

**Miguel Matute Peña**  
**Publio Xavier Asanza Rubio**



**Aspectos  
sociopsicológicos  
del turismo**

editado por  
**eumed.net**

# **Aspectos sociopsicológicos del turismo**

**Autores: Miguel Matute Peña  
Silvia Aguilar Macías  
Publio Xavier Asanza Rubio**

**Datos de los autores:**

**Miguel Matute Peña Doctor en filosofía y profesor consultante del Departamento de Sociología de la Universidad de Oriente de Santiago de Cuba, Cuba.**

**Publio Xavier Asanza Rubio Master en Manejo Integrado de la Zona costera y profesor del Departamento de Sociología de la Universidad de Oriente de Santiago de Cuba, Cuba.**

**[xavier@csh.uo.edu.cu](mailto:xavier@csh.uo.edu.cu)**

## Prefacio a la versión digitalizada

Con éste trabajo se presentan algunas ideas sobre lo que a juicio de los autores debe ser la Sociología del turismo.

Las investigaciones que sirven de base a este trabajo están constituidas por algunos elementos de la tesis en opción al grado científico en ciencias sociológicas de los autores Msc. Silvia Aguilar Macías y Msc. Publio Xavier Asanza Rubio

La responsabilidad de cada una de las partes de esta publicación es la sigue:

Los tres primeros capítulos contienen parte de la tesis doctoral de la autora Msc. Silvia Aguilar Macías, otras ideas aparecen disueltas en resto de los capítulos, los apartados cuatro, cinco y seis corresponden su redacción al Dr. Miguel Ángel Matute Peña que ha sido el tutor de ambos doctorantes.

EL capítulo siete ha sido responsabilidad del doctorante Msc. Publio Xavier Asanza Rubio que ha aportado también elementos factuales investigativos que aunque no aparecen en el trabajo han contribuido a las reflexiones asociadas a los capítulos del tutor.

El Dr. Miguel Ángel Matute Peña es profesor titular adjunto y profesor consultante del Departamento de Sociología de la Universidad de Oriente y ostenta la categoría honorífica de Profesor de Mérito de dicha Universidad.

La Msc, Silvia Aguilar Macías es profesora de la Faculta de Turismo de la Universidad autónoma de Sonora en México, con correo electrónico aums60@hotmail.com

El Msc. Publio Xavier Asanza Rubio es profesor asistente del Departamento de Sociología en la Universidad de Oriente de Santiago de Cuba y su correo electrónico es: xavier@csh.uo.edu.cu

### CAPITULO I

#### EL TURISMO COMO FENÓMENO SOCIAL.

##### 1.1-EL TURISMO. SU CONCEPTO Y CONTRADICCIONES ACTUALES

##### 1.2-ALGUNAS CIFRAS SOBRE EL DESARROLLO DEL TURISMO

##### 1.3-EL TURISMO COMO FENÓMENO SOCIAL

### CAPITULO 2

EL TURISMO Y LAS TEORÍAS SOCIOLOGICAS

CAPITULO 3

EL TURISMO A LA LUZ DE LOS ESTUDIOS POBLACIONALES

CAPITULO 4

PERCEPCIÓN SOCIOLOGICA DEL OCIO.

4.1-PERCEPCIÓN PSICOSOCIAL DEL OCIO.

4.2-UNA RESEÑA REPRESENTATIVA DEL TRATAMIENTO SOCIOLOGICO A LOS PROBLEMAS DEL OCIO.

4.3-EL PROBLEMA DEL OCIO Y EL TURISMO DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL RECEPTOR DE TURISMO

CAPITULO 5

CAUSALES Y DESENCADENANTES DE LOS VIAJES TURÍSTICOS.

5.1-ELEMENTOS METODOLÓGICOS.

5.2-LAS MOTIVACIONES Y LA SELECCIÓN TURÍSTICA

5.3-EL PAPEL DE LAS COMUNIDADES EN LA SATISFACCIÓN TURÍSTICA

CAPITULO 6

IMPACTO SOCIAL DEL TURISMO

6.1-IMPACTO DEL TURISMO RURAL

6.2-EL IMPACTO DEL TURISMO EN LA CIUDAD.

6.3-LA INTERACCIÓN TURISTAS RESIDENTES

7 EL COSTOS SOCIOECOLÓGICO DEL TURISMO

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

## INTRODUCCION

En esta introducción, presentamos cuales son los contenidos principales con que aparecen las obras bajo el nombre de Sociología del Turismo y, de aquellas que sin ostentar ese nombre se consideran como tal.

En segundo lugar, presentamos los contenidos de nuestro trabajo, explicando su diferencia con la literatura revisada y el porqué de esta diferencia. Naturalmente, ha sido seleccionada una literatura que, a nuestro juicio, es representativa.

En los libros de caracteres más generales suelen presentarse estudios históricos sobre el turismo con periodización cronológica (Mazon Tomás, de) con períodos tales como:

El turismo en la antigüedad

Las bases del turismo moderno

El turismo en el siglo XIX

El Siglo XX. El período de entreguerras

La eclosión del turismo de masas

Las etapas del turismo

Más analíticamente se derivan de la historia estudios tales como Fases, ciclos y

actores del desarrollo turístico (Mazon Tomás, de)

Como Sociología se consideran temáticas que se refieren a cuestiones como: Turismo y sociedad, Turismo y cultura, Turismo y empleo, turismo y población, problemas sociales en los polos receptores de turismo, Consecuencias del turismo en las sociedades emisoras y asuntos similares.

Otras temáticas son:

El nuevo modelo turístico en las sociedades desarrolladas o subdesarrolladas

El turismo ante el arte, el patrimonio y la religión

Los centros históricos y el turismo

Turismo y religión

Turismo y urbanismo

El desarrollo turístico litoral

A posteriori de la segunda guerra mundial tenemos ya manuales de turismo referidos a variados asuntos.

Las obras de turismo especializado: de aventuras, de exploración y similares se alejan un tanto de la sociología clásica en la mayoría de los casos. Temas mas modernos son el de la sustentabilidad y la sostenibilidad

Clasificados como sociología pueden aparecer libros con contenido económico (Morales, Leslie Anderson, 1988).

Turismo y modernidad es una temática, también clasificada como sociología (Wang, Ning, 2000)

Muy representativo de lo que en la actualidad se entiende como Sociología del Turismo es la obra de Franklin, Adrián editada en el 2003 y de ahí su representatividad, que se refiere al turismo en general y que es clasificada como obra sociológica (Franklin, Adrián. 2003).

Con Martinengo nos asomamos a un curso de Sociología del Turismo, muy relacionado con la economía. (Martinengo, 1998)

Objetivos:

El curso ofrece los instrumentos para comprender las expectativas y las motivaciones del turista y las diversas modalidades de practica turística de manera de mostrar como las temáticas sociológicas, pueden ser utilizadas en el estudio del mercado turístico.

Contenidos:

El Curso afronta los principales temas de que se ocupa la sociología del turismo. Estos son los siguientes:

1. La "historia" del turismo desde la participación de un turismo de élite hasta un turismo de masa;
2. La figura del turista, sus características y roles;
3. Los tipos de turistas;
4. Las peculiaridades del fenómeno turístico;
5. El comportamiento turístico y su forma actual de consumo;
6. Las características del consumidor-turista;
7. Las características del objeto de consumo turístico;
8. Los tipos de turismo.

Existen obras clasificadas como Sociología del Turismo, por tener algún capítulo o apartado dedicado al turismo no ya a su sociología.(Ovejero Bernal A,2000).La obra de Ovejero es de Psicología Social así como el libro de resúmenes del VI Congreso Nacional de Psicología Social de España (Abstracts del VI Congreso,1997) (Álvaro J. I, Garrido J. R,1996)(Anuario de Psicología,1992)

La literatura sobre ocio y tiempo libre es muy abundante, apareciendo también, clasificada como literatura de sociologías.

Después de haber presentado los contenidos principales conque se presentan las obras que aparecen bajo el nombre de Sociología del Turismo y, de aquellas que sin ostentar ese nombre se consideran como tal, presentamos ahora las

características de este trabajo, conforme a las interrogantes de inicio.

Los estudios sobre el turismo, son de diversa índole, como de alguna manera se ha visto en los párrafos precedentes. Pero en lo referente a los problemas sociales suelen descollar los estudios económicos con una buena dosis de Comportamiento Organizacional, Psicología y en menor medida la Sociología, especializada como Sociología del Turismo.

Tributa a la comprensión de los problemas sociales, la Teoría del Turismo y otros estudios, que se llevan a cabo en las carreras especializadas en esta temática.

Vital resulta, enriquecer los estudios sobre la Sociología del Turismo, como una manera de encarar con más sistematicidad las complejas problemáticas sociales que hay que enfrentar en este sector.

Pero cuando hablamos de Sociología del Turismo, nos referimos a una disciplina enmarcada en la Sociología General y ejerciendo un papel metodológico respecto al resto de las ciencias sociales, y capaz de organizar los estudios existentes, con este propósito.

No podemos negar la utilidad de todos los estudios realizados, pero podemos objetar la poca incidencia que tienen a los efectos de promover la transdisciplinariedad de los estudios sobre turismo.

Con este trabajo iniciamos el camino para cubrir este déficit.

Para la consecución de este objetivo, hemos de basarnos en nuestras experiencias de trabajo en el sector y los conocimientos adquiridos en el estudio de la carrera, versada en esta especialidad por uno de los autores. Hemos desarrollado estudios en el campo de la Sociología, que nos permiten emplear una metodología teórica para el análisis.

Consideramos y argumentamos en este trabajo que:

El fenómeno social del turismo, es analizable desde la perspectiva de las teorías sobre movimientos poblacionales, la teoría de grupos, otras teorías sociológicas y del turismo.

-Los problemas sociales del turismo, admiten un estudio especializado, delimitable dentro de la concurrencia del resto de las disciplinas sociológicas.

-La Sociología, viabiliza el estudio sistemático de los problemas sociales del turismo, como problemas sociales de las ciencias.

Se toman como objeto de nuestra investigación los grupos sociales, que en su carácter de tal, tienen contacto con los grupos turísticos, que también son considerados en el trabajo.

Entre los grupos que hemos de considerar se encuentra también el grupo laboral, en cuanto éste puede resultar afectado en el aspecto conductual, en su contacto con el turismo

En particular, la afectación a la identidad cultural, merece nuestra atención, sobre todo en el grupo laboral. Desde la óptica sociológica, se reclama la incidencia de estos estudios en la elaboración de los requisitos de selección de personal.

Otro acápite, objeto de nuestra atención, está referido a la promoción del turismo, que si bien, en este trabajo no lo tocamos, si se hace en las tesis desarrolladas por los autores y que serán objeto de próximas publicaciones. Allí se parte de la consideración de que los estudios sociológicos sobre el turismo son básicos para el implemento de una adecuada promoción. No se subestima con este planteamiento la importancia que con el mismo fin, tienen la economía, la psicología, la publicidad y otras áreas de conocimiento.

En especial, la Teoría del Turismo, resulta una base especializada, en el orden teórico de la promoción del turismo. En estos estudios se comprende también la



Sociología del Turismo y otros estudios, algunos de los cuales también tributan a la Sociología.

Para finalizar cabe referirnos a la estructura de este trabajo: Sus contenidos se presentan en 6 capítulos en los que se abordan las siguientes cuestiones:

En el primer capítulo, titulado "EL TURISMO COMO FENOMENO SOCIAL", se trata el "concepto de turismo" analizándose la perspectiva de varios autores y brindándose las apreciaciones propias. En éstas se presenta al turismo como un movimiento de población sui géneris y se anticipa que se dedicará un capítulo a esta temática. A renglón seguido y en el mismo apartado se trata el problema del turismo y la sostenibilidad en su doble carácter: positivo y contradictorio.

En el siguiente apartado, se brindan datos estadísticos sobre el turismo, a los efectos de dar una idea de su volumen y de las variaciones sufridas por contingencias actuales.

El apartado último trata al turismo como objeto de las diferentes ciencias sociales bajo el nombre de "El turismo como fenómeno social".

Bajo el título "EL TURISMO Y LAS TEORIAS SOCIOLOGICAS" se tratan en el Capítulo 2 aspectos teóricos clásicos, tendientes a reforzar una visión netamente sociológica de este trabajo: Se trata con esta óptica al turismo como factor de desarrollo y como actividad que tiene un costo social. La noción de "producto turístico" sirve de elemento integrador de los factores sociales, relacionados con la calidad de la oferta turística.

El título del tercer capítulo es: "EL TURISMO A LA LUZ DE LOS ESTUDIOS POBLACIONALES". Se compara al movimiento de población, que es el turismo con otros movimientos como las migraciones, los movimientos pendulares y los movimientos de desplazamiento intercomunitarios. La inclusión del turismo en el aparato conceptual de la demografía permite dar un tratamiento a sus indicadores

en los marcos de los métodos de esta ciencia y sobre todo unificar a estos indicadores en torno al propósito de evaluar los factores sociales, asociados al turismo, como componentes de la calidad de la oferta.

El Capítulo 4 "PERCEPCION SOCIOLOGICA DEL OCIO" contiene un tratamiento psicosocial del ocio donde se presenta una reseña de la obra de San Martín García J. E, se hace referencia a alguna literatura sobre la temática y se presentan valoraciones propias. Lo psicosocial tiene lugar aquí y en otras partes de este trabajo como fuente del diseño de experimentos sociológicos.

En otro apartado se presenta una reseña de un artículo que trata el problema del ocio desde una perspectiva sociológica como contraste con el apartado anterior. Por último, se trata el problema del ocio desde la perspectiva del receptor de turismo.

El capítulo 5 "CAUSALES Y DESENCADENANTES DE LOS VIAJES TURISTICOS. LOS PROBLEMAS DE LA SELECCIÓN DEL DESTINO" comprende contenidos que tratan sobre: Elementos teóricos para la determinación de condicionantes, causales, desencadenantes y problemas de selección de los destinos y el peso de las motivaciones a nivel de centro turístico así como, el papel de las comunidades en la satisfacción turística.

El Capítulo 6 "IMPACTO SOCIAL DEL TURISMO"

El impacto del turismo rural es lo primero que se trata en este capítulo seguido de consideraciones sobre el impacto del turismo en la ciudad y el papel del turismo cultural finalizándose con un estudio sobre, la interacción turistas residentes.

Y finalmente el Capítulo 7 titulado "El costo socioecológico del turismo" que versa sobre el tratamiento recibido en la bibliografía por la temática y las consideraciones propias del autor.

## CAPITULO I

### EL TURISMO COMO FENOMENO SOCIAL.

#### 1.1-EL TURISMO. SU CONCEPTO Y CONTRADICCIONES ACTUALES

Cuando se habla del concepto de turismo, se alude a la multiplicidad de definiciones existentes y del hecho de que ninguna es universalmente satisfactoria (Smith,1988) (San Martín García J.E.,1997,p.32).

Esto no es privativo del "turismo" sino que ocurre con muchos otros conceptos. Lo único estéril, en estos casos, es la pretensión de lograr una definición de última hora en la que todos estén de acuerdo.

Esto no quiere decir que no se den definiciones, sino que debe quedar claro para que se den precisamente al carácter multifacético del turismo, lo que hace que sea objeto de atención de varias direcciones científicas, requiere que en cada una de ellas se exprese la parte del contenido, de un concepto del cual no es o no ha sido posible dar una definición completa.

*Algunas definiciones aclaran lo dicho:*

El turismo es:

*"el estudio del hombre lejos de su hábitat usual, de la industria que responde a sus necesidades habituales, y del impacto que tanto él como la industria tienen sobre el ambiente físico, económico y sociocultural de los residentes".(Jafari,1977,p.6)*

(Smith, 1989) (Desde una perspectiva sociológica según (San Martín García,1997 p.38)"considera el turismo *"como la suma de tres factores: tiempo libre, ingresos económicos no necesitados para satisfacer necesidades personales como comida, casa, transporte, etc .y una consideración positiva o tolerancia por parte de la sociedad a la que se pertenece, hacia el hecho de viajar"*

Y así sucesivamente, encontramos que en (Ryan, 1991) el turismo es "el medio por el que las personas buscan beneficios psicológicos...",para (Murphy,1985) es "la suma(...) del viaje de los no residentes..."(perspectiva geográfica)

Se observa una parcialidad respecto a la disciplina de los que dan la definición, no sólo en los pocos casos a que hacemos referencia. También se nota que no hay una preocupación con cumplir con los cánones lógicos de una definición.

No es posible considerar la definición dada por Smith como una definición sociológica al basarla en meros *factores como: tiempo libre y otros de naturaleza económica y legal. El turismo es un fenómeno social más complejo.*

Indudablemente que no en toda persona que concurren estos factores se produce la decisión de viajar como turista y faltando algunos de ellos se puede verificar el viaje turístico.

Para dar una definición, que pueda considerarse sociológica, hay que tener presente que la Sociología es una ciencia general respecto al resto de las ciencias sociales. Esto debe permitir, que las operaciones de limitación del concepto definido, conduzcan a la forma particular del concepto de turismo para cada ciencia y que su generalización lleve a la filosofía.

La omnicomprensividad del concepto requiere que éste sea definido por otro mas general, cuyo correlato recoja a la entidad física que le sirve de base. Esta entidad son grupos de personas que se mueven de un lugar para otro, pero sin cambiar su domicilio. Esto implica un regreso como ocurre en los movimientos pendulares u oscilatorios.

Evidentemente, el concepto de "movimiento de población" comprende al correlato físico del concepto de turismo. Este movimiento comprende a otros tipos, por lo que se requiere diferenciarlo para expresar el "movimientos de turistas" solamente.

Las diferencias parten de las causales o motivos por los cuales se producen los viajes turísticos. Estas se producen en lo demográfico, lo económico, lo psicológico, lo cultural, lo ecológico y otros.

Estas diferencias, pueden entrar en una definición limitando al concepto general de movimiento poblacional al estricto movimiento de turistas.

Una definición, mas a tono, con lo que expresamos, es la siguiente:

*"Turismo es todo plan de desplazamiento de ida y vuelta cualquiera que sea la motivación, la distancia recorrida y la duración temporal."*(CSIC (Centro Superior de Investigaciones Científicas) (Emilio TR 2003)

No obstante, es conveniente considerar al turismo espurio, es decir a aquel movimiento de turistas que van animados de otras motivaciones, no comunes en

la mayoría de los turistas. Apelamos para ésto, al hecho de que la condición de turista es también un estatus legal concedido tanto por el emisor como por el receptor de los viajes.

Esto último nos permite considerar al fenómeno social del turismo en toda su integridad, incluyendo sus contradicciones.

Habiendo explicado el contenido no creemos conveniente dar una definición propia. A ésto, por su importancia le dedicamos un capítulo.

Es indudable la importancia que para el desarrollo económico de un país tiene el turismo. Ha alcanzado un auge tal que se le puede considerar entre los renglones económicos mas importantes, a escala mundial, tal y como lo es el petróleo. Se habla hoy de desarrollo turístico sostenible, como una manera de tratar sus aspectos contradictorios.

Además de consecuencias económicas, el turismo actual tiene también consecuencias en el orden ecológico y en el orden social.

El movimiento poblacional sui géneris que es el turismo ha adquirido un carácter masivo.

Esto tiene efectos negativos y consecuencias sociales no deseables como la afectación identitaria de las comunidades receptoras, pero también trae afectaciones al medio ambiente ya que la naturaleza forma parte del producto turístico. El turismo se da en muchas de sus tipicidades, en escenarios naturales y la degradación de estos espacios puede traer por consecuencias, deterioros de los destinos turísticos.

Hay una relación compromisoria entre los beneficios económicos y los costos ecológicos y sociales. Cuando los beneficios económicos y los costos ecosociales *“ no son analizados, evaluados y también controlados, los costos pueden sobrepasar los beneficios con los resultados muchas veces lamentables que ya se han experimentado en diversas regiones.”* (Gurría2003, Internet)

En los destinos que están cerca de la saturación, hay que pensar en términos de la capacidad de admisión de turistas y en su forma de reciclaje.

*“La "capacidad de acogida" o "capacidad de carga" es el nivel de explotación turística que una zona puede soportar asegurando una máxima satisfacción a los*

*visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos. Esta noción supone la existencia de límites a los visitantes” (Gurria, 2003).*

*Se requiere tener presente:*

*“Factores medioambientales tales como Dimensión de la zona y espacio utilizable  
Fragilidad del medio ambiente, Características de la Fauna Topografía y  
cobertura vegetal, Sensibilidad conductual de ciertas especies Factores  
sociales: Pautas de observación, Oportunidades de observación por los turistas,  
Opinión de los visitantes, Disponibilidad de instalaciones” (Gurria, 2003).*

Por las complejidades que reviste el turismo en el sentido de que hay que considerar entre los costos, los ya mencionados factores sociales y ecológicos, además de los aspectos intangibles de la oferta, se ha introducido la noción de "producto turístico".

Nuestra consideración al respecto es que el producto turístico debe ser contenido de elementos que den cuenta del peso de los factores sociales en la calidad de la oferta.

Finalmente, vamos a referirnos, de pasada a un inconveniente del turismo que es lo que los autores de este trabajo han denominado "turismo espurio".

El desarrollo del contenido del concepto de turismo, que hemos introducido en líneas anteriores, contempla la existencia de un estatus, otorgado tanto por el emisor como por el receptor de la condición de turista.

Cuando algunas personas, que reciben tal estatus, aprovechan su visita para otros fines no propios de los turistas, decimos que son integrantes de un turismo espurio.

Según su envergadura así será la atención que deberá prestársele a este fenómeno. Desde el punto de vista teórico es conveniente someterlo a análisis.

El tema de las contradicciones que presenta el turismo podría recibir un trato especializado por la Sociología.

## 1.2-ALGUNAS CIFRAS SOBRE EL DESARROLLO DEL TURISMO.

En este apartado haremos un breve análisis del comportamiento, en cifras, del turismo.

La participación del turismo en el comercio mundial está en el orden del 8 % ,con probabilidades de superación de esta cifra. La industria turística ha ido in creciendo como se muestra en la tabla I.

TABLA I

Año	Turistas (millones)	Dólares(millones)
1950	25.3	2100
1960	72.1	6800
1970	120	11700
1980	279.6	92000
1981	290	110,124
1982	300	140000

*Fuente: Cardenas Tabares Fabio, 1983*

No incluyen gastos de transporte internacional que según la OMT y la OEA están por encima de los ingresos dejados en los países.

*Bajo el título:*

*"World Tourism in 2002: Better than expected"*

*Encontramos en Internet los siguientes datos:*

(Madrid, 27 January 2003)

Las estadísticas preliminares del 2002 revelan que por primera vez en la historia, el número de turistas internacionales estará por encima de los 700 millones, de esta manera se produce un incremento de un 3.1%.

*Esto está contra todos los pronósticos.*

Los datos enviados por el World Tourism Organization de fuentes oficiales de todo el orbe llegan casi a los 715 millones de turistas internacionales.

Esto equivale a 22 millones más que en el 2001 y 19 millones más que en el 2000.

Los resultados preliminares del 2002 muestran un cambio sustancial en el mapa mundial del turismo.

Mas de 130 millones de turistas internacionales fueron registrados en Asia y el resto del Pacífico, al noreste de Asia le correspondió casi un 12 % de crecimiento, seguido del sureste con poco menos del 4%, Oceanía con un 1%,y el sur de Asia

con un 2% de incremento.

Esto quiere decir que la predicción realizada por la WTO hace algunos años-considerando a China conjuntamente con Hong Kong y Macao, como fuentes de un incremento que habría de ser relevante-ha empezado ya, también, a convertirse en realidad. En el caso de la India ha habido un decrecimiento de un 6.6%.

Los Estados Unidos tuvieron un decrecimiento de un 6%, pero Norte América obtuvo globalmente un 12% de participación que es mucho menor que el 14.6% obtenido en el 1995.

