

*Nathalie
Raymond*

Las interrogantes que plantea América Latina al estudio del fenómeno *turístico*

CEMCA (Subsede en
Guatemala)
naty95@yahoo.com

LAS OBSERVACIONES de campo realizadas desde 1995 en distintos países de América Latina acerca del turismo, han venido alimentando una reflexión personal iniciada hace aproximadamente diez años en torno de la naturaleza del fenómeno turístico, sus raíces, sus formas, sus lógicas evolutivas, sus lugares. Esta reflexión se ha inspirado, y paralelamente enriquecido, con los estudios elaborados en Francia sobre el tema del turismo, en particular los trabajos pioneros de G. Cazes sobre los países en vías de desarrollo, los de J.-D. Urbain (antropología), los de los historiadores A. Corbin y M. Boyer, así como los trabajos del equipo MIT dirigido por Rémy Knafou, cuyas recientes publicaciones son estimulantes.¹ El marco brindado por el presente número de *Trace* constituye el pretexto para una confrontación entre mis propias observaciones y reflexiones, y las ajenas que se han echo sobre la base de otros campos de estudio. Al mismo tiempo, se trata de mostrar que tipos de reflexión pueden elaborarse en torno del tema del turismo con el fin de suscitar vocaciones entre los investigadores latinoamericanos, quienes frecuentemente tienden a menospreciar este tema porque lo juzgan demasiado superficial, siendo que resulta extremadamente rico tan pronto como se le aborda de manera más profunda y sin prejuicios.

De hecho, las formas que adopta esta actividad, así como los factores que han propiciado su evolución, se hallan íntimamente ligados a las realidades latinoamericanas, al grado que el turismo resulta ser un excelente prisma para la observación de las situaciones internas de estos países y sus evoluciones. Dicho en otros términos, el estudio del turismo en Latinoamérica arroja luz tanto sobre la naturaleza del fenómeno turístico como sobre las realidades del subcontinente.

En el meollo de estas dos problemáticas se encuentra el turismo de los propios latinoamericanos. Si bien es evidente para quien vive en estos países, la existencia de un turismo nacional y regional es un fenómeno que sorprende al investigador de turismo europeo, puesto que hasta hace poco tiempo prevalecía una especie de consenso en torno de la inexistencia de un turismo nacional en los países en vías de desarrollo. ¿Cómo podrían los pobres realizar viajes de diversión, cuando a duras penas logran asegurar su propia subsistencia? Además de desconocer las grandes desigualdades de desarrollo dentro de los países y, por lo tanto, la presencia de una élite inmensamente rica y de clases medias (con distinta suerte); esta visión también se niega a imaginar otras formas de prácticas turísticas fuera de aquellas que implican un elevado gasto. Pero sabemos que los latinoamericanos salen de vacaciones, aun cuando los europeos lo ignoran. De ahí que el estudio de las formas que adoptan estas prácticas sea importante para alimentar la reflexión sobre lo que es el turismo. Tal será el objeto de las dos primeras partes del presente trabajo.

Una idea con frecuencia sobreentendida, e incluso explícitamente formulada en los estudios sobre el turismo, en particular sobre aquel que tiene como destino a los países del Sur, es la de la exterioridad del fenómeno turístico, el cual vendría a imponerse desde el exterior a sociedades que se verían obligadas a sufrir sus consecuencias. Así, el turismo ha sido

frecuentemente considerado como una nueva forma de explotación del Sur por parte del Norte, lo cual ha alimentado y justificado los ataques en regla contra esos turistas occidentales que, por su simple presencia (ya vergonzosa en sí misma), vendrían a pervertir a sociedades ingenuamente percibidas como paradisiacas y genuinas.² El análisis del turismo en Latinoamérica cuestiona ampliamente esa visión de una actividad exterior a las sociedades y sus cambios.

Su evolución, su organización, a veces su instrumentalización, apuntan a la existencia de un lazo orgánico entre la actividad turística y las sociedades locales que se adueñan de ésta. Por lo demás, son a menudo estas mismas realidades locales las que han originado y siguen originando los desplazamientos de turistas. Dicho en otros términos, las formas que reviste el turismo en Latinoamérica reflejan ampliamente las realidades locales, lo cual nos autoriza, como ya mencionamos, para adoptarlo como prisma para la observación de estas realidades. Tal será el punto que abordaremos en la tercera parte del presente trabajo.

Las observaciones vertidas y las interrogantes planteadas nos permitirán entonces, en la última parte, esbozar algunas pistas de investigación que sería preciso explorar con el fin de mejorar nuestra comprensión tanto del fenómeno turístico como, indirectamente, de América Latina.

LA EXISTENCIA DE UN TURISMO NACIONAL Y REGIONAL

Un fenómeno evidente y, sin embargo, difícil de cuantificar

Quienes han pasado Semana Santa, Navidad, Año Nuevo y las fiestas de la Independencia en un país latinoamericano, saben que es preferible planear su viaje y hacer las reservaciones necesarias si se quiere evitar importantes pérdidas de tiempo en los transportes o en la búsqueda de alguna hipotética habitación, facturada mucho más arriba de su valor real. Ciertamente que el turismo internacional suele superponerse al turismo nacional para complicar aún más la tarea; sin embargo, incluso en los lugares situados al margen de los circuitos turísticos (algunas playas del Pacífico, por ejemplo), es preferible planear su estancia con anticipación, ya que estos periodos realmente corresponden a desplazamientos masivos de nacionales. Pero fuera de estos periodos ampliamente conocidos, hay otras circunstancias que lo son mucho menos: por ejemplo, que es preferible evitar la Antigua Guatemala durante la primera semana de agosto, porque la ciudad se ve literalmente invadida por los vacacionistas salvadoreños; que es preferible evitar Cuzco en junio, para no verse involucrado ya sea en la fiesta de la cerveza, en los festejos de Corpus Christi o en los del Inti Raymi; y que hay que evitar ir a esquiar en Chile durante la segunda quincena del mes de julio porque este periodo coincide con las vacaciones escolares de los chilenos, además de que es el periodo favorito de los brasileños para disfrutar de la nieve, a pesar de lo prohibitivo de los precios, equiparables a los que se acostumbra en Europa. Así pues, cada país posee su propio calendario de las migraciones temporales de re-creación,³ calcado del calendario de los días feriados en torno de los cuales giran los días inhábiles y, de manera accesoria, del calendario de las vacaciones escolares de los medios (sociedades o clases sociales) más acomodados.

Este fenómeno, que es fácil de observar a nivel empírico, sigue siendo difícil de cuantificar por falta de estadísticas confiables. Cabe señalar que se plantean las mismas dificultades de medición en el caso del turismo internacional, debido prácticamente a los mismos motivos. Si nos atenemos a las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), elaboradas sobre la base de la información proporcionada por cada país acerca de los cruces de fronteras, sabemos perfectamente que aquello que se mide son viajeros con una amplia gama de motivaciones, y no sólo turistas. Así, los 160,000 nicaragüenses que cruzaron la frontera terrestre septentrional de Costa Rica en 2001, eran con mayor probabilidad pequeños campesinos o trabajadores agrícolas que huían de los efectos desastrosos de la crisis cafetalera,

que turistas deseosos de visitar los parques naturales del vecino país. Sin embargo, al mismo tiempo sabemos que de los 290,000 visitantes salvadoreños que ese mismo año llegaron a Guatemala, una parte nada despreciable correspondía a turistas que habían ido a pasar un fin de semana a La Antigua, la Semana Santa o sus vacaciones en el país. Por consiguiente, sólo un trabajo de campo permite confrontar los resultados de estas estadísticas oficiales, que conviene manejar con prudencia, por ejemplo sustituyendo la palabra “turista” por la de “visitante”, más amplia.

Otra fuente utilizada son las estadísticas de ocupación hotelera, aunque éstas no son mucho más confiables. Los hoteles no son infraestructuras específicamente turísticas: acogen a hombres de negocios u otros visitantes en proporción aún más elevada cuando se trata de nacionales; por otra parte, no son las únicas opciones de alojamiento, y bien se sabe que el hospedaje con familiares, con amigos o en ocasiones con algún particular, es una alternativa menos onerosa. Pero ante todo cabe tomar en cuenta que los hoteles no registran a todos sus huéspedes, por motivos fiscales fáciles de comprender, en particular los pequeños establecimientos. Así, los análisis que se llevaron a cabo en los países andinos a mediados de los años noventa, arrojaban para estos hoteles tasas de ocupación comprendidas generalmente entre el 10 y el 30%, porcentaje muy inferior a la realidad y al nivel mínimo de rentabilidad económica (Raymond, 2001).

Las estadísticas más confiables son las que brindan las entradas a los sitios turísticos, las cuales corresponden realmente a prácticas turísticas. Las tarifas diferenciales que a menudo se establecen para extranjeros y nacionales, permiten medir la afluencia de unos y otros; sin embargo, su confiabilidad no es total, en la medida en que no siempre toman en cuenta a todos los visitantes, ya que pueden existir días de entrada gratuita, que corresponden a la afluencia local. Tal es el caso del sitio arqueológico de Iximché, en Guatemala, que es gratuito en domingo y acoge así a numerosos visitantes locales, quienes quizá se dedican más al ocio que al turismo.⁴ A estos días de gratuidad se agrega a veces cierta aproximación en el control de las entradas (guardia ausente, extranjero que paga el precio de un nacional...), lo cual tiende a limitar la confiabilidad de estas estadísticas. Pero, la principal limitación de este indicador es su carácter incompleto, en la medida en que numerosas estancias de nacionales (así como una proporción de extranjeros por determinar) no implican necesariamente la visita a un sitio debidamente registrado; así, es posible tomar vacaciones en Perú sin cruzar necesariamente la entrada a Machu Picchu, especialmente si se es peruano. De ahí que la mayor parte de los desplazamientos escapen del registro estadístico.

Pese a todas estas limitantes, deseamos hacer algunas indicaciones cuantitativas, no sólo para poner en práctica estas consideraciones metodológicas y ver cómo puede medirse el turismo, sino también para mostrar que sí existe un turismo nacional o regional, a veces más importante que el turismo procedente del “Norte”, lo que los profesionales y las distintas instituciones a cargo del desarrollo turístico muy a menudo ignoran.

