



La industria turística en el Tercer Mundo: impacto socioecológico

Jordi Palou

Introducción

El propósito de este trabajo consiste en plantear brevemente una serie de reflexiones en torno a un fenómeno relativamente poco estudiado: las disfunciones causadas por la extensión de la industria turística en el Tercer Mundo. A menudo se oye hablar de las ventajas que aporta el turismo para los países -receptores y aún más desde el contexto español, en el que el sector turístico se ha convertido en una parte considerablemente importante de nuestra economía-, pero no es tan frecuente que se planteen las contradicciones, las paradojas o los efectos secundarios causados por esta misma actividad, tanto desde un punto de vista medioambiental como social, económico o cultural. Quizás precisamente porque se trata de un fenómeno enormemente extendido, el turismo suele ser acríticamente aceptado e incluso aplaudido. Por otra parte, el propósito explícito de subrayar los aspectos negativos del fenómeno no implica que éste no contenga también efectos positivos.

El Tercer Mundo, entre el paraíso y el infierno

A menudo se indica que, a nivel informativo, del Tercer Mundo sólo nos llegan las catástrofes. Desastres naturales, golpes de Estado, masacres y genocidios, guerras civiles, hambre, epidemias y todo tipo de injusticias saltan a las portadas de periódicos y revistas y a los informativos de radio y televisión. Dichas noticias pun-

*"El turismo
constituye la
primera
industria
mundial"*

Este artículo es un extracto
del publicado en la revista
Mientras Tanto

tuales raramente van acompañadas por análisis que nos permitan entender qué está sucediendo en realidad. Esta circunstancia no plantea ningún obstáculo para que la industria turística promueva sin cesar destinos de todas clases en los países del Tercer Mundo, a menudo con calificativos como “exótico” o “paradisíaco”.

El Tercer Mundo, por lo tanto, es utilizado según lo que más convenga en cada momento. Pero cuando las dos realidades mencionadas se cruzan y el conflicto social salpica los oasis turísticos (como ha sucedido en Egipto o en Turquía), la industria del sector se conmueve y los medios vuelven a hacerse eco de los *problemas*. La frontera entre el “paraíso” y el “infierno” es altamente volátil.

El turismo viaja al Tercer Mundo

El turismo representa aproximadamente un 10 por 100 del comercio internacional, y se trata de un sector cuyo volumen suele aumentar en torno a un 10 por 100 anual. Constituye, por consiguiente, la primera industria mundial. A pesar de ello, es preciso situar el fenómeno turístico en un contexto determinado. Para los países del Sur, el turismo no es un inconveniente que se presente de modo excepcional y aislado: “[El turismo] no es sino una más entre las distintas influencias derivadas de la modernidad -como los medios de comunicación de masas, la educación y la urbanización- que afectan significativamente a los valores y actitudes de los pueblos de todas las sociedades”. Por consiguiente, resulta muy difícil aislar el impacto del turismo de otros fenómenos de transformación a escala mundial, que pueden resumirse en un proceso generalizado de uniformización hegemónica por parte de los países del Norte: económica, informativa, tecnológica, política, cultural.

Entre los argumentos clásicos que defenderían la idoneidad de la extensión de la industria turística al Tercer Mundo, los más comunes son dos: el hecho de que teóricamente representa una forma de aumentar las reservas de divisas sin perder recursos no renovables y, por otra parte, la creencia de que se trata de una industria intensiva en mano de obra. Años después, este optimismo se ha demostrado completamente infundado. No obstante, y como veremos más adelante, el argumento de un intercambio mutuamente enriquecedor entre visitantes y visitados sigue estando arraigado entre los distintos argumentos apologeticos para justificar el turismo, y a menudo el binomio turismo-desarrollo es presentado como si fuera inseparable o incluso como si se tratara de una relación evidente de causa efecto. Aún hoy en numerosos programas de ajuste estructural del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional el

"Viajar es sólo un acto más de consumo y su proliferación en el Tercer Mundo sólo se explica por el desequilibrio económico entre Norte y Sur"

desarrollo del sector turístico no es una opción sino prácticamente una imposición.

