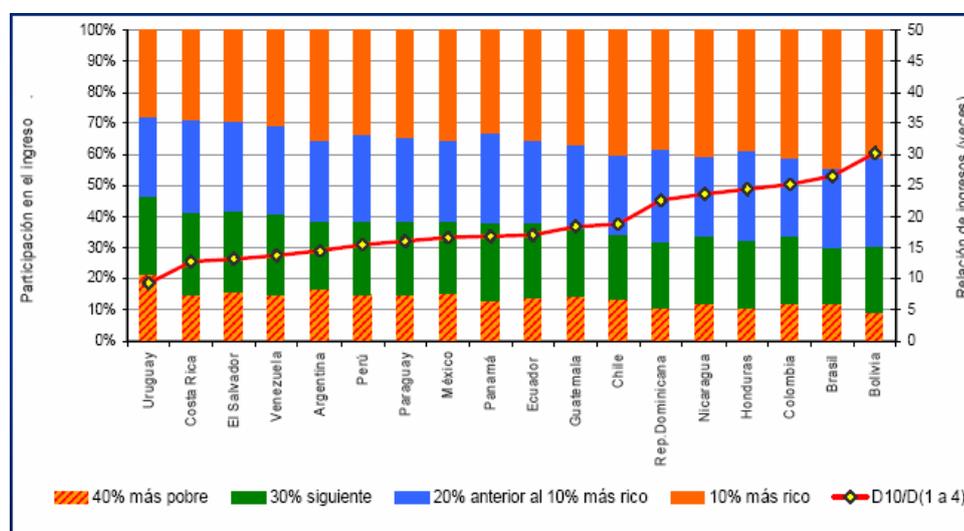
- La preocupación de los académicos ha sido de tiempo atrás observar **el turismo como factor de cambio** en las comunidades receptoras, muchas veces con natural preocupación por la incidencia negativa que aquél tiene en ciertos comportamientos de las nuevas generaciones que entran en contacto directo con los viajeros. La preocupación es y seguirá siendo válida, aunque cabría preguntarse si los cambios observados no serán atribuibles en grado mayor a otros factores que de todas maneras habían y habrán de darse, a raíz de la publicidad, la televisión, el intercambio mediático y otros fenómenos que están transformando el contexto cultural en el mundo entero.

Con la misma dedicación, en todo caso, debiera examinarse la otra cara de la medalla, dado que el turismo refuerza a su vez muchos valores y saberes autóctonos, reaprende formas de intervenir la naturaleza tomadas de la premodernidad, menos nocivas en términos medio-ambientales, así como aporta nuevas dinámicas de cohesión social al fomentar la autogestión y otros elementos que venimos examinando.

- No está de más anotar como nuevo factor en juego la nueva conciencia que está formándose sobre **responsabilidad social** de los empresarios y gestores de negocios. Los nuevos estadios de desarrollo del turismo han de jugar un papel crucial en esa materia, empezando por aquellas numerosas empresas turísticas que pertenecen en todo o en parte al Estado mismo (v.gr. hoteles, centros feriales y de convenciones, aerolíneas), responsabilidad que en nuestro caso es inseparable de los criterios de sostenibilidad. Ningún producto turístico será sostenible a largo plazo si no hay un entorno comunitario que lo avale, lo legitime y lo proteja.

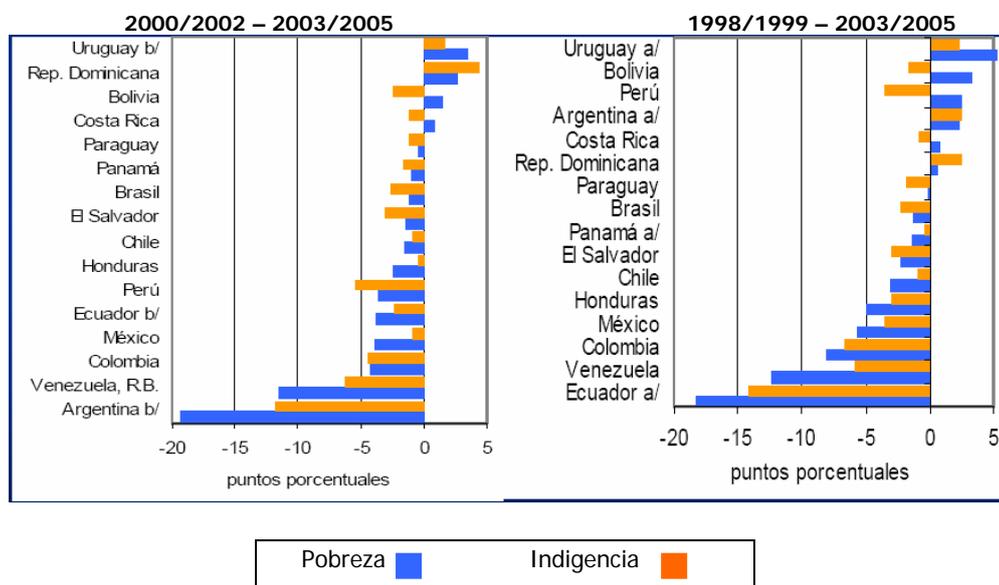
Se insertan a continuación algunos cuadros elaborados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL), para ilustrar aspectos comentados hasta aquí.

## AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (18 PAÍSES): INDICADORES DE DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO, 2003/2005

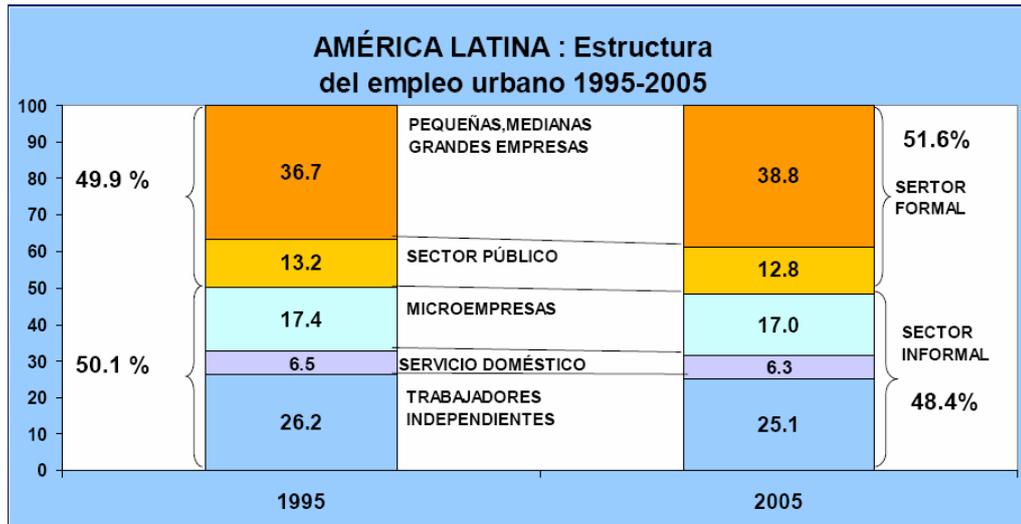


**Fuente:** Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL), sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países. a/ Hogares del conjunto del país ordenados según su ingreso per cápita. b/ Área urbana

## EVOLUCIÓN DE LA POBREZA Y LA INDIGENCIA, 2002 – 2005 Y 1998 – 2005 a/

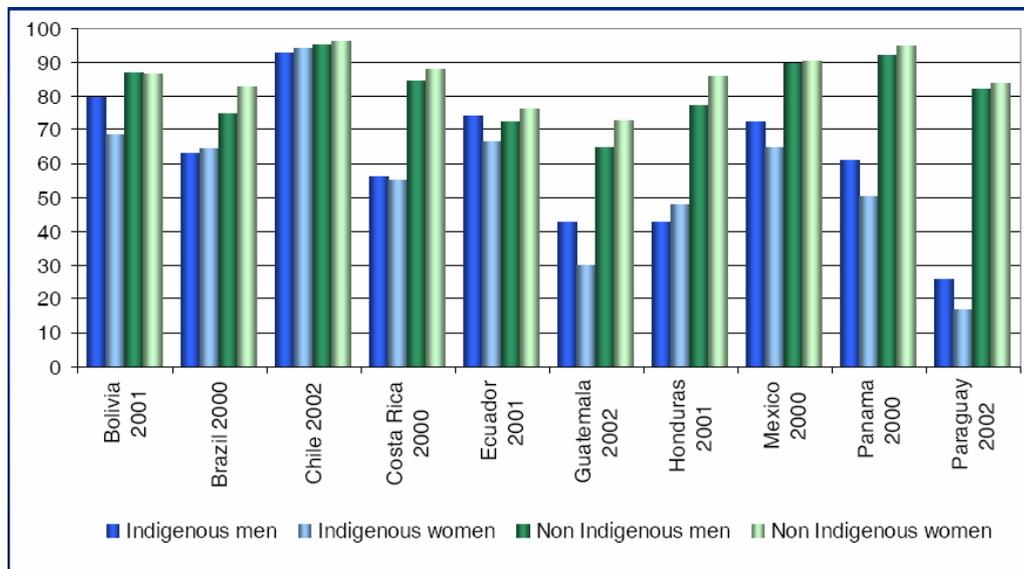


**Fuente:** CEPAL, sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países. a/ El gráfico no incluye a Guatemala y Nicaragua por no encontrarse disponibles estimaciones de pobreza posteriores a 2002. b/ Área urbana



Fuente: OIT, Panorama Laboral 2005, América Latina y el Caribe. Lima, 2006.

### PORCENTAJE DE POBLACION JOVEN (15 A 19 AÑOS) QUE TERMINA LA EDUCACIÓN PRIMARIA



Fuente: Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL)

## 2.2 Efectos del turismo sobre la cohesión social

### • La mirada tradicional:

Con frecuencia, las leyes y los documentos de política turística que formulan los países a lo largo de los años han puesto énfasis en una serie de efectos que favorecen el desarrollo social y que desde luego son ciertas, si bien algunas de ellas han evolucionado de manera menos benéfica de lo previsto. Las principales -ya mencionadas de pasada en diversos lugares de este escrito- son el efecto redistribuidor del ingreso (medido en términos de factor multiplicador o de otras maneras), la generación de empleo directo e indirecto, las actividades estacionales favorecidas con el intercambio de personas y el paso relativamente fácil de empleado a empleador o a trabajador independiente.

En mayor detalle son:

- EFECTO REDISTRIBUIDOR DEL INGRESO: Este aspecto se concentra en examinar el efecto irrigador del gasto de las clases de mayor renta hacia proveedores de bienes y servicios de estratos menores, y de regiones más ricas hacia regiones más pobres. El modelo, en general, se sigue cumpliendo, pero tal vez conviene advertir que los procesos de integración vertical de grandes empresas de servicios turísticos, tanto a escala mundial como en la operación interna, son causantes de la disminución de este factor.

Cuando media además el pago anticipado de las vacaciones, los desembolsos que hacen los turistas por compras a terceros distintos de quien les vende el "paquete" completo, han caído en forma continua en los últimos años. Y cuando el prepago se efectúa en el propio país emisor, el campo de negociación de los mayoristas con los prestadores finales –que equivale a decir prestadores *locales* como hoteles, transportistas, restaurantes, espectáculos, guías, etc.-, se ha ido tornando cada vez más difícil para éstos.

