

## Reseñas de publicaciones

### *Antropología del turismo. Strategie di ricerca e contesti etnografici.*

Simonicca, Alessandro. Roma: Carocci. 2000.  
ISBN 88-430-1728-4

---

---

**Sara Pérez Barrera**  
sarpe@ull.es

---

---

A mi parecer existen múltiples formas de leer un libro; ya sea porque el abanico literario disponible resulta, más que amplio casi infinito (no es lo mismo leer una novela que una guía didáctica o una antología poética), o quizás porque influyen nuestros estados de ánimo, las motivaciones (u obligaciones) que nos impulsan a elegir tal o cual libro, el tiempo del que dispongamos para sumirnos en el mágico placer de la lectura o incluso las recomendaciones y/o críticas a las que hayamos tenido acceso antes de comenzar a viajar más allá de las palabras. De una u otra manera, lo que sí es cierto, y de eso estamos seguras todas aquellas personas que amamos la lectura, es que este hobby, este estilo de vida o si se prefiere esta afición milenaria, crea adicción. Eso es lo malo, que engancha, y cuando una empieza a leer se le olvida a una hasta que el mundo gira, y ya no puede parar hasta que el libro no se acaba, y se desquita una de responsabilidades, y se le mezclan a una las historias de su vida personal con las de ficción y los problemas se esfuman cuando la novela vale la pena, y es por ello que el imaginario personal crece con cada epopeya, y la ingrata e inoportuna vida cotidiana, que interrumpe de cuando

en cuando a los personajes, se aparta por momentos, se entierra durante 50, 85 o 200 páginas; y luego se enfrenta una a ella como renovada pero distante, como confundida, como si estuviera en las nubes y no quisiera bajar, aunque nos obliguen a hacerlo la norma y la rutina.

Si se me permite el atrevimiento, esta podría ser quizás para Alessandro Simonicca una buena descripción del viaje turístico, con la sola diferencia de que los efectos de quien viaja literariamente no son ni tan siquiera comparables a los de quien lo hace de manera turística. Ahora bien, empecemos por el principio, que ya tendremos más tarde tiempo de definir y contextualizar cada forma de hacer turismo y de ser turista. Lo que caracteriza la manera de leer *Antropología del Turismo*, es la temporalidad, para leer a Simonicca hace falta tiempo, no ya por la extensión de sus páginas, sino y sobre todo, por la densidad de sus contenidos. El libro se divide en diez capítulos estricta y metódicamente estructurados, repletos de ejemplos gráficos y divididos en dos bloques claramente diferenciados, los anteriores y los posteriores al capítulo cinco, que aterriza en la práctica para resumir un estudio de casos de elaboración propia

en el Sudeste asiático. Así pues, en el primer bloque podremos encontrar las directrices fundamentales para entender tal investigación, y se nos pone en conocimiento partiendo de un recorrido teórico por toda la historia de la antropología del turismo, de su definición y su objeto de estudio, para pasar seguidamente a identificar de manera descriptiva y en ocasiones también un tanto crítica, numerosos modelos de análisis de quienes trabajan en dicho campo temático (incluyéndose entre líneas la del propio autor). En el segundo bloque, se concretan los aspectos que hasta el momento de la publicación del texto fueron considerados como los más actuales y primordiales de la actividad turística (relaciones entre huéspedes y anfitriones, diferencias entre áreas receptoras y emisoras de turismo, turismo y desarrollo, nuevas formas de turismo o turismo alternativos, la dicotomía entre turismo doméstico e internacional...), así como las características de quienes hacen turismo en el mundo moderno (imágenes, estereotipos y motivaciones del y para el turista). Mención aparte merece quizás el último capítulo, en el cual siguiendo en la línea teórica del libro, se formula la necesidad de repensar la antropología del presente, con claras y obligadas referencias a los conceptos de cultura, identidad, autenticidad, patrimonio y por supuesto antropología del turismo, que según éste y otros muchos pensadores, deben ser reformulados para poder ser adaptados a la contemporaneidad.