La industria turística en el engranaje económico internacional

La industria turística internacional forma parte del conjunto de la economía como cualquier otro sector. En este sentido, las inversiones de las empresas turísticas transnacionales en los países del Tercer Mundo -así como su trato de la mano de obra, los beneficios y los impactos de sus inversiones- no son cualitativamente distintas de las inversiones realizadas en general en estos mismos países. El abanico de sectores que pueden beneficiarse de los ingresos generados por el turismo es muy amplio. En este sentido, viajar es sólo un acto más de consumo, y su proliferación masiva en el Tercer Mundo sólo se explica por el profundo desequilibrio económico entre Norte y Sur.

De esta contextualización del turismo dentro del engranaje económico internacional puede derivarse otra consecuencia: la desigualdad en el reparto de los beneficios no es cualitativamente distinta de la desigualdad imperante en el reparto del pastel económico internacional. Las empresas turísticas actúan según la lógica de la competencia en el mercado y de la eficiencia tecnológica y, por lo tanto, tienden a ser intensivas en capital y a perseguir el control monopolístico por medio de la integración vertical y horizontal. Así, la red de producción y de comercialización tiende a ser altamente eficaz e integrada, y los flujos de beneficios de la industria turística se tienden a canalizar mayoritariamente hacia los países de donde ha surgido la inversión, es decir, en gran parte de vuelta hacia los países más industrializados, muy a menudo para la adquisición de productos y servicios de lujo que se consideran imprescindibles para ofrecer un buen servicio a los turistas extranjeros.

Por otra parte, la lógica de la teoría de la ventaja comparativa explicaría el porqué del desarrollo intensivo de determinados mercados turísticos en países del Tercer Mundo: "Algunos países están convirtiendo su propio subdesarrollo en un activo económico al vender destinos exóticos y parajes vírgenes". ¿Cuál es, sin embargo, el margen de maniobra real del que disponen los países más pobres para decidir si entran o no en este mercado? En este sentido, puede ser más apropiada la expresión de Cazes al hablar de la "apropiación neocolonial" de los lugares, de sus habitantes y de sus actividades por parte de las grandes transnacionales del sector turístico.

Respecto al control último de la industria turística en el Tercer

"Algunos países están convirtiendo su propio subdesarrollo en un activo al vender destinos exóticos y parajes vírgenes"

Mundo, por lo tanto, lo más corriente es que los beneficios vayan a parar a las clases bienestantes de los países receptores del turismo (con lo que se refuerzan las desigualdades existentes y la estructura social imperante: los ricos se hacen más ricos y los pobres se quedan igual o se empobrecen aún más) o bien, muy frecuentemente, a manos de forasteros. Cuanto más rápido y masivo sea el desarrollo del turismo, menor será la capacidad local para controlarlo.

Normalmente, en este esquema la opinión de las comunidades directamente afectadas por el turismo no cuenta demasiado, de modo que disponen de escasas oportunidades para influir en el curso de unos acontecimientos que, a pesar de todo, pueden llegar a trastocar completamente sus vidas. Es igualmente importante el hecho de que los requisitos mínimos a nivel financiero y de capacitación impiden una participación local significativa en la industria. La distribución espacial del turismo, o al menos el flujo y la reinversión de los beneficios, tiende a exacerbar las desigualdades regionales y constituye un incentivo adicional para la emigración rural o el ulterior debilitamiento de las actividades económicas rurales.

La mercantilización de la diferencia

En una sociedad que se caracteriza por poner precio a todo, el fundamento de la relación turista-nativo (y, por extensión, del turismo de los “ricos” a los países “pobres”) es un proceso de mercantilización que convierte los actos que antes habrían expresado hospitalidad espontánea en transacciones comerciales. Se transforman objetos y rituales cuya existencia previa en una comunidad determinada se explicaba por su utilidad o por su trascendencia religiosa, de modo que pasan a ser producidos únicamente para ser intercambiados en el mercado turístico, con lo que pierden todo su significado original y adoptan otro necesariamente distinto. Los más interesados en estudiar este fenómeno pueden ser los antropólogos, pero en cualquier caso trasluce una comercialización del “exotismo” o de la diferencia que lo único que consigue es consolidar una realidad turística desconectada del mundo real propiamente dicho.