Si a ello se añade que ciertos servicios contratados en el exterior generan reembolsos de los receptores bajo la forma de franquicias, comisiones de venta, gastos por gestión de reservas, pagos con tarjeta de crédito, servicios de certificación y control de calidad y muchas más que los empresarios pagan a sus asociados del exterior, se comprende que la remuneración de los dos niveles prestadores –extranjero y local- se está replanteando.

- GENERACIÓN DE EMPLEO: el sector turístico sigue siendo un importante generador de empleo, si bien el coste asociado a la creación de esos empleos está evolucionando por diversas razones. Hace treinta años era corriente afirmar que por cada llave hotelera se generaban 1,4 empleos directos, y en algunos casos –particularmente en la hotelería de lujo y complejos campestres- hasta 1,9 empleos por habitación.

Hoy la media ha descendido a 0,8 empleos directos por habitación, en promedio, debido a varios factores. Entre ellos cabe citar: las áreas hoteleras se han reducido y eso supone un espacio menor de limpieza, mantenimiento, jardines, vigilancia, etc. Los pasajeros viajan con menos impedimenta y demandan menos actividad de botones y conserjes. Las técnicas de operación de A&B emplean más equipos de procesamiento rápido, provisiones pre-portionadas, precongelados a media cocción, materiales desechables y más insumos producidos fuera del hotel, con lo que el trabajo interno y las áreas de depósito y manipulación, se reducen. El manejo administrativo, la contabilidad, el aseo mismo y otras tareas se han simplificado con la introducción de máquinas más eficientes y por empleo de sistemas de costos, nómina y almacén computarizados, operación en red, automatización de procesos, etcétera.

Muchas de esas economías estaban al comienzo solamente al alcance de las cadenas, pero en la actualidad hoteles de cualquier tamaño pueden beneficiarse del progreso tecnológico a costos accesibles. Influyen además una mayor capacitación del personal y la contratación por sistemas de *outsourcing* o tercerización de, por ejemplo, lavandería, vigilancia, auditaje, proveeduría, etc., lo cual deja invisible una parte de la demanda de empleo directo hotelero, pero fortalece el indirecto, como es lógico. Son ajustes que, por lo que se sabe, aún no se reflejan en los indicadores usuales.

Simétricamente, varias de esas novedades sumadas a un generalizado aumento en los precios del suelo, han subido los montos de inversión hotelera, por lo cual el costo promedio por habitación en los mismos treinta años ha aumentado casi al doble, en cifras nominales. De donde resulta que los valores de comparación se han deteriorado en la misma proporción.

Finalmente, por la crisis del transporte aéreo y la introducción de los sistemas de reservas vía *internet*, muchas actividades de información, intermediación, obtención de cupos, expedición de tiquetes y pasabordos anticipados, pago automático y otras, están siendo resueltas por el turista mismo desde su computador personal y otros medios. Eso redefine cada vez más los roles de las agencias de viajes.

Al mismo tiempo, se está produciendo una masiva recuperación del transporte en vehículo propio y se están reemplazando formas de alojamiento que quedaron estacionarias en los años noventa, como el *camping-caravanning*. Tales fenómenos sumados reestructuran la incidencia del turismo en la generación de empleo, de manera muy acusada.

- **NUEVOS PEQUEÑOS EMPRENDEDORES:** En este campo los progresos son evidentes. Hay una inusitada generación de pequeños emprendimientos locales de todo tipo, a medida que el turismo diversifica sus destinos y se concentra menos en paquetes ligados a grandes ciudades-destino o a los tradicionales megaproyectos playeros: pequeños organizadores de excursiones, guías y acompañantes especializados en ecoguianza;

instructores de deportes novedosos como *rafting*, canotaje, espeleología, vulcanismo, *canopy*, parapente y algunos más. Surgen a diario patrones de pequeños hostales y fincas aptas para turismo rural, aldeas indígenas, más todos los productos asociados en materia artesanal, alimentos, arte popular, eventos, etcétera.

Todos ellos están siendo favorecidos con una nueva generación de turistas que dejan de lado los "paquetes" convencionales y entran a explorar por sí mismos nuevas alternativas vacacionales.

- ESTACIONALIDAD: No sobra resaltar que en la geografía iberoamericana hay docenas de países donde la estacionalidad es menos marcada que en el resto, por cuanto el clima permite disfrutar de los atractivos durante todo el año. Ese es otro punto a favor.

- **La mirada indirecta:**

En un terreno menos ligado a la perspectiva económica y contra la opinión –por cierto, muy beligerante- que en los años setenta esgrimían los cultores del patrimonio cultural y el medio ambiente, cuando inundaron el horizonte de malos augurios respecto del papel de los turistas en el deterioro de la naturaleza y los monumentos, los hechos han mostrado que, justamente al revés, el turismo se convirtió en el soporte mayor para recuperar patrimonios en riesgo.

Tanto los parques naturales como otras áreas protegidas -y lo mismo puede decirse de los centros históricos, las colecciones de arte, los museos, las muestras arqueológicas y otros sitios de interés cultural- sobreviven en gran medida gracias a los recursos generados a través del turismo. Hay desde luego excepciones, algunas muy preocupantes, pero en general los pronósticos de desastre no se han cumplido y más bien lucen muy exitosas las experiencias contrarias.

Pero, aparte de la resultante material, es decir, aparte de la conservación en sí misma, vale anotar como más notable tal vez el cambio de mentalidad que el turismo aporta a que comunidades receptoras revaloricen sus bienes ancestrales, su folclore, su arquitectura, sus creaciones estéticas, su gastronomía y en general, su carácter propio y sus propias tradiciones de hospitalidad.

