

TURISMO Y CIUDAD

Roberto Boullon

1. LA CIUDAD TRADICIONAL Y LOS CENTROS TURISTICOS

A lo largo de esta exposición van a haber más reflexiones que precisiones técnicas, aunque ello no significa que éstas van a quedar de lado. Tanto es así que comenzaremos por aclarar algunas cuestiones técnicas, con la esperanza que esto ayude a comprender mejor la totalidad de lo que queremos decir.

La primera cuestión es que, aunque el título de la exposición sea "Turismo y Ciudad", la mayor parte de las veces que digamos ciudad será para referirnos exclusivamente a los centros turísticos.

Los puntos fuertes dentro de cualquier espacio turístico son precisamente los centros turísticos. Sin embargo, no son el elemento fundamental del sistema, porque antes que ellos debe existir una materia prima que justifique su existencia. En el caso del turismo esta materia prima está representada por los atractivos. Sin estos no puede existir el turismo, porque estaría faltando la razón básica que motiva a las personas a viajar a algún sitio en el uso de su tiempo libre.

A partir de los atractivos, en las primeras etapas del proceso, algunas ciudades, lentamente se convirtieron en centros turísticos. Luego se dieron casos en los que se crearon ciudades con este único fin.

En uno u otro caso, los centros turísticos son ciudades especiales en las cuales algunas funciones son idénticas a las de las ciudades tradicionales, pero otras no. Por ejemplo, los centros turísticos tienen, por un lado una población permanente, y por el otro una población flotante. Está bien que esto no es exclusivo, porque en cualquier ciudad también hay una población flotante, pero resulta que es diferente a la otra porque la motivación de su presencia es distinta: viajaron a esa ciudad para abastecerse, realizar trámites, por razones de negocios o para llevar y traer a sus hijos de la escuela, de modo

que difícilmente pernoctan en ella a no ser que por su tamaño reciba un importante flujo de hombres de negocios tanto del país como del extranjero.

¿Cuál es la función que cumple un centro turístico para su población permanente? Habitar. ¿Y para el turismo? También, pero con la diferencia que los turistas lo hacen transitoriamente mientras que los otros permanecen en la ciudad todos los días, todo el tiempo. Y si salen lo hacen para regresar, porque allí es donde viven, donde tienen sus casas. Salvo los movimientos migratorios, de un año al otro la población permanente es siempre la misma. En cambio la turística se renueva constantemente, de acuerdo al ritmo que marquen los tiempos de estadía.

En las ciudades turísticas, lo mismo que en las tradicionales, la población permanente trabaja. Paralelamente, la población flotante, de lunes a lunes, lo único que hace es ocio. Una parte de ese conjunto humano trabaja, para que el otro la pase bien. ¿Son iguales? Desde este punto de vista por supuesto que no.

Ambos tipos de población circulan. La población permanente, rutinariamente: va y viene del trabajo, del centro, del supermercado, de visitar a un pariente o amigo. Incluso durante los días feriados va a los mismos cines, a iguales restaurantes o parques y áreas públicas. Otra rutina, aunque más entretenida que la del trabajo. Los turistas también circulan, pero lo hacen buscando conocer la ciudad. Y en los centros de playa por ejemplo, donde abundan los turistas repetidores, para ellos siempre hay algo nuevo que ver cada temporada, y siempre los recorridos conocidos se repiten con un estado de ánimo lejano al que se siente cuando algo se transforma en rutinario. Claro que a no todos los turistas que van a un centro de estadía les pasa lo mismo, porque hay quienes no soportan hacer colas, o tener que utilizar el automóvil constantemente, con el agravante de la insuficiencia de áreas para estacionar. Ese segmento de mercado es el que no regresa.

La última función que cumplen las ciudades tradicionales para su propia población es recrearse. ¿Cuándo se recrean? Los fines de semana y los días feriados.