La falsificación de la realidad

A menudo el turista viaja sólo para confirmar las preconcepciones de los lugares adonde va, las ideas previas que ya había adquirido gracias a la publicidad turística y a la reproducción de estereotipos por parte de los medios de comunicación. De algún modo, los países destinatarios también colaboran activamente en esta falsificación. Al hablar de las expediciones que se organizan en el norte de

"Cuanto más rápido y masivo sea el desarrollo del turismo, menor será la capacidad local para controlarlo"

Tailandia para satisfacer el deseo de algunos turistas de encontrar tribus “no contaminadas”, Evans menciona la anécdota de que algunos nativos se han sensibilizado hasta tal extremo ante la “búsqueda de autenticidad” por parte de los turistas que antes de que tengan lugar estas visitas esconden todos los signos de modernidad que puedan decepcionarles (como objetos de plástico o ropa excesivamente occidental). Otros esfuerzos parecidos también pueden ser deliberadamente impulsados por las autoridades turísticas del país.

Uso y abuso de los recursos turísticos

En cierto sentido, el turismo presenta un ciclo parecido al de los recursos naturales renovables: los recursos turísticos pueden regenerarse o bien pueden echarse a perder definitivamente. Algunos gobiernos del Tercer Mundo utilizan argumentos parecidos a los que esgrimen para defender su uso (o abuso) de determinados recursos naturales, como la madera de los bosques tropicales: si disponen de dicho recurso, ¿por qué no sacar provecho de él para obtener un capital necesario para su eventual prosperidad? Si los países europeos han podido permitirse arruinar gran parte de sus bosques y paisajes en nombre del “desarrollo” (económico o turístico), ¿por qué ellos no iban a hacer lo mismo? Es decir: si el resultado final de la explotación de los recursos turísticos es la obtención de divisas y la creación de puestos de trabajo -al margen de las disfunciones que puedan originarse-, ¿por qué tendrían que prescindir de dicha posibilidad? Con estos razonamientos se otorga prioridad a una rápida expansión del turismo en beneficio de los intereses (políticos, económicos) de la élite dirigente, en lugar de plantearse seriamente -y antes que nada- si resulta o no conveniente desarrollar el turismo en unas condiciones determinadas. Todo apunta, por consiguiente, a una masificación creciente y a un aprovechamiento inmediato e indiscriminado de los recursos turísticos.

Pero estos recursos, como hemos visto, no siempre son renovables, a pesar de lo que se suele afirmar en sentido contrario. El *exotismo*, la *inocencia*, el *primitivismo*, la *autenticidad* y la *originalidad* con que se presentan determinados destinos son cualidades efímeras, si es que no han quedado ya completamente pervertidas por su mercantilización: “Para satisfacer a quienes van en busca de lo “exótico”, la insaciable industria turística siempre descubre otro pueblo o cultura más”. Pero a menudo no es la industria quien hace este *descubrimiento*, sino los *exploradores* antiguos y modernos que abren el camino a una ulterior masificación: Nepal, Bali, Phuket

"La relación turista-nativo convierte los actos que antes habrían expresado hospitalidad en transacciones comerciales"

(Tailandia) o Goa (India) son ejemplos de “apertura de mercados” realizada por artistas, antropólogos o *hippies* que en un momento dado anhelaban *conservar* estas civilizaciones supuestamente “no contaminadas” por Occidente. Todo esto desemboca en dos fenómenos complementarios: la homogeneización de la oferta y el desgaste de los recursos.

Por otra parte, el desarrollo indiscriminado de proyectos turísticos en los distintos países, que compiten entre sí y acaban presentando productos muy similares, hace que la oferta de nuevos puntos de atracción se mantenga constantemente excedentaria. Evidentemente, esta situación presiona los precios a la baja y fuerza el deterioro y la masificación de las áreas turísticas. Por ejemplo, resulta paradójico que un *paquete* de nueve días a Tailandia desde España pueda salir más barato que un circuito de diez días por Portugal.

El impacto del turismo en el Tercer Mundo: el medio ambiente

Teóricamente, el turismo exige que el medio ambiente mantenga su calidad para prosperar, pero la práctica misma del turismo pone en peligro la integridad del medio ambiente. Este círculo vicioso es lo que a menudo ha convertido en realidad la frase “el turismo destruye al turismo”.