El turismo ha contribuido de manera decisiva al llamado *empoderamiento*, o sea, a estimular el sentido de pertenencia que pueblos y comunidades rústicas y menos rústicas tienen por sí mismas y por su entorno, cuando lo corriente hasta no hace mucho era subestimarlos en cada oportunidad de confrontación que se les proponía como paradigma de la modernidad. De allí a aumentar la autoestima y orgullo colectivos, pasando a asumir como un reto la autogestión en su apuesta por competir como destino de visita, está cambiando el panorama de la oferta turística y la propia conciencia del valor que representan las tradiciones autóctonas como parte del *producto* turístico.

- **Los efectos del Código Ético Mundial para Turismo de la OMT:**

Si bien es todavía muy temprano para medirlos, no cabe duda de que algunos campos que clamaban por correctivos urgentes, como el turismo sexual, el abuso infantil, el consumo de drogas ilegales y muchos más que se han ido mezclando entre los objetivos de viaje buscados por algunas personas, encontraron en el Código de Ética del turismo internacional promulgado por la OMT un principio de freno. No sólo el Código en sí, sino nuevas normativas nacionales son urgentes en el desafío de poner diques al comportamiento inmoral de los que se aprovechan de la pobreza de los países que visitan.

En igual sentido, situaciones como la posición dominante entre proveedores, el monopolio de rutas y otras formas de relación comercial asimétrica entre los profesionales del turismo y entre subsectores de la actividad, tomarán tiempo para autorregularse, pero los fundamentos éticos universales ya son un paso en la dirección correcta.

- **La mirada geopolítica:**

En la escala de muchos procesos de integración, el sentido asociativo de los países receptores se refuerza con una visión relativamente novedosa de los macrodestinos. Desde luego, por mucho tiempo persistirán los localismos que se oponen a la cooperación regional y mantienen vivos muchos celos entre unos puntos receptores puntuales y otros. Pero de manera creciente, nomenclaturas que desbordan la concepción de "destino local" y "destino-país" pasan a definirse bajo rótulos como Centroamérica, el Caribe, la Patagonia, la Amazonia, la Antártida y otros agregados de peso similar. Tales nomenclaturas empiezan a darle otra escala al mercadeo, a los acuerdos entre países afines, a la planeación de ciertas infraestructuras y rutas de transporte, con beneficios ampliados para muchos más territorios.

Varias de esas regiones ya pueden mostrar ejemplos experimentales de comercialización plurinacional bajo la modalidad de "clusters" bi, tri o multinacionales, y abundan los acuerdos de gestión turística compartida de territorios vecinos, empezando por las zonas de frontera. Por lo demás, la misma tendencia tiene su réplica en la organización de paquetes "multidestino" que han entrado a invadir con éxito la oferta de viajes vacacionales organizados.

A medida que los grandes movimientos del tráfico internacional están siendo cada vez más influidos por intereses políticos de los países o grupos de países emisores que lideran la demanda, el resto del planeta tenderá a usar alianzas no sólo comerciales sino también políticas, para defender sus intereses nacionales y regionales. Las organizaciones que los representan, podrían hallar allí una razón de refortalecer su liderazgo.

- **Las nuevas miradas:**

El turismo, se decía al comenzar, aporta cosmopolitismo, modelos de vida nuevos, intercambios creadores, aprendizaje de idiomas, inserción en el mundo actual, nuevas tecnologías. El turismo introduce igualmente elementos amables para compensar en parte la visión "catastrofista" que impregna la globalización de los *media*, dado que en tanto el mundo se achica y acerca los acontecimientos de todas partes, la manera más simple de informar sobre ellos es resaltar ingredientes sensacionalistas: crímenes, crisis políticas, conflictos insolutos, guerras, desastres naturales, a los cuales se agrega lo más trivial de la vida común como la farándula, las competiciones deportivas o los escándalos de la gente famosa.

La gente que viaja hace contrapeso a los balances mediáticos que se aferran a la última noticia y desconocen los contextos en que se producen. Eso eleva necesariamente el nivel de comprensión y hace menos vulnerable la opinión mundial a los efectismos mediáticos, de una parte, y a las manipulaciones de los centros de poder, de la otra.

Por vía distinta, en la escala nacional del impacto, el turismo tiene efectos de alta política socio-económica interna, poco medidos hasta aquí. Hay uno en particular que merece mencionarse y es que sirve de muro de contención a los movimientos migratorios del campo a la ciudad, de la periferia al centro.

Parece una aportación menor, pero podría incrementarse de forma muy llamativa. A medida que la economía rural pierde terreno y la población campesina se urbaniza por necesidad o por simple tropismo, cualquier amarre que impida o debilite la migración hacia las ciudades puede representar un aporte estratégico crucial en Iberoamérica, una de cuyas fuentes principales de miseria y atraso consiste precisamente en ese problema. El turismo rural y otras manifestaciones asociadas son un incentivo para que los campesinos y, sobre todo, la juventud campesina, permanezcan en su lugar, conectados con el mundo y devengando ingresos que el medio urbano no podría ofrecerles.

Esas son contribuciones de un valor incalculable a la paz, a la convivencia y a la cohesión social.

- **Algunos pasos de avance especializado:**

Queda por echar una mirada a algunos pasos concretos que van incorporando en toda Iberoamérica mercados tradicionalmente ausentes del turismo, mediante la cooperación entre el Estado, los sindicatos, algunas organizaciones patronales o mutualistas, ONG e instituciones de beneficio común. Algunas están ligadas entre sí por algún mecanismo dependiente de la Seguridad Social.