#### **Aproximaciones teóricas a un nuevo tópico disciplinar: la antropología del turismo**

Según se asevera en el capítulo inicial del libro, para encontrar las primeras investigaciones sobre estudios antropológicos del turismo no es preciso remontarse demasiado atrás en el tiempo. La andadura comienza en los años 70 del siglo pasado con la publicación de dos innovadoras obras fruto del esfuerzo de numerosos autores y de la conjunción teórico-práctica de no pocas disciplinas: por un lado, *Tourism, Passport to Development? Perspectives on the Social and Cultural Effects of Tourism in Developing Countries* (1978), con De Kadt E. como editor principal; y por otro, *Host and Guests: The Anthropology of Tourism*

(1977), una compilación de textos coordinados por V. Smith. Ambas obras se han convertido en manuales imprescindibles para cualquiera que hoy en día pretenda acercarse a la antropología del turismo, aunque sin duda adquiere carácter prioritario ésta última.

Así pues el turismo se da a conocer como un nuevo fenómeno de masas que moviliza y consume una infinita cantidad de recursos materiales, culturales, naturales y humanos, y que por consiguiente establece un contacto no equilibrado entre dos o más sociedades, a las que se denomina metafóricamente huéspedes y anfitriones. El elevado flujo turístico que aumentaba vertiginosamente desde los años 60, impulsaría el nacimiento de una corriente teórica extremadamente pesimista. Ésta, al reconocer el carácter transaccional del turismo apuntaba también, la problemática de unos encuentros y desencuentros que inevitablemente iban a producir cambios tanto en las culturas visitantes como en las visitadas, pero cuyos efectos más perjudiciales recaerían siempre en aquellas consideradas más débiles y desprotegidas, aquellas que recibían la carga turística, según estos autores de manera pasiva (las poblaciones locales). Dicha forma de analizar la actividad turística a partir exclusivamente de los impactos que acarrea en las áreas receptoras, arrastra consigo un problema, no es posible delimitar con precisión qué proporción de tales efectos negativos son directamente producidos por el turismo y cuales son, por el contrario, consecuencia de los cambios que acarrea la sociedad contemporánea (el progreso, las nuevas tecnologías, los flujos migratorios etc.). Problemas globales que exigen intervenciones globales y no se corrigen con parches ni con soluciones de urgencia, quizás sea por eso que aún en la actualidad este planteamiento continúa abordándose por parte de la antropología del turismo de forma recurrente, sin obtener, al menos en apariencia, resultados efectivos (Santana Talavera, 1998). Algunos años después de la publicación del libro de Simonicca, en el 2001, Smith y Brent reeditan *Host and Guest*, con una meticulosa revisión diacrónica que hace no pocas nuevas aportaciones en la materia, de esta manera constatan que “el turismo no constituye un elemento único en los procesos de

cambio cultural, antes bien, se muestra como un vehículo a través del cual las sociedades receptoras entran en contacto con, o ven impulsadas según el caso, formas permisibles de desarrollo económico” (Santana Talavera, 1997). En otras palabras, aunque haya quedado suficientemente evidenciado que el turismo es un fuerte motor que impulsa mutaciones culturales sobre todo en aquellas sociedades receptoras de turistas, también es cierto que tan denotada actividad puede servir para aumentar la calidad de vida o simplemente avanzar en la consecución de una mejora de las necesidades de aquellas personas que han decidido (o se han visto obligadas) a convertir su área de residencia en un producto turístico.

Consecuentemente es viable afirmar, que ambos autores destapan “la caja de Pandora” de esta recién estrenada subdisciplina (si es que se pueden designar así las primeras aproximaciones hechas desde la antropología social hacia el turismo); se abre un debate que permanece aún candente y que muestra dos posturas contrapuestas pero no radicalmente enfrentadas, no excluyentes. Una dialéctica a la que Simonicca se suma, como es obvio, ora defendiendo la una, que se ha convenido en denominar “Acercamiento en Términos de Política Económica”, ora patrocinando la otra, la cual se entiende como una postura más de tipo “Funcional”.