Un turismo nacional y regional más importante que el turismo internacional procedente del “Norte”

Si consideramos el caso de los visitantes internacionales en Guatemala, entre la tercera parte y la mitad de éstos provienen de uno de los cuatro países fronterizos. Si a ellos agregamos los demás países del istmo centroamericano, entre el 40 y el 60% de estos visitantes son “vecinos” centroamericanos, y ello de manera reiterada desde 1973.

En Guatemala, en 2001, ocho visitantes extranjeros de diez procedían del continente americano. Sin embargo, los latinoamericanos eran dos veces más numerosos que los norteamericanos, y tan sólo los visitantes salvadoreños eran más numerosos que los ciudadanos de Estados Unidos.



Si tomamos el caso de los países andinos y de Perú en particular, que ya hemos estudiado en otra ocasión (Raymond, 2001a, 2002), podemos recordar algunos hechos: hasta en los años noventa por lo menos, “las llegadas a los establecimientos de hospedaje peruanos correspondían básicamente a visitantes nacionales, en una proporción mínima de 1 a 8, a veces de 1 a 20, con respecto a los extranjeros [...] Ciertos años, Machu Picchu acogió un mayor número de visitantes nacionales que extranjeros, como fue el caso en 1987 (110,000 nacionales frente a 80,000 extranjeros). [...] En 2000, Bolivia recibía como máximo a 300,000 turistas extranjeros, mientras que podían registrarse alrededor de 340,000 desplazamientos de nacionales dentro de las fronteras con motivo de las vacaciones, y que 196,000 bolivianos habrían tomado sus vacaciones en el exterior” (Raymond, 2002, pp. 27-29). Desde finales de los años noventa, alrededor de la tercera parte de los visitantes de Machu Picchu son nacionales.

En 2001, cerca del 55% de los visitantes de las áreas protegidas costarricenses eran nacionales. Dado el reducido tamaño del país, no se trataba para estos nacionales de turismo en sentido estricto, sino más bien de actividades de tiempo libre; no obstante, los costarricenses son los principales visitantes de su propio patrimonio. La misma situación puede observarse en México: en 2000, de los 9.5 millones de visitantes de las zonas arqueológicas con que cuenta este país, 6.3 millones (o sea, las dos terceras partes) eran nacionales.

Es verdad que -y sobre este punto se fundamentan los analistas que consideran irrelevante el turismo de los nacionales en los países en vías de desarrollo-, si se miden en valor absoluto, estos desplazamientos de tipo turístico siguen siendo marginales a escala del país: menos del 1% de los peruanos visitan Machu Picchu cada año. En una encuesta de opinión realizada en los hogares urbanos del país en 1997, sólo un poco más del 7% de los 9 500 jefes de familia interrogados declararon haber efectuado un viaje turístico en los últimos doce meses. En México, los distintos estudios de mercado efectuados con vistas a planificar las temporadas de fin de año, de verano o de Semana Santa,⁵ coinciden en señalar que alrededor de la tercera parte de las personas interrogadas tiene la intención de ausentarse de su domicilio durante más de una noche para realizar actividades turísticas, y que cerca del 90% de ellas piensan permanecer en el país. Dicho en otros términos, las dos terceras partes no tienen planeado salir de vacaciones.

Sin embargo, y es ahí donde difiere nuestra interpretación, el número de los que salen de vacaciones (¿entre 20 y 30 millones?) es en todos los casos superior al de los turistas



Figura 2 - Turistas extranjeros en el mercado de Chichicastenango (Guatemala).

extranjeros. En 2001, México recibió a 19 millones de “turistas” extranjeros, de los cuales 9 millones permanecieron en la frontera, mientras que de los 10 restantes, tan sólo 6 ingresaron al país por motivos de “placer”. Para este mismo año, los hoteles del país acogieron a 47 millones de nacionales, frente a 12 millones de extranjeros. En Perú, el 7% de la población declara tomar vacaciones, lo cual representa una cifra mucho mayor que los 300,000 “auténticos turistas” que el país recibe anualmente.⁶ Estos datos, lo mismo que los que hemos subrayado anteriormente, señalan un hecho de gran relevancia: el turismo en Latinoamérica se compone ante todo de latinoamericanos, y el turismo interno nacional es más importante que el turismo receptivo, en términos de flujos y de distribución en el territorio.

Por consiguiente, estudiar el turismo en estos países exclusivamente, según la óptica del “turismo receptivo”, constituye un error, tanto desde el punto de vista clásico de las repercusiones, como también desde el de la comprensión del fenómeno; y con mayor razón si de este “turismo receptivo” sólo se percibe al que proviene del Norte (Norteamérica, Europa, Japón), lo cual está implícito –probablemente porque también es inconsciente– en los estudios consagrados al turismo en los países del Sur. Pero resulta que en el caso de América Latina los nacionales tienen cosas que decir en su relación con el turismo y con las actividades de tiempo libre; sus prácticas deben invitarnos a profundizar en el estudio del fenómeno y alimentar la reflexión global sobre el turismo.

REFLEXIONES EN TORNO DE LA OBSERVACIÓN DE LAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS DE LOS LATINOAMERICANOS

Principales diferencias entre las prácticas turísticas de los extranjeros y de los latinoamericanos

Las prácticas turísticas de los nacionales difieren en varios aspectos de las de los extranjeros, como ya lo hemos evidenciado en el caso de los países andinos (Raymond 2001a, 2002); tales observaciones se han visto confirmadas posteriormente por la experiencia centroamericana. No se trata de ofrecer aquí un estudio exhaustivo, para lo cual haría falta mucho trabajo, sino más bien de cotejar ciertas observaciones con lo que se sabe del turismo.

Para resumir las principales características de este turismo, podemos decir que se concentra más en el tiempo, que es de tipo más abierto (incluyendo más lugares por visitar), pero también que está más localizado en el espacio (un solo lugar a la vez) que el turismo de los extranjeros procedentes del Norte.

Este último, para caracterizarlo en pocas palabras, reviste predominantemente la forma del circuito, organizado o libre, en uno o dos países fronterizos, de una a tres semanas, de acuerdo con el origen geográfico del turista, y abarca los lugares emblemáticos de la cultura de estos países (sitios arqueológicos, mercados indígenas, lugares de producción de artesanías, ciudades coloniales) y/o los espacios “naturales” dignos de admirarse por los paisajes que ofrecen y/o su flora y fauna (los Andes, selva tropical, islas y litorales). Este turismo con menor frecuencia incluye una estancia en algún centro balneario (Cancún, Playa del Carmen, y algunos otros lugares en Costa Rica o en Honduras). Asimismo, existen otras formas de carácter más bien marginal, como el turismo místico de tipo *new age*, por ejemplo, o como el caso de viajeros que permanecen durante varios meses y recorren distintos países, lo que hacen también numerosos japoneses, pero en unos cuantos días. La temporada alta coincide con los meses de diciembre-enero para los norteamericanos, y julio-agosto para los europeos.

Los latinoamericanos, por su parte, se desplazan durante periodos más breves, que rara vez abarcan más de una semana, en ocasión de los periodos festivos del calendario (fin de año, Semana Santa, fiestas de la Independencia, y demás festividades locales religiosas o paganas). Seleccionan un lugar en particular del cual se alejan poco, excepto para realizar breves excursiones en sus alrededores. Se desplazan por sus propios medios, aunque eventualmente recurren a los servicios de alguna agencia de viajes local para que ésta les facilite la visita a los

sitios. Asimismo, tienen preferencia por los “paquetes todo incluido”, generalmente con destino a los centros balnearios cuando la organización local se presta para ello, como en el caso de México (para Acapulco y Cancún, principalmente), de Costa Rica o de Panamá, donde cadenas hoteleras (de capitales mexicanos, españoles o colombianos) han creado enclaves que suelen recibir el nombre de “resorts” y que se asemejan a pequeños “establecimientos turísticos” (MIT, 2002: 221) de un solo inversionista, que incluyen ya sea un hotel, unas residencias (p.ej. Amatique Bay en Guatemala) o ambos (Decamerón de Playa Blanca, en Panamá), restaurantes y bares temáticos, albercas, y que con frecuencia funcionan de acuerdo con el sistema de tiempo compartido (*time sharing*). Igualmente, son muy solicitados los “paquetes” con destino a Florida (Miami, Orlando), los cuales rara vez incluyen alimentos. Si bien estos “paquetes” apuntan claramente a una práctica re-creativa, están reservados para las poblaciones más favorecidas, motivo por el cual distan mucho de ser representativos del “turismo” de los latinoamericanos. El uso de las comillas indica las dudas que albergamos respecto de la pertinencia del término para describir ciertas prácticas de re-creación: dudas que nos surgen no sólo por las reflexiones científicas desarrolladas en los países del Norte acerca de los turistas del Norte, sino que son objeto también de una construcción local por parte de ciertos profesionales, quienes adoptan como criterio básico para definir al turista, la inserción de este último en el sistema mercantil.

¿Turistas o no?

Así, estos profesionales se muestran renuentes a calificar como “turistas” a aquellos viajeros que recurren a la familia o a los amigos para hospedarse. Como se desprendió de numerosas entrevistas con estos profesionales del turismo en América Latina, sólo se consideran como turistas a los extranjeros que pertenecen al sistema del turismo internacional organizado, es decir que recurren a los servicios creados para ellos: hoteles, agencias, guías, etc. Este discurso, manejado por una oligarquía turística nacional, suele ser retomado por los organismos turísticos oficiales no sólo en sus estrategias de desarrollo, sino también en su elaboración de encuestas y estadísticas, como lo revela la clásica distinción entre el motivo de “visita familiar” y el de “placer, entretenimiento”. Por consiguiente, el gasto turístico llega a constituir el criterio de distinción entre “buenos” turistas y visitantes que no interesan, e incluso resultan indeseables, quienes son, usualmente, los nacionales y los “mochileros”. Este discurso ha llegado a ser tan predominante que en ocasiones lo retoman aquellos actores que viven, no obstante, de este “mal” turismo; así, a mediados de los noventa circulaba en Cuzco una broma entre estos actores, la cual afirmaba que ya era preciso rechazar en el aeropuerto mismo a toda persona que llegara con mochila al hombro. Y tan pronto como se intentaba profundizar en los motivos de tal rechazo, surgía la idea de que el verdadero turista tenía prácticamente el deber moral de gastar, y según la cual era condenable la actitud de quien cuidaba su dinero. En un contexto de depresión económica y de falta de alternativas de desarrollo, sólo merece el nombre de turista aquel que gasta sus dólares.