Son de destacar las acciones orientadas al turismo como factor enriquecedor del modo de vida de la tercera edad, donde confluyen estrategias sociales clarísimas a favor de la población adulta, cada vez más numerosa, con ingresos estables y un estado de salud comparativamente mejor que el de generaciones pasadas, y otras estrategias económicas concomitantes.

Miradas desde la oferta, la principal ventaja consiste en movilizar un contingente del mercado que programa sus viajes de placer sin ajustarse al calendario vacacional del resto de la población: atender a jubilados y personas de la tercera edad resulta así fácil y relativamente económico, en tanto hace las veces de demanda-soporte durante las bajas temporadas, lucrándose de tarifas de descuento muy atractivas, sin congestión y a un ritmo acorde con sus características físicas y anímicas. Visto desde el ángulo de la Seguridad Social, el turismo para la gente mayor puede hacer coincidir su temporada de descanso con chequeos médicos y tratamientos ambulatorios, medicina preventiva y otros beneficios que disminuyen costos y contribuyen a la salud de miles de beneficiarios.

Otro tanto ocurre con los programas especializados en turismo juvenil. Los hay que se insertan en los programas educativos mismos, por ejemplo, cuando se visitan museos, reservas botánicas, centros de artes y ciencias, como cuando se los programa como incentivo vacacional. Este tipo de programas hace parte de la acción pública orientada hacia núcleos escolares y a la comunidad universitaria, con el pensamiento puesto en la juventud local, pero a la vez, incorpora de rebote muchos equipamientos y formas de ayuda a turistas juveniles extranjeros, que en América Latina son denominados comúnmente "mochileros", respecto de los cuales se ha ido dando un aprendizaje de la mayor importancia en el diseño de estrategias turísticas de largo plazo.

Es así como, contra la creencia general de que los *mochileros* gastan sólo el mínimo indispensable en sus desplazamientos, y que éste es por consiguiente un mercado a duras penas remunerativo, hay dos circunstancias a considerar: la primera, que en sus viajes los estudiantes y graduandos suelen invertir meses en lugar de días o semanas, a más de que los desplazamientos suelen abarcar varios países, por lo cual el efecto de gasto es al final mayor que el que se les atribuye.

Pero se suma una segunda circunstancia poco medida, en el sentido de que el estudiante europeo, el deportista aficionado canadiense, el joven observador de aves americano, el explorador de montaña francés, son personas que viajan de jóvenes con presupuestos muy medidos, pero regresan años más tarde a revivir desde otro ángulo las experiencias de mejor recordación. Así que contribuir al éxito de sus excursiones juveniles es invertir en un turista que retorna con el tiempo, estando ya en capacidad de gastar –solos, con sus familias o sus amigos- sumas que justifican con creces el esfuerzo de acogida que hoy se les brinde.

- **La acción preventiva:**

A manera de renglón contrapuesto a las aportaciones positivas que se acaban de ver, habría necesariamente que dar una mirada a efectos inversos, en gran parte no intrínsecos a la actividad turística, sino consecuencia de su mal planeamiento o mala ejecución. El turismo puede actuar a veces propiciando la adopción de vicios importados, prostitución infantil, degradación ambiental, mercantilización de los valores culturales, pérdida de tradiciones, relajamiento de las costumbres. Las consecuencias de ese turismo mal gestionado o gestionado por empresarios que desconocen el substrato cultural de las comunidades hacia donde dirigen su clientela, pueden ser muy nocivas, ciertamente.

Hay ejemplos extremadamente perjudiciales y de enorme dificultad de controlar, pero hay otras formas de mala adecuación del turismo que no son imposibles de prevenir o de enmendar, con sólo aplicar el sentido común. Imponerles a los turistas unos límites éticos frente a la comunidad receptora e impedir que viajen con la consigna expresa de contravenir las reglas de conducta universalmente aceptadas, es un desafío que concierne a todo el mundo. La simple observación de un equipo inteligente podría prender las alarmas.

Pero hay además otros casos de efectos nocivos que no provienen de expresa falta de ética. Por ejemplo: un pequeño crucero fluvial por el Amazonas, del cual desembarcan una vez por semana cuarenta turistas en una pequeñísima aldea indígena de ocho o diez familias. Los visitantes se dedican a recorrer sus calles, las viviendas, la escuela, la maloca comunal. Examinan cómo se visten (o desvisten), qué comen, cómo hablan y cuáles son las creencias religiosas de los nativos. Toman fotos y compran todo lo que ven, desde artesanías, plumas y adornos, hasta guacamayas.

Nada más inocente, se dirá, pero basta un poco de reflexión para advertir que esa visita, repetida diez o más veces durante una corta temporada de tres meses, puede causar una perturbación mayúscula en la vida de la comunidad y generar efectos impredecibles en su apreciación del mundo exterior, en sus hábitos relacionales, en su dieta, en el trabajo cotidiano de la chagra, en todo.

El propio lector podría describir docenas de ejemplos parecidos.

### **2.3 Políticas comerciales que operan a contracorriente de la cohesión social**

Hablando no ya de políticas públicas ni de las acciones estatales que podrían moderar los efectos negativos del turismo, sino de prácticas comerciales que permanecen en el campo de los emprendimientos privados, se entra a precisar algunas otras situaciones que requieren tratamientos expresos.