El estudio de la OCDE sobre turismo y medio ambiente indica que impactos pueden tener las actividades turísticas sobre el entorno medio ambiental tanto a corto como a largo plazo, y presenta una lista que puede ser interesante resumir a continuación:

- (a) efectos de contaminación (atmosférica, del agua, de los emplazamientos, acústica);
- (b) reducción de los espacios naturales y agrícolas (tanto para fines constructivos como debido a la privatización de las zonas naturales);
- (c) destrucción de la flora y la fauna;
- (d) degradación de paisajes y de lugares donde se hallan monumentos históricos;
- (e) efectos de congestión (la concentración de gente en lugares y días determinados agrava los inconvenientes anteriores debido a un efecto de mayor intensidad);
- (f) efectos de conflictos (entre los turistas y la población residente, que debe modificar por completo su ritmo de vida: se trata de una “coexistencia” que puede implicar tensiones sociales);
- (g) efectos de competencia (el desarrollo turístico implica un aumento del consumo de espacio y mano de obra que, a su vez, de-

"Como los recursos naturales, los recursos turísticos pueden regenerarse o echarse a perder definitivamente"

teriora las actividades tradicionales: esta dinámica tiende a instaurar un monopolio de la actividad turística, que es poco deseable).

El impacto social y cultural: ¿encuentro o encontronazo?

En apartados anteriores ya hemos ido viendo algunos de los efectos sociales y culturales causados por el turismo en los países del Tercer Mundo. Estos efectos pueden verse atenuados si el desarrollo de los recursos turísticos tiene lugar lentamente y sin masificación, de modo que las poblaciones locales dispongan de tiempo para ajustarse a él. En numerosos países, sin embargo, ha sucedido exactamente lo contrario. Lo peor del caso es que, una vez iniciado el ciclo de comercialización de la diferencia, se hace muy difícil frenarlo o atenuarlo, ya que esto representaría la ruina para una parte significativa de determinadas comunidades que pasan a depender exclusivamente de las divisas de los turistas.

Si desde algunos contextos aún se mitifica el *encuentro* entre visitantes y nativos como uno de los incentivos a favor del turismo, no es difícil encontrar ejemplos en los que dicho encuentro se convierte en un *encontronazo* de consecuencias imprevisibles en lugar de ser un intercambio mutuamente (y supuestamente) enriquecedor. Es evidente que la relación turista-nativo es desigual y que lo único que hace es acentuar las diferencias existentes y ponerlas de manifiesto para ambas partes. El "turista" (del Norte) tiene el poder de viajar al país del "nativo" (del Sur), pero éste difícilmente llegará a disponer de recursos para reciprocitar esta visita, convertirse a su vez en "turista" y visitar al turista inicial -ahora convertido en "nativo" en su país de origen-. De esta circunstancia pueden derivarse sentimientos de frustración, envidia, odio, resentimiento o incluso de servilismo e inferioridad.

El turista no sólo es desigual en cuanto que es mucho más rico (una característica que adopta efectos multiplicadores alarmantes cuanto mayor sea la diferencia económica entre el país de origen y el país visitado), sino también por otros motivos: está de vacaciones y desea que le sirvan en todo (se limita a *consumir* ostentosamente, mientras que sus anfitriones sólo pueden ofrecerle sus mercancías o sus servicios) y adopta un comportamiento que a veces no sólo puede ofender a sus anfitriones sino que ofendería también a muchos de sus compatriotas si lo mantuviera en su país de origen (existen comportamientos claramente *transgresores* asociados con la lejanía, con la ruptura de la rutina social y laboral y, sobre todo, con el frecuente abismo de poder económico ya mencionado).

Finalmente, también, debemos considerar la posibilidad que se da

"La práctica misma del turismo pone en peligro la integridad del medio ambiente"

en la mayoría de los casos: la práctica ausencia de relación entre visitante y visitado, más allá del servicio directamente ocupado en actividades turísticas que implican un trato directo con el visitante: “Los encuentros interculturales en un contexto turístico ocurren con menor frecuencia de lo que a menudo se asume y... los encuentros intensos son menos deseados por los turistas de lo que con frecuencia se sugiere”.