Asistimos por consiguiente a una redefinición local del “turista”: será turista todo aquel que recurra a las infraestructuras y a los servicios que le están destinados, de preferencia sin refunfunar por el precio; para ello, debe ser extranjero, hablar inglés y viajar con maletas. Quienes no encajen dentro de este esquema serán considerados como turistas de segunda categoría, como “subturistas”, con los cuales de todos modos hay que tratar, puesto que los “verdaderos turistas” suelen ser el coto reservado de algunos actores privilegiados; pero ¿quién no desearía que esos viajeros de baja calaña abandonaran sus atributos de buscadores de autenticidad (que los alejan del sistema mercantil) y abrieran un poco más sus bolsillos? Este discurso era muy explícito en Cuzco a mediados de los noventa, cuando aquellos “turistas” que preferían arreglárselas solos para ir a visitar el valle de los incas, tanto por motivos económicos como de búsqueda de autenticidad, eran el hazmerreír de los profesionales del turismo.

Si bien tal redefinición del turista en estos términos es propia del contexto peruano de esa época, aparece de manera más o menos similar en todas las situaciones en las cuales existen tensiones económicas y se espera mucho del turismo. Pero revela un proceso mucho más general de re-creación imaginaria del turista, de sus necesidades, sus aspiraciones, que ilustra desde otro punto de vista la importancia de las representaciones en el fenómeno turístico. Esta construcción mental se halla con frecuencia en desfase con la realidad, particularmente en aquellos países que apenas se están abriendo al turismo; explica los errores de promoción turística, así como, a nivel más local, las diferencias de éxito entre los actores turísticos: quienes tienen mayor éxito son también aquellos que poseen un mejor conocimiento de los turistas. Esto alimenta en ocasiones un discurso xenófobo en contra de empresarios locales de origen extranjero cuyo éxito provoca la envidia de los empresarios autóctonos.

Un punto común que puede detectarse en las definiciones locales del turista es su dificultad para incorporar al ciudadano del país. Los nacionales, debido no sólo a que gastan poco, sino también a que su estancia no depara sorpresa alguna ni, por lo tanto, expectativa alguna de nuevas ganancias, suelen aparecer más como turistas a los que se soporta, que como turistas realmente deseados, excepto cuando son susceptibles de compensar la ausencia de turismo internacional en periodo de crisis, como era el caso de Perú a principios de los noventa (Raymond, 2002) o, simplemente, durante la temporada baja. Costa Rica, por ejemplo, lanzó en 2001 una campaña de promoción del turismo interno titulada “Redescubra su país”, usando algunos carteles que tendían a culpabilizar al costarricense por no aprovechar los atractivos por los cuales “hay turistas que viajan HASTA DIEZ HORAS en un avión PARA IR A LUGARES que usted tiene a hora y media” y “HAY TURISTAS QUE PAGAN MILES DE DOLARES PARA VENIR A LUGARES que a usted le cuestan UNOS MILES DE COLONES”. Otra campaña “4x3” ofrecía paquetes que incluían una noche de hotel gratuita por cada tres noches pagadas, incitando así a los costarricenses a “escapar de la tensión, del tráfico y del cansancio de la ciudad”.⁷

Sea como sea, el argumento mercantilista sigue predominando: el turista nacional existe si se incorpora al sistema económico construido para el turista extranjero. Es este tipo de discurso el que se impone tan pronto como se habla de turismo en América Latina, tanto entre los profesionales –lo cual es comprensible–, como entre los periodistas, especialistas en desarrollo, expertos de toda índole, e incluso con mucha frecuencia entre los pocos universitarios que se expresan al respecto. Por consiguiente, toda reflexión sobre el turismo debe empezar por liberarse de estas ideas estereotipadas y limitadas, y tener presente que son las prácticas las que definen al “turista” y no su recurso a la “industria turística”.

Observemos dos tipos de prácticas muy comunes en Latinoamérica, lo mismo que en la mayor parte de los países del Sur, e interroguémonos acerca de su carácter turístico o no.

¿Cómo calificar a las personas que aprovechan sus días de asueto para retornar con su familia? Este viaje suele constituir un motivo de re-creación vital para quienes han emigrado recientemente a la ciudad o a los Estados Unidos y se sienten desarraigados; viajan no sólo en el momento de las fiestas nacionales, para poder aprovechar la presencia de todos, sino también en el de los festejos que en esta ocasión se celebran en su tierra. Se sabe que las vacaciones de Navidad, los Días de Muertos, la Semana

(...) son las prácticas las que definen al "turista", y no su recurso a la "industria turística"

Santa, son momentos clave de retorno de los emigrados a su tierra. Cuando se reúnen con sus familiares, lo cual constituye el motivo principal de su viaje, no dudan en salir para distraerse: dependiendo de sus recursos, visitan algún sitio arqueológico o cualquier atractivo típico del lugar (balneario, excursiones a algún volcán o laguna, fiesta local, etc.). Si bien se hallan en ruptura con su vida cotidiana, reanudan los lazos con su pasado para volver a sus raíces y, eventualmente, para volver a crearse una identidad amenazada en su nueva vida. Aunque no se trata de turistas en sentido estricto, sus motivaciones profundas se orientan hacia la re-creación y se dedican a prácticas turísticas muy localizadas en el tiempo y el espacio.

¿Y qué decir de aquellos desplazamientos que, a primera vista cuando menos, obedecen fundamentalmente a motivos religiosos? El Cristo Negro de Esquipulas, en Guatemala, atrae cada año a miles de fieles procedentes de toda la América Central, quienes son particularmente numerosos en ocasión de los festejos religiosos y de la fiesta de la ciudad, en enero. Sin embargo, la peregrinación constituye también un pretexto para conocer la región, visitar eventualmente los sitios arqueológicos prehispánicos de los alrededores, tales como Quiriguá o Copán en Honduras, y distraerse a través de actividades que nada tienen que ver con el fervor católico. Asimismo, los peruanos viajan a Cuzco para las fiestas de Corpus Christi, en el mes de junio, y aprovechan para visitar Machu Picchu y el Valle Sagrado de los incas. El viaje a la cuna del imperio inca constituye el sueño de todo peruano, porque es también la cuna de la peruanidad, de la identidad nacional. El que este viaje se halle asociado a una fiesta religiosa acentúa aún más el aspecto emocional, pero en ningún caso el turista católico dejará de recogerse en la catedral, de rendir culto al Señor de los Terremotos; también, visitará más iglesias que el viajero extranjero, pero sobre todo lo hará desde una perspectiva distinta, menos para contemplar las maravillas del mestizaje artístico, que para sentir su propia identidad y buscar amparo en los santos que en estos lugares se veneran. Los viajes durante la Semana Santa también mezclan íntimamente las motivaciones religiosas con las de entretenimiento: el viajero no sólo aprovecha el asueto, la ruptura con lo cotidiano y el cambio de marco de vida provocado por el desplazamiento, para re-crearse, sino también para vivir la emoción que suscita en él el espectáculo de las procesiones, como parte integral de su identidad. El espectáculo sólo es vivido de manera intensa por la identificación del creyente en su calidad de turista. Este fenómeno se produce plenamente en el marco de la religión católica, debido a que ésta está muy presente en la vida cotidiana de los latinoamericanos. En este sentido, el turista latinoamericano perpetúa sus prácticas religiosas, se persigna al pasar frente a una iglesia, eventualmente lleva a casa recuerdos de tipo religioso, rinde homenaje al santo patrono de la ciudad en la que se encuentra de paso, etc. Sin embargo, la pertenencia a otra confesión, evangélica en particular, también determina prácticas específicas durante el desplazamiento turístico: no se consumen bebidas alcohólicas, mientras que éstas se encuentran claramente asociadas al entretenimiento; las mujeres, sobre todo, suelen bañarse vestidas en el mar; no se visitan los sitios marcados por la tradición católica, etcétera.

Finalmente, los sitios arqueológicos prehispánicos suelen visitarse con una carga emocional que confiere otro significado al "turismo": en su inmensa mayoría, los mexicanos reconocen en estos sitios su herencia nacional y sus raíces, los peruanos se muestran orgullosos y emocionados por su visita a Machu Picchu, los indígenas guatemaltecos reivindican los sitios mayas como su patrimonio vivo y en ocasiones asocian su visita a una ceremonia maya, mientras que para los no indígenas el sitio tiene valor, principalmente, como símbolo de una grandeza pretérita.

Esta identificación identitaria con los lugares, en ocasión de prácticas turísticas, se halla indisolublemente ligada a cierto fervor religioso y pone de relieve un trío difícilmente dissociable en América Latina: turismo-identidad-religión, el cual no hace quizá sino revelar bajo otra forma, el universo místico-religioso en el cual están todavía inmersas las sociedades latinoamericanas. Esta identificación nos recuerda que la ruptura introducida por el turismo es muy relativa y que el individuo conserva su ser, el cual impregnará por tanto sus prácticas como turista. Asimismo, nos recuerda que en numerosas sociedades latinoamericanas la

cuestión de la identidad constituye un aspecto medular, dentro del cual se inscriben las prácticas turísticas. Finalmente, nos invita a relativizar la exclusión de toda práctica religiosa del ámbito turístico, al mostrarnos que la realidad de las motivaciones y prácticas es mucho más compleja en un caso como el de América Latina. Todo parece indicar que la clásica línea divisoria entre “participación” y “espectáculo”, que sirve en Europa para calificar a una práctica como “religiosa” o “turística”, carece aquí de pertinencia, en la medida en que nos encontramos ante un todo que tiende a la re-creación, un todo que incluye a la vez diversión, recreo, fervor religioso y búsqueda identitaria.

Este tema podría ser objeto de un análisis más profundo, en particular en lo concerniente a las motivaciones, las prácticas y los actores involucrados; por ejemplo, podría medirse el rol de las iglesias –católica y evangélicas– en la organización de viajes para sus fieles, con lo cual asumen de cierta manera el papel del Estado en la instrumentación de un turismo social, ya que estos desplazamientos no siempre obedecerían a motivos exclusivamente religiosos, sino que apuntarían también a ensanchar el horizonte de las personas desfavorecidas y a distraerse (dentro de los límites de lo permitido). Así, las iglesias evangélicas *Elim* o *El Verbo*, de Guatemala, cuentan con centros de recreo. Igualmente, es posible encontrar en ciertos lugares turísticos del país, grupos de mujeres, o mixtos, que con mucha probabilidad están ligados a tales iglesias. Aún falta elaborar aquí toda una antropología del turismo...