Aunque parezca sutil, cuando los turistas hacen lo mismo, ese comportamiento no se denomina recreación sino esparcimiento. La diferencia técnica es que: la población permanente se recrea durante los tiempos libres que le dejan las jornadas de trabajo y los turistas practican el esparcimiento (comer en un restaurante, ir a una discoteca, etc.) como una actividad más (las otras son: deportes, compras, ir a la playa, hacer una excursión, visitar un museo, etc.).

2. DIFERENCIAS ENTRE LOS CENTROS TURISTICOS Y LOS OTROS TIPOS DE CIUDAD

Lo dicho hasta ahora nos lleva a afirmar que las ciudades turísticas son un caso especial. Nunca antes en el mundo hubo una ciudad con cualidades tan singulares, hasta que comenzó a desarrollarse el turismo con las características que hoy tiene. Nace así un modelo nuevo de ciudad, donde los hombres se dividen en dos grupos que tienen comportamientos absolutamente distintos al que caracterizaba la vida urbana hasta ese momento.

Es que todas las ciudades turísticas tienen las dos clases de población ya mencionadas, pero sus proporciones no son iguales. Varían en relación al sistema de alojamiento. Por ejemplo, en las ciudades donde el turismo es la única actividad productiva y predominan los hoteles, hay más población permanente que en aquellas cuya oferta mayoritaria de alojamiento son casas o departamentos. ¿Por qué?. Porque los hoteles generan más empleo que una casa en propiedad o alquiler. Los extremos son tan lejanos que por ejemplo Cancún genera 17 veces más empleo que cualquier centro turístico de la costa o de la sierra, casi sin hoteles, y con los pocos que hay, de mediana o baja jerarquía. Esto nos lleva a dudar de las políticas (o los políticos) que califican al turismo como un importante generador de empleos, pero al mismo tiempo alientan en los centros turísticos el negocio inmobiliario.

El otro factor que puede aumentar el empleo (y consecuentemente la población permanente) es la programación de actividades, porque cuanto mayor sean las oportunidades de hacer cosas distintas, el turista la pasará mejor, gastará más dinero durante su estadía y dará trabajo a un mayor número de personas.

3. PROBLEMAS EN LOS CENTROS TURISTICOS

Los centros turísticos son ciudades especiales, pero no tanto como para no tener problemas.

El primer desajuste que se puede anotar es la descaracterización. De golpe comenzaron a llegar foráneos a ciudades que habían conservado e incrementado a lo largo del tiempo manifestaciones urbanas de alta calidad. Pero con la afluencia de visitantes, a veces sus habitantes reaccionaron de un modo indebido, porque en vez de adaptar equilibradamente su ciudad a las nuevas funciones, optaron por reemplazar los antiguos edificios por otros nuevos que multiplicaron sobre una misma parcela de tierra

su capacidad de albergar personas. Así convirtieron sus ciudades. Las cambiaron. Pero todo cambió para mal. ¿Por qué?. Porque estas ciudades cedieron a la tentación del crecimiento sin límites y entraron en un proceso irracional, que pasó a actuar como un obstáculo para la sustentabilidad del turismo en el mediano o largo plazo.

Todavía no lo estamos apreciando como lo que es: un problema grave; porque no falta mucho tiempo para que algunos centros turísticos se acerquen al colapso. El crecimiento irracional es una de las cuestiones pendientes más graves que tienen que resolver los sistemas de planificación del turismo. Pero en la medida en que el mundo continúe desarrollándose y las poblaciones urbanas experimenten un doble proceso (que se desenvuelve como dos tendencias paralelas, ignorante una de la otra, a pesar de que conocen su existencia) muchas ciudades turísticas sufrirán las consecuencias de su inoperancia e irresponsabilidad al no haber sabido torcer el rumbo a tiempo. Una de esas tendencias lleva a las sociedades urbanas a sofisticar cada vez más sus gustos y a exigir mayor calidad en los productos y servicios que consume; y la otra acerca al límite de tolerancia la vida en ciudades, donde a causa de la creciente aglomeración de personas, hasta lo más fácil se hace difícil.