La que se erige en términos de política económica, considera las relaciones propias del fenómeno turístico (transacciones no equivalentes entre centro y periferia tal y como veíamos anteriormente), como una reproducción de aquellas otras que se dieran históricamente entre las metrópolis y sus colonias, donde las primeras explotaban a las segundas usurpándoles los recursos de los que disponían y modificando por completo su estructura socioeconómica, cultural, política, religiosa etc. El matiz funcional lo ofrece desde otra óptica, una perspectiva más de tipo descriptivo que analítico, cuyo empeño está en comprender y abordar de manera imparcial el sistema turístico: tipologías, características y efectos positivos y negativos provocados como resultado del proceso. Así descritas, tal y como las expone el autor, y tras advertir durante la lectura posicionamientos en

ambos sentidos por su parte, no resulta difícil deducir que, sólo combinándolas se logrará un enfoque más global y apropiado a las necesidades de cada momento, teniendo en cuenta tanto costes y beneficios del sector turístico, como sus elementos estático (de permanencia en un lugar), dinámico (que incluye el viaje a un determinado destino) y consecuencial (referido a las secuelas directas o indirectas del turismo en otros sectores como el económico, el físico y el social).

En éste libro existen tantas definiciones de turismo como autores que las defienden, pero sin duda prevalece una postura que lo identifica como hecho social total. Puesto que conjuga un componente psicosocial, y/o motivación que impulsa a los individuos a viajar fuera de su lugar de residencia habitual, con otro procesual, a través del cual se ponen en circulación personas, servicios, imágenes, rentas e ideas. El turismo es para Simonicca un hijo de su tiempo, la consolidación definitiva de una nueva era, cuando las personas tienen ya cubiertas sus necesidades primarias comienzan a plantearse la necesidad de disfrutar de su tiempo de ocio, relajarse y dejar de lado momentáneamente compromisos y responsabilidades. Esta es una imprescindible demanda a la que deben hacer frente las sociedades que respeten el pacto social del bienestar, si les interesa obtener ciudadanos libres, íntegros y socialmente integrados, y con capacidad de acción y de decisión. El descanso es también una parte imprescindible del trabajo bien hecho, no en vano ya desde la época clásica los romanos acuñaron la frase *panem et circenses*. Dichos populares aparte, el turismo es una actividad que estructura el curso de la vida de aquellas personas que la puedan practicar, a través de periodos alternos de ocupación laboral y ociosa (lo cotidiano y la trasgresión de la norma, la rutina y la novedad, el ocio y el negocio como las dos caras de una misma moneda). Pero además el viaje turístico posee una importante connotación de distinción social, en la actualidad hay que viajar no sólo con la finalidad de relajar cuerpo y mente, sino además con el objetivo de compartir con los demás: amigos, familia... las experiencias, aventuras y desventuras de nuestras vacaciones. Esto que para muchos puede parecer una frivolidad,

es sin duda una presión social que nos obliga a consumir una determinada forma de hacer turismo, aunque se encuentre fuera de nuestro alcance.

Si se concibe el turismo como una forma de alterar el estado natural de la conciencia, producido a consecuencia de una decisión voluntaria y opuesta a las imposiciones de la costumbre; no hay que pensar demasiado para relacionarlo con una especie de rito de pasaje al más puro estilo posmodernista, que hace posible el cambio de estatus y la mutación de ciertas acciones y pensamientos de quienes practican turismo. Retomando teorías durckonianas, el libro alude al cambio que se produce en un individuo cuando se convierte en turista, cómo se adapta su imaginario a la nueva situación, cómo prepara el viaje siguiendo un modelo más o menos preestablecido, cómo se inserta temporalmente en una cultura que no es la suya en busca de la diversión, y cómo tras su regreso se hace preciso un periodo de readaptación para que todo vuelva a la normalidad antedicha (si es que eso es aún posible). El paso de lo sacro a lo profano si se desea seguir la terminología del sociólogo alemán, se equipara al paso que todos damos en algún momento de nuestras vidas, cuando abandonamos la rutina para emprender cualquier tipo de práctica turística.

Pero el turismo no es una actividad que implica sólo a quien viaja y/o pasa sus vacaciones, sino que incluye además otros muchos factores sin los cuales todas las prácticas anteriormente descritas no serían posibles. Así por ejemplo, con la denominación de industria turística nos referimos al conjunto de servicios preparados para el buen desarrollo de esta actividad (infraestructuras, material humano...); tales industrias se implantan en las áreas de destino turístico, y son puestas en marcha por personas que a través de su trabajo permiten dicha forma de consumo (anfitriones). Esta otra cara del turismo, depende directamente de los turistas, sobre los cuales genera también un vínculo no demasiado arraigado, estimulando las relaciones de desigualdad de las que hablaríamos más arriba.