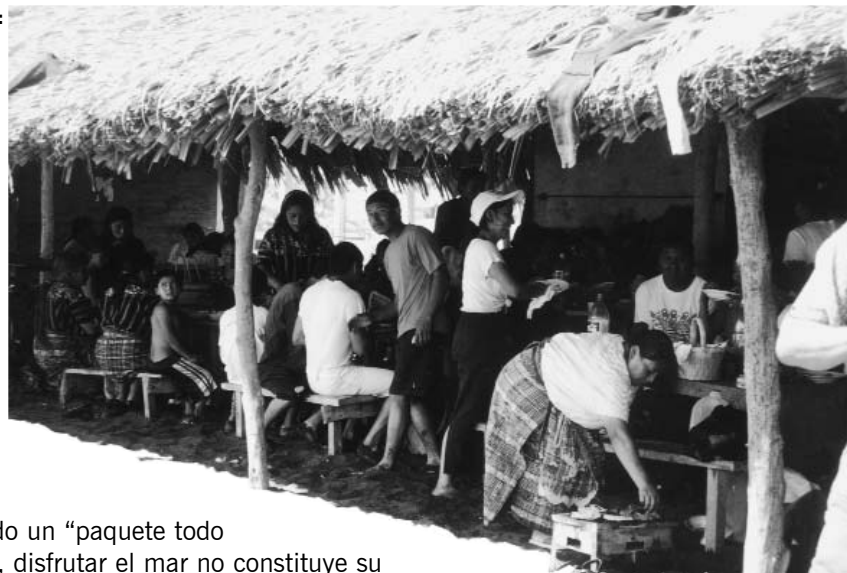
Como se advierte, los viajes de los latinoamericanos también nos invitan, a través de sus características propias, a preguntarnos qué es el turismo. Antes de proseguir el análisis, cabe verter otra observación acerca de la duración del viaje fuera del espacio cotidiano. Como ya lo hemos subrayado, se trata generalmente de estancias breves, de duración inferior a una semana, aunque en ciertos casos las prácticas re-creativas se articulan en torno de una sola jornada, e incluso media jornada, lo cual sugeriría que se trata más bien de prácticas de tiempo libre que de prácticas propiamente turísticas. Sin embargo, ¿hasta qué punto es relevante semejante distinción en el caso que nos interesa? El contenido de la jornada en cuestión corresponde efectivamente a un periodo de tiempo libre, con un desplazamiento y unas actividades que apuntan al reencuentro de los orígenes, a la re-creación, único fin del viaje. Por consiguiente, no cabe duda de que tales prácticas se inscriben dentro de un “espacio-tiempo fuera de lo cotidiano”, y si se llevan a cabo en el marco de una sola jornada y en un lugar cercano al lugar de residencia, y no requieren de varios días ni de un desplazamiento fuera del ámbito local, ello se debe también a que las condiciones socioeconómicas son distintas. No olvidemos que estamos en presencia de sociedades en las cuales el tiempo libre está fuertemente fraccionado, donde no siempre se respetan las dos semanas de descanso que marca la ley –con mayor razón en el caso de los pequeños trabajadores independientes cuya supervivencia depende de su labor cotidiana– y donde el salario mínimo legal no siempre alcanza los 150 euros mensuales. Asimismo, cabe tener presente que los medios de transporte no siempre permiten alejarse de manera rápida y fácil. En este contexto, optamos por prestar la misma atención a estas prácticas de “desplazamiento/re-creación”, ya sea que se sitúen en el espacio local o nacional, que abarquen un solo día o varios, y las calificamos como “turísticas”, sin considerar por ello que se trate de algún abuso de lenguaje. En efecto, es el uso del tiempo libre en estas sociedades y el significado que se le puede atribuir lo que nos parece prioritario y que merecería un estudio más amplio.

La playa constituye un lugar privilegiado para observar estas formas particulares de re-creación e iniciar una antropología del turismo...

La playa en América Latina: cada quien en su lugar

En términos generales la playa aparece como un destino muy apreciado, particularmente de noviembre a abril (meses que corresponden a la temporada seca en muchos de estos países tropicales), tanto para periodos vacacionales breves (la Semana Santa es un periodo de muy

Figura 3 – Un ejemplo de turismo nacional: un sábado en la playa de Puerto San José (Guatemala).



elevadas densidades en las playas) como para pasar un fin de semana o, simplemente, un domingo. En apariencia, esto constituye un tropismo muy conocido, el de los placeres de la playa. Sin embargo, las formas que esto reviste son bastante peculiares en comparación, por ejemplo, con Europa.

Cuando los turistas han comprado un “paquete todo incluido” (generalmente en familia), disfrutar el mar no constituye su actividad prioritaria. La alberca del “resort”, las diversiones organizadas por los animadores, los numerosos bares y restaurantes con música en vivo, en un contexto en el cual los alimentos y las bebidas están incluidos en el precio del “paquete”, son ampliamente suficientes para ocupar el tiempo que no dedican al simple descanso, sin siquiera pensar en nadar en el mar o en salir para ver lo que ocurre en el exterior. Esta fórmula de consumo turístico va en aumento en numerosos países, lo cual no deja de suscitar cierta reticencia entre los profesionales del turismo, quienes lamentan el sobreconsumo alimenticio poco rentable para los propios hoteleros. De ahí que en Costa Rica, por ejemplo, quienes comercializan esta fórmula lo hagan básicamente durante la temporada baja del turismo internacional, con el fin de limitar la falta de ocupación de sus infraestructuras. Volvemos a encontrar ahí ciertas características propias de aquellas prácticas turísticas que se desarrollan dentro de establecimientos enclavados, como en los *villages* del Club Med, aunque con varias diferencias: una mayor importancia de la familia en el caso aquí descrito; la ausencia de una clientela soltera como en Europa; la falta de llegadas en grupo, excepto tratándose de reuniones empresariales, y en lugar de ello un acceso propio, privado, lo cual suele ser imposible para los europeos que viajan en otras latitudes y, por consiguiente, en avión; una temporalidad distinta, tanto en la presencia en la playa, que no excede de cuatro días (frente a una o dos semanas), como en el éxito creciente de estas fórmulas entre las clases latinoamericanas acomodadas que ven en ellas un símbolo de distinción, mientras que los *villages* de vacaciones tipo Club Med satisfacen cada vez menos las expectativas de los vacacionistas “del Norte”.

Estas prácticas, que parecen dar prioridad a los placeres de la mesa o del bar, son el pretexto para una ruptura en la vida cotidiana, la cual autoriza eventualmente ciertos excesos, por lo general mesurados, controlados y compartidos en familia y que, además, son fuente de distinción social en la medida en que estos “paquetes” suelen considerarse como reservados para una élite social.

Volvamos ahora la mirada hacia los demás ocupantes de estas playas, y para ello centrémonos en el caso de Guatemala, el cual representa quizá la expresión más nítida, por ser la más marcada, de ciertas características fundamentales del turismo en Latinoamérica.

La costa del Pacífico, con sus playas de arena negra bordeadas por un océano tumultuoso, no se presta para el turismo internacional. Por lo tanto, acoge a visitantes nacionales y extranjeros (residentes en el país o estudiantes de las numerosas escuelas de español), por breves estancias de fin de semana y durante los periodos fastos arriba mencionados, como la Semana Santa y, eventualmente, las fiestas de Todos Santos, que poseen la ventaja de coincidir

con la temporada seca. Sin embargo, debido a una estricta separación espacial los distintos tipos de visitantes rara vez están llamados a convivir. Así, existen lugares destinados a las clases populares locales, que también pueden frecuentar las clases medias nacionales; otros acogen a las clases medias, de preferencia extranjeras, aunque también es posible encontrar ahí visitantes nacionales; otros están reservados a las poblaciones de un elevado nivel de vida, ya sean nacionales o extranjeras; y finalmente se encuentran las residencias secundarias de la oligarquía nacional que, por cierto, también albergan a gente del pueblo, en la persona de los numerosos guardaespaldas y las numerosas “muchachas”... Estos lugares se distribuyen de manera muy lógica, dependiendo básicamente de su accesibilidad.

Los lugares destinados a las clases populares se localizan en los sitios de llegada de los autobuses. Pueden corresponder a antiguos centros balnearios que se han venido popularizando en el transcurso de los últimos decenios, como es el caso de los puertos de San José y Champerico. Observemos que se trata de un fenómeno clásico en numerosos países, de puertos que eran accesibles por medio del ferrocarril y adonde las familias, al parecer de todas condiciones sociales, iban a pasar el fin de semana o el día domingo. Esto podría constituir un apasionante campo de investigación para aquellos científicos sociales interesados en rescatar esta memoria aún viva de prácticas de tiempo libre ampliamente asociadas a una época pretérita. Numerosas personas que actualmente tienen alrededor de cincuenta años se acuerdan, no sin cierta emoción, de su juventud y de esas excursiones en familia a orillas del mar, a bordo de un tren animado, lleno de olores de toda clase de alimentos, que ya hacían del propio viaje la entrada a un mundo distinto. Ciertos vestigios arquitectónicos, tales como el malecón o antiguos hoteles y restaurantes, son testigos de esa época pretérita y del cambio ocurrido en el lapso de unos cuarenta años. Los trenes han desaparecido, las ciudades han experimentado un importante crecimiento y un deterioro de su paisaje urbano, y la imagen de estos puertos ha venido a menos, provocando la huida de las poblaciones que cuentan con su propio medio de transporte, hacia otros lugares “mejor frecuentados”. En tales condiciones sólo continúan visitando estas playas las personas desprovistas de un medio de transporte propio, pero también aquellas que, aunque cuenten con un automóvil, siguen cultivando la tradición de “ir al puerto” tan pronto como hace buen tiempo y se conforman con su accesibilidad (el puerto de San José se encuentra tan sólo a una hora de la ciudad de Guatemala), sus bajos precios y su ambiente popular. Aquí, las estancias se hallan limitadas por la falta de recursos económicos y de tiempo libre. Sin embargo, con el fin de sortear este obstáculo algunos visitantes duermen en la playa o en pequeños hoteles baratos, y llevan parte de su comida para disfrutar, en las mejores condiciones posibles, de su breve fin de semana en la playa, el cual representa, con frecuencia, su principal fuente de diversión y de re-creación del año, que repiten eventualmente varias veces entre noviembre y mayo.