Las islas del Caribe experimentaron una declinación, por segundo año consecutivo, con una caída de un 3%-esto fue mayor que la declinación de la región en el 2001 que fue de un 1.9%.En Sur América la declinación fue de un 7%,1.9 por debajo del decremento del año anterior que fue de un 5.1%.La única subregión que tuvo crecimiento fue Centro América con casi un 10%.

En África se presenta un cuadro diferente. Mientras en el norte de África se experimentó un decrecimiento de un 4%,en el África Sub-Sahariana se experimentó un incremento de un 6.5%.El medio oeste ,de este continente sufrió un decrecimiento de casi un 4% en el 2001 ,lo que contrasta con el extremadamente buen resultado del 2002 con un 11% de incremento.

Merece especial atención el caso de Indonesia que tuvo un decrecimiento de un 2.2%, presumiblemente por los efectos de la tragedia de Bali. Asimismo, se atribuye a la incompatibilidad guía-turismo los resultados a nivel mundial con sólo un crecimiento en 199, cuando la guerra del golfo de sólo un 1.2%.Sin embargo se notó una recuperación en el 1992 con un 8.2 % de incremento.

El turismo significó ingresos por 3.6 billones de dólares durante el 1996, dando empleo a 255 millones de personas en ese mismo año.

### 1.3-EL TURISMO COMO FENÓMENO SOCIAL.

La consideración del turismo como "fenómeno social", requiere del concepto en general, de manera que pueda precisarse, en este contexto, lo específico del concepto de turismo.



Si el concepto general encierra simplemente el sentido amplio y el concepto de turismo es su estrechamiento, entonces se evaden las conceptualizaciones sociológicas, forjadas en la teoría y práctica de esta ciencia.

Si, por el contrario, el concepto más general de fenómeno social se obtiene de la Sociología, el concepto más estrecho de turismo como fenómeno social nos hace coger otro camino.

Este camino nos lleva a la Sociología, de forma mediata, ya que al final de este razonamiento, sólo podríamos afirmar, que el turismo puede ser tratado por cualesquiera de las ciencias sociales. Entre ellas se encuentra la Sociología en función metodológica y como fuente de transdisciplinariedad.

No hay, sin embargo, una exclusión absoluta, entre el tratamiento dado al turismo al margen de la conceptualización sociológica y el que sigue la tradición teórica de la Sociología. Ambos tratamientos son convergentes de forma necesaria.

En este análisis, es importante tener presente algunos antecedentes del tratamiento del turismo como fenómeno social (Knebel, Hans, 1984), en el sentido amplio:

En la primera veintena del siglo XX, surgió en Alemania, proviniendo de Italia y Suiza, la ciencia del movimiento de forasteros (*fremdenverkehr*) como una disciplina próxima a la economía de empresa y a la economía política, que tenía por objeto la investigación científica del tránsito de forasteros. Meta de esta nueva ciencia era, y sigue siendo, ayudar a la economía de movimiento de forasteros en la construcción y desarrollo de sus sectores más destacados, desde el punto de vista económico y que supone una mayor afluencia de divisas.

Dicha ciencia ha producido, junto a un torrente de estudios monográficos sobre Economía Política y Empresarial, una serie de obras y enseñanzas sistematizadas que, a partir del planteamiento de problemas concretos, intentan deducir una síntesis formal de la configuración del sistema.

El turismo comporta la participación de personas o grupos, con determinados comportamientos y patrones sociales, afectados por determinados indicadores de orden social: laborales, de salud, culturales y otros.

Este personal, por así decirlo, se traslada de su lugar de origen, de manera

provisional a otros lugares, con propósitos principales de carácter recreativo.

Los tratamientos, dados al turismo, confirman la existencia de un consenso, acerca de su carácter de fenómeno social.

Según Bormann (2) (Bormann Artur,1931,p.2), los motivos que provocan el tránsito de personas son por motivos de reposo, diversión, comerciales o profesionales o por otras razones distintas, viajes que en muchos casos son iniciados por acontecimientos o situaciones especiales y en los cuales la ausencia de vivienda permanente es solo transitoria, no incluye aquellos desplazamientos condicionados únicamente por el periódico ir y venir a los lugares de trabajo y no considera tampoco los fenómenos que perturban su desarrollo.

Por el contrario, para Robert Glüksmann (3) (Glüksmann Robert,1935 p.3), estos fenómenos son decisivos. Para Glüksmann el tránsito de forasteros equivale a relaciones interpersonales, y por ello el tránsito entre personas es en suma, un fenómeno sociológico.

Leopold Von Wiese (4) ( Von Wiese Leopold , 1930 , p.30) había ya proporcionado, algunos años antes que Glüksmann, un impulso a la ciencia del movimiento de forasteros, al ver y describir este movimiento como un aspecto científico de las interrelaciones. Von Wiese parte de que, en los estadios culturales primitivos, <<extranjero>> significa originalmente algo hostil, desarrollándose con posterioridad un culto al forastero en aquellos lugares donde, de resueltas de los encuentros con extranjeros, se obtenían provechos económicos o donde, gracias a la curiosidad, se constituía poco a poco un ansia de conocimientos.

La reseña precedente nos muestra, desde el punto de vista del receptor turístico, como, la admisión de extranjeros, se hace posible en virtud de las ventajas económicas, que a partir de un determinado momento, empieza a reportar.

Esto le da una prioridad inicial a los estudios económicos, entre los estudios sociales, que especializadamente se han de ocupar de investigaciones asociadas al fenómeno turístico.

Los estudios teóricos acerca del turismo, que en definitiva lo consideran como un fenómeno social, con un fuerte componente socioeconómico, se han organizado en una disciplina, que se denomina: TEORIA GENERAL DEL TURISMO (5).

Se ha concebido, para la misma, el siguiente Objetivo General:

*Conocer y evaluar las características de la investigación turística y los diferentes modelos teóricos para el conocimiento del turismo.*

El contenido de esta disciplina es el siguiente:

1. La investigación del turismo

Objetivo

Analizar los resultados de la investigación científica en materia de turismo, identificando los enfoques que la sustentan.

1.1. El turismo como objeto de estudio

1.2. Disciplinas científicas a partir de las cuales se hace investigación del turismo.

1.3. Estudios interdisciplinarios del turismo

1.4. ¿Conceptualización o teorización del turismo?

1-5- El status de ciencia

1.6. Publicaciones científicas del turismo: clasificación

1.7. Instituciones dedicadas a la investigación

2. Modelos de conocimiento del turismo

Objetivo

Identificar y conocer diferentes modelos de conocimiento para comprender el turismo

2.1. Teoría General de Sistemas y Turismo

2.2. Modelo fenomenológico del turismo

2.3. Teorías económicas del turismo

2.4. Teorías sociológicas y antropológicas del turismo

2.5. El turismo desde la perspectiva de la Geografía

2.6. El turismo desde el punto de vista de la Política

Estos contenidos están muy lejos de constituir una teoría social o económica coherente, que pueda ubicarse, en algún área de conocimiento conocida: Historia, Psicología, Economía, Sociología, etc.

Aquí, el turismo se presenta desde diferentes ópticas:

Con Acerenza, Miguel Ángel (Acerenza, M. A., 1980) se trata la Administración del

turismo.

Con Castillo Néchar, Marcelino (Castillo N.M, 1984) se trata de "una alternativa metodológica en la investigación del turismo".

Molina, Sergio (Molina, S., 1987), realiza una conceptualización del turismo, que resulta útil, pero que es objetable, desde el punto de vista científico, porque no armoniza con los conceptos existentes.

Cazes, Georges (Cazes, G., 1992) introduce algunos fundamentos para una geografía del turismo.

Knebel, Hans (Knebel, H. ,1984) nos habla de una Sociología del turismo, que no presenta vínculos con la Sociología en general: Teorías Sociológicas y disciplinas especializadas.

Mill, Robert y Alastair Morrison (Mill, R. y Morrison A, 1990) tratan al turismo como un sistema con predominio de lo económico.

El punto de vista sociológico y la teoría sociológica precedente, si tienen alguna relación, ésta es bastante débil, no expresándose el rol, que en el orden metodológico, puede jugar la Sociología, respecto a las otras ciencias.

Cuando presentamos al turismo como un fenómeno social, concordamos (Knebel, Hans, 1984) en que es objeto de la Sociología, en sus implicaciones mas generales y esto permite establecer sus relaciones, en general, con las otras ciencias, a través de las formas específicas , que tienen cada una de ellas, de concebirlo como un fenómeno social.

El fenómeno social, en general, como concepto, subordina a las formas específicas, en que un fenómeno social es de atención del Derecho, de la Historia, de la Psicología, la Psicología Social, la Sociología y otras ciencias sociales. El fenómeno social, en general, ha de guardar esa misma relación con aquellos cambios sociales, que aún no han recibido una ubicación científica definida.

El fenómeno mencionado es, en el orden lógico, como concepto, de naturaleza subordinante y, por ende, permite explicar los contenidos de los otros conceptos, que tienen como correlato a fenómenos sociales de carácter más particulares.

Nuestra argumentación, va encaminada a probar que el concepto subordinante a que hacemos referencia, es el concepto de fenómeno social desarrollado por la

tradición sociológica. De esta manera, al diferenciar el concepto de turismo como fenómeno social del concepto general mencionado, arribamos a un concepto sociológico de innegable valor explicativo para el tratamiento sociológico y del resto de las ciencias sociales, respecto al turismo.

Cabe hablar, aunque sea someramente, del ulterior propósito de nuestro trabajo. Este se reduce, a sentar las bases de acciones promocionales que coadyuven al aumento de la calidad de la oferta turística, desde la potenciación de los factores sociales.

¿Qué tiene que ver la Sociología con este propósito?

Tal vez, la Sociología en general y la Sociología del turismo, en particular, en su estado actual, no sean instrumentos idóneos para este logro. Pensamos en una Sociología, capaz de considerar los inconvenientes, que en el orden social comporta el turismo y de plantear soluciones que involucren a los factores sociales internos.

En el propósito de investigar las formas, de acción social (Weber Max, p.5) que coadyuven al aumento de la calidad de la oferta turística, se requiere de una ciencia social que obre en función metodológica, indicando la forma de concurrencia de las otras ciencias sociales, en esta dirección.

Otras formas de considerar a la Sociología, en función del turismo, no posibilita el propósito señalado. Tenemos 2 formas de defender este argumento.

La primera de ellas, va encaminada a lograr el asentimiento de que ,la forma de tratamiento a los complejos problemas sociales que comporta el turismo ,posibilita algunas formas de acción social ,respecto a dichos problemas.

La segunda, tiene un carácter menos teórico y mediante el examen de las obras especializadas, se pretende presentar qué se ha hecho y que acciones sociales se posibilitan con lo hecho.

De manera sintética, algo se ha expresado, a este último respecto, cuando hablamos de la teoría del turismo. Un mayor desarrollo del turismo como fenómeno social de factura sociológica, requiere del concurso de las teorías sociológicas.

## CAPITULO 2

### EL TURISMO Y LAS TEORIAS SOCIOLOGICAS.

Desde el punto de vista técnico, la noción sociológica de fenómeno social, encuentra su sustrato mas general en la noción de “hecho social”, que encontramos en Durkheim (Durkheim E., 1972, p.37-48)

La noción de “hecho social” permite visualizar el rol metodológico de la Sociología, respecto a las otras ciencias sociales particulares, en cuanto comprende un sistema de ideas y correlatos semánticos que se dan con independencia del sujeto y que pertenecen a distintas áreas de las ciencias sociales.

En segundo lugar, los hechos sociales se diferencian de cualquier otro tipo de enunciado científico, por lo que puede afirmarse que pertenecen sólo a las ciencias sociales y en su forma más general, a la Sociología.

En tercer lugar, el turismo puede ser explicado y formalmente definido como un sistema particularizado de hechos sociales o en forma conceptual, el turismo tiene su forma más general de trato, cuando lo consideramos como un hecho social.

De esta manera, hemos dado ubicación dentro de un género al turismo. Lo hemos considerado como una subclase de la clase de los hechos sociales. Nos corresponde hablar de sus diferencias específicas.

Esto requiere de una aclaración y una conceptualización. La primera va dirigida al posible cuestionamiento que puedan hacer los que leen estas líneas. Es lógico preguntarse, ¿porqué remontarnos a la idea durkheimiana de hecho social, cuando ésta ha sido superada por consideraciones modernas acerca de la especificidad sociológica?

Nuestra aclaración comprende la aceptación de esta objeción, a lo cual añadimos que la noción de hecho social y la conceptualización asociada, posibilita, junto con una interpretación sociológica de las representaciones sociales, la realización de un trabajo experimental, netamente sociológica y la introducción de modelos, acorde con nuestros objetivos.

La conceptualización anunciada comprende 2 aspectos: conceptos asociados con el hecho social y su comprensión dinámica y conceptos asociados con el turismo como hecho social.

Las relaciones que se dan entre ambos tipos de conceptos añaden un elemento más, en una hermenéutica eminentemente sociológica del turismo.

El primer aspecto de nuestra conceptualización, va hacia una dinamización de la idea de hecho social, que se inicia con el propio Durkheim y que de alguna manera se encuentra en la Sociología posterior. En nuestro caso, esto se trata de hacer congruente con el punto de vista introducido, mediante el cual se considera al turismo como un hecho social.

En este propósito, es particularmente útil, el concepto de representaciones colectivas, introducido por Durkheim. Para Durkheim (Durkheim, 1972, p.47-48) la Representación colectiva está relacionada con la de Hecho Social, de esta manera:

Es hecho social toda manera de hacer, fijada o no, susceptible de ejercer sobre el individuo una coacción exterior; o también, que es general en la extensión de una sociedad dada a la vez que tiene una existencia propia, independientemente de sus manifestaciones individuales”.

Maricela Perera Píorez, acertadamente, reseña a Durkheim del siguiente modo: La representación colectiva..."es la forma en que el grupo piensa en relación con los objetos que lo afectan... De naturaleza diferente a las representaciones individuales, las considera hechos sociales de carácter simbólico, producto de la asociación de las mentes de los individuos. Así apunta siguiendo a Durkheim:

..."Los hechos sociales no difieren sólo en calidad de los hechos psíquicos; tienen otro sustrato, no evolucionan en el mismo medio ni dependen de las mismas condiciones. Esto no significa que no sean también psíquicos de alguna manera, ya que todos consisten en formas de pensar o actuar. Pero los estados de la conciencia colectiva son de naturaleza distinta que los estados de conciencia individual; son representaciones de otro tipo: tienen sus leyes propias..." (Durkheim, 1972, p.37-48-)

Aunque en Durkheim, se encuentra la idea de una percepción grupal de los hechos sociales y un atisbo de la idea sobre una génesis de los mismos, sus planteamientos no permiten todavía, el logro de una mayor aplicación en los terrenos teórico y experimental. En sus continuadores se perciben progresos en el orden sociológico en general, pero no se continúa con un desarrollo sobre el "hecho social" y sus conceptos asociados.

A modo de ejemplo, exponemos una definición representativa de la Sociología, donde no se observa la diferencia entre los fenómenos sociales y los fenómenos de las otras ciencias, ni se propicia un trabajo experimental, basado en una metodología particularizadamente sociológica.

"La Sociología (Giddens A. ,1994) es el estudio de la vida social humana, de los grupos y sociedades. Es una empresa cautivadora y atrayente, al tener como objeto nuestro propio comportamiento como seres humanos. El ámbito de la sociología es extremadamente amplio, desde el análisis de los encuentros efímeros entre individuos en la calle hasta la investigación de los procesos sociales mundiales. Unos pocos ejemplos permitirán que nos formemos una impresión inicial sobre su naturaleza y objetivos. ."

Fuera de la Sociología, en el ámbito de la Psicología Social, mediante el desarrollo que le imprimió en Francia, Serge Moscovici, se propicia la continuidad necesaria



a una comprensión sociológica del turismo.

La idea de las representaciones colectivas de Durkheim queda ampliada con la noción de representaciones sociales, introducida por Moscovici (Moscovici S., 1962). Esta ampliación, comporta una perspectiva psicosocial, en la que se distinguen 2 polos: sociológico y psicológico en un continuo interior en el terreno de la Psicología Social.

La descripción que realizara Moscovici en 1988 sobre los tres tipos de Representaciones sociales, que a su juicio existen, aporta más claridad al respecto. Ellas son:

Representaciones hegemónicas, Representaciones emancipadas y Representaciones polémicas.

La primera de ellas tienen un carácter más estable y gozan de mayor consenso grupal, en las segundas participan nuevas formas de pensamiento social y por ende, los grupos implicados son menores e inclusive se puede considerar la participación de subgrupos, en la tercera clase de representaciones, tienen lugar pensamientos contrapuestos, que conjuntamente con las nuevas formas de pensamiento social, correspondientes a la segunda clase, dan cuenta de un dinamismo social.

A los efectos de lograr una conceptualización, más adecuada para el trabajo experimental y más netamente sociológica, hemos de considerar, elementos divisorios dentro del concepto de representaciones colectivas de Durkheim, tomando como precedentes las ideas de Moscovici.

Cabe ahora, referirnos a lo que hemos denominado, segundo aspecto de nuestra conceptualización: Se trata de los conceptos asociados al turismo.

De acuerdo con lo dicho, al turismo como hecho social le corresponden 3 niveles de análisis: Un primer nivel está integrado por aquellas ideas y sus correlatos semánticos, en determinados casos, que los grupos encuentran como establecidas o dadas por sentado. Un segundo nivel está integrado por ideas e igualmente sus correlatos, que se desarrollan en el entorno temporal del grupo y un tercero y último nivel, corresponde a ideas e igualmente sus correlatos, que constituyen contraposiciones.

La existencia de niveles de análisis, a partir de nociones sociológicas y psicosociales, la participación grupal en la aceptación y elaboración de las ideas correspondientes a los niveles y la utilización de conceptos sociológicos para determinar hechos, correspondientes a diferentes ciencias sociales, son la base de la función metodológica de la Sociología.

Así, muchos conceptos existentes, en el tratamiento del turismo, pueden encontrar un lugar en un ordenamiento y jerarquización de las diferentes ciencias sociales y las propias disciplinas sociológicas, en el tratamiento del turismo.

La Economía, por ejemplo, podría entrar, en este sistema organizativo, expresando por la síntesis: oferta turística, producto turístico y demanda turística, como forma de acceso al resto de los conceptos económicos.

El contenido de la ciencia económica, consistente en los resultados económicos, desde el punto de vista del receptor de turismo o destino turístico, resulta condición necesaria para la existencia del turismo como hecho social. No obstante, en estado de régimen, existen instalaciones y política turística, pudiendo ser analizada, esta última, bajo la denominación sociológica más amplia de "acción social" (Max Weber, 1984, p.5,18)

Esto último, es el punto de enlace de la Economía del Turismo y sus disciplinas, especialmente el Comportamiento Organizacional, con los niveles de análisis sociológicos y la triada de elementos que dan valor metodológico a la Sociología, respecto a otras ciencias sociales (Max Weber, 1984, p.5-18).

Si se considera, desde una óptica sociológica al hecho jurídico, como un estrechamiento del concepto de hecho social, el rol y status del turista, devienen en conceptos sociológicos generales dotados de un importante valor metodológico (Parsons .T.1966)

En el breve período de tiempo, en que un turista o grupo de turistas, permanecen en un determinado destino, juegan un determinado rol.

El rol del turista o grupo puede considerarse como el conjunto coherente de actividades permitidas según un cierto orden normativo, de componentes tácitos y expresos.

No todos los roles son objeto de atención jurídica y puede discutirse acerca de si

hay actividades que no podrían considerarse como roles.

Los roles tienen como coordenadas un determinado status:

“El status puede interpretarse como el conjunto de derechos y honores que un individuo posee en el marco de una sociedad. Más estrictamente el status, el status implica una expectativa recíproca de conducta entre dos o más personas, designa prestigio, dignidad categoría. El status representa el aspecto estático de las relaciones sociales... mientras que el rol puede entenderse como el aspecto dinámico de estas posiciones pues todo él es pura acción social” (Weber Max, 1984 p.18)

Cabe hablar de un rol del turista como un concepto de mayor generalidad que subconjuntos de roles particularizados o roles simples del turista, referidos a un status del turista.

El contenido de este último concepto, en cuanto comporta derechos y deberes del turista, es ejerce una acción metodológica respecto al tratamiento jurídico.

El empleo de los conceptos sociológicos de rol y status va mucho más allá del derecho. Podemos decir que un estudio sociológico del turismo y el turista ,puede hacerse desde la perspectiva de estos conceptos. Relacionado con esto, encontramos que:

R. Dahrendorf planteó que el homo sociologicus debe de estudiarse principalmente desde sus ángulos de sus roles sociales es decir desde el punto de vista e su posición en la estructura social y las interrelaciones humanas y teniendo en cuenta la lógica de cada situación en la estructura social determinada (Parsons T. 1966).

Cuando hablamos de determinados conceptos básicos, para un determinado análisis, estamos presuponiendo que éstos nos llevan a otros conceptos, necesarios para la perspectiva científica emprendida.

Es digno de señalarse otro de los conceptos fundamentales: el “control social”, muy asociado con el status-rol. El control social se establece a través de normas socialmente aceptadas.

Toda la vida social está permeada por normatividad obedece a leyes. “La conducta humana es básicamente normativa, suele serlo hasta aquellas que se

desvían e las normas prevalecientes n el grupo, porque entonces obedecen a otras: los delincuentes tienen las suyas propias” (Winer S. ,1994).

No necesariamente, la Sociología, al tratar el problema del turismo, ha de utilizar determinados conceptos clases de forma fija. Pueden existir, como en la mayoría sino en todas las ciencias sociales, distintos enfoques.

Simplemente, hemos querido ilustrar, la forma en que la Sociología, actuando según su rol metodológico, puede potenciar el empleo de diferentes ciencias sociales, en el estudio del turismo.

De esta manera podríamos referirnos a la Historia, a quien la Sociología puede dotar de una lógica para el estudio del turismo, a la Geografía Social, a la Pedagogía, la Psicología Social y otras.

En un curriculum, utilizado para la formación de profesionales del turismo, la Sociología proporciona un eje de transdisciplinariedad, capaz de dotar de una visión unitaria al futuro egresado.

En este propósito, la Teoría Sociológica juega un papel primordial. Es en su contexto donde tienen lugar las conceptualizaciones y dentro de ella, la introducción de nuevos conceptos.

En el caso del turismo no se encuentra un tratamiento de importancia, de esta temática, que sirva de enlace con la tradición sociológica. La Sociología del Turismo existente, es un tratamiento de lo social en sentido amplio lo cual impide el ejercicio de la función metodológica, ya expresada.

El trabajo investigativo, expresado en la primera parte de este epígrafe, sobre el “hecho social”, es un intento de llevar a la Sociología del Turismo por un camino congruente con la Sociología Científica, a través de la Teoría Sociológica.

Se requiere ir más allá de un trabajo de enmarcamiento de las actividades del turista como correlatos, en los conceptos que brinda la Teoría. En el propio lenguaje técnico de la Sociología es imprescindible destacar las peculiaridades del turismo, como grupo social de referencia.

La Sociología, estudia al conjunto de personas que conjuntamente con sus instituciones y otros vínculos, integran la Sociedad y dentro de ella distintos grupos sociales. Cuando la Sociología, como Sociología del Turismo, ha de estudiar la

Sociedad, su estudio se circunscribe a la inclusión del grupo, en continua renovación de sus integrantes, que es el grupo turístico, en su interacción con el resto de la sociedad.

Si hemos de hacer un estudio sociológico, bajo estas consideraciones, hemos de estrechar todos los conceptos, considerando hechos sociales, roles, status, instituciones, en cuanto tienen que ver con el turismo.