### **Líneas maestras y modelos de análisis en la antropología del turismo**

El corto pero intenso paseo histórico por la antropología del turismo, corto por la juventud de la temática que lo ocupa y no porque carezca de información relevante suficiente, empieza y termina con la presentación de dos de las teorías más importantes en el estudio de aquella: la Tradición Anglosajona y la Escuela Francesa. Es curioso, pero siguiendo tales líneas maestras podría parecer que los únicos lugares donde se trabaja sobre estudios antropológicos del turismo son, Inglaterra, Estados Unidos y Francia, abandonando quizás por cuestiones más de tipo idiomático que académico, otros países con un importante arraigo investigador en este campo. Así por ejemplo, algunas zonas de Latinoamérica albergan perspectivas teóricas fuertes, y no todo lo conocidas que fuera deseable. Escribir en castellano, en portugués e incluso en italiano (como hace el propio Alessandro Simonica), supone además del desconocimiento internacional de quienes lo hacen, la disminución de las motivaciones investigadoras, las cuales, se ven truncadas al percibir las dificultades añadidas de quienes no pertenecen a cualquiera de las dos corrientes principales. Un círculo vicioso que parece no tener fin, pues a pesar de que las nuevas tecnologías han facilitado enormemente las comunicaciones, permitiendo unas relaciones más fluidas, la teoría y la práctica de los estudios antropológicos del turismo, continúan siendo ocupadas por las tradiciones de más renombre; en una época, la actual, en la que cada vez hay más espacios de participación para todos (o al menos eso es lo que se encarga de vendernos el discurso dominante).

La Tradición Anglosajona, viene de la mano de los que a lo largo de la historia se han erigido como sus máximos representantes. Destacan entre otros: los contrapuestos Boorstin y Mac Cannell, Turner y su escuela ritualista y la fenomenología del turismo de Cohen. Es bien cierto que entre todos ellos se evidencian no pocas discrepancias: algunos describen la actividad turística como un hecho peculiar de la modernidad, totalmente criticable o desmesuradamente loable según lo resuma el primer autor o el segundo; otros, quienes com-

plementan las teorías turnerianas hacen más hincapié en el aspecto experiencial del turismo, pero igualmente homogeneizan las características de las miles de personas que lo practican; y no será hasta la aparición de Cohen, cuando se consiga establecer una serie de clasificaciones que diferencien los numerosos tipos de turistas existentes. Según la duración de su viaje, el tamaño del grupo de turistas, la organización del viaje y del grupo, el tipo de destino, la calidad de los servicios y las formas de transporte, se puede hablar de: turismo de mochila, exploradores, turismo institucionalizado, de masa individual y de masa organizado. En la actualidad es posible encontrar profusas clasificaciones de este tipo, puesto que se asume que, evidentemente, no son fieles a la realidad, las definiciones universales del turismo.

Ahora bien, se observa al menos un aspecto común en las investigaciones de estos autores, todos ellos hablan del turismo propiamente dicho, al contrario que la Escuela Francesa, la cual suele referirse más a las formas de ocio. Esta es una visión clásica, cuya orientación posestructuralista manifiesta, en ocasiones, retazos historicistas que se empeñan en comparar a los peregrinos y aventureros de antaño, con los turistas modernos. Pero la dimensión histórica no marca las diferencias entre una y otra corriente, antes bien, es posible encontrar en ambas defensores de las dos posturas. Entre las investigaciones más relevantes de la escuela francesa, quizás debido a su enraizada relación con los estudios más costumbristas, la cultura material, etc. destacan las abundantes referencias que en el texto se dan sobre el arte turístico y los *souvenirs*. Concebidos como una forma indirecta de turismo, que contribuye a mantener las relaciones entre áreas transmisoras y receptoras, participando activamente en el proceso de mutación cultural de éstas últimas sociedades, y favoreciendo el progreso endógeno y exógeno al activarse como productos turísticos, unos determinados recursos patrimoniales.