- El efecto “espejo” de aspiraciones que los *media* acentúan en función de seducir a los más pobres emulando por los bienes materiales y las modas de los ricos, se repite en el testimonio vivo de las comunidades receptoras frente a los turistas, como se ha dicho varias veces atrás. Eso aparte, existe un efecto ampliado que tiende a la estandarización de valores, de formas, de estilos que conducen a la homogeneización de los servicios y de las formas de hospitalidad, y que se reflejan en la arquitectura misma de los hoteles, en las cartas de los restaurantes, en las actividades de los centros de animación, en los deportes, en los sitios de compras. El efecto imitativo de la oferta turística en esos terrenos es epidémico, como el diseño de los automóviles o la ropa de invierno, con la diferencia de que éstos son modelos que duran una temporada o, a lo sumo, un par de años antes de renovarse, mientras que la vida útil de un hotel y sus anexidades cubre largas décadas y puede acabar por imprimirle carácter a los sitios.

El resultado de este fenómeno se puede medir por sus consecuencias de tipo mercadológico, pero ese es un aspecto ajeno al propósito de este documento. Lo que se quiere resaltar es que el afán imitativo echa por la borda muchos elementos de diferenciación que, bien vistos, podrían agregar valor al proyecto turístico de que se trate, a menores costos, y reflejar muchísimo mejor las características propias del destino, fortaleciendo su competitividad.

Se citan casos en donde es fácil ver cómo los descuidos provocan el efecto inverso: es frecuente que el intérprete de la cocina vernácula sea un chef de cadena importado de una escuela de alta gastronomía, a quien sólo le interesa que el plato “nativo” más tradicional del lugar aparezca en la carta, así sea una pobre imitación de la sazón que los lugareños practican comúnmente. Es la experiencia más desafortunada con que puede tropezarse un comensal veterano.

Yendo un poco más lejos, es casi general observar la adopción acrítica de las líneas de diseño que se copian por centenas, por quienes emprenden la construcción de establecimientos de categoría emblemática. Son calcos arquitectónicos sin nada que los diferencie y sin ningún distintivo local, para no hablar de otras consignas propias en el modo de atender la clientela, más ausentes aún. Algunos diseñadores, creen que basta reemplazar cualquier alusión tipológica local con una avenida de palmeras, u otros elementos, que se dan por símbolo y marca de una subregión.

- Una parte notable de los medianos y grandes negocios turísticos de Iberoamérica está en manos de ejecutivos extranjeros. Un nativo, al frente de un lodge o de un parque natural, sabría explicar mejor que nadie qué es la selva húmeda o seca, cuáles son las especies silvestres, cuál es la relación ancestral de los indígenas con la naturaleza circundante, cómo son las variaciones del clima, en qué consiste la diversidad tropical?

Hoy en día es relativamente sencillo lograr que un nativo complete sus estudios superiores y se especialice en botánica, biología o administración, para que emprenda con sus congéneres un mejor aprovechamiento de su territorio.

De hecho, hay notables ejemplos de esa preparación en varios ensayos que se adelantan en Perú, Ecuador y otros países. No propiciar procesos de ese tipo es simple miopía y una visión con demasiada inercia por parte de los empresarios.

- Aún los mejores sistemas de "certificación" homologados internacionalmente se suelen abstener de emplear criterios que conduzcan a caracterizar los productos turísticos según las mejores virtudes del medio ofertante y los propios de la empresa examinada. Su preocupación es aplicar procesos mecánicos estándar en instalaciones igualmente estandarizadas. La teoría prevaleciente entre algunos certificadores es que los servicios hoteleros y similares deben funcionar de manera semejante en lugares muy distintos. El régimen de calificación hace limitados esfuerzos por estimular los refinamientos de viejas culturas, y las virtudes de hospitalidad de cada latitud. En otras palabras, los certificadores deberían evitar ser un factor de *no diferenciación* (nótese como lo menos aconsejable en materia de competitividad) en lo que atañe a la prestación de servicios turísticos. De ahí que la certificación también debería asegurar un piso básico de responsabilidad social de la empresa certificada, que es, en teoría, una condición *sine que non* del turismo sostenible.
- El turismo pone en evidencia la segregación espacial y la condición dependiente de unas comunidades respecto de otras, sirviendo unas veces como correctivo y otras como acelerador de conflictos culturales, ambientales y económicos. Las tendencias de muchos expertos siguen desafortunadamente ancladas en las visiones pequeñas, un empeño que tiene validez en países turísticos sobredensificados, pero de dudosa aplicabilidad a destinos nuevos.

La esperanza es que, a medida en que los más modernos conceptos de competitividad se vayan expandiendo, tal vez se logre entender que un *cluster* turístico competitivo encadena prestadores de servicios especializados en regiones geográficas que presentan una vocación homogénea, a veces de muchos municipios y a veces en territorios que trascienden fronteras, donde los ofertantes se complementan unos a otros hasta dar con el producto o complejo de productos más acorde con la vocación que escogieron y donde la cadena ha probado poder alcanzar niveles de excelencia, al mejor precio. Para ello las *cadena de valor*, con la indispensable ayuda de los gobiernos, se irán robusteciendo armónicamente y podrán ampliar el beneficio económico a espacios territoriales cada vez más amplios y a productos y productores nuevos.

De lo contrario, se seguirá por la senda de las viejas fórmulas de gerencia puntual de destinos y microdestinos, muchas veces concurrentes entre sí, desaprovechando economías de escala en la solución de infraestructuras de acceso, rutas de transporte, enlaces de conectividad, capacitación del personal, promoción y mercadeo de sus atractivos turísticos.

De seguir así, no será posible conciliar los intereses de un destino al extremo de una ruta o circuito con los de los destinos intermedios. Seguirá, en fin, desequilibrándose injustamente el reparto de cargas y beneficios entre los mayoristas que regentan el mercado emisor, los comercializadores intermediarios y los prestadores finales, con lo cual se llega a la negación misma de la cadena productiva.