Presentamos un ejemplo de lo dicho bajo una óptica estructural funcionalista:

Las funciones sociales, de las que ha de ocuparse la Sociología del Turismo, son aquellas que forman parte de las instituciones sociales, en tanto se relacionan con el turismo.

No hablamos meramente de las instituciones turísticas, sino de cualquier institución. En cuanto el turismo tributa a distintos niveles de la economía y su impacto social, de salud, del delito y otros, tiene que ver con instituciones y funciones, a esos niveles.

El turismo, puede tener que ver con el sistema social a todos los niveles, pero cada parte de este sistema obra especializadamente respecto al turismo, por lo que puede considerarse, dentro del sistema social, un subsistema del turismo.

Para el análisis funcional, este subsistema es el sistema, en el sentido parsoniano. La investigación de las funciones puede desarrollarse, a partir de un punto de convergencia de sus efectos sobre la institución meramente turística, consecuencias observables, producidas por la presencia de los elementos correspondientes del sistema social.

Tal determinación, permite saber acerca de la potencia integrativa, que pueden tener las acciones turísticas y, en general, trazar el camino de la corrección de las disfuncionalidades que puedan aparecer.

El problema de la potenciación de todos los actores, que pudieran coadyuvar al desarrollo de la industria turística rebasa las posibilidades de lo meramente funcional y requiere de la comprensión de la naturaleza del sistema social del cual hablamos como forma de acceso a la estructura.

El subsistema del turismo, puede ser considerado un “sistema social parsoniano”, en cuanto “consta con una pluralidad de actores individuales que se encuentran en

interacción recíproca en una situación que tiene lugar en un medio; los autores están motivados en el marco de una tendencia a la optimización de la satisfacción su vínculo con la situación que los incluye a todos se define y media en los conceptos de un sistema de símbolos culturalmente estructurado y existente en general” (Hahn E.,1985).

Está por analizar en que medida se cumple el último aserto, pues según nuestras investigaciones, muchos presuntos actores no se dan por enterado del papel que les corresponde en la gestión turística (Aguilar Macias S. 2003).

La estructura como la unidad del sistema social no jugará el papel que le corresponde, mientras todos los actores no se sientan implicados. No podrá obrar como sistemas de patrones de relación entre actores (Hahn E. 1985).

Decididamente, el enfoque sociológico de la actividad turística, ya sea utilizando el análisis funcional u otras teorías, permite una visión participativa integral, demostrando, que el turismo es algo más que una suma de hoteles, restaurantes, otras instalaciones y los propios turistas.

Si bien el mero tratamiento del turismo como fenómeno social, permite ubicar a la Sociología, en el concierto de las ciencias sociales, como ciencia que ha de jugar un rol metodológico: e toca a la teoría sociológica, dar una primera precisión de este rol, respecto al propósito de posibilitar acciones sociales, tendientes a mejorar la calidad de la oferta, con minimización de los inconvenientes en el propio orden social.

El problema se torna más complejo, en virtud de que el turismo, es a su vez, fuente de algunos inconvenientes sociales, como ya se ha expresado.

Dentro de las relaciones entre los problemas sociales que acompañan al turismo, descuella la contradicción entre los problemas sociales que afectan la calidad de la oferta turística y los problemas sociales que, engendrados por el turismo, afectan a la población, incluyendo, dentro de ella, a la empleomanía.

El tratamiento del turismo como fenómeno social, permite encarar el compromiso entre estas dos clases de problemas sociales, razón por la cual podemos darle forma de problema científico.

### CAPITULO 3

#### EL TURISMO A LA LUZ DE LOS ESTUDIOS POBLACIONALES.

Cuando el turista se mueve dentro de las instalaciones que les son destinadas, tales como hoteles, balnearios y otras, sus relaciones son con personal especializado, los productos que han de consumir guardan los requisitos de calidad requeridos y así ocurre con todo lo que ha de satisfacer a estos turistas.

No quiere decir que no se presenten inconvenientes, tanto para el turista como para aquellos que en estos ámbitos han de entrar en contacto con ellos. La Sociología ha de ocuparse, también, de estos problemas.

Un problema mas complejo, resulta cuando el turista se mueve, especialmente en la ciudad (Pérez Montero O. 1998) ,entre los habitantes de la misma y utiliza aquellos servicios que no les están destinados específicamente.

Para dar un tratamiento sociológico, alternativo y congruente con las teorías sociológicas, al problema del movimiento turístico, hemos concebido considerar a éste como un movimiento de población, tal y como se trata en la Sociodemográfica.

En general, cuando consideramos los movimientos turísticos como movimientos poblacionales, podemos aplicarle la lógica inherente a una terminología ya existente en el campo de la Sociodemográfica.

Emisores turísticos pasan a ser aquellos lugares de donde procede el turismo y los destinos turísticos pasan a ser tratados como receptores de población turística. De aquí se desprende que podemos utilizar la noción de saldo poblacional turístico, como la diferencia entre el turismo que se emite y el turismo que se recibe.

Los indicadores asociados a variables demográficas como el sexo, la edad, las migraciones y otras pasarían a enriquecer la forma de emisión de los datos asociados con el turismo y lo que es más importante, aumentaría la potencia analítica del tratamiento al fenómeno turístico.

El movimiento de la población turística puede ser considerado como una de las formas de movimiento poblacional que no implica cambio permanente de residencia o hablando en términos positivos se trata de un tránsito de personas con cambio temporal de residencia.

De esta índole son los movimientos oscilatorios o pendulares, que son movimientos de ida a un lugar y retorno al lugar de residencia habitual. A diferencia de éstos, los movimientos turísticos son selectivamente periódicos, en el sentido de que no todo turista regresa con periodicidad a un destino turístico dado y muchas veces no regresa ni una sola vez.

Esto no guarda similitud con el caso de personas, que viajan desde una localidad a la ciudad, para trabajar, para vender u otros menesteres, regresando a su vivienda periódicamente pero repitiendo esta operación durante un tiempo prolongado que puede extenderse a algunos años.

La periodicidad de los movimientos turísticos, a los efectos de poner de relieve sus peculiaridades, se ve mas clara si consideramos el movimiento entre un emisor y un receptor o destino dado.

De esta manera, cabe introducir tasas relacionadas con el retorno de turistas de una temporada a otra a un destino dado. Podemos concebir una tasa bruta que de cuenta del retorno turístico respecto al total anterior, tasas específicas por cohorte y emisor para un destino dado, tasas específicas por sexo o por edades, etc.



Cualquiera de los indicadores demográficos puede ser utilizado, cuando consideramos al turismo como un movimiento poblacional, pero no todos son igualmente apropiados.

Nos inclinamos por utilizar criterios generales para la selección de los indicadores demográficos. Asociamos éstos al propósito de determinar el peso de los factores sociales en la calidad de la oferta turística y la necesidad de la minimización de los efectos negativos que en el orden social pudiera comportar el turismo en casos concretos.

Esto nos lleva a clasificar los indicadores demográficos, asociados al turismo, en:

1-Indicadores cuyos valores pudieran resultar favorables, a partir de un cierto número, para el mantenimiento o incremento del flujo turístico.

2-Indicadores cuyos valores pudieran resultar negativos a los efectos de la “potencia atractiva” del destino turístico.

3-Indicadores cuyo desbalance requiere de un examen, en previsión de la existencia de determinados problemas.

A la primera clase de indicadores pertenecen los indicadores de salud. mortalidad, mortalidad infantil, morbimortalidad, morbilidad, atención de salud, instalaciones de salud y otros. ( Moncada Santos M-Tesis, 2002)

A la segunda clase, pertenecen indicadores tales como los referidos a: delito, mendicidad, y similares.

A la tercera clase pertenecen indicadores que pueden dar lugar a comportamientos irregulares del turista o revelar su ya posible existencia. Entre ellos se cuentan los índices de: masculinidad, de desocupación, de población flotante y otros.

Las consideraciones propias de esta tesis, nos llevan a la utilización de indicadores seleccionados con carácter pronóstico. Esto tendría su concreción en ecuaciones de regresión estructuradas sobre datos tomados cronológicamente.

Al analizar al turismo como movimiento poblacional debemos consignar que como tal, no puede considerarse como un movimiento pendular ni como una migración. Tiene de común sólo el que es un movimiento de población y algún parecido a los

movimientos pendulares, pero no en todas las ocasiones, según dijimos en líneas anteriores.

Mientras en el caso de las migraciones y movimientos pendulares tienen lugar móviles económicos, políticos, de obtención de servicios y otros relacionados con las necesidades humanas, materiales, de seguridad y las actividades laborales, en el caso de los movimientos turísticos operan móviles que tienen que ver con el descanso, el ocio u otros alejados de lo laboral y dirigidos, mas bien, a intereses recreativos culturales y psicosociales.

Los móviles turísticos han sido estudiados desde diferentes puntos de vista. Entre ellos tenemos aquellos que se basan en la teoría del ocio desde una perspectiva psicosocial (Crandall R.,1980,p.12,45,54) ( Kabanoff B.,1982,p.3,235,45)(García Vega J. L.,2003) o desde esa misma perspectiva utilizando el concepto de flujo (Argyle,1996).

Estos iniciadores de la teoría del ocio, dentro de la Psicología Social, no expresaron o no lo hicieron claramente, los vínculos de las necesidades para el ocio, entre si y con otras necesidades y factores sociales, entro y fuera de la Psicología Social.

Una consideración de todos los factores sociales en el análisis del fenómeno turístico requiere tener en cuenta, la demanda y el producto turístico.

La demanda es resultado del marketing, (San Martín Garcia J. E.,1997, p.54-55).de las características del destino y de otros factores contingentes, tales como el cambio monetario ,los ingresos o el costo del viaje. Es la suma de las intenciones reales de visitar un lugar determinado .La motivación turística, es por tanto, una parte del concepto de demanda.

Una manera de dar tratamiento a la diferencia de los móviles del turista respecto a la de los integrantes de otros movimientos poblacionales, la encontramos en la noción de producto turístico, desarrollada en los estudios de Marketin.

Ya a la altura de la primera mitad de la década de los 80, encontramos, en los estudios de Marketing, una visión unitaria de la noción de “producto” que sirve a nuestros propósitos. (Cardenas Tabares F.-PRODUCTO TURISTICO-1984, p.13-15).

“Producto en general-expresa Cardenas Tabares- constituye todo lo que contribuye a la satisfacción de sus clientes o consumidores .En un análisis final lo que se vende son satisfacciones que esperan obtenerse por el consumo de ese producto. El producto es el resultado de toda la acción del sistema Esta, dentro de la actividad turística, está constituida por los atractivos ,las facilidades y la accesibilidad; los tres aspectos que en la actualidad integran el producto turístico se muestran a continuación:

PERODUCTO =Atractivos +facilidades + accesibilidad

TURISTICO

En una forma más clara: el producto turístico está conformado por los atractivos naturales, artificiales y los humanos.

Estos últimos configuran la denominada hospitalidad, quizás mas importante que los dos anteriores.

Las facilidades se refieren al alojamiento en todas sus formas; a la industria de alimentos y bebidas, al entretenimiento y diversión, a las agencias de viaje, a las arrendadoras de automóviles, y en forma especial, al personal capacitado disponible para atender adecuadamente a los turistas.

Para completar el producto se requiere que los atractivos sean accesibles, ya sea por barco, avión, autobús o automóvil; de ahí la denominación con que se le conoce actualmente: ACCESIBILIDAD.

Los tres componentes del producto turístico reflejan claramente la razón por la cual constituye un error, realizar su promoción por separado, ya que en el fondo implica desintegrar el producto, aspecto que redundaría en una pérdida de los recursos financieros dedicados en este campo”. (p.13-15)

En forma sintética nos da la siguiente definición:

“El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado -para un confort material o espiritual -en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades requerimientos o deseos de un consumidor que llamamos turista”.

Más modernamente, Muñoz (Ver Muñoz, F.-Marketing turístico-Editorial Centro de Estudios Ramón Areces S. A. 1994 p.170) nos define el producto turístico como: “conjunto de elementos o actividades realizadas por el hombre destinadas a la satisfacción de unas necesidades, que no se presentan bajo la forma de un bien material”

El carácter de servicio que tiene el producto turístico “provoca que el turismo posea una serie de características comunes a todos ellos, pero con aspectos propios y diferenciados” (Ver San Martín García J. E-Psicosociología del Turismo, Ediciones Aljibe, Málaga, 1997, p.129)

Precisamente, deseamos subrayar, en esta parte de nuestro trabajo, que en los estudios de Marketing se introduce una primera conceptualización sobre la diferencia entre los servicios que se brindan al turista y los servicios ordinarios y los correspondientes a los integrantes de otros movimientos poblacionales.

A los efectos de investigar, tanto el peso de los factores sociales en la calidad de la oferta turística como el efecto del turismo como la población, se requiere profundizar en esas diferencias. Esto conlleva a considerar la existencia de un lugar para los factores sociales dentro de los elementos del producto turístico, como se verá más adelante.

En preparación de estos aportes nos referiremos a algunos aspectos del comportamiento turístico.

Este comienza más allá de las necesidades básicas, que a nuestro parecer, denotan a aquellas personas que buscan descanso, distracción o placer en sus viajes, en pocas palabras, esta guiado a la satisfacción de necesidades de mero lujo. Resumiendo:

Tránsito de personas con cambio temporal de residencia: movilidad regional limitada en el tiempo.

Existencia o inexistencia de interrelaciones con los naturales del lugar.

Participación en el consumo con medios ganados en el lugar de origen.

Satisfacción de necesidades de mero lujo y, por consiguiente, el consumo también es de lujo.

Afán de confort y de seguridad.

La conducta turística no está condicionada por un instinto biológico, sino que depende del comportamiento social, por ejemplo el característico de la gran ciudad. Así la movilidad regional, limitada en el tiempo, típica de los turistas se halla relacionada con la movilidad que distintos autores estudian como propia de las grandes urbes. Si esa continua movilidad de las grandes ciudades debe considerarse como un impulso colectivo o quizá como una necesidad habitual del hombre moderno.

Tratándose de los signos indicadores de lo que debe entenderse por turista, queremos aquí traer a colación ese afán por la movilidad como un criterio formal definitorio del turista.

Revisando pues, en este sentido, nuestro primer criterio referente a la movilidad regional limitada en el tiempo, deducimos:

Afán de movilidad, que tiene su expresión en la movilidad regional limitada en el tiempo.

Existencia o inexistencia de interrelaciones entre el turista y los habitantes del lugar.

Satisfacción consumidora de necesidades de lujo con medios ganados en el lugar de origen.

Afán de confort y seguridad física.

El dominio de indicadores de la movilidad turística unido al conocimiento de los indicadores demográficos ya mencionados, permite establecer políticas y planes promocionales, tendientes a minimizar los efectos negativos que pudieran tener determinados indicadores y/o la repercusión negativa del turismo sobre áreas determinadas.

Los indicadores sociales negativos y las áreas de movilidad turística son dos variables que entran en compromiso y que debe actuarse sobre su forma de relación, modificación o ambas.

## CAPITULO 4

### PERCEPCION SOCIOLOGICA DEL OCIO.

#### 4.1-PERCEPCION PSICOSOCIAL DEL OCIO.

Al estudiar de forma general, los móviles que están presentes en el desarrollo de los movimientos poblacionales turísticos, encontramos que el móvil económico se encuentra invertido, respecto a los otros tipos de movimientos. En el caso del turismo se van a producir gastos a cambio de otras recompensas.

El aspecto político, sólo cuenta en el sentido de que el turista tiene la potestad de evadir aquellos destinos situados en lugares que le puedan traer algún inconveniente en este orden.

Algunos desencadenantes están presentes en ambos tipos de movimientos, pero con toda certeza, el móvil principal del turista se posibilita por el hecho de disponer de un tiempo fuera de la jornada de trabajo. Un turista es un vacacionista y a partir de esta consideración, podemos hablar de otros móviles.

Sociólogos y psicólogos han desarrollado ideas sobre los móviles de los individuos, en tales condiciones, que han dado en denominar “condiciones de ocio”.

Por nuestra parte, hemos considerado que los sociólogos no deben tratar el tema del ocio, al margen de la percepción, que del mismo tienen los psicólogos. En este caso la labor investigativa no debe prescindir de la multidisciplinariedad.

El ocio, en la Psicología social, se ha considerado como la denominación mas apropiada para aquella parte del tiempo fuera de la jornada laboral, dedicado a actividades que no tienen relación con el trabajo concreto que se realiza, tales como el descanso, la recreación u otras concebidas libremente por el sujeto

Puede considerarse, también, al ocio como una actividad reconociéndosele un origen multicausal (San Martín Garcia J.E., 1997 p.51). Determinados autores (Crandall,1980), (Kabanoff,1982) ofrecen un listado de motivadores para la actividad del ocio.

Los motivadores para el ocio planteados por Kabanoff son los siguientes:

- Autonomía
- Relajación
- Actividad familiar
- Escapar de la rutina
- Interacción
- Estimulación
- Utilización de habilidades
- Salud
- Estima
- Desafío, competición
- Liderazgo, poder social

Esta enumeración, que realizan también otros autores, no es suficiente para emprender acciones tendientes a su satisfacción en un destino cualquiera.

En primer lugar, el conjunto de motivadores no sería, en su totalidad, dignos de ser considerados para todos los turistas. Se requeriría investigar si hay una cierta correspondencia entre subclases de motivadores y determinadas especialidades turísticas.

La noción de “flujo” (Csikszentmihalyi, 1975).también basada en el ocio ,es mas selectiva. Es decir: puede hacerse corresponder con grupos de turistas determinados.

Realizó su estudio teniendo presente a personas que son dadas a la realización de actividades, por la que sienten verdadera pasión tales como alpinistas, jugadores de ajedrez y similares, encontró en ellos:

-que obtenían una experiencia subjetiva contentiva de un alto grado de satisfacción.

-que se sentían intensamente absortos.

-una pérdida de la autoconciencia.

-un tipo de experiencia cumbre.

A la experiencia asociada con estas absorbentes actividades, es a la que el autor llama “flujo”, considerándola la base de la motivación intrínseca y de la recompensa que se busca a través de una actividad.

Considera el autor que el flujo se da cuando hay un equilibrio entre los desafíos y las habilidades y tiene lugar cuando ambos son altos.

El desequilibrio entre desafío y habilidades da lugar a:

Ansiedad: cuando el desafío es demasiado alto.

Aburrimiento: en el caso en que, el desafío, es demasiado bajo.

Apatía: cuando desafío y habilidad son bajos.

La revisión de esta investigación (Argyle,1996) al mostrar que se puede obtener información de los sujetos acerca de su estado de activación, concentración, absorción etc. lo cual permite disponer de determinadas opciones turísticas, en el caso del turismo en general y organizar mejor al turismo especializado.

Este tipo de estudio del ocio, está referido a determinadas actividades, lo que trae implicación para determinados turistas. Es otro extremo respecto a la idea de Kabanoff.

Evadiendo una mera relación de motivadores o necesidades de ocio. Ahola (1980) introduce un modelo piramidal, estructurado de la base a la cúspide del siguiente modo:

1-Disposiciones biológicas y procesos de socialización.



Sobre esta base descansa toda la conducta de ocio, es la carga biológica que conjuntamente con las experiencias de socialización es responsable de lo predeterminado de la conducta, pero dando espacio a lo nuevo bajo el influjo de las influencias y el ambiente social.

#### 2-Necesidad de activación óptima.

Las diferencias individuales generan diferentes niveles de necesidades de activación .Las actividades de ocio deben estar en niveles aceptables para cada sujeto.

#### 3-Motivación intrínseca y percepción de libertad.

La conducta de ocio puede ser explicada en términos de motivación intrínseca, debido a que las personas participan en actividades de ocio debido a recompensas intrínsecas y sentimientos de autodeterminación y competencia.

#### 4-Necesidades de ocio.

La determinación de las necesidades de ocio, por su carácter de inmediatez ,puede encubrir la acción de los determinantes anteriores expresados en la pirámide.(Iso Ahola 1984 ) presenta una teoría bidimensional sobre las necesidades de ocio en la que considera que las conductas de ocio son motivadas por dos fuerzas simultáneas: el deseo de escapar a la rutina y los ambientes estresantes y una búsqueda de oportunidades recreativas que conlleven recompensas intrínsecas.

En ambos laterales de la pirámide el expresa respectivamente:

-Influencia situacional

-Ambiente social.

Estas determinantes obran sobre los aspectos predeterminados de cada nivel de la pirámide.

Modelo clasificatorio de Cohen (1991) sobre los beneficios del ocio.

Frente

Nivel

	Mejora de la salud mental y física.	Autorealización.
	Reducción del estrés.	Experiencias cumbre.
	Recreación.	Crecimiento personal.
	Control de crímenes.	Innovación social.
	Cohesión grupal.	Creatividad cultural.
	Integración social.	
Naturaleza del beneficio	Función compensadora	Significado intrínseco

A Cohen (1991) se debe el enunciado de la paradoja del ocio:

*“la cual hace referencia al hecho de que cada vez disponemos de un mayor número de oportunidades para el ocio ,que se verán aumentadas aún más en el futuro, pero no contamos con los criterios necesarios para adoptar elecciones de ocio que sean realmente beneficiosas ,lo que en muchos casos lleva a formas de ocupación del tiempo libre que generan ansiedad y aburrimiento”.*(San Martín Garcia J.E.,1997,p.74-75)

Mannell y Stynes (1991) introducen otro modelo en el que presentan tres tipos de variables:

1-inputs o estímulos.

2-outputs o consecuencias.

3-beneficios

Los elementos que van a actuar sobre los estímulos van a ser:

1-Sistema de valores de la sociedad utilizados para elegir entre diferentes opciones y valorar sus consecuencias.

2-Política, planificación, organización y uso de la información sobre los beneficios del ocio.

En los estudios psicosociales sobre la actividad del ocio se le concede tanta importancia (Argyle, 1996) Munne,1980) que suele estudiarse históricamente la temática(San Martín J.E.,1987,p.45-50.

La separación de los significados de ocio y tiempo libre que se encuentra en la Psicología Social y la utilización del término, a pesar de su contenido, antaño peyorativo son indicativos de la validez del significado que se le ha otorgado en un determinado contexto espacio-temporal.

Para la lógica actual de la Psicología Social es tan importante destacar la existencia de diferencias entre ocio y tiempo libre, que suelen utilizarse pormenorizadas explicaciones para ello y, a veces, una monografía completa.( Alvaro J. L., Garrido A. y Torregrosa J. R.,1996).

Es muy frecuente que se señale, en los libros que se ocupan de la Psicología del turismo, el carácter prioritario del ocio entre los diversos problemas que se tratan. Por eso suelen aparecer títulos iniciados con la frase “Psicología del ocio (Bernal O.,2000) (San Martín J. E.,1997) (Anuario de Psicología,1989,1992)

Resulta evidente lo dicho, acerca de la validez espacio-temporal del tratamiento del ocio, aquellos trabajos aparecidos en las publicaciones europeas, en este caso española, que consideran al ocio como una utopía, como un ideal, como un caracterizante de la civilización.

Ya desde la década de los 70 y tal vez antes, algunos autores como (Arayoa, 1974) que hablaban de la civilización del ocio como una utopía.

Entre los autores que hacen uso del término “tiempo libre” encontramos a algunos que no hacen distinción respecto al ocio, otros lo usan ubicándose en estudios del tipo de la Sociología Política o el derecho (Abstracts del VI Congreso Nacional de Psicología Social, 1997) (Actas del II Congreso Nacional de Psicología Social, 1990)

Creemos conveniente, por la importancia que tiene para este trabajo, mencionar directamente algunos títulos:

Tiempo libre, crítica social y acción política. A: M. Villareal, Movimientos sociales y acción política. San Sebastián, Servicio Editorial Universidad del País Vasco, 1989, 73- 86. (ISBN 84-7585-194-0)

Psicosociología del tiempo libre. Un enfoque crítico. México, Trillas, 1980. 1ª reimpr., 1984, 204. 2 ed. 1991.