Atendiendo al carácter cíclico y procesual del turismo, el capítulo cuarto del libro, se configura con la descripción exhaustiva de los modelos analíticos utilizados en momentos puntuales por algunos escritores (pretéritos y contemporáneos) en sus inves-

tigaciones sobre la antropología del turismo. Greenwood, Norona, Peck y Lepie, Cohen, Pearce, Butler, Rodenber, Wallace y un largo etcétera de nombres imprescindibles para construir la sólida base bibliográfica de cualquier investigación antropológica sobre el turismo. Amparándose pues, en tan efectivas herramientas empíricas, presenta Simonicca en el capítulo quinto, su particular etnografía del turismo del sudeste asiático, un estudio de caso que analiza el proceso de turistización de tres sociedades no occidentales: Bali, Tana Toraja, Java y Malasia.

Las dos primeras, son regiones con un fuerte desafío turístico que han soportado un sufrido proceso de modernización. El cual ha sido debido, entre otras cosas, a su compleja estructura política y sus desavenencias socioeconómicas, que han chocado frontalmente con unas arraigadas tradiciones religiosas. Ambas se diferencian no obstante, porque poseen imaginarios turísticos nada comparables. Pionera en esta andadura fue Bali, Isla del archipiélago indonesio que se presenta como el último paraíso oriental y museo viviente. Lo emblemático de su historia está en la manera en que la población y la inteligencia local han sabido asimilar de manera selectiva, la influencia externa adaptando las aportaciones extranjeras en un proyecto de integración armónica y original. El proceso turístico de Bali comienza en 1965, promocionando su patrimonio natural (el mar y los volcanes) para el turismo de masas, pero pronto se darán cuenta que el turismo, más que motor del desarrollo local, está siendo generador de efectos negativos en la zona<sup>1</sup>. La oferta se diversifica y comienza a hablarse del turismo cultural como alternativa y elemento diferenciador del destino. A la belleza paisajística se une ahora la revitalización de las costumbres populares: danza y teatro tradicionales, fiestas religiosas y ritos funerarios etc., en una imagen homogeneizada y construida en occidente que los balineses han tomado como propia. Ciertos elementos de La cultura son separados del resto y dotados de valor mercantil; se producen en cadena y se incluyen en el paquete turístico como estandartes de la cultura balinesa.

Una atracción más, un espectáculo carente de su sentido originario, pero por

supuesto adaptado a todo tipo de público como evidenciador de "lo auténtico".

Aún más curioso es el caso de Tana Toraja, un distrito centro meridional de la isla de Sulawesi, con un elaborado sistema ritual fundado sobre el culto a los antepasados. La vida social del lugar se desenvolvía alrededor de los rituales funerarios, que además significaban una forma de intercambio entre la población, y el momento perfecto para satisfacer los compromisos sociales contraídos. El periodo que transcurría en Toraja desde que una persona moría hasta que era enterrada, venía dado por el tiempo que tardara la familia en preparar su funeral, de esto se deduce que tales celebraciones poseían un acusado interés por aumentar el prestigio social. Pero al igual que ocurriera en Bali, con la modernización se le otorga a esta práctica un nuevo cariz, más suntuoso. Posteriormente, desde los años 60-70 del siglo pasado, el turismo irrumpe en la isla atraído por el morbo de lo desconocido. Este hecho, que en un principio pudiera parecer beneficioso para el desarrollo local, provocó numerosas mutaciones en su estructura socioeconómica. Se pierde la finalidad ceremonial de los enterramientos, los cuales se convierten en fiestas que simulan espectáculos circenses, la economía regional que dependía directamente de estos se debilita, y ahora los lugareños se ven obligados a convertirse en trabajadores del turismo. El turismo étnico/mortuorio de Toraja, tal y como se designa en el texto, consigue desvirtuar el contenido de las tradiciones culturales locales convirtiéndose en su principal fuente de ingresos; en este contexto, resulta muy interesante observar como dichas tradiciones van cambiando para adaptarse a los tiempos y a los acontecimientos.

Como último ejemplo práctico, señala Simonicca el caso de la isla de Jaba, un modelo turístico que, si bien se sitúa geográficamente en el mismo archipiélago que los dos anteriores y aunque intentó imitar el proceso acaecido en Bali, presenta un desarrollo significativamente diferente. El turismo que viaja a Jaba es de tipo cultural, y entre sus recursos patrimoniales activados destaca la danza ritual. Esta tenía lugar originariamente en templos y palacios, y se ejecutaba por personas que bailaban por afición y/o por devoción, pero que

poseían otras dedicaciones y no cobraban por aquella. En las últimas décadas han proliferado academias que preparan a quienes realizan estas danzas, personas que pasarán a vivir del baile, trabajando a tiempo completo en una actividad directamente relacionada con el turismo, que ofrece mayores oportunidades y mejores rentas. Se muestra la danza tradicional como espectáculo único e irrepetible en otras partes del mundo, de manera que se promueve el desarrollo endógeno ligado al proceso de turistización. La cultura de Jaba ha sabido adaptarse a las demandas de los nuevos tiempos y a las necesidades del mercado, distinguiéndose como micro destino específico dentro del destino más amplio constituido por todo el archipiélago indonesio, mediante la explotación de un recurso muy concreto de su realidad social: la danza ritual.