Si llevamos esto al turismo, es fácil comprender que en el futuro los nuevos turistas van a exigir que los centros turísticos, donde quieren apartarse de los problemas no resueltos en sus ciudades, sean distintos a ellas.

4. UN NUEVO PARADIGMA

No todas las ciudades tradicionales van a continuar avanzando en el sentido equivocado hasta desembocar en un área crítica. Existen ya varios casos en donde se están controlando los sistemas urbanos y sus desajustes. Pero ese no es hoy nuestro tema, porque de lo que estamos hablando es de las ciudades turísticas. Y esas sí tienen que anticiparse al futuro; porque de no hacerlo, van a seguir existiendo, pero con una menor respuesta de la demanda.

Lo primero que tiene que cambiar en los centros turísticos de América Latina, es el enfoque administrativo. Y como los que administran una ciudad pertenecen a la versión local de los partidos políticos, a ellos también les toca modificar sus enfoques. No pretendemos que lo hagan globalmente (aunque eso sería lo deseable), sino que al menos actúen localmente.

Como los centros turísticos son un tipo especial de ciudad, lo lógico es que sus sistemas administrativos lo reconozcan y actúen en consecuencia. Deben ponerse a pensar que tienen que gobernar para los habitantes, sin ignorar que su ciudad está ocupada por un número de personas de las cuales, al menos en alta temporada, la mayoría son visitantes. Entonces, qué debe hacer el equipo administrador de una ciudad en la cual la mayoría de los que están allí no son los habitantes sino sus visitantes. La lógica pura dice que no deberían actuar ignorando a la mayoría para dedicarse a la minoría, que es la que los vota; y mucho menos si toman en cuenta que esa minoría vive gracias a los que llegan de afuera. La fórmula es: gobernar para los habitantes pensando en los visitantes. De este modo, un administrador público en un centro turístico que no piense así, será un mal administrador.

Pero como el que llega al gobierno de los municipios turísticos es alguno de sus habitantes, lo primero que debe cambiar es la conciencia colectiva, en el sentido de darse cuenta que su ciudad debería funcionar como una empresa de la cual todos son accionistas, y en su condición de tales, deben promover a sus mejores hombres para que administren los intereses comunes, que van mucho más allá de la prestación eficiente de los servicios de seguridad, educación, alumbrados, barrido, limpieza, etc.

5. EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS CIUDADES.

El impacto del turismo en las ciudades puede ser bueno o malo. Cuando es bueno, se dan casos en que ciudades en crisis, por el agotamiento u obsolescencia de la actividad productiva que les había dado origen, se salvaron gracias al turismo. Se reciclaron edificios, se restauraron otros o se pusieron en valor antiguos monumentos condenados a su desaparición o abandono. El turismo generó los fondos y las razones para que las oficinas de patrimonio histórico actuaran, no para crear elefantes blancos sin uso social ni comercial, sino para generar atractivos que sigan atrayendo visitantes. Muchas ciudades, como Guanajuato en México, Voledam en Holanda, Porto Fino en Italia, o Purmamarca en Argentina -por mencionar sólo cuatro- se salvaron gracias al turismo.

Otras, en cambio, tuvieron que ceder su patrimonio arquitectónico a las presiones de la especulación inmobiliaria hasta transformarse en una masa de edificios de distintas alturas y estilos, cuyo conjunto deja mucho que desear, al punto que se está pensando qué hacer con ellos, como está sucediendo en varias ciudades con playa de España. ¿Qué pasó entre el turismo y el patrimonio arquitectónico y urbano de esas ciudades?. ¿Fue el turismo el causante de su deterioro?. No, porque lo único que hizo el

turismo fue actuar como un detonante que hizo explotar la especulación inmobiliaria. Sin quererlo actuó como activador y se transformó, por la acción de los hombres, en un elemento negativo.