Consideracions psicològiques i socials entorn de la diversió i les diversions. Qüestions de vida cristiana, 1977, 85, 36- 48.

Producción, consumo y tiempo libre. Una crítica de la doble base teórica en las investigaciones del ocio moderno. Revista del Instituto de Ciencias Sociales, 1975, 25- 26, 133- 154.

El derecho al tiempo libre, un inédito derecho humano a la libertad. Anuario de Sociología y Psicología Jurídicas, 1974, 1, 13- 32.

Del tiempo libre al derecho al tiempo libre. Barcelona, 1972. Mimeografía de la tesis doctoral.

El problema del tiempo libre y las sociedades locales. Al volumen de varios autores, La planificación en los entes locales. Barcelona, Instituto de Ciencias Sociales, 1971, 117- 136.

Tiempo libre, deporte y turismo. Balance y perspectivas desde la psicología social. Sociedad del Bienestar y Psicología Social. Actas del II Congreso Nacional de Psicología Social:(Alacant, 6- 8 abril 1988). Barcelona, PPU., 1990, vol. IV, 57- 70.

Tiempo libre, crítica social y acción política. A: M. Villareal, Movimientos sociales y acción política. San Sebastián, Servicio Editorial Universidad del País Vasco, 1989, 73- 86. (ISBN 84-7585-194-0)

#### 4.2-UNA RESEÑA REPRESENTATIVA DEL TRATAMIENTO SOCIOLOGICO A LOS PROBLEMAS DEL OCIO.

Un tratamiento del ocio con pretensiones sociológicas lo encontramos en el artículo de Garcia Vega J.L."REFLEXIONES SOBRE OCIO Y TURISMO".

La introducción de este trabajo contiene un excergo que como todas las figuras de esta clase, refieren, en forma literaria, una síntesis del posterior contenido.

*El ocio es, por su misma esencia, moral: favorece en el hombre, por una parte, su potencialidad activa, y por otra, su Libertad. JEAN LALOUP*

No obstante queremos señalar algunos elementos, de lo que consideramos que es la posición del autor y su avenencia o desavenencia con nuestros criterios.

Las ideas del autor son mas representativas de los intereses de la sociedad emisora de turismo, de los derechos a disfrutar del ocio que deben tener los ciudadanos. No desconoce los convenientes e inconvenientes de la recepción de turismo, es simplemente un problema de énfasis.

Son atinadas sus apreciaciones en ambos sentidos, pero las posibilidades de hacer una síntesis entre sus ideas y las de la Psicología Social se dificulta.

La Psicología Social es posibilitadora del trabajo experimental, aún en el plano de la Sociología, pero se requieren puntos de vistas que posibiliten el acople.

Este trabajo es de corte eminentemente teórico, que busca en la historia las raíces de sus afirmaciones. Contiene valiosas periodizaciones e importantes modelos, que permiten adentrarse al lector, en la difícil problemática de la relación ocio-turismo.

Nuestra reseña no toca todos los aspectos que se tratan, sino que, se hace una selección de aquellos asuntos, que vienen de acuerdo con la lógica de nuestro trabajo.

Comienza refiriendo una historia de la temática:

*“A principios de los años setenta, la opinión de los sociólogos acerca del ocio se concretaba en la siguiente idea: una vez culminada la Tercera Revolución Industrial (también llamada revolución de la automatización), la civilización occidental entraría plenamente en la cultura del ocio. Es decir, la desproporción entre tiempo de trabajo y tiempo libre se había de invertir, y el hombre podría definitivamente dedicarse a trabajar para vivir, y no al revés. A los albores del tercer milenio esta idea todavía está bastante alejada de la realidad...”*

*“La condición de masividad que ha adquirido el turismo en el siglo XX lo ha convertido en un fenómeno de notable complejidad”,*

*“Quizás una delimitación demasiado estricta de los términos de ocio y turismo será falsa, ya que si bien el segundo sólo es posible a partir del primero, ambos fenómenos tienden cada vez más a asociarse. El ocio, el tiempo liberado, es*

*condito sino que son para empezar a pensar en una situación de libertad. Y una vez conseguida tal situación, aunque las posibilidades de empleo son infinitas, el hombre está demostrando su evidente preferencia por dedicar su tiempo libre al turismo. Si el derecho al trabajo, a trabajar es algo que el hombre ha conquistado en época relativamente reciente y sólo en los países occidentales, hablar del derecho al ocio como si fuese una realidad inmediata continúa siendo obviamente utópico”.*

*“Yendo ya al análisis del concepto de turismo, una de las mayores dificultades que se plantean al estudiar un fenómeno tan complejo como este es la casi absoluta imposibilidad de diferenciar las causas de los efectos que intervienen en su génesis y posterior desarrollo. En el caso del turismo, las causas últimas que impulsan el afán viajero están tan enraizadas en la especie, los efectos que su manifestación masiva está provocando en el mundo son tan complejos, y las reacciones o efectos secundarios se han entreverado de tal modo en las estructuras de cada nación, que las dificultades para delimitar los contornos de este fenómeno con un mínimo de exactitud son casi insuperables porque, además, son móviles: como en el turismo están indisolublemente mezcladas razones económicas, técnicas, políticas, instintivas, psicológicas, sociológicas, etc, apenas hay invariantes, es decir, normas fijas que permitan extrapolar y compilar toda una serie de leyes que constituyan una ciencia”.*

Huelgan los comentarios a los párrafos anteriores. Ahora nos presenta un modelo que simplifica la comprensión de la temática:

*“Vista desde nuestra actual perspectiva, existe una interacción entre los diferentes factores determinantes del turismo. Esa interacción, que, en realidad, esconde la ambigüedad de la causa-efecto, se puede reducir a un esquema muy simplificado:*

Acción	Reacción
Emigración del campo a la ciudad	Éxodo de la ciudad al campo
Desplazamiento de sur a norte sur	Regreso al origen de norte a norte

Proletarización

Masificación

Concentración urbana

Necesidad de evasión

Concentración económica

Posibilidad monetaria

Reivindicaciones

Tiempo libre

Cambio de mentalidad y género de vida

Aspiración a la felicidad

*De hecho este esquema simple podría simplificarse más aún con la siguiente respuesta: la necesidad de desplazamiento sólo puede quedar satisfecha a escala general cuando un país alcanza un determinado nivel de renta nacional y la distribución de dicha renta es lo suficientemente justa para cubrir las necesidades vitales de la mayor parte de sus ciudadanos. En la fórmula apuntada a modo de definición, hay dos partes (la necesidad de alcanzar una determinada renta nacional y la conveniencia de que dicha renta esté lo más repartida posible) que coinciden casi exactamente con las dos etapas que se dan en todo proceso de industrialización y cuyas características han quedado delimitadas en el esquema anterior en los epígrafes correspondientes a la acción y a la reacción”.*

Es posible encontrar algunas diferencias entre lo expresado en este modelo de interacciones y las ideas expresadas en este trabajo. No hay una discrepancia radical, por lo que puede considerarse como algo alternativo.

A continuación nos presenta un espectro de motivaciones.

Sobre ellas, puede decirse que no son expresivas de la relación ocio-turismo, que es lo que se supone que debe expresar cada parte de su artículo en los espacios convenientes.

*“es posible establecer una lista de las motivaciones que provocan un desplazamiento a nivel individual o colectivo;*

*Culturales, educativas o profesionales: deseo de conocer sociedades diferentes, asistir a acontecimientos muy especiales y participar de algún modo en la Historia.*

*Económicas: precios ventajosos que permiten estancias más prolongadas y con un nivel de vida desacostumbrado.*

*Étnicas: regreso al origen para reanudar los lazos familiares o por motivos puramente sentimentales.*

*Deportivas: asistencia o participación en una manifestación de carácter deportivo.*

*Físicas: recuperación de la salud en un centro especializado o, simplemente, deseo de reposo y relajación.*

*Técnica: utilización de un medio de transporte novedoso, bien sea privado (estrenar el coche) o colectivo (nuevo modelo de aviación, inauguración de un vehículo distinto)*

*Sociológicas: conocer mejor el mundo en que se vive o pagar tributo a una moda interesante.*

*Religiosas: peregrinación a lugares santos o de especial devoción”.*

Estas motivaciones son explicables desde un punto de vista sociológico general y son dignas de tener en cuenta, pero no son congruentes con la relación ocio-turismo.

El párrafo a continuación concuerda con nuestras ideas pero somos partidarios de la utilización de un modelo promocional que exprese el dinamismo de estos factores.

*“El turismo afecta directa o indirectamente a todos los aspectos de la economía de un país, y por eso se puede calificar de un "fenómeno totalizador". Y aunque esta influencia tenga aspectos claramente positivos (como en los casos de la balanza de pagos, del impulso a la industrialización o del desarrollo económico de regiones enteras), en otros aspectos su influencia es más ambigua cuando no francamente nociva. A la tendencia inflacionista y al desajuste entre oferta y demanda que provoca su concentración temporal y espacial, hemos de añadir, entre sus efectos negativos, las perturbaciones y congestiones que produce en servicios vitales para un país. La red de transportes y de distribución, o los servicios de telecomunicaciones, no son tan elásticos como el propio turismo y deben funcionar en un régimen de normalidad, pero estando preparados para afrontar los periódicos incrementos de su uso y el posterior regreso al régimen de normalidad*



*(la temporalidad del trabajo es obviamente otro problema. Sin embargo, se puede considerar que toda esta negatividad es ambigua pues el turismo es evidentemente un factor de impulso y de desarrollo. El caso de los transportes, por ejemplo, es muy claro; gracias a él, la capacidad de transporte y velocidad, el índice de seguridad, etc. han mejorado prodigiosamente en un período de tiempo muy breve, lo que compensa esos momentos de congestión los ponen al borde del colapso”.*

A continuación nos presenta los inconvenientes que ocasiona el turismo.

*“En otros aspectos, en cambio, su efecto ha sido tan nocivo que tendrán que pasar muchos años antes de que los beneficios globales compensen la pérdida inicial. Tal es el caso del urbanismo: las monstruosidades cometidas contra el paisaje, en nombre de la urgencia y al amparo de una pavorosa especulación, van a permanecer ahí, en ocasiones de forma definitiva, mientras que el impulso dado a la construcción en general aún tardará mucho tiempo en igualar, positivamente, las aberraciones cometidas”.*

Efectivamente, el carácter omnipenetrante del turismo, requiere de la participación del Estado. Otra cosa sería la ruina de la industria turística.

*“Incumbe al Estado, cuando todavía hay tiempo, tratar de evitar los males inherentes a un fenómeno masivo que cogió un poco por sorpresa a todo el mundo. El desorden, la improvisación y las soluciones de emergencia sólo se remediaran si se produce una auténtica concienciación del país sobre lo que el fenómeno significa”.*

No podían faltar los medios de difusión:

*“Una vez más, los medios de comunicación social pueden llegar a desempeñar un papel decisivo. El escalonamiento de las vacaciones para romper la concentración temporal; la promoción de las regiones menos favorecidas para ayudar a su industrialización y romper así la concentración espacial; la racionalización del uso de las instalaciones e incluso contrarrestar mediante una información objetiva, los efectos negativos que pueda tener la aparición de un imponderable (como un cambio político, etc.), son ejemplos de las muchas posibilidades de acción que están reservadas a los medios de comunicación”.*

#### 4.3-EL PROBLEMA DEL OCIO Y EL TURISMO DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL RECEPTOR DE TURISMO.

Desde el punto de vista del receptor turístico, interesa potenciar todos los factores que puedan favorecer el desarrollo del turismo con la mayor eficiencia posible.

De esta manera, los estudios sobre el ocio, desde el punto de vista psicosocial, posibilitan evaluar los medios de recepción a los efectos de disponerlos, de manera que puedan satisfacer las necesidades y motivadores de índole psicológica.

En el caso del ocio, los estudios de necesidades y motivadores sirven de base a la mayoría de las teorías de la motivación turísticas, formándose una cadena que comprende: estudios de actitud, de calidad de vida y de satisfacción turística.

Este último eslabón de la cadena de estudios psicosociales, brinda resultados que pueden ser utilizados, directamente, por los promotores turísticos en lo que respecta a la adecuación de instalaciones e implementación de actividades.

Desde el punto de vista sociológico, el ocio y el resto de la cadena de conceptos psicosociales pueden ser estudiados, con otros métodos y buscando otros resultados.

Un tratamiento del ocio, desde el punto de vista sociológico, requiere de la determinación del lugar del correlato de este concepto en el proceso que da lugar a la decisión de efectuar el viaje turístico.

Las necesidades de actividades de ocio, no dan lugar unívocamente a la necesidad de realizar un viaje turístico para satisfacerlas. La condición necesaria, para que pueda tomarse la decisión de efectuar un viaje turístico, es que exista el tiempo para ello y el dinero para costear los gastos.

Tendrían que existir determinados objetivos, entre los cuales puede estar el propio deseo de viajar. Esta lista puede ir mas allá de los motivadores del ocio, haciéndose más complejo el problema por el hecho de que, en aras del cumplimiento de determinados objetivos, pueden soslayarse algunas actividades de ocio.

Los objetivos para la realización de viajes turísticos pueden responder, desde una gama de problemas personales de gran variedad hasta el mero placer de visitar cualquier lugar en el extranjero.

La complejidad del problema dificulta la respuesta, ¿cuáles son las causales o motivos de los viajes turísticos?

Se requiere de la sistematización. Aquí se revela la importancia de la metodología general, las teorías sociológicas y los métodos teóricos y experimentales de la Sociología.

Para tratar inicialmente el problema del ocio, tal y como se interpreta en la Psicología Social actual, hay que conferirle la categoría de objetivo y diferenciarlo de su naturaleza de “condición necesaria” como tiempo libre.

La pregunta sociológica, en este caso, es, ¿Qué clase de personas experimentan altos valores de satisfacción como turistas ante determinadas ofertas de actividades de ocio? ¿Cuál es el espectro frecuencial de esas necesidades, respecto a seleccionadas variables demográficas y de clasificación especialmente turística?

El tratamiento teórico y la introducción de métodos experimentales se viabilizan si utilizamos la lógica contenida en el capítulo III en la que se trata al turismo como un movimiento poblacional. Además de clasificar demográficamente al turismo, para determinar la incidencia frecuencial por esta vía, es preciso introducir clasificaciones que tengan que ver con caracteres distintivos, acorde con la condición de turistas.

Para evitar preguntas directas sobre las necesidades de ocio que satisfacen a determinadas clases de turistas, es menester ,1) realizar una evaluación de las actividades que se ofrecen al turista y determinar que necesidades de ocio se satisfacen con cada una de ellas.

Esta determinación requiere de algún criterio psicosocial. Posteriormente se puede pasar a 2) hacer un cómputo de la asistencia a las actividades realizando una ubicación frecuencial por clases.

En tercer lugar 3) se elabora un cuestionario en variable ordinal según actividades, preguntando por las preferencias por las mismas.

Este trabajo experimental requiere estar precedido de hipótesis ad hoc que respondan a la experiencia de los investigadores del destino concreto.

No obstante, algunas cuestiones hipotéticas, de carácter general, pueden servir de ayuda al investigador. Estas ideas tienen que ver con los instrumentos y con la factibilidad de que determinados tipos de turistas se presenten con mayor o menor frecuencia que otros en determinadas clases de actividades.

Si no se cuenta con hipótesis previa al trabajo experimental habría que hacer una indagación exhaustiva. Una buena observación preliminar puede dar resultados, a partir de los cuales se puedan enunciar las primeras hipótesis.

Inicialmente se pueden discriminar las necesidades de ocio, por tipo de turismo. Nuestra experiencia nos lleva a la dicotomización del turismo en: turismo de descanso y recreación y otros tipos de turismo, sobre el criterio clasificatorio de separación en clases en que las necesidades de ocio sean máxima en una y mínima en la otra.

La clasificación adoptada, puede ser explicada por los criterios introducidos sobre actividades, necesidades y motivadores del ocio, desde el punto de vista psicosocial.

Acorde con los motivadores para el ocio planteados por Kabanoff, es más probable encontrar necesidades de -Autonomía-Relajación-Actividad familiar-Escapar de la rutina-Interacción-Estima-Salud y -Estimulación entre los miembros del primer grupo más que entre los miembros del segundo.

Los otros motivadores de Kabanoff pueden encontrarse en ambos grupos y son:- Utilización de habilidades-Desafío, competición y-Liderazgo, poder social.

El concepto de flujo de Csikszentmihalyi sirve para explicar la dicotomización realizada. Los integrantes del segundo grupo comprenden tipos de turismo como turismo cultural, ecológico, de aventuras, de alpinismo, científico y similares.

Basándonos en los resultados experimentales de Csikszentmihalyi podemos convertir en hipótesis sus conclusiones del siguiente modo:

*“Esperamos encontrar en los integrantes del segundo grupo, la obtención de una experiencia subjetiva profundamente satisfactoria un estado de sentirse absorto*

*muy intenso y agradable y una pérdida de la autoconciencia, un tipo de experiencia cumbre". A esta experiencia es a la que el autor llama "flujo".*

El modelo piramidal de Ahola nos permite considerar la necesidad de compensaciones que han de tenerse presente para la organización de las actividades del primer grupo. La utilización de los conceptos de "motivación intrínseca y necesidad de libertad" han de llevar a la necesaria valoración de la introducción de estos motivadores en las actividades programadas para turistas.

Esto equivale a decir que las personas participan en actividades de ocio debido a recompensas intrínsecas y sentimientos de autodeterminación y competencia.

Retomamos, por su importancia, lo dicho en 4.1 sobre las ideas de Ahola expresadas en su teoría bidimensional.

"Las conductas de ocio son motivadas por dos fuerzas simultáneas: el deseo de escapar a la rutina y los ambientes estresantes y una búsqueda de oportunidades recreativas que conlleven recompensas intrínsecas".

La dicotomización realizada nos permite considerar, como se ha dicho, la existencia de un grupo de turistas que, después de cumplir con las condiciones necesarias para efectuar el viaje, tienen como objetivo del mismo el descanso y la recreación. La organización selectiva de actividades basadas en la satisfacción de las necesidades de ocio de tales personas sería un garante de su satisfacción.

Independientemente de las mediciones que puedan realizarse, directamente, sobre la calidad de las actividades, se pueden introducir como indicadores de eficiencia, el índice o tasa de retorno y una tasa de propagandización espontánea. Éste cómputo deja mejores dividendos cuando se toman datos por cohortes. (Ver capítulo III)

Existiendo las condiciones necesarias y el objetivo para el viaje, se requiere la aparición de factores que coadyuven a la toma de decisión de la realización del mismo, como forma de lograr el objetivo, ya que éste puede lograrse por otras vías.

Estos factores desencadenantes pueden estudiarse según otras clasificaciones turísticas. Para el caso de las personas que han tenido como objetivo el ocio,

podría valorarse una subclasificación según los turistas viajen en 1) en grupos o 2) solos.

Desde el punto de vista del receptor de turismo es conveniente inducir como factor desencadenante, la propagandización directa y espontánea de los propios turistas. Hemos hecho énfasis en el grupo de turistas que buscan el descanso y la recreación, porque en este capítulo estudiamos predominantemente el ocio. La existencia de un segundo grupo, cuyas motivaciones y objetivos de viaje van más allá del mero descanso y la recreación es demostrativo de que el ocio no es el soporte único de las teorías de la motivación turística, aunque es justo reconocer que éste juega un papel importante en su implementación.

Para mayor claridad respecto al lugar del ocio entre las causales de los viajes turísticos hemos de analizarlo según diferentes dimensiones. Esto sería, como tiempo extra laboral, actividad y beneficios psicológicos que reporta.

El ocio en su dimensión de tiempo extra laboral está presente siempre, aunque el que viaja no tenga entre sus objetivos disfrutar del ocio en su dimensión de actividad acompañada de beneficios psicológicos que recibe el individuo, en forma de satisfacción global.

Podemos hacernos la pregunta, ¿no se experimenta una satisfacción global cuando se dispone de un tiempo libre que podemos utilizar libremente, para lograr en un viaje cualquier propósito?

Inequivocamente la respuesta es afirmativa, pero no podríamos hablar de la satisfacción que se experimenta con la realización de determinada actividad sin asociarla a la libertad de realizarla. Rocio, en su dimensión de tiempo libre es el vehículo de la satisfacción que se experimenta con el viaje y con los propósitos que se logren con éste.

Si añadimos a esto que la satisfacción no necesariamente ha de extinguirse con la terminación del viaje, sino que, puede transformarse en satisfacción posteriores al referir anécdotas, utilizar cuestiones varias y sobre todo al volcar la satisfacción en su vida laboral sabiendo de que su buen desempeño depende la posibilidad de realizar un nuevo viaje.

Esa acción permanente del ocio ha hecho que determinados autores lo vinculen, a un concepto que suele tratarse por la Sociología y la Psicología Social. Se trata del concepto de calidad de vida.

Desde el punto de vista del receptor turístico, puede constituir una guía que posibilite la convergencia del ocio hacia cuestiones medibles. Es precisamente este logro lo que ha de proponerse el investigador experimental.

## CAPITULO 5

### CAUSALES Y DESENCADENANTES DE LOS VIAJES TURISTICOS.

#### 5.1-ELEMENTOS METODOLOGICOS.

Habiendo tratado de todos los pormenores del ocio turístico, cabe proseguir tratando lo concerniente al espectro de condiciones, causales y desencadenantes de los viajes turísticos.

A los efectos de este trabajo es conveniente dar una cierta organización, al cúmulo de motivos que existen para dar un viaje turístico. Subyace, en nosotros, la intención de posibilitar la investigación experimental y esto nos obliga a pensar en las ciencias en que hemos de apoyarnos.

Una mirada al nivel macro social, en este caso macro turístico revela algunos datos bajo una pupila sociológica ayudada por la economía .Este nivel comprende diferentes subniveles: subniveles mundial, nacional y destino.

Un segundo nivel microsocia l comprende también subniveles: destino, centro turístico y otras subdivisiones del centro hasta llegar al grupo turístico y al individuo .La ruptura entre lo macro y lo microsocia l parte del criterio que el paso de un nivel a otro significa la no validez de ciertas regularidades o sea la transgresión de valores límites. Esto explica la necesidad de cambiar de disciplina científica, cuando se pasa de un nivel a otro.

A nivel macrosocia l, la Sociología se auxilia de la Estadística, la Economía y el

Derecho, principalmente. La afirmación acerca de que las condiciones necesarias para realizar un viaje son: la posesión de recursos económicos, de tiempo extralaboral y de estatus jurídico. Cualquier investigación que tenga que ver con estas condiciones hay que ventilarlas en el seno de estas ciencias.

Las condiciones necesarias de que hemos hablado pueden percibirse de distinta manera cuando se transita por los distintos niveles y subniveles. Al mas alto nivel macrosocial, este problema compete a la dirección de un país a la industria turística, a los encargados de los problemas migratorios y otros.

Producto de la adopción de medidas crediticias se puede conferir a personas la condición de poseedor de recursos. El tiempo extralaboral puede ser adquirido por vacaciones o por estímulos y el estatus puede depender de un complicado mecanismo de control y de regulaciones relacionadas con lo económico a ese nivel.

Después de las condiciones necesarias para emprender un viaje turístico corresponde referirse a los factores ligados a la decisión de emprender el viaje. Estos factores pueden ser internos y externos.

Entre los factores internos se encuentre la condición de que el sujeto sienta placer cuando realiza un viaje ,que disfrute conociendo nuevos lugares, que quiera cambiar de medio por un tiempo, que sienta deseos de conocer algún lugar ,por variados motivos.