Tal y como nos demuestran sobradamente estos tres estudios de caso, las culturas no son estáticas, sino que se modifican progresivamente, ajustándose y reajustándose al ritmo de los acontecimientos.

### **Del turismo actual y otros demonios**

Los capítulos que restan ofrecen una panorámica general de los que fueran problemas, características principales y demandas generales en los estudios antropológicos del turismo hasta el momento de la publicación del libro en 1997. Partiendo de las relaciones existentes entre las imágenes que se deben analizar para lograr un acercamiento correcto al sistema turístico, expone Simonicca que: el turismo vende fantasías a través de imágenes, es destacable el fuerte componente visual de su promoción y su publicidad. La población local, los anfitriones, posee una imagen concreta de quienes practican turismo en su región, y sobre los impactos físicos, sociales y culturales, que estos van a producir en ella. Pero esta imagen contrasta directamente con aquella que se crea y recrea para ser primero promocionada y posteriormente ofertada a los turistas; una construcción que básicamente homogeneiza la cultura de una determinada zona para presentar como auténtica una muestra espectacular, enlatada y estática de lo que desean ver aquellos que la van a consumir. Además pode-

mos encontrar otro tipo de imágenes, las percibidas por los turistas, que van buscando “lo auténtico”, tal vez lo idílico o lo paradisíaco, anhelando advertir las diferencias entre lo ordinario de su rutina habitual y lo extraordinario de su viaje. Lo importante de todo esto son las consecuencias que se producen al confluir los diferentes tipos de imágenes, tal es el caso del efecto feedback resultante del choque entre estereotipos de locales y turistas, causa directa de la mutación y el reforzamiento de roles para ambos grupos.

De este exhaustivo pero concreto acercamiento teórico a la temática turística, conviene destacar un aspecto al que el autor se refiere en el capítulo ocho, el turismo desarrollado sobre la celebración de eventos especiales. Un turismo muy concreto en el tiempo, muy específico, que posee unas características peculiares; los más habituales son fiestas regionales, certámenes políticos o cinematográficos, experiencias deportivas (olimpiadas, campeonatos, juegos...), que duran unos pocos días o semanas y que se repiten periódicamente. La imagen de los destinos se asocia a este tipo de acontecimientos, y las motivaciones que atraen a los turistas hacia ellos son las mismas que en cualquier otro tipo de turismo pero acompañadas de un matiz particular, el disfrutar de algo único y teóricamente irreplicable, combinando entretenimiento, estimulación sensorial, producto e imagen. Son hechos que conjugan autenticidad y comercialización, diversificando su oferta en un intento de atraer al gran público. Pero lo que Simonicca no dice es que estos actos turísticos también pueden ser completamente inventados, no es necesario tomar un producto local y revitalizarlo comercialmente (como en las fiestas religiosas o paganas), ni tampoco tiene que existir obligatoriamente relación entre la región y la actividad (como en los campeonatos deportivos). También podemos encontrar pueblos, ciudades, localidades, etc. que se sumen al carro de los eventos turísticos aunque no tengan nada que celebrar, estos serán entonces algo completamente ajeno a la comunidad que lo acoge, pero aún así válido para promocionar turísticamente su imagen. Me refiero por ejemplo, a los festivales de música que se celebran en no pocas zonas de Europa, los cuales tienen poco o

nada que ver con los sitios donde se llevan a cabo. Son organizadas por empresas externas, que sólo demandan determinados espacios e infraestructuras a las áreas destinadas a su puesta en escena, aunque éstas, que pueden ser o no zonas turísticas el resto del año, se beneficiarán en la medida de lo posible de tales circunstancias (sus comercios, supermercados, bares, restaurantes... recibirán durante una corta temporada, un elevado número de clientes).