## TERCERA PARTE

### NUEVAS OPCIONES

Hay una serie de campos de trabajo para mejorar la contribución del turismo a la cohesión social, la mayoría de los cuales está todavía en exploración. Estos serían algunos ejemplos:

#### **3.1. En los planes de infraestructura y equipamiento:**

Nuevos desarrollos de infraestructura y equipamiento estimulados desde el Estado para territorios llamados a contener complejos turísticos de *sol y playa* o similares, deberían rescatar al menos unas de las directrices que rigieron en la planificación de megaproyectos en los años setenta, cuando se diseñaron Cancún y otros por parte de Fonatur en México, Cartagena de Indias y otros complejos balnearios del plan Destucosta colombiano, y otros más, todos ellos interrumpidos después. En aquella época, los compromisos del Estado que se proponía construir carreteras, aeropuertos, redes de acueducto y electrificación, disposición de desechos, saneamiento ambiental y demás requerimientos de planeamiento físico, más el consiguiente financiamiento internacional, obligaban a los proyectistas no sólo a ejecutar cada cosa en los terrenos específicamente destinados a hoteles y servicios complementarios, sino a resolver también esas necesidades básicas a comunidades locales situadas en el entorno, como costes "internos" del proyecto.

El turismo se comprometía así a pagar parte de la infraestructura física y social de las localidades situadas en sus vecindades. Es algo que conviene rescatar y que compensaría al menos en parte la plusvalía que los compradores de tierras obtienen del esfuerzo mancomunado de gobiernos y comunidades locales al poner al servicio de las empresas turísticas la belleza de un sitio y dotarlo de facilidades de explotación.

#### **3.2. En el desarrollo comunitario:**

Aunque no de manera exclusiva, se podría avanzar en el ejemplo anterior perfilando iniciativas comunitarias estimuladas desde el Estado para atender demanda turística, fomentando las *pymes* de alojamiento rural, de transporte local, de guianza, de alimentación, de actividades ecuestres, artesanías y muchas más, donde la propia comunidad residente quiere volverse protagonista-empresario de los servicios.

Aquí, la dificultad principal no es lograr el buen desempeño de los oficios, sean éstos relativos al alojamiento, al transporte o a la restauración, para lo cual abundan los sistemas de adiestramiento básico, sino generar las actitudes necesarias para generar empresa. El problema mayor es convencer a los vecinos aislados de la necesidad de asociarse. Y los pasos, para que sean viables, tienen que ser por lenta aproximación.

En base a la experiencia, la asociatividad comunitaria se construye poco a poco, si se quiere que perdure. Los ímpetus iniciales, generalmente influidos de un entusiasmo por contagio, terminan muy pronto por indisciplina, por envidias, por la dificultad de asignar responsabilidades individuales proporcionadas a los beneficios o por falta de liderazgo.

Aprender a manejar huéspedes, hacerles de comer aceptablemente, acompañarlos en caminatas y excursiones, darles a conocer las bellezas del lugar y su historia, son tareas que presentan dificultades, pero esa es la parte menos difícil del problema. El escollo serio proviene de la inexperiencia en adoptar sistemas racionales de reparto del trabajo, y de otra inexperiencia peor, de cómo y a quién encomendarle las tareas de seguimiento y control.

Cada familia asociada asume como propio el negocio de alojar unos cuantos turistas y atenderlos, pero nadie asume el de armar el ensamble. Y como los elementos a manejar son bastantes, sin un armador que los una y cuide de su cumplimiento, la operación de conjunto se vuelve muy costosa y con demasiadas disparidades entre uno y otro prestador.

Ahí surge otro escollo, insalvable si no hay un principio de empresa, una administración central por pequeña que sea, que además de resolver lo anterior entre a cerrar los baches en la acción de reservas y mercadeo, porque cada empresario individual es tan pequeño que no puede abrir por sí mismo los mercados, mantener un sitio en la *web*, cubrir los derechos de membresía en las redes de reservas, negociar con mayoristas y agentes de viajes, etc.

Pese a todo, cada uno de los anteriores estadios es superable con paciencia y con unas ayudas de monitoreo y mediación en conflictos que muchas ONG y otras organizaciones están dispuestas a prestar.

El caso es que ya hay esparcidos por algunos países y en comunidades bien disímiles ejemplos de empresas que iniciaron su camino por un acuerdo entre vecinos, donde la responsabilidad de cada servicio era individual o de una familia, pero al mismo tiempo se fueron asociando todos los miembros en una pequeña organización de segundo piso, para ir supliendo los necesarios complementos: un sistema común de reservas y mercadeo, un almacén de proveeduría que efectúa las compras colectivamente, un equipamiento básico común (lanchas, caballos, camperos, material de campamento), todo bajo una pequeñísima organización central que no debe interferir el negocio individual de cada familia o persona asociada.

Las experiencias van desde cooperativas hasta grupos asociativos formales e informales, con resultados dispares. Pero ya es posible hablar de ejemplos exitosos de turismo "comunitario" en territorios indígenas, así como de emprendimientos compartidos entre colonos campesinos para el turismo rural y de aventura que se pueden ver en la sierra peruano-boliviana, en la alta Amazonía, en la Patagonia chileno-argentina, en la Araucanía y en algunas islas del Caribe y el Pacífico. En Colombia se avanza sobre un programa de "posadas nativas", de un corte parecido.

Algunos de esos experimentos tardaron hasta diez años en ser autocosteables, pero lograron sobrevivir y hoy en día compiten con emprendimientos de tipo tradicional. La clave principal en su maduración ha consistido en ocuparse tempranamente de formar los administradores con herramientas de gestión modernas y en no caer en el paternalismo de sufragar con subsidios las pérdidas año tras año, indefinidamente.