Entre los factores externos o desencadenantes se encuentra, desde la acción publicitaria que dota al futuro viajero de la información necesaria para iniciar los trámites hasta el amigo o amiga que provoca el entusiasmo que lleva a la toma de decisión.

Después de los factores desencadenantes la selección del lugar merece ser estudiado, teniendo en cuenta que es el aspecto que mas interesa al receptor de turismo, habidas cuentas que el objetivo final de toda política turística es conseguir el aumento de la demanda.

Una breve referencia a la situación selectiva, teniendo presente la información del nivel macrosocial, es conveniente. La Estadística nos dice del volumen de la incidencia turística a nivel de receptores.¿Qué elementos están presente en cada



selección?

Cabe estudiar para su ordenamiento frecuencial y posterior análisis, los siguientes pares emisor receptor y su recíproco:

- 1-De países industrializados a países industrializados.
- 2-De países industrializados a países industrializados de cultura similar.
- 3-De antiguas metrópolis a antiguas colonias.
- 4-Entre países o lugares cercanos.
- 5-Entre países o lugares lejanos.
- 6-De países industrializados a países no industrializados.
- 7-Entre países no industrializados.

Yendo de lo macrosocial a lo microsociales pero en ese mismo nivel, podemos registrar las frecuencias de preferencias turísticas. ¿Cuántos turistas se adscriben al grupo de mero descanso y recreación(primer grupo) y cuántos en el otro grupo? Pero esto requiere hacer un cruce con las variables que, convenientemente se extraigan de la investigación estadística.

El nivel microsociales en el cual la Sociología necesita de la Antropología Sociocultural, la Psicología y la Psicología Social, puede aportar nuevos elementos clasificatorios y nuevos puntos de vista.

Con el fin de aumentar la demanda hacia el receptor turístico se requiere dotar a cada destino de los atractivos, capaces de violentar los mecanismos tradicionales de seducción.

Las medidas encaminadas a aumentar la demanda pueden ser muy variadas. Desechamos las recomendaciones generales y las sustituimos por la atención a dos medidores de los resultados de las implementaciones. Se trata del índice o tasa de retorno y la tasa de propagandización indirecta.

El incremento de estos índices da cuenta de una tendencia positiva de la demanda. Mientras que los efectos de la publicidad tradicional tienden a una saturación de ésta.

El propósito de aumentar el atractivo turístico de un destino, requiere de un trabajo previo de evaluación del mismo sobre la base de lograr que la satisfacción turística tienda a un máximo .A esto hay que unir factores económicos y publicitarios.

La oferta económica puede tratar de neutralizar determinadas ventajas, que en el orden económico, tienen los viajeros que prefieren destinos más cercanos. El contenido publicitario puede dirigirse, preferiblemente, a aquellas regiones en las que hay probabilidad de aumentar la demanda.

Las evaluaciones se pueden dirigir a los turistas, las instalaciones, la comunidad aledaña y a los lugares que han de visitar los turistas. Esto es en lo que respecta a la responsabilidad del destino, ya que deben sopesarse factores sociales que competen a toda la sociedad y que pueden tener su incidencia sobre la demanda turística.

## 5.2-LAS MOTIVACIONES Y LA SELECCIÓN TURISTICA.

Cuando el turista ya ha arribado a un determinado centro, ya han operado las condiciones, las causales, los desencadenantes y los elementos que determinaron la selección del centro y del destino.

El destino y los diferentes centros que lo conforman juegan un papel importante en la decisión de retorno y en la de la conversión de cada turista, en un propagandista espontáneo.

Se requiere satisfacer las expectativas del turista pero ir más allá, satisfaciendo determinadas motivaciones psicológicas de la que posiblemente, el propio turista, no esté consciente.

Las dificultades serían mínimas si ésto se resolviera con algunas actividades. Pero hay que atender aspectos que competen a las instalaciones, la preparación de las comunidades aledañas y comunidades con las que han de interaccionar los turistas.

Se puede evaluar la opinión de los turistas, pero es importante atenerse a los indicadores de retorno y de propagandización espontánea.

Estos y todos los indicadores que se manejen dan mayor información, si se computan por sexo, edad, lugar de procedencia, clasificaciones turísticas y otras. Estas últimas pueden ir mas allá de las clasificaciones clásicas teniéndose en cuenta cuestiones tales como: si los turistas se hospedan en casas o en hoteles, si

viajan solos o en grupos y similares.

A los efectos de estudiar los elementos que obran en la selección turística, podemos examinar y valorar los elementos más importantes para nuestros objetivos, de algunas teorías de la motivación.

Crompton (Crompton, 1979) considera como lo más importante, a los efectos de la selección, las posibilidades de un destino de satisfacer las necesidades psicológicas de los turistas.

Considera 9 motivos diferentes para viajar: siete sociopsicológicos y dos culturales.

Sociopsicológicas:

Huida de un determinado ambiente

Regresión (deseo de realizar actividades propias de su niñez

Exploración y evaluación del yo

Relajación

Prestigio

Mejora de las relaciones de parentesco

Facilitación de la interacción social

Culturales:

Novedad

Educación

Resulta muy tajante la afirmación de que, "las sociopsicológicas no dependen del destino mientras que las culturales tienen alguna dependencia o total dependencia" (San Martín, 1997 p.58).

De acuerdo con los argumentos expresados acerca de los niveles de análisis y de los objetivos que se debe proponer un receptor turístico, lo dicho por Crompton sobre las motivaciones culturales, no es aprovechable para la evaluación de los componentes de un destino.

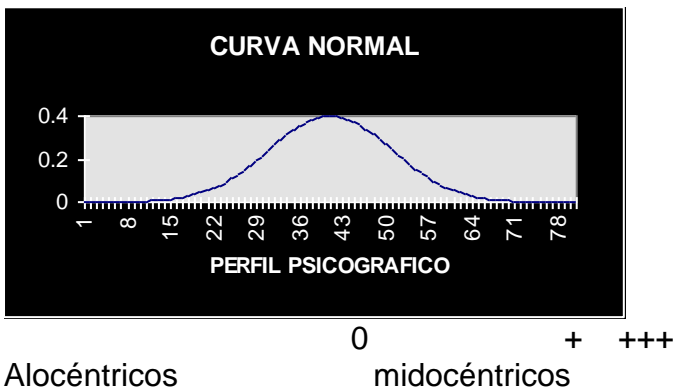
Sus motivaciones sociopsicológicas pueden convertirse en dependientes del destino, éste en calidad de posibilitador de las mismas por medio de sus actividades e instalaciones.

De inmediato, un destino o un centro pueden ser evaluados acorde con su

posibilidad de satisfacer estas motivaciones. La existencia de otros evaluadores condiciona la posibilidad de su utilización, conjuntamente con éstos.

En Plog (1974,1988) encontramos: Acercamiento a la motivación turística a través del perfil psicográfico. Concibe una posición social central, que equivale gráficamente a un centro que se corresponde con la aceptación de los valores morales. Los resultados de su trabajo experimental arrojan una distribución normal en la aceptación de estos valores. Con menor valor modal sitúa a aquellas personas que no concuerdan con el centro y a los cuales denomina alocéntricos. Con mayor valor modal (mayor frecuencia grupal) que tienen mayor aceptación de los morales. A éstos los denomina: psicocéntricos.

La descripción de Plog se corresponde con una curva normal, según considera este autor.



Generalizando los resultados experimentales de Plog podemos fundamentar la hipótesis de que la frecuencia de los tipos psicocéntricos es mayor entre los miembros del primer grupo (Ver 4.1) mientras que en el segundo grupo hay un predominio de los tipos alocéntricos. Además esto constituye un nuevo criterio clasificatorio.

(Pearce, 1988, 1994) Toma como premisa, la característica dinámica de la motivación turística. De esta manera es producto de un proceso, por lo que le corresponden una serie de fases que comportan experiencias. Hay una ordinalidad en el movimiento de estas fases, teniendo las mismas diferentes influencias en la formación del autoconcepto (Pearce, 1988 p.28)

Proceso: motivación especial en una determinada dirección, estando influida por factores tales como: edad, estatus, sexo, experiencias previas, factores

situacionales, etc. (Pearce, 1987)

Forma de jerarquizar:

Se basa en la jerarquía motivacional de Maslow (1954):

1-Necesidades biológicas:

2-De seguridad: evitación del peligro, el dolor...

3-De desarrollo estacional y social: amor, afecto y asociación

4-De desarrollo personal y autoestima.

5-De autorealización:

En este caso, se pueden hacer corresponder con los pasos de la pirámide de Maslow los indicadores o tasas provenientes de darle, al turismo, el tratamiento de un movimiento poblacional.

La utilización de modelos y teorías, al nivel microsocial ,tiene como objetivo evaluar la "satisfacción turística",concepto estudiado en la Psicología Social especializada que da cuenta del ajuste del nivel de atención, calidad de las actividades ,de las instalaciones y otros aspectos a lo esperado por el turista(Martilla y James,1977) y (Graefe y Vaske,1987) (Krippendorf,1987).

La satisfacción turística puede ser considerada dentro de un concepto mas amplio, que es el de "calidad de vida".

Desde el punto de vista de la selección turística, a nivel de receptor, puede considerarse a la calidad de vida en como concepto convergente, en lo que respecta a las necesidades de ocio del turista. Puede utilizarse como un mediador, en este análisis, el concepto de satisfacción turística.

Levy y Anderson (1980) consideraron que la calidad de vida se manifiesta en: bienestar físico, mental y social, tal y como la percibe cada individuo y cada grupo, y de felicidad, satisfacción y recompensa, e incluyen en la misma aspectos tan variados como la salud, el matrimonio y la familia, el trabajo, la vivienda, situación financiera, oportunidades educativas, autoestima, creatividad, competencia, etc. (San Martín Garcia,199, p.67-68).

Rodriguez Marín (1995) y otros consideran como un inconveniente para definir la calidad de vida el papel de la subjetividad de los individuos para considerarla como tal, pero consideran que hay algunos ingredientes que se pueden objetivizar.

Levy y Anderson (1980) consideran que los elementos objetivables que se presentan con mayor frecuencia son:

- 1-Salud
- 2-Consumo de alimentación.
- 3-Educación.
- 4-Ocupación, condiciones de trabajo.
- 5-Condiciones de vivienda.
- 6-Seguridad social.
- 7-Ropa
- 8-Recreación y tiempo libre.
- 9-Derechos humanos.

Rodríguez Marín (1995) diferencia entre felicidad como lo subjetivo y estado de bienestar como lo objetivo u objetivable de la calidad de vida.

Debido a que la satisfacción que se experimenta con el ocio puede ser considerado una componente de la calidad de vida, cabe tratarla en este apartado.

Neulinger (1981) hace la siguiente consideración al respecto:

*“el ocio no es sólo un componente de la calidad de vida, sino la esencia de ella .El ocio no es un estado neutral de la mente, es un estado positivo, muy deseable y un importante valor. El ocio, en mi opinión, es la línea guía necesaria para cualquier decisión relacionada con la calidad de vida (Neulinger, 1981 p.66) (San Martín García,1997 p.69)*

Diversos autores han tratado sobre los beneficios que reporta el ocio a la calidad de vida. Así tenemos que sobre el beneficio sobre el humor se encuentran los trabajos de Mantel (1980), Stone (1987), (Hull,1991), (Rubenstein,1980),entre otros.

Numerosos autores tratan el aspecto subjetivo que consiste en los beneficios del ocio sobre el componente de la calidad de vida que es la felicidad. Así tenemos a Headling y a Wearing (1992) como exponentes significativos. Levín (1991) trata sobre los beneficios sobre la salud mental, Argyle (1996) se refiere a los beneficios sobre la salud física, Wankel y Berger (1991) tratan en este mismo contexto la

acción del deporte y Turner (1982) desarrolla ideas sobre los beneficios sobre el autoconcepto.

### 5.3-EL PAPEL DE LAS COMUNIDADES EN LA SATISFACCION TURISTICA.

Los tres tipos de comunidades que más incidencia pueden tener en la satisfacción turística, son:

- 1-Las comunidades a las que acuden los turistas en visitas programadas.
- 2-Las comunidades aledañas o comunidades con las que han de ponerse en contacto los turistas de forma espontánea.
- 3-Los trabajadores que han de atender a los turistas, considerados como comunidades.

Los problemas de la determinación del grado de satisfacción que podrían experimentar los turistas, al efectuar visitas programadas, pueden ser abordados desde el concepto de "autenticidad en la expectativa turística".

La teorización inherente a este concepto puede ser utilizada para el caso de las visitas no programadas, en los casos en que haya falta de espontaneidad debido a las autoridades locales, al comercio, a los promotores de espectáculos y similares. El empleo de este concepto, en el turismo, se atribuye a MacCannel (1977) (San Martín García J. E., 1997 p.62). Se parte de que el turista desea ver la realidad del entorno visitado.

A los efectos de la investigación de la satisfacción turística, se puede tomar esta afirmación condicionada a que esta realidad, en el mejor de los casos, va a estar

perturbada por la mera tendencia de los turistas. Una realidad "auténtica" o lo que es lo mismo, una realidad sin la presencia de turistas, podría ser observada por éstos, solamente de lejos.

La sed de autenticidad de los turistas es explicada por San Martín del siguiente modo:

"Al encontrarse alienado en su vida cotidiana quiere ver lo auténtico en el lugar que visita (Cohen, 1988)"

"MacCannel basa el desarrollo de su concepto en la diferencia dramática de Goffman (1959)".(Taquetel, 2002).

Considera 2 polos en el análisis de la autenticidad: Regiones posteriores y anteriores.

Regiones anteriores de Goffman: Formada por zonas dispuestas especialmente para la recepción de visitantes.

Regiones posteriores de Goffman: Formada por zonas donde los habitantes desarrollan normalmente su vida diaria, no deseándose la presencia de visitantes.

MacCannel interpola cuatro categorías de regiones entre estas regiones extremas.

1-Primer escenario: coincide con la región anterior de Goffman,

2-Segundo escenario: Región preparada para simular una región posterior.

3-Tercer escenario: Región anterior organizada para que parezca totalmente una región posterior.

4-Cuarto escenario: Ambiente que se encuentra abierto a los turistas pero que en esencia puede considerarse una región posterior.

5-Quinto escenario: Ambiente con acceso mas limitado a los visitantes.

6-Sexto escenario: coincide con la región posterior de Goffman.

Cohen (1979) introduce un modelo con 6 situaciones turísticas diferentes:

Impresión que el turista obtiene de la escena.

(Turistas con alta necesidad de autenticidad)

Naturaleza de la escena Real Representada

Real Reconocimiento de la autenticidad-Alta satisfacción Sospecha de representación-Baja satisfacción

Representada Fallo en el reconocimiento de la autenticidad-Alta satisfacción.



No reconocimiento de autenticidad-Baja satisfacción.

Impresión que el turista obtiene de la escena

(Turistas con baja necesidad de autenticidad)

Naturaleza de la escena Real Representada

Real Reconocimiento de la autenticidad-Ligera satisfacción. Sospecha de representación-Satisfacción moderada.

Representada Fallo en el reconocimiento-Satisfacción ligeramente alta. No reconocimiento de autenticidad-Alta satisfacción.

(Pearce y Moscardo, 1986)-desarrollaron experiencias auténticas del turista a través de su relación con otras personas.

Clasificación de los escenarios turísticos San Martín García J.E.,1997 p.65).

1-Personas auténticas en regiones auténticas (personas posteriores en regiones posteriores)

2-Personas auténticas en ambientes no auténticos. (personas posteriores en ambientes anteriores)

3-Personas no auténticas en ambientes no auténticos. (personas anteriores en regiones anteriores)

4-Personas no auténticas en ambientes auténticos. (Personas anteriores en regiones posteriores)

De nuestras observaciones y conversaciones con visitantes, concluimos que ellos sabiendo, por lo evidente, que hay un escenario preparado, tratan de conocer la verdadera realidad comunitaria mediante el contacto informal con vecinos cuando ésto se posibilita.

Cuando las visitas están programadas, no le puede quedar dudas al turista de que no está enfrentando la realidad cotidiana.

Más apariencia de realidad se encuentra en las comunidades aledañas a una instalación y más aún, aquellas comunidades alejadas, que el turista visita eventualmente.

Es lógico pensar que el turista, como ser activo, se percate de la realidad por distintos medios a su alcance.

Al tratarse de la forma en que la comunidad puede contribuir a la satisfacción

turística, apelamos a otros instrumentos de análisis.

Al analizar las ideas de Pearce en 5.2, considerábamos que, se pueden hacer corresponder con los pasos de la pirámide de Maslow los indicadores o tasas provenientes de darle, al turismo, el tratamiento de un movimiento poblacional.

Esta sugerencia corresponde al plano macrosocial. No sería posible trabajar con estos indicadores al nivel de comunidades. En el caso de las comunidades aledañas la conveniencia de un diagnóstico, salta a la vista. En las comunidades alejadas podría hacerse en el caso en que la incidencia turística fuese, en alguna de ellas, regular y notable.

El modelo derivado de la teoría de Pearce, puede ser utilizado para tales propósitos.

Asentimos con la característica dinámica de la motivación turística y de que es producto de un proceso.

En base a lo planteado, acerca de que el proceso motivación tiene un carácter especial en una determinada dirección, "estando influida por factores tales como: edad, estatus, la necesidad de clasificar al turismo, al menos, durante el proceso de investigación.

Al jerarquizar basados en la jerarquía motivacional de Maslow, consideramos, en la comunidad, su capacidad de satisfacer las motivaciones turísticas. De esta manera tenemos:

Para evaluar al primer tipo de necesidades (1-Necesidades biológicas) se puede atender a los aspectos relacionados con la calidad y seguridad de los alimentos que pudiera consumir el turista en la comunidad, la potabilidad del agua corriente, los problemas de contaminación ambiental; la existencia de mosquitos, moscas y otros insectos perjudiciales, a existencia de enfermos contagiosos y similares.

La evaluación del segundo tipo de necesidades (2-De seguridad: evitación del peligro, el dolor...) se basará en los problemas del tránsito, de acuerdo a parámetros tales como: señalización internacional, corrección o no de las velocidades máximas y otros.

Se tendrá en cuenta la seguridad para evitar violencia contra los turistas: robos, asaltos, etc.

Asimismo serán objeto de cómputo, los obstáculos debido a construcciones, y desagües, respecto a su seguridad y otros.

El tercer tipo de necesidades (3-De desarrollo estacional y social: amor, afecto y asociación) puede ser evaluado, teniendo presente las potencialidades educativas para llegar a satisfacerlas: idioma, buen trato, eliminación de conductas que causen molestias a los turistas y otras. Aquí cabe la utilización de las teorías del contacto y de la disonancia cognitiva (Ver cap. VI)

La comunidad puede ser una propiciadora de (4-De desarrollo personal y autoestima.) mediante el desplegar de actividades predominantemente de orden cultural, concursos e intercambios donde pudieran participar los turistas.

En la evaluación de este acápite (5-De autorealización) y el anterior, es mejor dirigir los instrumentos a los turistas.

La interacción de los turistas con la comunidad varía cualitativamente, en dependencia del tipo de turismo y de turista. Para delimitar bien ésto se impone acumular cronológicamente, algunas distribuciones frecuenciales por tipo de turismo y de turista y por tipo de comunidades a los efectos de establecer comparaciones y arribar a algunos patrones.

Los trabajadores de un centro, pueden ser considerados como una comunidad y proceder a su evaluación, independientemente que estén sometidos a los procedimientos de selección de personal y que tengan su contenido de cargo.

Los resultados que puedan arrojar la aplicación de instrumentos, puede ayudarlos en el orden individual y puede ayudar al centro a un mejor desempeño.

Puede haber políticas locales susceptibles de mejorar y otras correspondientes a niveles superiores que pueden ser informadas, en cuanto a las deficiencias que poseen.

Cuando los centros son independientes, la acción promotora puede ayudar a establecer las coordinaciones necesarias.

Nadie podría negar que la potenciación de las comunidades, en las que ha de interaccionar el turista, ha de traer algún mejoramiento de los índices que hemos propuesto, para medir el aumento de la selectividad de un centro o destino. Pero es bueno saber, cual es la contribución de la comunidad a esos incrementos.

El problema consiste en tener noción de la eficiencia, habidas cuentas que la potenciación de las comunidades ha de acarrear determinados gastos. Esto se resuelve si se aplican instrumentos, a los turistas en retorno y a los que han venido por propagandización espontánea, donde se recabe el recuerdo de las comunidades y las más notables participaciones turísticas.

## CAPITULO 6

### IMPACTO SOCIAL DEL TURISMO

De alguna manera hemos hablado sobre el impacto del turismo, tanto considerándolo como factor de desarrollo, como planteando algunos de sus inconvenientes (Ver 1.2, 4.2 y otros). Nos corresponde tratar de los métodos de investigación que pudieran emplearse para, mediante la concreción de estos inconvenientes posibilitar recomendaciones atendibles, tendientes a minimizarlos (Jhon Ap, 1992, p.665)

Si bien a nivel de destino, establecimiento o país se perciben importantes dividendos en el orden económico, se hace necesario estudiar profundamente su impacto a niveles macrosocial y comunitario, por dos razones:

La primera de ellas es que el turismo puede causar y causa determinados perjuicios y molestias a nivel comunitario, que pueden llegar a repercutir a nivel macrosocial.

La segunda consiste en que existen posibilidades de potenciar la acción comunitaria en aras de aumentar la calidad de la oferta turística.

En el estudio de los problemas del impacto hay que tener presente, en el caso de una potenciación favorable, los problemas de actitud de los habitantes y las diferencias en el orden cultural y tecnológicos entre los lugares de donde proceden

los turistas y las comunidades implicadas.(Cater,1987;Pearce,1988)

La ampliación de lo dicho, lo enmarcaremos ampliando los siguientes aspectos:

Los daños que se le ocasionan al campo y ,desde el punto de vista urbanístico, a la ciudad.

## 6.1-IMPACTO DEL TURISMO RURAL.

Para analizar el impacto del turismo rural, hay que tener claridad en que consiste este tipo de turismo.

La concurrencia de turistas a la naturaleza abierta se produce, desde los mismos inicios del turismo moderno. La búsqueda del sol y la playa ha sido lo mas abundante, pero también el denominado turismo de aventuras, dentro del cual incluimos el alpinismo.

En los momentos actuales, asistimos al problema de la saturación del turismo de playa, sobre todo en el mediterráneo, y a la oferta -demanda de capacidades situadas en el medio rural, de cierta envergadura.

El tratamiento del problema, soslayando algunos antecedentes, lo encontramos en Internet bajo el rubro de turismo y teorías de población

Este tratamiento está dentro de la lógica de este trabajo, pero la problemática tratada no urge para nuestro ámbito, ni nuestro turismo de sol y de playa está cerca de una saturación que pudiera producir un fenómeno similar.

Podríamos discutir acerca de la avenibilidad de las teorías que soportan los planteamientos sociológicos de los autores, pero esto rebasaría los propósitos de este trabajo o dicho en otros términos: esto desentonaría.

No obstante, la insoslayable necesidad de dar cierta universalidad a la información, nos lleva a presentar las ideas, aunque someramente, del moderno turismo rural (Emilio TR, 2003)

La ruralidad y lo rural.

Cuando se habla de "lo rural" suele considerarse, el significado de este término, como un antípoda de lo urbano. No negamos que esto sea útil para ciertos usos, pero en este caso, preferimos ofrecer un diapasón más amplio, acorde con la necesidad de dar un tratamiento adecuado a la idea, de lo que es hoy el turismo

rural.

Como rural, se entiende también, aquellas poblaciones que tienen determinado número de habitantes o que se dedica a una determinada actividad económica. Esto puede incluir pequeños poblados, asociados a ingenios azucareros, a cooperativas agrícolas, a comunidades mineras y similares. Es usual encontrar esta definición, en las leyendas censales.