Adentrarnos más en el texto significa descubrir los entresijos del turismo internacional, comparándolo y/o enfrentándolo al doméstico, para poder definir las características de ambos y advertir sus paralelismos y sus discrepancias. La mayor parte de los flujos turísticos mundiales parten de Europa, América Central y América del Norte; turismo internacional y en su mayoría de masas, que establece flujos constantes entre el occidente industrializado (áreas emisoras) y las sociedades en vías de desarrollo (áreas receptoras). De las consecuencias que este intercambio acarrea (modernización forzada del tercer mundo, desarrollo de la economía informal y cambios en las culturas anfitrionas, enriquecimiento económico de algunos de los factores que intervienen en la actividad turística...) ya se ha hablado sobradamente, pero el turismo que se practica en las zonas periféricas, el turismo doméstico, sigue siendo el gran desconocido. Es este, un turismo familiar sin problemas de idioma ni de moneda, de cortos periodos temporales, que supone una baja inversión y unos efectos económicos muy favorables para la población, que no suele entablar relación con los locales y cuyos impactos a nivel global son reducidos; en general, podemos comparar satisfactoriamente sus resultados económicos con los del turismo internacional..

Pero existen otras muchas categorizaciones del turismo que no excluyen estos, el ocio del mundo posmoderno ha desembocado en una serie de turismo alternativos que, cumplen el doble objetivo de atender intereses especiales y diversificar mercados para atraer a un mayor número de clientes (turismo educativo, religioso, patrimonial, artístico...). Además, durante los años 70, surge una corriente radicalmente opuesta a la concepción del turismo como motor del crecimiento económico, y

por consiguiente del desarrollo. Preocupados por los efectos altamente nocivos de esta actividad sobre el medio natural, social y cultural en que se despliega, contribuyen a la gestación de una serie de turismo denominados "blandos", respetuosos con el medio ambiente, y empeñados en promover políticas de desarrollo sostenible en el ámbito local. Otra vuelta de tuerca para el turismo convencional como modelo industrial único, que promete unas vacaciones cargadas de experiencias realmente auténticas, en contacto directo con la naturaleza y las culturas anfitrionas, que invita a la autorrealización, y que rechaza criterios típicos y tópicos amparándose en motivaciones múltiples. Así, según las actividades que se oferten y el tipo de relaciones que se propongan, se puede hablar de: turismo étnico, ecológico, natural, de aventuras...

Inmediatamente después de una metódica y perfecta revisión del turismo alternativo (aparición, categorización, características, etc.), el autor del texto ofrece su propia visión sobre el tema, demostrando con argumentos suficientes que, éste no debe ser más que un mero complemento del turismo tradicional. Sus elevados costes no pueden competir con los máximos beneficios mercantiles del turismo de masas, la dispersión de sus turistas es también peor, y para colmo, los lugares en donde se suele practicar son ambientalmente muy débiles (si el contacto es intenso y prolongado y la carga excesiva, corre el riesgo de convertirse en peligroso y muy dañino, obteniendo justo el resultado opuesto al que se buscaba. Sin la estructura del turismo convencional el alternativo no hubiese podido ver la luz, de la misma manera que nunca podrá sustituirlo; no obstante es preciso tender hacia el equilibrio entre recursos naturales y consumo, imponiendo la reducción de impactos sobre los destinos y relacionando armoniosamente ecosistemas, ambiente histórico y sociedades locales, con productos turísticos rentables.

## NOTA

---

<sup>1</sup> El empobrecimiento ciudadano, el aumento de la economía informal y la proliferación de la delincuencia, son algunos de los impactos que acompañan a las primeras fases del proceso turístico. Cuando la planificación es nula o de mala calidad, estos pueden acarrear consecuencias devastadoras, las buenas intenciones iniciales que aludían al turismo como elipsir mágico y salvador de la economía del tercer mundo, revierten así, en el neocolonialismo al que nos refiriéramos al principio. Una clara muestra de este proceso la podemos encontrar en el ejemplo balinés, pero no se puede olvidar que a tales impactos turísticos, se les suman los provocados directa o indirectamente por la occidentalización acontecida en la isla tras su independencia.

*Recibido:* 14 de abril de 2004  
*Aceptado:* 21 de mayo de 2004