Importa agregar que el mismo mecanismo comunitario se ha probado exitoso cuando se lo empleó en forma asistida en casos donde el turismo opera como solución remedial a procesos degradantes del medio físico, tales como deforestación de bosques y selvas, sobreexplotación pesquera, abandono de minas extintas, salitreras, antiguas cárceles y bases militares en desuso.

### **3.3. En los sistemas de profesionalización y adiestramiento:**

Un urgente replanteo en las políticas de formación profesional, tanto a escala universitaria como tecnológica, es poner en el orden debido la agenda de necesidades, ajustando los programas a las conveniencias de cada región receptora.

En primer término, es necesario considerar con prioridad las dificultades geográficas y de otra índole que impiden a una zona que apenas empieza a equiparse turísticamente, enviar sus jóvenes a formarse en los centros urbanos desarrollados. No se trata sólo de resolver el acceso a los centros de formación y adiestramiento en los niveles básico, universitario y de postgrado, sino de adaptar los planes mismos. No existe, como parecen creer los centros de formación tradicionales, una forma estándar de entrenar personal para la hotelería urbana comercial que también sirva para administrar paradores de carretera, hostales campestres, albergues juveniles, complejos playeros, albergues ecoturísticos, ciudadelas de turismo social, buques de crucero, etc.

Los modelos en uso, además, se circunscriben a las profesiones típicas (recepcionistas, informadores turísticos, gobernantas, chefs, maestresalas, conserjes, organizadores de congresos, dependientes de mostrador, conductores de grupos, guías, etc.), sin darle cabida a modalidades de gestión propias de empresas familiares, microempresas y servicios livianos que emplean modelos operativos distintos, donde lo usual es acumular funciones de muchos cargos en unas pocas personas.

Los centros de formación hotelera que predominan en Iberoamérica, casi sin excepción, diseñan los currícula y los talleres de práctica para atender la hotelería convencional de cadena y los cargos más característicos que los hoteles, las agencias de viajes y los operadores turísticos requieren, siguiendo patrones formativos que se pretenden "internacionales". El concepto mismo de destrezas y competencias obedece entonces a unos prototipos o "perfiles de empleo" acuñados, lo cual conduce a dejar desguarnecida la oferta más importante de apoyar a corto plazo, que es justamente la de los negocios no convencionales.

Esa clase de oferta sólo resuelve sus problemas de profesionalización mediante programas itinerantes de adiestramiento que lleguen hasta los propios establecimientos. Por definición, las regiones turísticas están alejadas de los centros urbanos donde abundan escuelas y universidades que imparten programas de tipo tradicional. Allí la abundancia de opciones formativas está provocando un desempleo sistémico, porque las empresas locales capaces de absorber egresados con título, tienen ya su planta de empleados completa, sus posibilidades de expansión son limitadas y los medios de aprendizaje internos son provistos por las cadenas mismas y por los ejecutivos a cargo.

Las zonas turísticas, por el contrario, están en territorios alejados y sus establecimientos más urgidos de capacitación son pequeños y dispersos. Allí, los menos conocedores del oficio son precisamente los propios emprendedores, porque en su mayor parte no han viajado, no conocen el buen servicio como turistas-clientes y no cuentan con referentes de calidad que les sirvan de comparación.

Eso, grave como falencia empresarial, es más grave si se lo mira en otra perspectiva: esos pequeños emprendedores son quienes tratan de enseñar a sus dependientes, pero si no saben desempeñarse ellos mismos en los oficios básicos, el resultado es que las malas prácticas se reproducen generación tras generación.

¿Cómo romper el círculo vicioso? Los patrones no se mueven de sus negocios, porque no tienen quién los reemplace y porque el empirismo les inhibe para inscribirse en cursos formales. Y los dependientes no tienen recursos para irse semanas o meses a la ciudad, pero además, son personas que cambian de oficio continuamente, de manera que capacitarse y abandonar el puesto son de continua ocurrencia.

Un modelo de adiestramiento que envuelva a la vez al pequeño empresario y a su personal de base es la vía para elevar la calidad de prestación en un territorio en ascenso. Y es esa una tarea que hay que repetir de año en año en las rutas y los destinos puntuales, porque el personal de base se renueva en cada temporada.

### **3.4. En la política antidrogas:**

Muchas regiones de América Latina padecen el flagelo del narcotráfico y el cultivo de estupefacientes son zonas de frontera agrícola, sin posibilidades de cultivos rentables y sin medios de comunicación para aprovisionarse de insumos y sacar las cosechas de otros productos. El ecoturismo es una alternativa muy a la mano para generar actividades productivas que sustituyan el trabajo ilegal y los riesgos que las comunidades de pequeños colonos padecen a manos de narcotraficantes, intermediarios y guerrilleros.

Colombia, abanderado de la idea, está poniendo en práctica un programa especial de familias guardabosques y otro de colectivos mayores que desean cambiar el cultivo de coca por actividades ecoturísticas, vecinas a grandes atractivos naturales. Al menos cinco países iberoamericanos podrían poner en práctica fórmulas afines.

### **3.5. En la política de fronteras:**

Como último ejemplo se propone mostrar los efectos de cohesión social que el turismo ha llevado o podría llevar a fronteras "calientes" entre países con conflictos de límites.

El flujo migratorio, el comercio transfronterizo, la unidad de familias con parentelas a uno y otro lado de las fronteras, unidos al vecindaje entre grandes conglomerados urbanos y campesinos que podrían emprender planes conjuntos de integración turística fronteriza, servirían muy bien como catalizador para disminuir las tensiones y generar intereses compartidos en las llamadas regiones "bisagra".

\* \* \*