*"Siguiendo la definición anterior de rural, podríamos concluir que Turismo Rural es aquel turismo que se desarrolla en el medio rural. Pero esto no queda así, pues hoy en día cuando mencionamos este término, estamos haciendo referencia a toda una estrategia de actuaciones referentes al turismo en el medio rural. Estas quedan sintetizadas en fomentar un turismo no concentrado, respetuoso con el medio ambiente, la arquitectura y costumbres locales, de desarrollo endógeno y con el objetivo de ser un complemento económico para las familias rurales"*( Emilio TR,2003) .

El turismo rural se diferencia del turismo clásico, en que este último es un turismo que se desarrolla y fue concebido en el medio urbano.

*"Un turismo que en su medio sería impensable y que además sintoniza con la nueva ideología post-materialista, en la que priman valores como el ecologismo, búsqueda de lo auténtico, la aventura, etc."* (Emilio TR, 2003).

Después de esta pequeña reseña podremos referirnos a las consecuencias futuras de este turismo, a su tendencia y a su forma de presentación actual en nuestros países con nuestros criterios acerca de su desenvolvimiento futuro.

Empezaremos por desestimar el perpetuo aislamiento como ideal turístico rural .La huida de la enajenación citadina cuenta con el fundamento paralelo de la división social del trabajo (Durkheim, 1976) que puede traducirse en criados, hombres de oficios como carpinteros albañiles y otros. La necesidad de agua potable y de baño natural puede llevar a concurrencia turística a ríos, lagunas o lagos. Todo esto con la aparición de desechos y el consiguiente daño ambiental.

Si bien, este tipo de daño no podría ser comparable al que produce la industria, fundamentalmente la industria química, se cuenta con la desventaja del desconocimiento y del descontrol, respecto al daño producido.

La tendencia llevaría a la curva de afectaciones hasta decrementos de las inversiones de la producción agrícola en favor de las inversiones y ocupación turística.

La forma de presentación actual en nuestros países, de un turismo rural, puede tipificarse en:

-Un turismo de ida y vuelta al campo con permanencia turística en la ciudad y un turismo con permanencia turística en el campo.

Dentro de ésta dicotomía se desarrollan:

1-Formas del turismo de aventuras, comprendiendo el alpinismo y la caza.

2-Formas del turismo científico-cultural. Lo dual se debe a que muchos centros culturales de los indios americanos han quedado enclavados en las actuales zonas rurales.

Un turismo rural similar al europeo no es previsible por el momento. Esto no evita que nos asomemos a sus posibles consecuencias.

Tenemos que considerar la refracción de este tipo de turismo, al producirse con la visita de turistas provenientes, en su mayoría, de países desarrollados a comunidades rurales de países subdesarrollados.

Esto acrecentaría el costo social del turismo, mediante el incremento de una de las formas que adopta el turismo espurio en los países subdesarrollados: Este es el que se compone de personas que mediante la adquisición del estatus de turistas, se asocian al incremento de la prostitución, la trata de blancas y nefastas cosas similares.

## 6.2-EL IMPACTO DEL TURISMO EN LA CIUDAD.

¿En qué medida afectan los desplazamientos interurbanos de turistas las relaciones socio espaciales de la ciudad?

La ciudad está sometida a continuos cambios en razón de factores inherentes a la propia ciudad sin que intervengan factores externos. Problemas que, a la postre, tienen que ver con la economía traen por consecuencia migraciones y movimientos de desplazamiento intercomunitario (Pérez Montero O., 1997)

hacia ella ,que son responsables, también de determinados cambios.

Hay otros movimientos poblacionales hacia la ciudad, que aunque no implican cambio de domicilio permanente, traen por consecuencia, cambios en la misma. Entre tales movimientos tenemos a los movimientos pendulares y al desplazamiento de turistas hacia la misma.

Un primer cambio se produce en el orden de las instalaciones. Aparecen restaurantes, hoteles, clubes y similares. Algunas casas de particulares que han de albergar turistas, empiezan a modificarse, a la par que se modifica la gente, que vive dentro de ella.

Los cambios que en el orden cualitativo se producen en la ciudad a los que pudieran estar asociados los movimientos de turistas son perceptibles por una misma generación de individuos.

- En los estudios realizados, por los autores , en diferentes comunidades se han revelado los siguientes cambios: Transformaciones en indicadores socioculturales de la comunidad:
- Cambios conductuales en el aspecto sociolaboral, producto de la incorporación de habitantes de la comunidad a la labor de intérpretes y guías ,muchos de los cuales sirven de intermediarios para la realización de actividades relacionadas con la prostitución en cuanto actividad ilegal ,el juego, las ventas ilícitas y otros delitos. Estas formas de conducta anómala, al recibir el consenso de la comunidad, trae por consecuencia el desencadenamiento, de muchas otras actividades, ajenas a las normas de buena conducta, tanto con o sin la presencia de turistas.
- Se ha observado que los movimientos turísticos, son una fuente más de actividades para los individuos, que forman parte de los movimientos pendulares, que se producen desde zonas aledañas a la ciudad.

Cómo es sabido, entre las causales de dichos movimientos está la realización de ventas de diferente índole. Ante la presencia de turistas, tiene lugar algún cambio de la oferta de productos, acorde con el nuevo mercado.

Una consecuencia de los movimientos pendulares es su transformación en migraciones, lo cual significa el establecimiento de sus integrantes en domicilios permanentes en la ciudad. El turismo es un acicate para el incremento de este componente del crecimiento de la ciudad, lo cual no es muy favorable para la



misma.

- Los movimientos de turistas y su ubicación en la ciudad, pueden llegar a provocar cambios en las características ocupacionales y profesionales de sus miembros. Esto es un hecho, en aquellas ciudades donde el movimiento turístico alcanza un gran volumen y se observa como tendencia, donde los volúmenes son menores. Lógicamente, es un corolario de lo planteado en líneas anteriores.

La afluencia de turistas en la ciudad, tiene un efecto multiplicativo sobre el desplazamiento de personas hacia y en diferentes direcciones de la ciudad. De esta manera puede contribuir a los cambios que en el orden físico se producen en la misma. Pudiéramos citar (Pérez Montero, 1997) algunos indicadores susceptibles a cambios tales como: índice de urbanización o suburbanización.

La acción multiplicadora del turismo sobre la cuantía y composición de los otros movimientos hacia la ciudad, resulta paradójica en el sentido de que como consecuencia de ello, se empeoran índices como los de la salud y el delito, que son determinantes de la calidad del producto turístico. Cualquier equilibrio o incremento del volumen turístico, no significa la ausencia de reacción ante el empeoramiento de los índices, sino un cambio cualitativo del turismo.

Indicadores desfavorables en los órdenes mencionados atraen al turismo espurio en la búsqueda de prostitución barata, trata de blancas y otros delitos o violaciones.

El turismo basado en intereses culturales es de mayor calidad, pero su incremento requiere de una atención centralizada que une a todos los factores, en la creación de condiciones que atraigan a ese tipo de turismo.

Son interesantes los planteamientos de Juncosa, sobre el turismo cultural:

*"Entre los factores que conforman el desarrollo del turismo cultural podemos destacar, en primer lugar, el afán preservacionista de un público cada vez más sensible a la destrucción medioambiental, las limitaciones de la oferta de sol y playa (a pesar de su crecimiento) y el incremento del nivel cultural de la población; por último cabe destacar las nuevas políticas de promoción rural y cultural tanto a nivel europeo como local. Es la suma de estos factores lo que genera un beneficio mutuo: la aproximación del turista al patrimonio fomenta el interés por su*

*conservación, y el patrimonio ayuda a revitalizar y diversificar la oferta turística"*(Juncosa, 2003).

No obstante, estamos obligados a considerar al turismo cultural desde la óptica del subdesarrollo, donde suelen presentarse afectaciones a la identidad que se manifiestan en productos culturales no autóctonos bajo la errónea divisa de complacer al turista.

A pesar de estos inconvenientes, sostenemos que el producto turístico ciudadano, tiene como mejor componente al turismo cultural.

### 6.3-LA INTERACCION TURISTAS RESIDENTES.

La interacción turista residente puede dar lugar a la adopción de distintas normas de conducta, alejadas de lo que normalmente habría de esperarse de los habitantes, dada su educación, costumbres y tradiciones culturales.

Con una óptica psicosocial, San Martín plantea:

*"La interacción entre turistas y residentes puede dar lugar a cambios actitudinales en éstos.(San Martín Garcia J. E.,1997,p.77) Así como procesos de influencia social y cultural.(Pearce,1988;Ap,1992)"*

(San Martín Garcia, 1997 p.92-107) trata las teorías sobre el cambio de actitud.

(McGuire, 1969, 1985)a través de su modelo de procesamiento de la información ,sostiene que el efecto persuasivo de un mensaje es el producto de al menos cinco pasos :

1-atención

2-comprensión

3-aceptación

4-retención

5-conducta

El empleo de este modelo en la implementación de instrumentos sociológicos ha arrojado como resultado que:

Se da una reciprocidad en los cambios de actitud y conducta .Es decir: se presentan cambios en los residentes pero también se presentan en los turistas. Esos cambios requieren ser analizados según los pasos del modelo.

Según sea la atención así se podrá esperar determinado espectro actitudinal-

conductual. Pero tenemos que distinguir entre categorías o clases de atención para lograr matrices expresivas de los espectros mencionados.

La expresión de niveles de premisas de la atención se justifica en la consideración hipotética acerca del papel del conocimiento previo en los resultados de la observación. Un segundo grupos de premisas expresan gradaciones de la intención interactiva.

Entre el turista y el residente hay una notable diferencia respecto al objeto de la atención. El turista tiene ante sí, como objeto de observación, toda la riqueza de la cultura, mientras que el residente tiene sólo al turista como representativo de la cultura.

La imagen del residente está distorsionada por la falta de representatividad No tiene ante sí, a personas tal y como se comportarían en su medio, inmersos en sus tareas cotidianas. si falta alguna autenticidad en uno de los grupos, es en el grupo de turistas.

Hechas estas aclaraciones expresaremos como niveles de conocimientos previos a la observación, los siguientes:

- 1-Ningún conocimiento sobre la cultura.(c1)
- 2-Algún conocimiento de la cultura nacional. (c2) (Kottak, 1994)
- 3-Algún conocimiento acerca de la subcultura. (c3) (Ibid)
- 4-Conocimiento de la cultura.(c4)

La gradación de la intención interactiva la expresamos del siguiente modo:

- 1-Ninguna intención de interaccionar o interaccionar con fines lucrativos. (I1)
- 2-Intención de interacción para la aprehensión al nivel cognitivo. (I2)
- 3-Intención de interacción para la aprehensión al nivel de alguna realización.(I3)
- 4-Intención de interacción para la aprehensión al nivel de formas culturales como el idioma, el arte u otros. (I4)

Los 16 pares (Ci , Ij) constituyen los caracterizadores de los niveles de atención.

Pudiera haber alguna objeción respecto a las gradaciones de la intención interactiva, en cuanto significan alguna clase de actitud. A esto podemos responder, que se trata de actitudes a la entrada del proceso interactivo y lo que se desea es determinar, el espectro de actitudes o conductas a la salida del

proceso o sea al final del mismo.

El efectivo contacto entre turistas y residentes trae las consecuencias de todo intercambio cultural, esto es: la incorporación de algunos elementos de la cultura foránea en cuestión.

Esta hipótesis tiene su fundamento en la teoría antropológica del difusionismo cultural mas que avalada por datos históricos. Valga mencionar como caso extremo intercambios culturales producidos entre culturas, de las cuales una ha sometido a la otra por la fuerza. Así, a conquistadora Europa adquirió la cultura de la papa, el tabaco y otros consumos oriundos de la esclavizada América.

En el caso de los resultados que arroja el intercambio turista-residente, ya en la denominada etapa de "comprensión", es conveniente apelar a la posible correspondencia de los pares expresivos de las premisas de la atención con grupos pertenecientes a tipos de turismo determinado.

De esta manera, podemos esperar, con una alta probabilidad que los grupos de turistas pertenecientes al tipo de "sol y playa", pertenezcan a su vez al par premisario (1,1) o lo que es lo mismo: No tengan ningún conocimiento sobre la cultura a la cual pertenece el destino y tengan ninguna intención de interaccionar.

Con respecto al grupo de residentes que contacta, con mayor temporalidad, con este grupo de turismo podemos decir que pertenece a un par premisario y es, fundamentalmente, el grupo laboral que atiende al grupo de turistas.

Si el grupo laboral está bien seleccionado, sus integrantes han de tener conocimiento del idioma, de la cultura nacional y de algunas de las costumbres de los turistas. Podiéramos ubicarlos en el par preemisario (2,1)

En este caso, los procesos de comprensión, aceptación y retención, por parte del grupo de turistas tienden a ser nulos, con una alta probabilidad. El grupo residente es poco representativo de la cultura, exhibiendo, por el contrario, rasgos de la cultura internacional (Kottak, 1994, p.40).

Es de esperarse, en estas condiciones, una aprehensión de la cultura foránea del ocio, que siendo transitoria en el turista, es asimilada por el residente como expresiva de la cultura foránea.

La formulación de otras hipótesis en el análisis de la interacción turista residente

en el estudio del impacto, puede apoyarse en una matriz 16x16, donde se pueden expresar la pertenencia a premisorios de los distintos grupos de turistas y grupos correspondientes de residentes.

Nos inclinamos porque esta matriz tenga un carácter ad hoc, dado a las variaciones, que presumiblemente han de presentarse de un país a otro y aún entre destinos de un mismo país.

En la investigación de la interacción turista residente, siguiendo el mismo esquema planteado anteriormente, cabe la utilización de diferentes modelos que pueden extraerse de teorías o hipótesis en boga.

La denominada "teoría de la disonancia cognitiva" que no es mas que una argumentación teórica, que a nuestro juicio no alcanza el rango de teoría científica, es usada en la investigación de la interacción turista residente o en la relación turista-turista.

El proceso que tiene lugar en la mente del sujeto, según Fesinger, creador de la teoría de la disonancia cognitiva (Fesingerf, 1957), es de naturaleza convergente hacia el equilibrio cognitivo en el mundo subjetivo. Esto puede ser modelado según un proceso informativo en el que tiene lugar una disminución de la entropía en cada proceso particular.

La concreción de los modelos a que da lugar esta teoría se puede lograr, en el caso de la investigación de la interacción turista residente, teniendo presente los siguientes pares de informaciones:

1-La que tiene el turista antes, con las siguientes variantes:

1.1-Conocimiento a priori del residente atribuyéndole los rasgos de una cultura internacional. Como ejemplo tenemos, el juicio que se puede hacer el turista de un mexicano o de un cubano, por el conocimiento que pueda tener de las características comunes a los latinoamericanos.

1.2-Conocimiento a priori del residente, por su pertenencia a alguna clase, estrato o raza.

1.3-Conocimiento a priori del residente, por información que se tiene del nivel nacional.

1.4-Conocimiento a priori del residente por informaciones que se tienen del nivel

subcultural.

2-Las que adquiere el turista después de la interacción con el residente y que cuando no concordara con su conocimiento a priori, daría lugar a la disonancia cognitiva. Estas informaciones a posteriori constituirían los pares mencionados, al aparearlos con las clases de conocimientos a priori.

Podríamos diseñar instrumentos, desde una óptica sociológica, para investigar pormenores de la interacción turista residente correspondientemente con el modelo inicial, en la fase de la comprensión a la aceptación.

Para la investigación psicosocial y para la labor promocional, revisten interés los pasos de Zajonc:

(Zajonc, 1968b) resume la teoría de Fesinger en los siguientes pasos:

1-La disonancia cognitiva es un estado desagradable.

2-Por lo tanto el individuo va a tratar de reducirla o eliminarla y actúa evitando los acontecimientos que la aumenten.

3-El individuo que se halla en consonancia evita los acontecimientos que producen disonancia.

4-La intensidad de la disonancia varía en función

a) De la importancia de las cogniciones implicadas.

b) De la proporción del número de cogniciones que se encuentran en relación de disonancia.

5) La fuerza de las tendencias indicadas en los puntos 2 y 3 es una función directa de la intensidad de la disonancia.

6) La disonancia cognitiva puede reducirse únicamente:

a) añadiendo nuevas cogniciones o

b) cambiando las existentes.

7) La adición de nuevas cogniciones reduce la disonancia si

a) las nuevas cogniciones añaden peso a una de las partes, de ese modo disminuye la proporción de elementos cognitivos disonantes o

b) las nuevas cogniciones cambian la importancia de los elementos cognitivos que están en relación disonante entre si.

8) El cambio de las cogniciones existentes reduce la disonancia si

- a) su nuevo contenido las hacen menos contradictorias con otras o
- b) se reduce su importancia.

9) Si no es posible añadir nuevas cogniciones, o cambiar las ya existentes por medio de un proceso pasivo, se recurrirá a conductas que tengan consecuencias que favorezcan la consonancia

San Martín, acota la precisión de Fesinger a la teoría cuando expresa:

*Posteriormente Fesinger (1964) amplió su teoría sobre la consideración de que la disonancia entre cogniciones no basta para que surja la disonancia, sino que es necesario que el sujeto se haya comprometido libremente por una opción. Esta opción implica que el sujeto pueda tomar una u otra decisión y que tenga plena conciencia de las implicaciones en cada caso.*

En Pearce encontramos elementos para el estudio de la interacción turista residente (Pearce, 1982a). Los resumimos en los siguientes pasos:

1-Los viajes internacionales promueven la comprensión y la tolerancia hacia las otras culturas. (Waters, 1966; Kelman, 1962; Reagan, 1985)

Algunas citas textuales al respecto, se pueden encontrar en :

(Powell, 1978, p.3)

(Kaiser y Helber, 1978, p.IX)

Visiones negativas del turismo. (Borstin, 1961). Se ve en el turista una persona superficial interesada solamente en aquello que tribute a su recreación y otras cuestiones relacionadas con su viaje. (Barthes, 1973; de Kadt, 1991)

3-Hay una posición intermedia donde se acepta que ,al menos, potencialmente el turismo ejerce una acción positiva sobre la actitud de los turistas. (Ryan, 1991) (Fisher y Price, 1991)

Citas al respecto se encuentran en:

(Fridgen, 1984 p.32) (D'Amore, 1988, p.35)

*El turismo correctamente diseñado y desarrollado, tiene el potencial de ayudar de unir las distancias culturales y psicológicas que separan las personas de diversas razas, color, religión y fase de desarrollo social y económico". (D'Amore, 1988, p.39)*  
en (San Martín García J. E., 1997, p.96)

De acuerdo con lo expresado anteriormente, San Martín García explica la

avenencia de la hipótesis del contacto del siguiente modo:

*"Por consiguiente, se hace necesario conocer bajo que condiciones el contacto que se produce entre turistas y residentes puede provocar un cambio en las actitudes. Estas condiciones han sido puestas de manifiesto por la hipótesis del contacto". (San Martín García J.E., 1997, p.97)*

## HIPOTESIS DEL CONTACTO

Desarrollada en los Estados Unidos, después de finalizada la segunda guerra mundial, con el objeto de estudiar el impacto social entre dos grupos culturales o étnicos, ha sido trabajada por distintos autores. (San Martín García J. E. 1997 p.97-99)

Se considera, de acuerdo con esta hipótesis, que el contacto entre dos grupos ha de producir un cambio de actitud entre los miembros respectivos acerca del grupo ajeno.

Debido a lo cuestionable que resulta la validez universal de la hipótesis según puedan considerarse favorables o no diversas condiciones, para el cambio, se pueden tomar dos caminos:

El primero podía consistir en estudiar las condiciones según el caso que nos ocupe y el segundo se encaminaría hacia un mayor esfuerzo de generalización.

San Martín García (1987 p.99-103) presenta algunos ejemplos, pero en ellos no se observa una utilización ortodoxa de la hipótesis.

Los estudios de actitud se pueden hacer desde la óptica de la Teoría de la Identidad Social.

## TEORIA DE LA IDENTIDAD SOCIAL

El problema de la identidad ha sido considerado en distintas disciplinas científicas. Entre ellas tenemos ciencias formales como la Lógica y la Matemática, ciencias sociales como la Filosofía, la Psicología Social, la Sociología y otras.

Reviste interés para nuestro trabajo, destacar la diferencia entre la identidad concebida por las ciencias formales y la concebida por las ciencias no formales.

A este respecto, en las ciencias formales se consideran la identidad como relación entre objetos abstractos y por lo tanto son totalmente coincidentes. Esta identidad



lo es, en definitiva una identidad, del objeto abstracto, consigo mismo.

Cuando, dentro de las propias ciencias formales, se pasa a las aplicaciones y los objetos implicados, abstractos todavía, tienen menor nivel de abstracción, entonces la relación de identidad adquiere un carácter relativo.

Estos objetos, poseedores de determinadas propiedades, son idénticos, si y sólo si consideramos en ellos las propiedades coincidentes. Inclusive, si consideramos la variación temporal de los objetos se hace cuestionable entonces, la identidad de un objeto de esta índole, consigo mismo.

Cuando hablamos de identidad en ciencias no formales, el estudio de la misma se complica. Esto ocurre, en primera instancia, porque los objetos de las ciencias no formales se hallan en equilibrio inestable respecto a las variaciones espacio-temporales.

Hacemos alguna exclusión de la Filosofía sólo en el sentido de que ella no se ocupa de los objetos de las ciencias particulares, sino que trata a la propia relación de identidad como un objeto.

La trilogía de ciencias constituida por la Sociología, la Psicología Social y la Antropología Sociocultural tienen en común el hecho que la identidad está sometida a variabilidades espaciales, temporales, sociales en vertientes socioespaciales y sociotemporales y culturales en sus vertientes culturoespaciales y culturotemporales.

Con una conceptualización adecuada a la Psicología Social George Herbert Mead (1863-1931) imprimió un gran desarrollo a las ideas sobre la "identidad social". En la década de los 70 tuvo lugar el estudio sistemático de la conceptualización introducida por Mead (Mead H. G, 1953), de forma general y asociada a la teoría de grupos (Wander Zanden, 1977) (Wander Zanden J.W.- Social Psychology-Random House(Instructor's Manual), New York 1977, p.20-25 y 58-95)

El concepto de identidad social es utilizado para investigar los cambios que puedan producirse por la interacción de dos grupos. Estos cambios se expresan preferentemente en términos de conceptos psicosociales como la "actitud".

En el caso del turismo, son dignos de estudio algunos pares de grupos como:

turistas-turistas, turistas- comunidad, turistas-empleomanía, entre otros.

Fundamentalmente en lo que respecta a la actitud de un grupo hacia otro. Para este análisis empezaremos con la definición de "identidad social".

Como identidad social se consideran:

*"aquellos aspectos del concepto del yo de un individuo basados en su pertenencia a grupos o categorías sociales junto con sus correlatos psicológicos emocionales, evaluativos..." (Turner. 1990, p.38)*

Esta concepción psicosocial se aviene a la definición de grupo dada anteriormente:

*"conjunto de individuos que se percibe a si mismo como miembro de la misma categoría social que comparten alguna implicación emocional en esta definición común de si mismos y que logran algún grado de consenso social acerca de la evaluación de su grupo y de su pertenencia a él". (Taifel y Turner ,1989,p.238-239)*

El individuo dotado de identidad social, puede ser capaz, en virtud de las definiciones, de expresar cogniciones y desarrollar actitudes respecto a su mismo grupo (endogrupo)

Este podría ser el contenido de la primera parte de una premisa de la "teoría de la identidad".La segunda parte habría de estar relacionada con las cogniciones y actitudes respecto a un grupo externo (exogrupo).