Fuera de estos centros balnearios tradicionales hoy en día popularizados, existen lugares más recientes, que constituyen enclaves destinados a una clientela de ricos guatemaltecos y extranjeros expatriados. Tal es el caso de Las Lisas, una playa situada a tres horas de camino de la capital, en dirección a El Salvador, donde se abrió hace algunos años un hotel (atendido por un francés) destinado a satisfacer este tipo de demanda. Sus elevados precios constituyen una garantía, no de calidad, pero sí de tranquilidad social, mientras que el hotel mismo se encuentra relativamente aislado. Por consiguiente, quienes se hospedan en este establecimiento no sólo lo hacen para disfrutar de la tranquilidad de la playa y del calor, sino también para convivir con los miembros del pequeño club selecto de expatriados y mantener así sus redes de sociabilidad.

Entre estos dos extremos, tanto desde el punto de vista social como geográfico, se encuentra la pequeña localidad de Monterrico, donde las infraestructuras no han cesado de densificarse desde hace unos quince años, sin que por ello el pequeño pueblo inicial haya realmente dejado atrás su sopor tropical. Cabe reconocer que su localización entre el océano, el canal de Chiquimulilla, los pantanos y los manglares, limita de todos modos su expansión y su acceso, el cual se realiza ya sea por vía terrestre desde Puerto San José, bordeando la costa por una pequeña carretera, o por medio de una panga desde La Avellana, a donde llega la carretera que

une al sitio con la carretera Panamericana (véase croquis). El caso de Monterrico es interesante, porque combina distintos tipos de visitantes.

Encontramos, en primer lugar, una concurrencia popular comparable a la de Puerto San José, que abarca algunas decenas de metros desde el sitio de llegada de los transportes colectivos. Aquí se han instalado pequeños bares y restaurantes donde resuena una música sonora, para acoger a una clientela local, poco adinerada, que viene a pasar el sábado o el domingo en la playa en familia o entre amigos. Los juegos en la playa (fútbol o volibol) alternan con pausas para descansar, refrescarse y bañarse en el mar, aunque los visitantes nunca se alejan mucho de la orilla, ya que son pocos los que saben nadar. Estos visitantes suelen bañarse vestidos, por lo menos con una playera y un *short*; el traje de baño, sobre todo entre las mujeres, no es de uso común, ya sea porque se considera como un gasto inútil, o porque no satisface las exigencias de pudor aún ampliamente presentes en la sociedad. Asimismo, bañarse con ropa constituye un medio para reconocer a los miembros de las sectas evangélicas, además de que permite protegerse de los nocivos rayos del sol.

Si nos dirigimos hacia el sur, encontramos una serie de pequeños hoteles-restaurantes (siete u ocho), cuya arquitectura y precios (ya que ambas cosas están muy ligadas) determinan el tipo de clientela que en ellos predomina. Algunos consisten en bungalows destinados a las familias guatemaltecas, a los extranjeros o a los estudiantes de español que pertenecen más bien a las clases medias. Las familias guatemaltecas acceden a estos bungalows con su propio automóvil, en el cual suelen cargar todo lo necesario para pasar un agradable fin de semana sin tener necesariamente que excederse en los gastos. Los demás establecimientos consisten en pequeñas habitaciones con servicios básicos, baratas, destinadas a huéspedes jóvenes, nacionales, y sobre todo a mochileros extranjeros. El ambiente pretende ser relajado, e incluso festivo. Nadar y asolearse son las principales actividades, que tienden naturalmente a rentabilizar el exotismo de una proximidad con el océano Pacífico en un marco tropical (calor, palmeras), mientras que los extranjeros están acostumbrados más bien a las latitudes templadas y al océano Atlántico. Claro está, no existe tal exotismo en el caso de los nacionales, y esto contribuye quizás a explicar las diferencias en el uso de la playa. Estas actividades suelen desarrollarse con ropa sumamente ligera, lo cual ofrece un marcado contraste con la situación que prevalece a unas cuantas decenas de metros de ahí. Esto suscita probablemente la

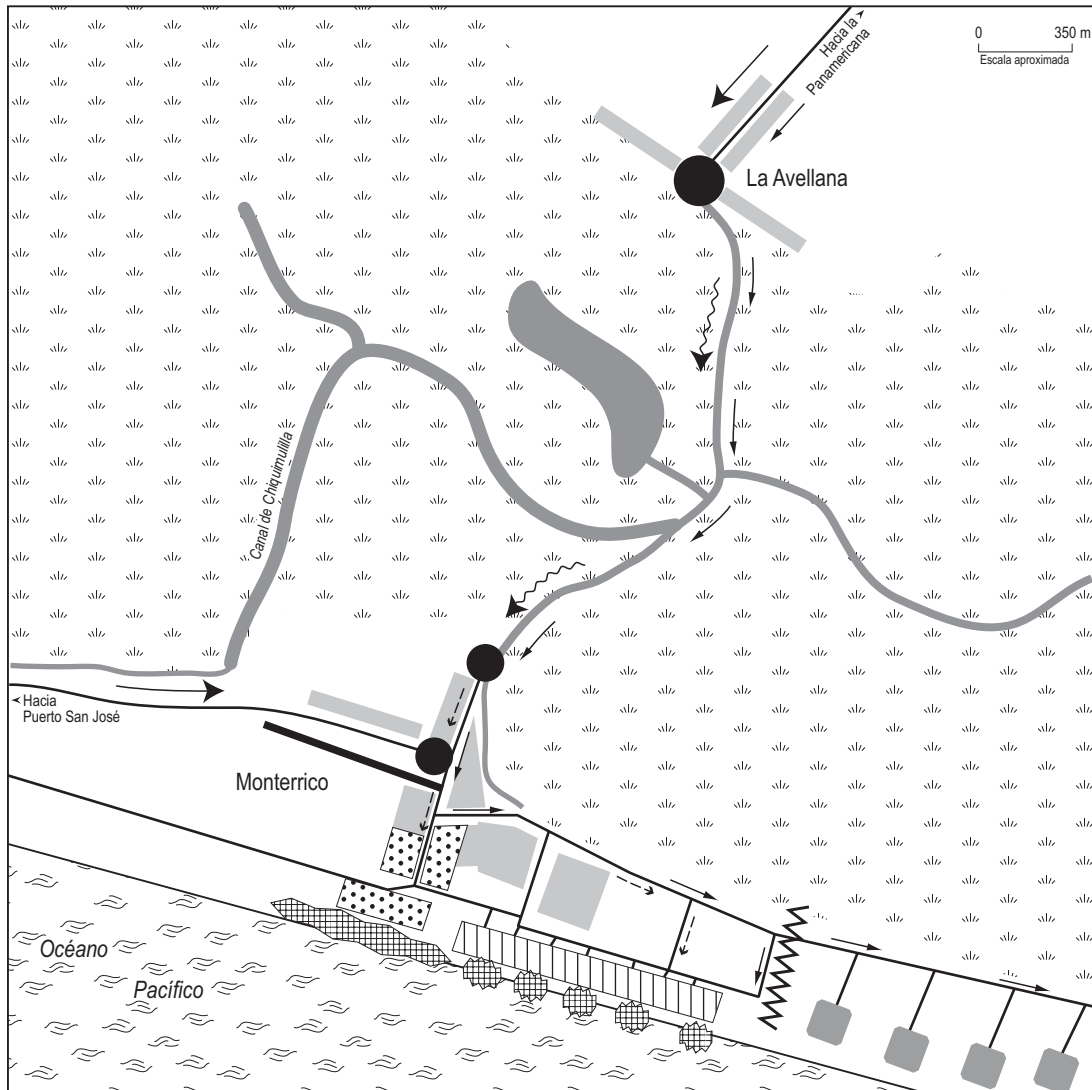


Figura 4 – Monterrico, la zona de turismo nacional: el pueblo cerca de la playa.

Figura 5 - Monterrico, la zona de turismo internacional: pequeños hoteles en la playa.



**Turismo y segregación:
el caso de Monterrico
en Guatemala**



Los elementos del panorama

- Manglares y ciénegas
- Océano, agitado, 28°C, playas de arena negra
- Pueblo de origen, entorpecimiento tropical
- Canal principal
- Carretera o terracería
- Pista de aterrizaje

Un acceso diferenciado

- Autobús
 - Panga
 - Punto de llegada de los transportes públicos
 - Caminatas (fuerte calor)
 - Transporte privado, auto más panga
- } Transporte público colectivo

Una organización segregada al borde del mar

- Infraestructuras populares, pequeños restaurantes, bares
- Pequeños hoteles restaurantes de diferentes niveles más bien para mochileros extranjeros
- Propiedades privadas de ricos guatemaltecos
- Presencia sobre la playa, diferenciada según las poblaciones
- Barrera simbólica entre dos métodos de prácticas balnearias

curiosidad de los autóctonos y ocasiona algunas incursiones hacia el sur, a pesar de que el calor del aire y de la arena (negra) dificultan las largas caminatas en la playa. Observemos que los dos establecimientos más confortables son también los más alejados de toda esta animación; aseguran la transición con una zona más residencial, constituida por algunas casas más o menos amplias y confortables que se extienden a lo largo de la playa.

Estas casas son las residencias secundarias de ricos guatemaltecos que poseen enormes vehículos, a menudo de doble tracción, lo cual les permite recorrer mayores distancias en la arena y alejarse así de la chusma, cuando no llegan directamente en helicóptero o en avioneta, aprovechando las numerosas pistas de aterrizaje de las fincas⁸ aledañas. Vienen aquí para descansar; los hombres aprovechan eventualmente su estancia para arreglar algunos detalles con sus capataces, cuando son dueños de una o varias fincas situadas en los alrededores. Una de sus diversiones predilectas consiste en recorrer la playa en pequeñas motos de cuatro llantas (*squad*) entre los bañistas y las terrazas de los restaurantes, lo cual les permite ser admirados (o vituperados por el ruido que hacen) en ambos lados. De vez en cuando hacen una pausa en ciertos restaurantes para ingerir alimentos o alguna bebida. Nadar y asolearse no son actividades de su particular agrado. Puesto que la “democracia guatemalteca” sigue siendo en gran medida una “pigmentocracia”, la oligarquía no renuncia tan fácilmente a la blancura de su tez, aun cuando existen muchos otros criterios físicos que les permiten distinguirse del indígena, tan menospreciado, incomprendido y temido.⁹

Además de recordarnos el distinto uso que de los sitios turísticos hacen los propios turistas, de acuerdo con su origen geográfico y social, y con los filtros que éste determina, el anterior ejemplo nos introduce al meollo de una temática clave del turismo en Latinoamérica. En efecto, pone de manifiesto los procesos y los discursos segregacionistas que lo acompañan, que son los mismos que los que rigen el funcionamiento de la sociedad en su conjunto. Las formas que reviste el turismo en estos países se hallan, por lo tanto, impregnadas de las situaciones internas, como lo revelan otros numerosos indicios.