De hecho, no es de extrañar que una de las funciones de las agencias de viajes consista precisamente en reducir al mínimo los contactos entre visitantes y visitados, y de ahí la doble función de los guías turísticos como nexo y a la vez barrera de separación entre ambos mundos, de modo que las eventuales relaciones queden institucionalizadas, homogeneizadas y puramente monetarizadas. A menudo los turistas permanecen en una burbuja, asépticamente aislados del universo real que supuestamente visitan y limitándose a relacionarse entre sí.

Uno de los ejemplos más clásicos de las disfunciones sociales causadas por el turismo, sobre todo en ciertos países, es el del turismo sexual. De este modo, el turismo contribuye a pauperizar y a marginalizar a las mujeres de los países donde los visitantes del Norte pasan sus *exóticas* vacaciones. La explotación de mujeres y niños para el consumo sexual de los extranjeros representa una prolongación de las relaciones coloniales y contribuye a mantener las estructuras sociales existentes. Según Andrews, la mayor industria asiática, tanto por volumen anual de ventas como por número de empleados, es, con toda probabilidad, la del sexo.

Conclusiones

No está suficientemente claro (por falta de evidencias concluyentes) si el Tercer Mundo sale ganando o perdiendo con el turismo, o incluso si éstos son los términos adecuados para plantear la discusión: las variables son múltiples y probablemente deberían aplicarse estrategias de caso por caso. No obstante, sí podemos llegar a algunas conclusiones preliminares:

"Los encuentros interculturales en un contexto turístico ocurren con menor frecuencia de lo que a menudo se asume"

(1) El balance de la interacción turismo-Tercer Mundo es más negativo de lo que se piensa (para los países del Tercer Mundo) o de lo que nos quiere hacer creer la industria turística internacional.

(2) Las disfunciones causadas por el desarrollo masivo del turismo en el Tercer Mundo suelen presentarse a largo plazo, por lo que es conveniente estudiar con atención las posibles estrategias conducentes a dicho desarrollo antes de que los procesos se hagan irreversibles y de que se perpetúen situaciones de dependencia.

(3) La generalización del turismo de los países del Norte hacia los del Sur se rige por las leyes del intercambio desigual. Viajar se suele asociar a libertad y a ruptura de constricciones sociales, pero sólo viajan *libremente* quienes pueden permitírselo. Los habitantes del Sur receptores del turismo del Norte no sólo no viajan por placer (y menos aún a los países del Norte), sino que muy frecuentemente no pueden decidir libremente se desean o no formar parte de los servicios turísticos ofrecidos a los extranjeros. Viajar a lo países del Tercer Mundo exige una mayor concienciación de sus condiciones de vida.

(4) Sería deseable una participación y un compromiso decisivos por parte de los gobiernos de los países industrializados (para controlar a una industria que planifica la oferta y capta la demanda pero que vierte las posibles externalidades negativas de su funcionamiento más allá de sus fronteras), y una mayor sensibilización por parte de los gobiernos del Tercer Mundo, así como una función de coordinación que podrían asumir los organismos internacionales que trabajan de modo directo o indirecto con el turismo. La internacionalización del turismo y de los flujos económicos implica adoptar enfoques a escala mundial, aún sin negligir la cooperación con las organizaciones locales de víctimas del turismo.

(5) La sensibilización de los promotores y usuarios de la industria turística respecto a las consecuencias de sus decisiones de consumo turístico en el Tercer Mundo podría recibir un enfoque muy similar al de las campañas de sensibilización ecológica. El impacto negativo del turismo masivo en los países del Sur, por lo tanto, podría incorporarse más decididamente al creciente corpus de recomendaciones y prevenciones medioambientales e higiénico-sanitarias.

En definitiva, se trataría primordialmente de ser más conscientes de los impactos negativos causados por las actividades turísticas y de actuar en consecuencia con el objeto de reducirlos y minimizarlos. Evidentemente es algo más fácil de enunciar y recomendar que de ejecutar o detallar, pero en la introducción ya había anunciado que el propósito de este trabajo no era tanto buscar soluciones como plantear determinados problemas, debido a la rapidez con que se están desarrollando.

"Las disfunciones causadas por el turismo masivo en el Tercer Mundo suelen presentarse a largo plazo"