(San Martín García J.E.,1997 p.103-104) expresa al respecto:

*"La idea sobre la que se basa la teoría de la identidad social es que el sesgo endogrupal es una característica omnipresente en las relaciones intergrupales (Taifel y Turner, 1989).De esta forma la mera percepción de pertenencia a dos grupos distintos es decir, la categorización social per se, es suficiente para desencadenar la discriminación intergrupala a favor del endogrupo (Huici, 1987)"*

Algo de primordial importancia para la aplicación de la teoría de la identidad social a casos concretos consiste en disponer los instrumentos experimentales de manera que se distingan los resultados debidos a lo expresado en la teoría de la identidad social de los resultados donde obran las condiciones manifestadas en la teoría de la disonancia cognitiva, la hipótesis del contacto u otras. Los instrumentos experimentales deben tener *selectividad*.

## Capítulo 7 El costos socioecológico del turismo

Con este capítulo cumplimos con la tarea de: indagar en la literatura las formas y la profundidad en que la sociología trata los problemas socioecológicos engendrados por el turismo.

La importancia de este apartado radica en lo factible que resulta el análisis de los costos socioecológicos desde diferentes perspectivas, especialmente las que tributan a la Sociología.

Ello nos permitió determinar las dimensiones de análisis, los métodos y enfoques teóricos utilizados por los diferentes autores, a fin de comprender las relaciones y regularidades de las pérdidas del turismo.

Este capítulo constituye un momento en la determinación de los indicios para la realización de la conceptualización para la elaboración del modelo. Ambos elementos el factual y el bibliográfico confluyen en lo concreto como una forma del conocimiento del objeto estudiado.

Para lograr captar los enfoques hemos realizado un recorrido por las diferentes perspectivas de análisis que desde la Sociología, la Sociología del Turismo y la Sociología Medio Ambiental se interesan por la temática.

Los costos sociales<sup>1</sup> han sido tratados por diferentes autores, introduciendo en sus estudios los elementos ambientales que ocasionan daños al funcionamiento social. Uno de estos investigadores refiere que los costos sociales significan déficit, condiciones de habitabilidad o de vida inaceptable y han de ser sufridos por ciertas clases sociales como los trabajadores (Capel, 1 983).

Los costos sociales según el autor en cuestión se refieren al déficit de pavimentación, alumbrado, servicios de agua y desagüe insuficiente, la falta de zonas verdes, agregándole a ello la contaminación y la degradación del medio

ambiente... no solo en el medio vegetal sino en la salud de los ciudadanos... Los costos sociales se expresan en la anomia o conductas desviadas, tensiones emocionales, la imposición de fuertes ritmos de trabajo, valores de competencia, entre otros no menos importantes (Capel, 1983, 78-84).

En este sentido el tratamiento de los costos se ha reflejado analizando la variable crecimiento urbano a la luz del sistema capitalista como expresión de la actividad humana. Si bien este enfoque no contempla el fenómeno del turismo, nos permite presentar los costos como los perjuicios que trae aparejado cualquier actividad humana necesitada de la utilización de recursos naturales, provocando cambio en la estructura social.

Los costos son tratados además, desde la siguiente trilogía: medio ambiente-natural, estructura y conflicto sociales, aludiéndose que la organización y los niveles de conflictos se han podido matizar por medio de una presión ambiental sobre el medio natural y a la externalización<sup>2</sup> de los costos de esa presión, descargándolo sobre el mundo preindustrial como sobre las generaciones futuras (Beck, 1995).

Estos perjuicios se introducen dentro de los elementos a tener en cuenta para la sostenibilidad así como la distribución de los costos ambientales relacionados con las clases sociales más necesitadas, con la vulnerabilidad de los territorios y con las acciones correctoras que desde ellos se realizan (Beck, 1995). La ausencia de estas acciones unido a otras variables desembocan en conflictos ecológicos ensanchando la problemática a una dimensión socioecológica.

Apuntando otra perspectiva sociológica de los costos podemos referirnos al Indicador del Progreso Genuino (IPG) y su metodología asociada que realiza un recorrido desde los costos de la delincuencia hasta los costos de la pérdida de la capa de ozono (Goodman y Wackernagel, 1999). El proceder de los autores se sustenta en fundamentos económicos, básicamente en la medición de los gastos

personales, inversiones en función de la desigualdad para el amortiguamiento de los costos que alcanzan las diferentes esferas de la realidad social y ambiental.

Aunque en la actualidad los análisis medio ambientalistas suelen proliferar, Cross (2 000) expone que algunas de esas raíces podemos encontrarla en Malthus (1 798), Durkheim (1 895), Marx (1 989), Weber (1 904) y Dunlap (2 001).

Como se observa, los costos sociales y ambientales han sido tratados desde perspectivas que han sido enriquecidas atendiendo a la indivisibilidad existente entre lo social y lo ecológico. Para contribuir a estos empeños creemos conveniente apoyar nuestros planteamientos en la Sociología General, la Sociología del Turismo y finalmente, la Sociología Medio Ambiental.

La utilización de esta interdisciplinariedad nos permitirá desarrollar una concepción para la comprensión de los costos socioecológicos del turismo apuntando a la interpretación del fenómeno turístico bajo las consideraciones de la Sociología Medio Ambiental como disciplina social que estudia la relación sociedad-naturaleza. Con ello se contribuye a una interpretación sociológica que permite implementar acciones para el logro del desarrollo turístico.

Cabe ahora referirnos a la Sociología del Turismo, empresa esta bastante compleja atendiendo a los planteamientos encontrados en las bibliografías analizadas. Como Sociología del Turismo<sup>3</sup> encontramos temas tales como: Turismo y población, la cultura y el turismo, impactos sociales y ambientales del turismo, entre otras, dirigidas básicamente a las consecuencias de la actividad según el tipo de turismo. Otros temas se encuentran en los estudios de sostenibilidad alejados, como los anteriores, del núcleo de la teoría sociológica.

Los estudios de Sociología del Turismo<sup>4</sup> están dirigidos a diferentes esferas de la realidad con disímiles características pero en lo que respecta a los costos sociales sobresalen los económicos y antropológicos.

Hablar de Sociología del Turismo concierne a reconocerla como perteneciente a la sociología general ejerciendo un papel metodológico respecto al resto de las ciencias sociales en lo que respecta al tratamiento de los costos siendo capaz de organizar los estudios existentes con este propósito (Matute, 2 004).

Sin pretensiones de empujear los análisis realizados debemos señalar que la Sociología debe inclinarse a los estudios encaminados a la evolución del turismo como fuente de desarrollo de los territorios, en este sentido debe profundizarse en la forma de enfrentar los perjuicios del sector turístico.

Para alcanzar este propósito, consideramos que:

- El fenómeno de los costos socioecológicos del turismo, es comprensible desde la perspectiva de las teorías sociológicas, las consideraciones de la Sociología Medio Ambiental y las Teorías del Turismo.
- Los costos socioecológicos del turismo, entendidos como costos sociales, admiten un estudio dentro de la concurrencia de la teoría de control<sup>11</sup>, como una forma más precisa del tratamiento que recibe el control social en la teoría sociológica.
- Debe atenderse a las instituciones sociales representantes de la sociedad receptora de turismo.

Desde la Teoría del Turismo<sup>5</sup>, en voz de especialistas de diferentes ciencias, hemos encontrado propuestas que expresan modelos interpretativos del fenómeno, enriquecidos con las concepciones de las ciencias de la cual proceden los investigadores que los sostienen.

La raíz de estos estudios se encuentra en sus pioneros, que tenían el plano económico como el elemento de análisis fundamental. Primeramente podemos mencionar la llamada corriente cinética apoyada en el movimiento de los viajeros, Schwink (1 929) y Bormann (1 930), asumiendo la importancia de las interacciones sociales para el estudio del turismo. En un segundo plano de este desarrollo se encuentra la corriente psicosocial, interesándose por los motivos de los viajes asociados a las interacciones sociales (Stradner y Morgenroth, 1 930).

Estos enfoques iniciales dieron orígenes a las escuelas que se esforzaron en el análisis del turismo, entre ellas se encuentran la económica, Fernández (1 967) y Figuerola (1 980), la humanista (Krapf, 1 942), esta última apoyada en ideas psicosociales.

Finalmente, la escuela sociológica del turismo comenzó a relacionar los fundamentos de la escuela económica y humanista (psicosocial); en esta misma línea sociológica se encuentran el aporte del análisis medio ambiental y la planificación de los espacios del turismo (Ash y Turner, 1 975).

De este breve análisis se deduce que el desarrollo de las diferentes perspectivas para el entendimiento del turismo como proceso social responde a las diferentes dimensiones de la realidad que se relacionan con la actividad turística.

El último planteamiento reconoce a la Sociología como la ciencia general de la sociedad en la medida que se ampara en sus fundamentos y perspectivas pudiendo darle a las dimensiones implicadas con el turismo un tratamiento general contentivo de las diferentes aristas.

Para ello, es necesario profundizar en los enfoques que ha asumido el turismo para el tratamiento de sus costos, como una manera de enfrentar las complejas problemáticas socioecológicas que son inherentes al sector turístico.

Los estudios relacionados con el turismo son muy diversos, pero en lo tocante a los problemas socioecológicos suelen despuntar los análisis económicos, psicológicos y medio ambientales. Contribuyen al entendimiento de los costos socioecológicos, los modelos de impactos del turismo al igual que los diferentes enfoques dirigidos desde la sostenibilidad, Doxey (1976), Bjorklund y Philbricks (1975), Smith (1989), Plog (1991) y Butler (1980)<sup>6,7</sup>.

Los planteamientos que dan sentido a la teoría del turismo refuerzan la idea del permanente impacto del turismo en las comunidades<sup>8</sup>, en la medida que se analiza desde la perspectiva turista-residente, donde se reflejan los costos en el orden social que claramente se muestran en el marco ecológico, dada la indivisibilidad de los dos sistemas turístico y social, pues, en los mismos existe una relación, posible de graficar, tomando como referente la imagen de un diálogo, donde la influencia de una parte generará un cambio en la otra.

Entre las perspectivas mencionadas anteriormente se enfatiza el análisis psicográfico que se concreta en el alocentrismo y el de psicocentrismo. Desde esta perspectiva los destinos presentan una historia predecible que sigue la trayectoria de una curva normal del sistema psicográfico, expresándose en su análisis, el sentido de maximizar las ganancias de las inversiones, Plog (1991) y Page (1995).

En este análisis, se palpa la ausencia de las acciones correctoras por parte de los gestores con respecto a la dimensión socioecológica del destino turístico.

Desde la Antropología se han estudiado los impactos negativos del turismo en relación con las transformaciones culturales e identitarias, algunos de éstos son los estudios de Santana que incluyen el análisis del impacto cultural y los de Smith (1989) con su modelo de impacto sobre la localidad, los enfoques relacionados con el ánimo y el antagonismo entre la población local y los turistas.



Muchos son los estudios que desde la antropología reflejan la capacidad del turismo para generar impactos negativos en la cultura, igualmente, también son reconocidos los incentivos de éste (Smith, 1992).

Desde el Derecho y la Política se han desarrollado estrategias para evitar los costos ambientales del turismo, en este marco podemos mencionar la existencia de declaraciones internacionales<sup>9</sup> emanadas de la Cumbre de Río, el Programa para el Desarrollo Sostenible, la Agenda 21, todos ellos relacionados con medidas para minimizar los daños ambientales por parte de la actividad humana. Por tanto, no es casual la existencia en nuestra nación de una Ley del Medio Ambiente como la 81, que regula los procesos entre la actividad productiva y el medio natural; de ella se desprende la gestión ambiental del Estado a fin de proteger el medio ambiente y alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible del país. A ello se le suma un conjunto de Decretos para la protección de los recursos y la Estrategia Ambiental Nacional donde se incluye el turismo.

Todos estos empeños van dirigidos al control de los daños sociales y ecológicos de la actividad turística, con la dificultad de recibir un escaso tratamiento bajo la mirada de la teoría sociológica, la cual favorece el examen de los costos socioecológicos del turismo en relación con las instituciones y las acciones sociales en correspondencia con el flujo turístico.

En conclusión, el punto más alto en esta temática lo ha alcanzado la economía con su comparación costo-beneficios<sup>10</sup> que tiene como fin mostrar la deseabilidad social de un determinado proyecto.

Sin embargo, la valoración de los costos-beneficios va más allá de las ramas específicas de la economía, éstas tienen la finalidad de obtener un indicador monetario de la importancia que el medio ambiente tiene para el turismo.

Entre las metodologías para estos estudios se encuentran: el método de valoración contingente, el método del costo del viaje, el método de los costos

evitados o inducidos, entre otras, como el método Imput-Output<sup>11</sup> con una concepción más general de la interdependencia existente entre la economía turística y el medio ambiente.

El proceder específico de la economía para el análisis de los costos ambientales o externalidades, como también se le conocen por parte de los economistas, se basa en el reconocimiento de la cantidad de dinero que las personas están dispuestas a pagar para resarcir cualquier pérdida medio ambiental.

En nuestro país los estudios se encaminan a la evaluación del impacto ambiental amparado por la Ley 81, como por ejemplo, los enmarcados en la etapa de construcción de las entidades turísticas desde la perspectiva de la Arquitectura y la Geografía con los estudios de paisaje y sostenibilidad. A estos enfoques se pueden sumar la utilización de la Matriz de Impacto de Green y Moore<sup>12</sup>.

Por otra parte, en Cuba se han realizado análisis concretos desde la mencionada matriz de impactos ambientales del turismo donde se refleja descriptivamente las pérdidas generadas por el sector.

Las diferentes perspectivas a la que hemos hecho alusión reconocen las implicaciones sociales de los impactos ambientales, pero en su tratamiento resaltan más los medioambientales o económicos, teniendo como consecuencia un escaso análisis desde la visión sociológica. Por lo que el estudio se basa en la interrelación sociedad-naturaleza como dos hechos unitarios.

Por otra parte, mantenemos en este trabajo que el proceso turístico es sostenible en la medida que se refuerce con mecanismos sociológicos, considerados estos últimos como acciones correctoras. Para estos efectos, la Sociología debe cumplir un papel metodológico, dado por su característica generalizadora; además es el turismo un fenómeno que le compete a toda la sociedad.

Desde este enfoque nos permitimos presentar unas de las razones por la cual el tratamiento de los costos socioecológicos del turismo debe encararse con una visión indivisible de los sistemas social y ecológico, por ejemplo, el aumento del número de turistas en el destino sin un previo examen de la capacidad de carga, trae aparejado un deterioro considerable de los recursos que a su vez acarrearía consecuencias ecológicas negativas a corto o largo plazo; ello nos permite afirmar lo engorroso que sería en las condiciones actuales realizar un análisis sociológico del turismo sin la concurrencia de la perspectiva de la Sociología Medioambiental.

La acepción general del concepto medio ambiente nos brinda la posibilidad de estrechar el análisis de los costos y entenderlo a la luz de un esquema de entrada-salida<sup>13</sup> el cual expresa las relaciones de interdependencia existentes entre el flujo turístico, las instituciones sociales y los costos socioecológicos del turismo.

El análisis de los costos socioecológicos del turismo bajo la lógica de la entrada-salida<sup>14</sup> nos permite comprenderlo como un proceso donde se complementan los costos sociales y los ecológicos, además de incorporar a este análisis las acciones de las instituciones sociales en calidad de variables independientes de los costos y el flujo. Para estos propósitos tratamos las variables (instituciones) como estructuras sociales permitiéndonos generalizar esta concepción sociológica a partir de las consideraciones teóricas de la teoría del control<sup>15</sup>.

Por otra parte, la utilización de la Sociología Medio Ambiental en función del desarrollo de la Sociología del Turismo coadyuva al análisis de los procesos sociales en correspondencia con los procesos ambientales y a las alternativas que el entorno físico le crea a la sociedad (García, 2004). Para marcar este desarrollo es importante hacer referencia a la manera en que la Sociología visualiza el medio ambiente como variable sociológica.

En esta perenne relación entre sociedad-naturaleza y en nuestro caso concreto, turismo-entorno físico, se palpa el intercambio entre el turismo como proceso

social y el ambiente como proceso natural, en la medida que éste último constituye uno de los atractivos y el lugar de donde se extraen y depositan los recursos para el funcionamiento de la actividad turística.

La interacción entre sociedad-naturaleza es visualizada por diferentes autores de la sociología medio ambiental con el desarrollo de ideas como el complejo ecológico, Duncan y Schnon (1959a y 1959b), entendiendo la relación entre ambiente y sociedad de forma dialéctica con la incidencia de la población, la tecnología y el ambiente en la organización social. La óptica sociológica de esta relación se ha concentrado en el análisis de estas variables: población, tecnología, organización social, denominada ecuación del impacto ambiental (Dunlap, 1993). A estos enfoques se le han agregado otros componentes que se relacionan con el medio ambiente, como los valores y el conocimiento (Norgaard, 1994).

Indudablemente, los costos socioecológicos denuncian la complejidad medio ambiental expresada en términos de hermenéutica ambiental abriendo los sentidos de la razón aplicables a los problemas que conforman el turismo, ya que los mismos son de una naturaleza compleja (Leff, 2000).

Tomando las dimensiones: organización social, tecnología, poblaciones, ambiente, conocimiento y valores; el estudio de la cuestión turística se vería beneficiada con la introducción de dimensiones de análisis como las representaciones sociales tratadas a la luz de las consideraciones de la acción social y de los hechos sociales.

La complejidad de los costos socioecológicos del turismo se subraya en el número de componentes: las institucionales relacionados con él, el ajuste del turismo a la ley de la oferta y la demanda, el crecimiento del flujo y, consecuentemente con ello, la disminución de los recursos asociado a la forma en que las agencias sociales llevan a cabo su relación con el medio ambiente.

El tratamiento sociológico puede garantizar reflexiones que contengan lo planteado anteriormente, dado que en la historia de la Sociología el control ha sido una de sus ideas esenciales. La utilización de la perspectiva del control social permite el estudio del viajero como portador del costo-beneficio a razón que su presencia multiplica la existencia de problemas sociales en el destino turístico al aumentar la población en él, generándose con ello desequilibrios y debilitamientos en la provisión de recursos.

Los estudios sociológicos de los costos del turismo no pueden prescindir del medio ambiente físico como dimensión de análisis ya que, el turismo no es un sistema aislado que presenta individuos ansiosos por consumir, por el contrario, el turista se ha convertido en el verdadero evaluador de la calidad ambiental si tenemos en cuenta la aceptación o rechazo que hace del destino. La variable sociológica medio ambiente es digna de tenerla presente a razón que el medio físico ubica al turismo en una posición vulnerable cuando arremete contra él en forma de desastres naturales (Leroy, 2 001).

Por ello concordamos que la sociología debe brindar tratamientos en el orden teórico-metodológicos, que posibiliten diagnósticos en la esfera turística pudiendo servir de base para una sistematización de los estudios que se llevan acabo sobre los problemas sociales del turismo, específicamente en el análisis de la contradicción costo social-beneficio económico del fenómeno turístico (Matute, 2 004).

Para lograrlo se requieren esfuerzos investigativos en el orden social y ecológico que permitan cumplimentarlo desde una perspectiva interrelacionada capaz de visualizar las incapacidades de las instituciones sociales<sup>16</sup> para controlar los costos socioecológicos.

En este sentido la sistematización debe materializarse con el estudio de la realidad de los procesos sociales y ecológicos por los cuales atraviesa el turismo, teniendo

en cuenta las contradicciones sociales, económicas, culturales y políticas con respecto al medio ambiente. Estas dimensiones deben entenderse como variables generadoras de alternativas ambientales aptas para transformar las contradicciones de la acción turística, lo que amerita la puesta en práctica de acciones correctoras.

Desde una posición de interés social y científico, el tratamiento de las contradicciones sociales generadas por los costos socioecológicos han de corresponderles empeños tendientes a lograr una minimización de los perjuicios del turismo y con ello la maximización de los beneficios socioeconómicos, ya que definitivamente estos últimos tienen sus fuentes en los recursos naturales.

Por otro lado, en el análisis de los costos socioecológicos se deben de tener presentes, además de las entidades turísticas e instituciones que se relacionan con ellos, a los grupos sociales, en este caso los comunitarios y laborales, para determinar como los grupos e instituciones interactúan con el turismo y su medio físico natural.

La utilización de un enfoque sociológico para el estudio de los perjuicios del turismo potencia la mirada en las incidencias que afectan negativamente la empleomanía, la calidad de la oferta turística y la población (Matute, 2 004).

Estas implicaciones también trascienden al orden ecológico como soporte material del sistema de relaciones entre entidades turística y no turística. Esta situación nos sitúa en un fenómeno de hechura social basado claramente en acciones sociales marcadas en las interrelaciones, normas y condiciones que impone el proceso turístico.

La propuesta de la tesis nos acerca a un tratamiento específico con su expresión en un modelo sustentado en premisas epistemológicas, todo ello, apoyándonos en

las posibilidades de la teoría de control para la modelación de los costos socioecológicos del turismo posible bajo el papel metodológico de la Sociología.

En este sentido la contribución de instrumentos teórico-metodológicos por parte de la Sociología coadyuva al enriquecimiento del análisis del proceso turístico, sentándose las bases para tomar los resultados en el orden metodológico y práctico.

Cumpliendo con el objetivo se desarrolló este apartado determinándose las deficiencias que en el orden teórico y metodológico tienen las perspectivas analizadas. En correspondencia con ello encontramos que:

- Los costos socioecológico son de la competencia de la Sociología.
- Dada su importancia y diversidad de aristas son estudiados por diferentes disciplinas científicas como la Economía
- En el caso específico del Turismo es uno de sus componentes expresándose en algunas de sus perspectivas teóricas
- La Sociología Medio Ambiental contribuye a la comprensión y tratamiento de los costos socioecológicos del turismo.