UN TURISMO MUY LIGADO A LAS REALIDADES LOCALES, DE LAS CUALES CONSTITUYE UN BUEN REFLEJO

La segregación racial y social que se ejerce a través del turismo

Como acabamos de ver a través del ejemplo de la playa, o de los ejemplos anteriores de las iglesias o sitios arqueológicos, un mismo lugar no posee el mismo significado para todos. Podemos ampliar esta observación y oponer, por ejemplo, la percepción de los extranjeros a las percepciones de los nacionales en cuanto al interés que ofrecen los pueblos o mercados indígenas. A las clases más acomodadas de la sociedad boliviana, guatemalteca o ecuatoriana no se les ocurriría visitar los mercados típicos que figuran en la mayor parte de los circuitos comercializados en el extranjero. Chichicastenango, Sololá o San Francisco el Alto se venden en el extranjero como auténticos mercados indígenas, símbolos vivos de la cultura maya en Guatemala, mientras que a nivel local la mayor parte de los ladinos (es decir, los no indígenas) los perciben como lugares potencialmente peligrosos, desprovistos de todo interés específico. Tal percepción se explica también por la reciente herencia del conflicto armado, el cual ha venido a reforzar la imagen repulsiva del interior del país. Esta visión esquizofrénica de una misma realidad genera cierta confusión entre numerosos extranjeros, quienes se ven inevitablemente contagiados por ese temor a la inseguridad en los territorios indígenas y obligados a buscar un compromiso entre su interés antropológico y su miedo a ser asaltados. En esta tarea reciben poca ayuda por parte de los servicios diplomáticos de su país, los cuales, tanto por desconocer la realidad (ya que sus actividades recreativas rara vez los conducen hacia estos territorios) como por afán de evitar problemas, se conforman generalmente con reproducir los discursos dominantes de peligrosidad (como lo atestigua el famoso *travel*

Figura 6 – Monterrico:
una residencia
secundaria
perteneciendo a un
miembro de la
oligarquía
guatemalteca.

warning de los norteamericanos), sin darse cuenta de que se trata básicamente de un discurso racista. Este racismo va a la par del temor clásico a los pobres y explica el discurso construido a nivel local, que hace de los centros históricos y del interior del país zonas potencialmente peligrosas. Sin embargo, la segregación también se ejerce en la organización local de la actividad económica turística.

Con frecuencia ocurre que los investigadores que estudian (¿qué denuncian?) el turismo se conmueven ante la naturaleza de los empleos reservados a los autóctonos, por su carácter degradante, servil, no calificado. De hecho, ¿cómo no sentirse molesto al observar el contraste, en un gran hotel de Cancún, entre los clientes blancos (extranjeros o mexicanos) que llenan sus platos hasta el borde y la empleada, de rasgos claramente indígenas, que barre las migajas? Pero lo que suele pasarse por alto es que en México las barrenderas rara vez son de tez blanca. La industria turística, administrada generalmente a nivel local, no hace sino retomar un esquema dominante en el mundo laboral, en virtud del cual los empleos calificados están reservados para los “güeros”, mientras que las tareas subalternas son para la gente de color, mestizos o indígenas. Por consiguiente, aquello que debe denunciarse no es la situación específica de los autóctonos en la actividad turística, sino la segregación de la que éstos son víctimas en todos los niveles de la sociedad. No hay que errar el tiro, como lo hacen, inconscientemente o no, quienes se apresuran en denunciar los efectos nocivos del turismo.

En una segunda etapa, es posible interrogar a la gente para saber que suerte correría si no estuviese ahí donde se encuentra trabajando, y para conocer sus preferencias; esto suele poner al descubierto toda la miseria que caracteriza a las sociedades rurales latinoamericanas, lo difícil de las alternativas a la agricultura (maquiladoras, empleos domésticos que con frecuencia se asemejan a la esclavitud, pequeñas “chambas” precarias, mendicidad en las grandes urbes) y lo duro de la vida cuando se nace indígena. No se trata de justificar alguna “explotación a través del turismo”, sino de recordar ciertas realidades concretas y mostrar que no hay que equivocarse de discurso moralizador. Si algo se pretende denunciar, no es el turismo el que debe estar en la mira, sino la injusticia social que caracteriza a nuestro mundo, y en particular a las sociedades latinoamericanas, desde hace varios siglos. Si bien esta injusticia se manifiesta en la organización del turismo, sus sitios y su economía, nunca hay que perder de vista que sus consecuencias van mucho más allá de esto.

Una historia turística marcada por factores de orden político

La historia del desarrollo turístico en estos países está muy ligada también a la evolución de su situación interna y del sitio que ocupan en el escenario internacional. Así, la historia turística de Perú refleja ampliamente los cambios políticos ocurridos en el país con los militares progresistas de los años setenta, quienes sentaron las bases de los sistemas turísticos peruanos, con el paso a la lucha armada de Sendero Luminoso, que provocó la desaparición de sectores enteros del espacio turístico peruano, la fuerte crisis interna de principios de los noventa que ahuyentó a los turistas, y la euforia que acompaña el retorno a cierta estabilidad bajo la presidencia de Fujimori, quien modifica las reglas de los sistemas turísticos al inyectarles una fuerte dosis de neoliberalismo (Raymond, 2001). Asimismo, es muy significativo comparar el destino turístico de dos países vecinos, Panamá y Costa Rica, durante los años ochenta. Mientras que uno se encuentra sometido a la dictadura de Noriega, a la ineficacia de sus instancias encargadas del desarrollo turístico y, sobre todo, al deterioro de su imagen y de sus relaciones con los Estados Unidos, el otro experimenta a partir de 1987 un notable auge ecoturístico, haciendo valer su imagen como pequeño país democrático, educado y seguro, su hábil recuperación de las aspiraciones de contacto con la



naturaleza, sus anteriores esfuerzos de protección al medio ambiente y sus buenas relaciones con el Tío Sam. Y le resulta aún más fácil imponerse como el destino de América Central, en una coyuntura en la cual todos los demás países del istmo están hundidos en conflictos armados conocidos en el exterior por su violencia y por los genocidios a los que dan pie.

Hoy en día, la situación de Colombia revela el peso determinante de lo político en la afluencia turística de un país y, de manera secundaria, el absurdo de la noción de atractivo turístico. En efecto, si bien la diversidad y la belleza de los paisajes que ofrece este país no tienen probablemente parangón alguno en América Latina, ningún turista (o casi) puede disfrutarlos; señalemos de paso que la cifra oficial de 615,000 “turistas” en 2001 sobreestima ampliamente los hechos, puesto que, fuera de Cartagena, es difícil encontrar turistas extranjeros (aun cuando se sabe que algunos fueron secuestrados por las FARC. en el interior del país). Consciente de ello, el gobierno organiza ocasionalmente excursiones turísticas desde la capital, en forma de caravanas de vehículos con fuerte presencia militar para disuadir a los guerrilleros de cualquier intento de secuestro. Si bien tales excursiones pueden representar un alivio pasajero para ciertos habitantes prisioneros en su propia capital, a la vez que un desafío para las FARC, de ninguna manera pueden imponerse como una solución viable.

El caso extremo que representa Colombia en Latinoamérica no debe hacernos olvidar que la situación política y social de estos países pudo, en el pasado, atraer a turistas en pos de alteridad ideológica. La experiencia de los militares progresistas peruanos, en los años setenta, era una fuente de curiosidad, y numerosos turistas visitaban las cooperativas creadas a raíz de la Reforma Agraria. Veinticinco años más tarde, se siguen las huellas del Che en Bolivia o aquellas, más recientes, del subcomandante Marcos en Chiapas. A principios de los años ochenta, *Nouvelles Frontières* proponía a sus clientes que fueran a experimentar las realidades sociales de Colombia, y era la foto de un niño de la calle de Bogotá la que ilustraba el circuito. Veinte años más tarde, en lo más recio de la crisis, Argentina proponía a los turistas la visita a los “piqueteros” (véase el artículo de M. Lacarrieu).

Como se advierte, la geopolítica nacional y regional constituye un factor clave para comprender la naturaleza del desarrollo turístico en los países latinoamericanos, pero no lo es menos para comprender la instrumentalización del turismo.

El turismo como objeto de instrumentalización local

La presencia de turistas extranjeros en un país siempre sirve a intereses políticos. Ejemplo contundente de ello es el caso de Fujimori, quien a mediados de los noventa, hacía de la afluencia turística la prueba del éxito de su política de pacificación y estabilización del país. El énfasis que ponía Fujimori en las estadísticas oficiales de afluencia turística estuvo en el origen de la euforia y de la anarquía que en aquel entonces caracterizó al sector turístico peruano, esencialmente cuzqueño (Raymond, 2001). Desde el retorno de la “democracia” a Guatemala, en 1986, y sobre todo desde la firma de los acuerdos de paz en 1996, los indígenas mayas se esfuerzan por obtener el reconocimiento de su identidad propia y de sus derechos. Con este fin recurren en particular al turismo internacional que se interesa fundamentalmente en ellos, a la vez que éste aparece como un nuevo recurso económico de fácil explotación (Morales, 1998).