#### Notas referenciales capítulo 7

1. costo social. El término se suele usar para indicar: a) las desutilidades que se producen por causa de externalidades que afectan a un gran número de personas, como los residuos que contaminan el aire de una ciudad o las aguas de un lago; b) en un sentido más riguroso, para referirse al costo total, que incluye al costo privado más el de las externalidades mencionadas; c) para designar, en términos menos precisos, los problemas sociales que acarrear las bajas de ingresos de los grupos de menor poder adquisitivo cuando se retiran subsidios o se disminuyen los gastos públicos sociales. Coste, ver costo. <http://www.eumed.net/cursecon/dic/index.htm>
2. Externalidades. Las externalidades, también conocidas como *efectos externos*, *economías externas* y *utilidades* (o desutilidades) *externas*, son efectos económicos colaterales de las acciones de unas personas sobre otras que no se expresan en un precio, es decir, que son externos al mercado. Si una empresa contamina el ambiente, arrojando residuos a un río, por ejemplo, su actividad produce entonces una externalidad negativa sobre quienes habitan cerca del mismo o utilizan sus aguas para pescar; si una persona coloca una obra de arte en su jardín, a la vista de todos los que pasen por la calle, produce entonces en los transeúntes una externalidad de signo positivo, pues estos podrán disfrutar del bien sin

haber tenido que pagar por ello. Las externalidades surgen en los casos donde no existe un mercado para el intercambio de bienes o servicios: si existieran derechos de propiedad definidos sobre el río del ejemplo anterior, la empresa contaminante se vería en la obligación de pagar a su dueño una cantidad determinada por el uso de sus aguas como vertedero. Pero, dado que no existen derechos de propiedad sobre una gran cantidad de bienes y no se genera un mercado alrededor de ellos se producen entonces efectos externos al mercado que no son compensados por intercambios mercantiles. En este sentido el tratamiento económico de la externalidad se aproxima, por lo tanto, al de los bienes públicos. <http://www.eumed.net/cursecon/dic/index.htm>

3. Clasificados como Sociología del Turismo encontramos libros como los de Morales, Leslie Anderson, (1 988) *Tourism and local economic development: a bibliography* / Publisher Monticello, Ill., USA, Vance Bibliographies, [1988]. Franklin, A. (2 003) *Tourism: an introduction*. Publisher London; Thousand Oaks: Sage Publications. Wang, Ning, (2 000) *Tourism and modernity: a sociological analysis* / Edition 1st ed. Publisher Amsterdam; New York.
4. Existen obras clasificadas como Sociología del Turismo, por tener algún capítulo o apartado dedicado al turismo no ya a su sociología. Ovejero, A, (2 000). La obra de Ovejero es de Psicología Social así como el libro de resúmenes del VI Congreso Nacional de Psicología Social de España Abstracts del VI Congreso, (1 997). Álvaro J. I, Garrido J. R, (1 996) *Anuario de Psicología*, (1 992) La literatura sobre ocio y tiempo libre es muy abundante, apareciendo también, clasificada como literatura de sociologías. Matute M. (2 004, p. 3-4)
5. Kent McClelland, K. (1 994). *Perceptual Control and Social Power Sociological Perspectives* Vol. 37, No. 4, pp. 461-496, Pacific Sociological Association. En este artículo se vincula la teoría de control con la perspectiva sociológica; además se enuncian los autores que la han usado en los estudios sociales: Burke, Peter J. (1 991) "Identity Processes and Social Stress" *American Sociological Review* 56 (December): 836-849. Fararo, Thomas J. (1 989) *The Meaning of General Theoretical Sociology*. New York: Cambridge University Press. Heise, David R. (1 977). "Social Action as the Control of Affect." *Behavioral Science* 22:163-177. Marken, Richard S. (1 988). "The Nature of Behavior: Control as Fact and Theory." *Behavioral Science* 33:196-206. (Reprinted in *Mind Readings: Experimental Studies of Purpose* by Richard S. Marken. Gravel Switch, KY: Control Systems Group, 1 992.) McPhail, Clark. (1 991). *The Myth of the Madding Crowd*. New York: Aldine de Gruyter.
6. Jiménez, L. (1 990). *Teoría Turística*. Colombia. Universidad Externado de Colombia. Jiménez, A. (1 992). *Turismo: Estructura y Desarrollo*. México. MacGraw Hill.
7. En relación con el impacto físico, fundamentalmente en su acepción más directamente aplicable al medio ambiente, surge a mediados de los ochenta la idea de capacidad de sustentación o, en original, carrying capacity. Se trata de un intento de controlar la correlación entre medio ambiente, densidad demográfica, actividad productiva y consumo intentando obtener la situación ideal con respecto al espacio. En otros términos, el número máximo de personas que usa un espacio determinado sin alterarlo y manteniendo la calidad de la experiencia. No hace falta decir que las dificultades para obtener una medida estandarizada de tales características, son enormes. Se suele admitir que, al menos, sirve como modelo de hipotética planificación. Miquel, A. (2 005) *La capacidad de sustentación*. Manuscrito no publicado. p. 1. UIB
8. Cuatro tipos de impactos o de capacidad de carga:
  - 1). Ecológica, por lo tanto la que hace referencia al impacto en el medio ambiente.
  - 2) Física, referente al número de personas que pueden estar al mismo tiempo o durante un período de tiempo en ese espacio sin alterarlo de manera irreversible.
  - 3) Atracciones recreacionales, y por lo tanto las infraestructuras, las actividades no necesitadas de infraestructuras, las interferencias o compatibilidades con el normal desarrollo de ese ámbito ecológico.
  - 4) Social, en relación a los grupos humanos relacionados y sus interacciones, así como las relaciones de los mismos con la específica



naturaleza. Miquel, A. (2 005) La capacidad de sustentación. Manuscrito no publicado. p.1. UIB.

9. Diez ámbitos generales de intervención del impacto sociocultural turístico. 1) La comunidad se halla inserta en un sistema más amplio. Aunque esto sea cierto siempre la margen de la presencia del turismo, sin duda éste introduce dos factores: la velocidad y la intensidad y la conciencia (al turista se le ve). 2) Las relaciones que se producen son de tipo interpersonal, no globales ni externas. Por ello el concepto mismo de relación se ve alterado por el contacto, que rompe las unidades grupales previas (cada turista, por muy estereotipado que esté, se relaciona con nativos concretos, por muy estereotipados que estén). 3) Las bases de la organización social se ven alterada: composición sexual, por grupos de edad (algunos espacios turísticos ven incrementada su población laboral masculina y su población turística femenina; zonas donde los niños escaseaban, pueden convertirse en espacios de turismo familiar); el tamaño y el tipo de familia (cómo vimos antes). La población rural en cuenta a su forma de vida, se urbaniza. 4) Los ritmos de vida se ven fuertemente alterados. De vida agrícola o pescadora, a vida turística. Pero también afecta a los ritmos de la industria local o cercana: el concepto de ocio ajeno, pero también propio (cambio de hábitos también por lo que se refiere al tiempo libre), varía. Se comparten algunos ámbitos con el turista casi en igualdad de posición (vean más adelante sobre este punto). Se cambian los horarios (de comidas, de salidas); incluso las formas de medir el tiempo y el espacio; se ve variada la estructura del ritmo semanal. 5) Las migraciones se invierten: entran mano de obra y deja de salir (véase antes y después). 6) La división del trabajo y el tipo de ocupación cambian radicalmente. Incluso en el seno de la comunidad las posiciones por sexo y edad varían radicalmente: potenciación del trabajo femenino con el consiguiente cambio de bases de la independencia económica y social efectiva; pérdida de la continuidad generacional: lo que antes se aprendía de los viejos, deja de tener sentido. Los viejos ya no pueden enseñarnos lo que viene de fuera. Los cambios en las relaciones entre generaciones contiguas y alternas, cambian radicalmente. 7) La estratificación social también se ve alterada. Por ejemplo, la especulación del suelo puede enriquecer a quien no poseía más que tierra baldía (véanse los casos de Canarias y Baleares). 8) Como consecuencia de ello, pero también de forma paralela, se produce una variación en la división del poder. No sólo de las viejas jerarquías, sino también de las nuevas al aparecer elementos extraños: los touroperadores, el cambio de interés de empresas ajenas (de construcción, sobre todo) que ahora interviene en el espacio turístico. 9) Las costumbres (sociales, rituales, religiosas) no sólo se ven variadas, sino con frecuencia desviadas: la celebración identitaria se transforma en un negocio (V.G. las distintas Semanas Santas hispanas; festivales folclóricos que vienen a sustituir a los concursos o celebraciones intraculturales, etc.). 10) La creatividad también varía y, por ejemplo, el concepto de arte se hace utilitario y, a menudo, llega incluso a dirigirse al universo del souvenir. Novajra, A. (2 005) Diez ámbitos generales de intervención del impacto sociocultural turístico. Manuscrito no publicado. p.1. UIB.
10. Resolución final: La Conferencia Mundial de Turismo Sostenible considera imprescindible hacer los siguientes llamamientos públicos: 1. La Conferencia recomienda a los gobiernos estatales y regionales formular, con carácter de urgencia, planes de acción para un desarrollo sostenible aplicados al turismo, en consonancia con los principios enunciados en esta Carta. 2. La Conferencia acuerda elevar al Secretario General de Naciones Unidas la Carta del Turismo Sostenible a fin de que pueda ser asumida por los Organismos y Agencias del sistema de Naciones Unidas, así como por las Organizaciones Internacionales con acuerdo de cooperación con Naciones Unidas, para ser sometida a la Asamblea General de Naciones Unidas. Carta del Turismo Sostenible. Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. (1 995, 24-29 Abril) Lanzarote, Islas Canarias, en Línea disponible en [www.ilam.org](http://www.ilam.org)
11. costo-beneficio, análisis de. Un marco conceptual para la evaluación de proyectos de inversión, públicos o privados, que se utiliza a veces también como criterio para la selección entre alternativas en muy diversas situaciones. La diferencia con los análisis financieros corrientes, más simples, es que en el análisis de costo-beneficio se toman en cuenta todas las ganancias y beneficios involucrados en el proyecto: un beneficio es

cualquier ganancia de utilidad, bajo cualquier forma que se presente, y un costo es toda pérdida de utilidad derivable del proyecto, medida en términos de sus costos de oportunidad. Ello implica considerar, por lo tanto, todas las externalidades que produce la acción que se está considerando: cambios en el medio ambiente, efectos colaterales sobre otros proyectos, etc. <http://www.eumed.net/cursecon/dic/index.htm>

12. La amplitud de los impactos medio ambientales del turismo permiten plantear múltiples criterios para su clasificación: uno de ellos es el punto de vista del consumo de input y de la generación de output Lull, A. (2004, p. 6).
13. Revisar el capítulo V p. 149 del libro Quintana, R, Figuerola, M. y Chirivella, M. (...) "Efectos y futuro del turismo en la economía cubana". La Habana.
14. Sistema de control de procesos un sistema de regulación automático en el que la salida es un variable como la temperatura, presión, flujo, nivel de líquido. Ogata, K. (1987, p. 4)
15. Sistema de control adaptados, la adaptación implica la de auto ajustarse o automodificarse de acuerdo con las modificaciones imprevisibles del medio y la estructura. Ogata, K. (1987, p. 8).
16. En un sistema de control adaptado las características dinámicas deben estar identificadas en todo momento de manera que los parámetros de control o de detención puedan ajustarse para mantener el funcionamiento óptimo. Ogata, K. (1987, p. 8).

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Abstracts del VI Congreso Nacional de Psicología Social, 1997).

Abstracts del VI Congreso Nacional de Psicología social. (San Sebastián, 29 septiembre a 1 octubre 1997.)-Utopía y realidad del tiempo libre, una aproximación desde el caos y la complejidad.

Abstracts del VI Congreso, 1997.

Acerenza, Miguel Ángel. Administración del turismo, Vol. 1, Trillas, México ,1984.

Actas del II Congreso Nacional de Psicología Social, 1990).

Actas del II Congreso Nacional de Psicología Social: (Alacant, 6- 8 abril 1988).

Barcelona, PPU., 1990, vol. IV, 57- 70.Tiempo libre, deporte y turismo. Balance y perspectivas desde la psicología social. Sociedad del Bienestar y Psicología Social.

Aguilar Macias S, 2003.-Tesis en opción al grado de Doctor en Ciencias Sociológicas-Sociología del Turismo-Universidad de Oriente-Versión preliminar.

Aguilar Macias S.-Problemas Sociales bajo la óptica de la Sociología del turismo.- Mazatlán, México, 2002.

Ahola-Aparece citado pos San Martín García J. E, pero este autor no especifica las obras en sus referencias.

Alexander J. "La centralidad de los clásicos", en Giddens,

Anthony La Teoría social hoy, Alianza Editorial, 1990.

Alvaro J. L., A. Garrido I J. R. Torregrosa, coords.-Psicología social del ocio y del tiempo libre., Psicología social aplicada. Madrid: McGraw- Hill, 1996, cap.16, 429-448. (En colaboración amb N. Codina.) (ISBN 84-481-0708-X).

ambiente y calidad de la vida. México: el Manual Moderno.

Anuario de Psicología -Algunos aspectos del impacto tecnológico en el consumo infantil del ocio., 1992 (2), 53, 113- 126. (En colaboración amb N. Codina.).

Anuario de Psicología, 1989 (1), 40.Psicología del Deporte. Número monogràfic coordinat i presentat amb A. del Cerro.

Anuario de Psicología, 1989, 40, 7- 16. Tres aspectos del deporte como forma de ocio.

Anuario de Psicologia, 1989, 1992.

Argyle, 1996(RSMJE).The Social Psychology of leisure.New York: Penguin Books.

Barthes, 1973; 1991(RSMJE) Mythologies. London: Paladín.

Berger, P y Luckmann, Th.: Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La Orientación del hombre moderno. Editorial Paidós Ibérica, S.A., Argentina, 1997

Bernal O, 2000.

Borstin, 1961 (RSMJE) The Imagen:aguide to pseudo-events in America. New York: Harper and row.

Boyarski Aaron-Cueso de Demografia-Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 1989.

Bryden, John M.-TitleTourism and the less developed countries / PublisherLondon : New York : Halstead Press, Belhaven Press ; 1992.

Cardenas Tabares F.-Producto turistico-1984, p.13-15 en Cardenas Tabares Fabio,1984-Administración de turismo. (Fotocopias. d.e)

Castillo Néchar, Marcelino. Hacia una alternativa metodológica en la investigación del turismo, Turistec, México, 1989.

Cater, 1987;(RSMJE).Tourism in the least developed countries .Annals of tourism research ,14,202-226.

Cazes, Georges. Fondaments pour une geographie du tourisme et des loidirs, Bréal Editios, Paris, 1992.

Cohen (1991(RSMJE).Leisure, the last resort: a comment. En B. L. Driver, P.J. Brown y G. R. Peterson .Benefit of leisure Pennsylvania: Venture Publishing, Inc.

Cohen, 1988 (RSMJE).Tradition in cualitative Sociology of tourism .Annal of tourism research, 15, 371-386.

Consideracions psicològiques i socials entorn de la diversió i les diversions. Qüestions de vida cristiana, 1977 85, 36- 48.

Crandall R, 1980, p.12, 45, 54) (RSMJE) Motivation for leisure .Journal of leisure research, 12,45-54.

Crompton, 1979 (RSMJE).Motivation for pleasure vacation . Annal of tourim research, 6, 408-424.

CSIC (Centro Superior de Investigaciones Científicas) (Emilio TR, 2003.

Csikszentmihalyi , 1975- (RSMJE).Optimal experience .Cambridge :University press.

D'Amore, 1988 p.39 (RSMJE).Tourism a vital force for peace. Annal of tourism research, 15, 269-270.

De Kadi-Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo?-Madrid. Endymion.

Del tiempo libre al derecho al tiempo libre. Barcelona, 1972, Mimeografía de la tesis doctoral.

Durkheim E, 1976 en Perera Pérez M.

El derecho al tiempo libre, un inédito derecho humano a la libertad. Anuario de Sociología y Psicología Jurídicas, 1974, 1, 13- 32.

Fesinger, 1957 (RSMJE). A theory of cognitive dissonance. Stanford: University press.

Franklin, Adrian, 2003. Franklin, Adrian.-Tourism: an introduction / Publisher London; Thousand Oaks: Sage Publications, 2003.

Fridgen, 1984 ,p.32) (D'Amore,1988,p.35(RSMJE).Environmental psychology and tourism.Annal of tourism research ,11,19-39.

Garcia Vega J.L.,2003).García Vega J.L,2003,Reflexiones sobre ocio y turismo,(Via Internet)Palabras claves:teorias sociales y turismo.

Giddens A.-Recensió a: Sociología, Investigación y Ciencia, juny 1993, 201, 92 s.

Giddens, A.,1998 : Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías comprensivas. Editorial Amorrortu, Argentina, 1998.

Giddens, A.1993 : Sociología. Editorial Alianza, Madrid, 1993.

Gurría 2003 Internet. Aetículo- Administración ambiental de hoteles y restaurantes. Escuela de Negocios.Departamento de Administración de Hoteles y Restaurantes.HR 415

Harssel V,Tourism, an exploration / Jan.Edition2nd ed.PublisherElmsford, N.Y. : National Publishers of the Black Hills, 1986.

Huici,1987(RSMJE).Estructura y procesos de grupo.Madrid:UNED.

Hull,1991) (RSMJE).Mood as a product of leisure : Cause and consequence.En B.L.Driver ,P.J.Brow y G.L.Peterson.Benefit of leisure.State College ,Pa:Venture Publishing,Inc.

in leisure needs and leisure satisfaction. *Journal of Occupational Behaviour*, 3, 233-45

Jafari, 1977, p.6 (RSMJE). Editor's page. *Annals of tourism research*, 5, 6-11

Jhon Ap, 1992, p.665 (RSMJE).

Juncosa, 2003.) Juncosa, E.: Valoración del patrimonio histórico como elemento de diferenciación turística (artículo) <http://mediamweb.uib.es/boletin/articles/artjove.htm>.

Kabanoff B., 1982, p.3, 235, 45) (RSMJE). Occupational and sex differences

Kaiser y Helber, 1978, p.IX (RSMJE). *Tourism : Planning and development*. Boston, Mass: CBI Publishing.

Knebel, Hans. *Sociología del turismo, cambios estructurales en el turismo moderno*, Editia Mexicana, México, 1984.

Kottak, 1994, p.40-Kottak C. *P-ANTROPOLOGIA-Una exploración sobre la diversidad humana con temáticas de la cultura hispana*-McGraw Hill, Madrid y otras, 1994.

Krippendorf, 1987) (RSMJE). *The holiday makers .Understanding the impact of leisure and travel*. Oxford: Butterworth Heinemann.

Lea, John P.-Title *Tourism and development in the Third World / Publisher London; New York: Routledge, 1988*.

Levy y Anderson (1980) (RSMJE). *La tensión psicosocial. Población*,

MacCannel (1977) (RSMJE). *The tourist*. New York: Pergamon.

Mannell (1980) (RSMJE). *Social psychological techniques and strategies for for studying leisure experience* .En S. Iso-Ahola, *Social y psychological perspectives on recreation and leisure* .Springfield, IL: Charles C. Thomas.

Mannell y Stynes (1991) (RSMJE). *A retrospective: the benefits of leisure* . En B.L Driver, P.J, Brown y G.L, Peterson. *Benefits of leisure*. Pennsylvania: Venture Publishing, Inc.

Martilla y James, 1977) y (Graefe y Vaske, 1987) (RSMJE). *Importance-Performance analysis*. *Journal of Marketing*, 41, 77-79.

Martíndale Don -*La Teoría Sociológica (Naturaleza y Escuelas)*-Aguilar-Madrid, 1971

Martinengo, L. Savoja, Sociologia dei fenomeni turistici, Milano, Guerini ed Ass., 1998

Matute Peña M.A.-Estudio de Comunidades.Humacao.Pto.Rico,2000

Mazon T.-Sociologia del Turismo-sde.

McGuire,1969,1985(RSMJE).The nature or attitudes and attitude change  
En G.Lindzey y E. Aronson.The handbook of social psychology.2 De,  
Vol.III,Reading,Mass:Addison Wesley.

Mead H. G "Espiritu, Persona y Sociedad" Editorial Paidos Buenos Aires. 1953.

Merton R.: Teoría y Estructura Social, F.C.E., México, 1965.

Merton, R. Estudios sobre sociología de la ciencia. Teoría y estructura social, FCE, México, 1992.

Mill, Robert y Alastair Morrison. The tourism system, Prentice-Hall Inc., New Jersey.

Molina, Sergio, 1988. Conceptualización del turismo, Limusa, México.

Moncada Santaola M.-Factores Sociales presentes en los problemas de salud-Tesis en opción al grado de Dr. en Ciencias Sociológicas-2002

Morales, Leslie Anderson, 1988.-Tourism and local economic development: a bibliography / PublisherMonticello, Ill., USA,: Vance Bibliographies, [1988]

Moscovici S. ,1962)-En artículo de Perera Pérez M ,1999.Ver también:

Moscovici, S. (1981). On social representation. En J.P. Forgas (Comp.). Social cognition. Perspectives in everyday life. Academic Press. Londres.

Munne,1980 (RSMJE).Psicosociologia del tiempo libre.Un enfoque crítico.México:Trillas.

Murphy, Peter -Tourism: a community approach / E.PublisherNew York : Methuen, 1985.

Murphy,1985 (RSMJE).Tourism:a community approach.New York:Methuen.National Tourism Policy Study.

Neulinger(1981) (RSMJE)The psychology of leisure (2<sup>nd</sup> Edition)Springfield Ill Charles C. Thomas.

Ovejero Bernal,-Psicología del ocio, deporte y turismo. - La psicología social en España al filo del año 2000: Balance y perspectivas. Madrid: Biblioteca Nueva, 2000.

Parsons T. El sistema social, Rev Occidente, Madrid, 1966.

Parsons, T.: "An Outline of the Social System" en Theories of Society. Foundations of Modern Sociological Theory. Free Press of Glencoe U.S.A., 1962.

Pearce y Moscardo, 1986(RSMJE).The concept of authenticity in tourists experiences in two islands.ANZJS,22,121-132.

Pearce, 1982 (RSMJE).The social psychology of tourist behaviour. Oxford:Pergamon Press.

Pearce,1987(RSMJE).Psychological studies of tourist behaviour and experience.Australian Journal of Psychology ,39,173-182.

Pearce,1988, 1994 (RSMJE).The Ulisses factor .New York: Springer-Verlag

Perera Perez M ,1999).-A propósito de las representaciones sociales: Apuntes teóricos, trayectoria y actualidad- Centro de investigaciones psicológicas y sociológicas. CITMA, 1999.

Pérez Montero O.-Los movimientos de desplazamiento intercomunitarios en el desarrollo de las ciudades modernas-Tesis en opción al grado de Dr. en Ciencias Sociológicas, 1998. physical activity.En B,L,Driver P,J Brown y G,L Peterson.Benefits of leisure

Plog (1974,1988 (RSMJE).Why destination areas rise and fall in popularity?. Cornell Hotel Restaurant and administration Quaterly ,55-58.

Powell, 1978,p.3 (RSMJE).The Canadian tourism industry:A reportby the sector task force .Otawa.

Ritzer, G: Teoría sociológica clásica, Ed Mac Graw Hill, Madrid, 1993

Ritzer, G: Teoría sociológica contemporánea, Ed Mac Graw Hill, Madrid, 1993.

Rodriguez Marín (1995) (RSMJE).Psicología social de la salud .Madrid: Síntesis

Rubenstein, 1980) (RSMJE).Vacation,Psychology Today,13,62-76.

Ryan, 1991(RSMJE).Recreational tourism.A social science perspective.New York:Routledge.



San Martín García J.E.-Psicosociología del Turismo, Ediciones Aljibe, Málaga, 1997  
Smith, 1988-(RSMJE). Defining tourism: a supply-side view, Annals of tourism research, 15, 179-190.

Stone (1987) (RSMJE). Event content in a Daily survey is differentially associated with concurrent mood. Journal of personality and social psychology, 52, 56-58.

Taifel y Turner, 1989, p.238-239) (RSMJE). La teoría de la identidad social de la conducta intergrupala. En C. Huici. Lecturas de psicología social. Madrid. UNED

Taquechel L.I.-Contribución de la Sociología del Teatro a la promoción cultural teatral-Tesis en opción al grado de Dr. en Ciencias Sociológicas, 2002.

Tourism--Congresses.-Tourism and sustainability: principles to practice / Publisher Wallingford, OX, UK; New York: CAB International, c1997.

Turner, 1990, p.38 (RSMJE). Redescubrir el grupo social. Madrid: Morata.

Turner (1982(RSMJE). Towards a cognitive redefinition of the social group. En H. Tjfel (Ed) Social Identity and Intergroup Relation. London: Academic Press.

Villareal .M.-Tiempo libre, crítica social y acción política. Movimientos sociales y acción política. San Sebastián, Servicio Editorial Universidad del País Vasco, 1989, 73- 86. (ISBN 84-7585-194-0

Wander Zanden, 1977. Wander Zanden J.W.-Social Psychology-Random House(Instructor's Manual), New York 1977, p.20-25 y 58-95.

Wang, Ning, 2000.-Title Tourism and modernity: a sociological analysis / Edition 1st ed. Publisher Amsterdam ; New York : Pergamon, 2000.

Wankel y Berger (1991(RSMJE). Personal and social benefits of sport and

Waters, 1966 (RSMJE). The American tourism. Annals of American Academy of Political and Social Science, 14, 227-239.

Weber Max-Economía y Sociedad-Editorial de Ciencias Sociales-La Habana, 1984

World Tourism in 2002- Madrid, 27 January 2003

Zajonc, 1968 (RSMJE). Cognitive theories in social psychology. En G. Lindzey y E. Arosen (Eds) Handbook of Social Psychology, vol. 1, 2Ed