Globalmente, la contribución del turismo nacional resulta esencial para el proceso de construcción de una nación. La visita a los sitios emblemáticos de la identidad nacional –sitios arqueológicos o coloniales, campos de batalla en el momento de la Conquista– es recuperada como elemento confederador. Como ya lo hemos subrayado, la emoción no fingida que pueden experimentar ciertos mexicanos durante la visita a estos sitios atestigua ese fervor patriótico alimentado y cultivado por el turismo. A este respecto, cabe mencionar también al turismo escolar que se practica en numerosos países (en Perú, por ejemplo) y que conduce a los jóvenes, antes de su ingreso a la universidad, hacia los lugares que simbolizan la identidad nacional (Cuzco y Machu Picchu, en Perú). Aún en ausencia de iniciativa pública oficial en este

sentido, como en Guatemala, donde no existe la idea de una nación “única e indivisible”, los encuentros que pueden hacerse en ocasión de los desplazamientos turísticos resultan fundamentales para la comprensión del otro. En ocasión de la fiesta de la Independencia del 15 de septiembre que en ese año (2003) dio lugar a un largo fin de semana, favoreciendo así los desplazamientos, presenciamos una escena muy poco común en Latinoamérica y bastante conmovedora: el 14 de septiembre, unas mujeres indígenas, probablemente kekchíes, asistieron a un concierto de música caribeña ofrecido por un grupo de garífunas. El encuentro de estas dos culturas tan distintas constituía un hecho insólito, que provocó una curiosidad por el otro, como lo revelan las explicaciones que daba una de estas mujeres a un pequeño grupo, acerca de los lejanos orígenes africanos de “esta gente” que desembarcó en el momento de la trata de esclavos. ¿Tuvo este encuentro algún impacto sobre su sentimiento de pertenencia a una misma comunidad nacional? Al día siguiente, este mismo grupo (que realizaba probablemente un viaje organizado por alguna parroquia católica) visitaba el castillo de San Felipe, fortaleza construida originalmente por los españoles en el siglo xvii para protegerse de los piratas. En Latinoamérica, el turismo –y, de manera más general, el viaje– desempeña todavía ese fuerte papel pedagógico de conocimiento del otro, de descubrimiento de nuevos horizontes y de despertar a una especie de conciencia nacional o, por lo menos, de conciencia colectiva.

¿HACIA UNA RENOVACIÓN DE LAS TEMÁTICAS DE INVESTIGACIÓN?

El turismo como auténtico objeto de investigación, entre lo universal y lo particular

Las observaciones anteriores abren varias perspectivas de reflexión y de investigación, tanto para los investigadores europeos cuyo campo de trabajo es el turismo, como para los investigadores latinoamericanos que analizan sus propias sociedades. En efecto, parece evidente que el turismo no puede estudiarse como un fenómeno impuesto desde el exterior y sin nexos con las realidades locales. El contexto global que, con respecto a Europa, se caracteriza por recursos económicos limitados o, cuando menos, por una mayor desigualdad en su distribución, y una legislación laboral distinta, explica en parte la especificidad de las prácticas estudiadas, aunque también intervienen, como lo hemos visto, otros factores imprescriptibles: la interpenetración de las lógicas turísticas, culturales, religiosas e identitarias; la segregación racial y social, que condiciona la separación y la distinción; la violencia y la inseguridad reales y percibidas, que vedan ciertas prácticas y justifican las “fortalezas turísticas”; el peso de la familia, que determina prácticas más colectivas que individuales e interviene en la selección de los destinos; la instrumentalización del turismo, medio de propaganda política o herramienta que favorece las construcciones identitarias; el peso de la geopolítica nacional o regional para determinar, a distintas escalas, los lugares frecuentados y susceptibles de ser frecuentados por los turistas; etc. Estas prácticas cuestionan los esquemas de análisis elaborados básicamente a partir de situaciones europeas: ¿hasta qué punto pueden servirnos estos esquemas para

(...) la geopolítica nacional y regional constituye un factor clave para comprender la naturaleza del desarrollo turístico en los países latinoamericanos

comprender situaciones turísticas extra-europeas? ¿en qué medida las lógicas turísticas hasta ahora identificadas son universales o, al contrario, están “eurocentradas”? Comparar las prácticas, los lugares, las motivaciones, los sistemas turísticos vigentes en los países del Sur con aquellos, mejor conocidos, de los países del Norte, abre un amplio campo de investigación, tanto sobre el turismo en su esencia, como sobre las dinámicas comparadas entre los Sures y los Nortes.

Aquello que hemos observado como particularidades latinoamericanas, nos sugiere que es necesario prepararse para reformular ciertos conceptos, redefinir ciertos modelos, matizar ciertas afirmaciones. Estas particularidades nos invitarían a pensar que las características esenciales de las sociedades impregnan y determinan en gran medida las prácticas y los lugares turísticos, y que es probablemente inútil pretender esbozar un modelo único de desarrollo turístico. Sin embargo, sería de vital importancia afinar, completar estas observaciones, y sobre todo contar con el punto de vista y con las interpretaciones de los propios latinoamericanos sobre las relaciones de sus sociedades con el tiempo libre, el ocio, el viaje. Aún resta construir toda una historia, una sociología, una antropología, una geografía del tiempo libre. Esto no sólo permitiría alimentar las reflexiones elaboradas “en el Norte” y evitar un excesivo eurocentrismo, sino también arrojar una nueva luz sobre estas sociedades y su inscripción en el mundo. Esto implica abandonar cierto número de prejuicios acerca de lo que hace la “dignidad” de un objeto de investigación...

Con el afán de profundizar en esta lógica de cuestionamiento y de interrelación de dos visiones distintas, deseamos evocar aquí dos temas. El primero concierne a la visión negativa del turista y la dificultad para aceptar este calificativo, mientras que el segundo se refiere a la difusión de la innovación turística en la sociedad y al papel que desempeña a este respecto un sistema democrático.

¿Orgulloso de ser turista?

En ocasión de un taller de reflexión organizado en Panamá en torno del turismo, los asistentes se sorprendieron ante esa percepción negativa del turista que existe en las sociedades europeas. Ellos mismos declararon asumir plenamente su estatuto de turista cuando viajaban. Esto corrobora ciertas observaciones realizadas en los países andinos acerca de la alegría que experimentan los viajeros cuando pueden ser calificados de turistas. Hacer turismo aparece como un momento tan privilegiado en la vida, que a nadie se le ocurriría echar por la borda su placer al querer a toda costa hacerse pasar por un “auténtico viajero”, y no por un “vil turista”. ¿No radicaría en esto la explicación de la diferencia fundamental en las prácticas fotográficas que puede observarse, en particular entre europeos y latinoamericanos, cuando visitan este subcontinente? Un latinoamericano rara vez se plantea la posibilidad de no figurar en la foto, mientras que un europeo, sobre todo si realizó estudios, rara vez se plantea lo contrario. Para este último, hay que evitar estropear la estética del paisaje o la captura de la autenticidad cultural, lo cual diferencia básicamente al viajero culto del turista ignaro. Nada hay más ridículo, en el momento de proyectar diapositivas ante los amigos, que el figurar sistemáticamente en primer plano: una o dos fotos serían ampliamente suficientes como pretexto para la anécdota. Para el turista latinoamericano, en cambio, figurar en la foto, o hacer figurar a sus acompañantes, es el elemento básico absolutamente imprescindible, y el recurrir a una tercera persona para tomar la foto que reúna a todos constituye una práctica sistemática: es preciso inmortalizar un momento privilegiado para poder declarar posteriormente: “Ahí estuve”.

Puede proponerse otra hipótesis para explicar esta falta de estigmatización del turista. En los países del Norte, ésta se explica en parte por una reacción de la élite frente a la democratización del viaje, el cual, al masificarse, se ha convertido en “turismo”. La exigencia de distinción requiere, por lo tanto, que se denigre aquello que en adelante es asequible a la mayoría. En América Latina, en cambio, numerosas sociedades se encuentran bloqueadas: el ejemplo más contundente de ello es el caso de Guatemala. La muy escasa, para no decir nula

movilidad social, limita la difusión de un fenómeno idéntico. La imitación es casi imposible, debido a las barreras tanto económicas como sociales. El significado del turismo es diferente para las distintas clases sociales. Para la oligarquía, en el país mismo, significa distinción y re-creación dentro de espacios exclusivos aislados y protegidos de los peligros del exterior. Pero muy pocos son los miembros ajenos a esta oligarquía que puedan pretender tener residencias secundarias. Además, esta percepción de la peligrosidad de los lugares exteriores a su mundo es muy peculiar en el caso de esta oligarquía; está impregnada de racismo, y aunque tiende a difundirse entre las clases medias, no se encuentra tan generalizada como para hacer de la “fortaleza turística” la única opción para viajar dentro del país. En términos más generales, parece posible afirmar que numerosas prácticas de tiempo libre de esta oligarquía se hallan claramente asociadas a su grupo social y están, por lo tanto, marcadas con el sello de la exclusión e integradas como tales. Así, podemos preguntarnos qué porcentaje de la población osaría, si se le brindaran los medios, ir a pasar parte de su jornada en el club deportivo, jugar golf o practicar esquí acuático. Por consiguiente, esta élite parece estar doblemente protegida, cuando menos por lo pronto, en sus privilegios de re-creación. De ahí que no necesite desarrollar un discurso que denigre una competencia inexistente.

Esto nos introduce a dos debates más amplios, que están interrelacionados y se refieren, el primero a los motores de la difusión turística, el otro a las relaciones entre democracia y turismo.

La difusión democrática del turismo: ¿un fenómeno universal?

La idea de una pirámide a lo largo de la cual se difundiría la innovación (Boyer, 1999) a partir de su invención por una élite, no parece aplicable aquí. Si bien puede citarse el caso de Acapulco, que parece corresponder a este modelo, en términos generales las élites económicas ocupan un lugar tan específico en la sociedad (en cuanto a recursos económicos y hábitos culturales) que son difícilmente imitables, y de hecho sus prácticas turísticas se orientan ya sea hacia las “fortalezas turísticas” o hacia el exterior del territorio nacional (por ejemplo, hacia Miami, donde muchos de ellos poseen residencias secundarias). Por consiguiente, las élites no constituyen los motores de la innovación para el conjunto de la sociedad; cuando mucho pueden lanzar modas dentro de su propio grupo social. Los turistas extranjeros, por su parte, poseen otros centros de interés –como es la búsqueda de paraísos perdidos– que no son compartidos por los nacionales, de modo que los lugares que pueden promoverse en este contexto (mercados o pueblos indígenas, por ejemplo) permanecen globalmente dentro del marco del turismo internacional. Las clases populares, limitadas por la falta de tiempo libre y de recursos económicos, optan por soluciones re-creativas que no interesan a los nacionales anhelosos de distinción y de comodidades, ni a los extranjeros que podrían encontrar lo mismo en su país. A fin de cuentas, todo ocurre como si distintos sistemas turísticos evolucionaran de manera separada; de hecho, pudimos mostrar, en el caso de Perú, que las lógicas y los actores difieren ampliamente entre los sistemas del turismo internacional organizado, del turismo internacional libre y del turismo nacional (Raymond, 2001). Una observación más fina de las prácticas turísticas de los nacionales nos incitaría a pensar que de hecho existen distintos sistemas dentro del turismo nacional. Motivaciones, lugares, prácticas, parecen diferir ampliamente según el lugar que el individuo ocupa dentro de la sociedad, afirmación esta que reviste poca originalidad, puesto que los sociólogos ya han demostrado desde hace mucho tiempo que las prácticas culturales dependen ampliamente de factores sociales que determinan la posesión y la transmisión de un “capital cultural”. Sin embargo, en las sociedades democráticas puede existir cierta superposición espacial y coincidencia en las prácticas. En las sociedades segregadas, la separación se encuentra mucho más marcada, y podemos interrogarnos acerca de la realidad del “proceso liberatorio” supuestamente promovido por el turismo (MIT, 2002). Si bien es cierto que el tiempo de asueto permite abstraerse de las obligaciones cotidianas, tal fenómeno permanece limitado debido a que la apariencia física

sigue funcionando como marcador social y continúa determinado la mirada de los demás. De ahí que el individuo no deba salir de su lugar ni de su grupo social si pretende experimentar al máximo el reencuentro con sus orígenes o la diversión. El más mínimo error, el más mínimo desfase entre lo que es y lo que debería ser, puede ser objeto de desaprobación. Las prácticas de re-creación perpetúan, en este nivel, la cotidianeidad.

Esto nos conduce a interrogarnos acerca del papel de la configuración política en el desarrollo turístico de un país. América Latina nos brinda el ejemplo de sociedades segregadas, caracterizadas por desigualdades sociales muy marcadas, y en las cuales la violencia y las dictaduras forman parte del panorama político. La movilidad social, las libertades básicas, el acceso a la educación, la existencia de una legislación y el respeto a las leyes, un clima pacificado, son otras tantas variables cuya importancia en el desarrollo de las actividades de tiempo libre y de turismo suele pasarse por alto en los países del Norte, debido a que forman parte –o les falta poco para formar parte– de las evidencias. Sin embargo, en América Latina siguen existiendo prohibiciones o limitaciones, tanto en materia de cultura como de seguridad, para la frecuentación de ciertos lugares; el nivel de protección de los individuos, ya se trate de ciudadanos o de inversionistas, es bajo, y la educación es deficiente, lo cual confiere un significado distinto a las prácticas llamadas culturales. En pocas palabras, el contexto es diferente y las actividades re-creativas, al igual que las demás actividades humanas, no pueden desarrollarse de la misma manera que en nuestras sociedades europeas, por ejemplo.¹⁰

CONCLUSIÓN

Las herramientas de análisis elaboradas a partir de ejemplos tomados de los países del Norte resultan imprescindibles, ya que brindan los soportes para la reflexión y permiten apreciar las similitudes y las diferencias. Sin embargo, algunas de estas herramientas requieren probablemente completarse, y otras concebirse de manera distinta, si es que pretenden corresponder mejor a las realidades del turismo en la totalidad del planeta. Habida cuenta de que los países del Sur representan a más del 80% de la humanidad, se mide la amplitud de la labor de investigación que aún resta hacer en torno de las prácticas de re-creación de estas poblaciones, trátase ya sea de turismo, de tiempo libre o de alguna forma híbrida. Sería de vital importancia que a estas indagaciones contribuyeran investigadores procedentes de dichos países: en efecto, éstos no sólo se encontrarían en mejores condiciones para analizar las situaciones locales, sino también para apartarse de los esquemas definidos en los países del Norte. Sin embargo, ello implica, por parte de los medios científicos locales, un primer esfuerzo para superar los apriorismos acerca de la futilidad de los estudios consagrados al turismo, como ya se subrayó en el prólogo de este número de *Trace*: un sentimiento de futilidad alimentado por la cooperación internacional que en amplia medida financia la investigación, pero sobre aquellos temas que ella misma define como prioritarios (medio ambiente, pobreza, sitio de las mujeres, etc.). A fin de cuentas, los pocos investigadores que osan abordar este tema deben hacerlo ocultándose tras una cortina que suele ser el tema del patrimonio, un tema de mucho mayor alcance. En estas condiciones, el ámbito de los discursos sobre el turismo se abandona a los consultores o expertos internacionales, quienes razonan en términos de flujos y tasas de crecimiento, y desarrollan proyectos, a menudo irrealistas, destinados ante todo a satisfacer las ambiciones megalómanas de los institutos nacionales de turismo. Para que el tema de las prácticas de tiempo libre pudiera abordarse a nivel local, sería preciso que los medios académicos cobraran conciencia de que tales prácticas constituyen en realidad un excelente prisma para la observación de sus conciudadanos. Una cooperación científica entre investigadores europeos y latinoamericanos adquiriría entonces su pleno significado y debería extenderse a otros países del Sur, con el fin de comprender mejor los motores y las lógicas de la actividad turística, la importancia de las diferencias contextuales y, finalmente, los factores de similitud o, al contrario, de diferenciación no sólo entre el Norte y el Sur, sino también entre los distintos países del Sur.

NOTAS

- 1 En particular *Tourismes 1. Lieux communs*, Mappemonde, Belin, Paris, 2002.
- 2 Estos discursos, muy comunes sobre todo en los años ochenta, han sido objeto de un análisis acertado por parte del equipo MIT en la primera parte del libro *Tourismes 1. Lieux communs*.
- 3 Retomaremos con frecuencia el término “re-creación”, usado por el equipo MIT para designar a la “reconstitución del cuerpo y de la mente” que permiten el turismo y el ocio, y que se distingue del término “recreo”, el cual se concreta a “designar un entretenimiento, un alivio tras una actividad más seria” y no constituye, por lo tanto, sino un aspecto de las actividades que permiten “re-crearse” (MIT, 2002: 103).
- 4 En ocasiones resulta difícil establecer una clara distinción entre las prácticas de “tiempo libre” y el turismo, cuando se trata de periodos muy breves. Podemos adoptar la distinción que propone el equipo, MIT (2002), para el cual las prácticas de tiempo libre “pueden desplegarse en el espacio de lo cotidiano (casa, barrio, medio cercano), a diferencia del turismo, el cual se desarrolla en un espacio-tiempo fuera de lo cotidiano”.
- 5 Serie de estudios de mercado cuyo título comienza con “Expectativas de viaje para la temporada vacacional de...”, publicados por la Secretaría de Turismo (SECTUR) y el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) en México.
- 6 Cifra calculada a partir de las entradas a Machu Picchu y de una estimación, derivada de una encuesta, según la cual el 75% de los turistas extranjeros visita la ciudad sagrada de los incas.
- 7 Instituto Costarricense de Turismo, *Memoria Anual 2001*, pp. 66-67.
- 8 *Finca*: gran propiedad rural donde se practica, en esta región, el cultivo de la caña de azúcar o la ganadería extensiva.
- 9 Sobre el racismo, motor de la sociedad guatemalteca, consúltese la apasionante obra de M. Casaus Arzú.
- 10 Esta misma conclusión también se impone al leer los demás artículos de este número de *Trace*, no sólo para Latinoamérica, sino también para Indonesia (C. Cabasset), lo cual ilustra especificidades profundas de los países del Sur que merecerían estudiarse mejor y ponerse de relieve mediante la multiplicación de los estudios locales.

BIBLIOGRAFÍA

- Aisner, P. 1998 - Les effets économiques, sociaux et politiques du tourisme international. Une étude de cas régionale : la ville de Cuzco, Pérou. *Tourisme, loisir et société*, vol. 11, n° 1. Université du Québec à Trois Rivières.
- Boyer, M. 1999 - *Le tourisme en l'an 2000*. PUL, Lyon.
- Casaus, Arzú, M. 1992 - *Guatemala: linaje y racismo*. FLACSO, Costa Rica.
- Cazes, G. 1989 - Les nouvelles colonies de vacances? Le tourisme international à la conquête du tiers-monde. *Collection Tourismes et sociétés*. L'Harmattan, Paris.
- 1990 - Tourisme et tiers-monde : un bilan controversé. *Collection Tourismes et sociétés*. L'Harmattan, Paris.
- 1992 - *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*. Bréal, Paris.
- Deprest, F. 1997 - *Enquête sur le tourisme de masse. L'écologie face au territoire*. Belin, Paris.
- Équipe MIT 2002 - *Tourismes 1. Lieux communs*. Belin, Paris.
- Fournier, L. 1991 - *Desarrollo y perspectivas del movimiento conservacionista costarricense*. Editorial de la Universidad de Costa Rica, San José.
- Morales, M. R. 1998 - *La articulación de las diferencias o el síndrome de Maximón*. FLACSO, Guatemala.
- Pastoriza, E. (coord.) 2002 - *Las puertas al mar. Consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar*. Editorial Biblos, Universidad Nacional de Mar del Plata.
- PROMPERU 1995 - *Construyendo las ventajas competitivas del Perú. El turismo*. Lima.
- Raymond, N. 2001a - *De Machu Picchu à Fujimori: les pays andins observés à travers leurs tourismes. Le cas plus particulier du Pérou 1960-1996*. Presses Universitaires du Septentrion.
- 2001b - Le tourisme au Pérou. De Machu Picchu à Fujimori : aléas et paradoxes. *Collection Tourismes et sociétés*. L'Harmattan, Paris.
- 2001c - Cuzco : du “nombri du monde” au cœur touristique du Pérou. *Cahiers des Amériques Latines* 37 : 121-139.
- 2002 - Tourisme national et international dans les pays andins: quelles relations? L'exemple du Pérou. *Bulletin de l'Institut Français des Études Andines* 31 (1): 23-38.
- 2003 - *Différentes stratégies locales de développement autour du tourisme et de l'artisanat au Guatemala et au Pérou : un prisme d'observation de l'interprétation contemporaine des logiques et des échelles en Amérique Latine*. Communication présentée au colloque GRESAL L'Amérique latine au-delà des crises. Grenoble.
- Urbain, J. D. 1993 - *L'idiot du voyage*. Histoires de touristes. Petite Bibliothèque Payot, Paris.