Lo bueno y lo malo está presente en todas las ciudades. La clave es controlar su proporción. Todos los que actúan en turismo, como en cualquier otra manifestación de las sociedades actuales, deben resolver los dilemas que nacen del enfrentamiento entre estas dos fuerzas antagónicas. Y el modo de controlar el predominio de esas tendencias es lo que define la cultura de una ciudad.

La cultura es el resultado de los valores de sus habitantes. El habitante -como dueño de la ciudad- con sus errores y sus aciertos, fue creando su cultura. También es cierto que la trayectoria de una ciudad depende del nivel económico predominante en sus distintas etapas, del conocimiento científico y técnico y del desarrollo de las expresiones artísticas e intelectuales que alcanzó su población en los momentos culminantes.

6. LA INTEGRACION SOLIDARIA

El slogan de este simposio relaciona al desarrollo sustentable con la integración solidaria. Si queremos llevar esta reflexión a nuestro tema, nace una nueva pregunta: ¿son solidarias las sociedades urbanas?. Sí en algunos momentos de su historia, y no en la actualidad, principalmente en el tercer mundo.

La falta de solidaridad en nuestras ciudades aumenta con su tamaño. Y esto no es discutible: hay que tomarlo como una condición, como una realidad contundente, similar a la de la ley de gravedad, que hará que esta copa se estrelle sobre el suelo si la suelto. La ley de gravedad es ajena al hombre, actúa como una condición natural que está fuera de nuestro alcance alterar. Pero el pensamiento sí se puede controlar. Una posibilidad es reemplazar lo innegable de la realidad con fantasías. Si las cosas van mal o en el sentido contrario al de mis deseos, un escape es atribuir a los demás mis propias culpas o negar la razón de las críticas. Esto no cambia la realidad, sino mi visión de la misma. Por eso no va a faltar quien asegure que las sociedades urbanas son solidarias y que el hecho de que algunos individuos tengan una conducta antisocial no es suficiente como para decir que la sociedad en general no es solidaria.

Sin embargo, creo que es así; aunque dentro del comportamiento colectivo la excepción son algunos gestos solidarios, que sí los hay. Por eso es que sobrevivimos.

También hay organizaciones de bien público cuya razón de ser es la solidaridad. Sus acciones, siempre elogiadas, buscan ayudar a los desamparados.

Cuando los individuos son solidarios, su actitud merece ser reconocida, cosa que hacen (y hasta exageran) los medios de información. El problema es con las organizaciones, porque visto fríamente, el resultado de sus acciones, en vez de resolver el problema integralmente, pone paños fríos que permiten que la enfermedad continúe, por eso es que cada vez más los resultados son menos trascendentes, aunque el prestigio de los que lo llevan a cabo aumente.

Algunas respuestas que se están produciendo en América Latina, demuestran que la sociedad ha comenzado lentamente a cuestionar el asistencialismo. La sociedad está rechazando (y va a continuar haciéndolo cada vez con mayor número de adhesiones) la limosna institucionalizada que actúa sobre la injusticia como una panacea que disimula el problema y tranquiliza las conciencias, conformándolas con actos de caridad que mantienen a los que están al margen en su puesto, pero neutralizados. Esto no quiere decir que ese es el objetivo de los organismos asistenciales de origen privado o religioso. Por supuesto que no. Pero para no confundirnos, lo que debemos tomar en cuenta no son sólo las intenciones sino la consecuencia de su puesta en práctica, porque no todo lo que pensamos bien, sale bien.

Entonces, ¿qué es la integración solidaria, y qué debe pasar para que se generalice?

La integración solidaria es el resultado de un proceso de unificación. Hay cosas que tienen que unirse para que haya integración. Así como el gesto de entrelazar los dedos de las manos es un modo de juntarlas, hay que producir unificaciones entre entidades, grupos, organizaciones formales e informales, y personas o intereses, que posiblemente presenten entre ellos ciertos antagonismos. Deben fundirse distintas energías de cualquier ideología en torno a objetivos concretos. Que las diferencias ideológicas condicionen la integración, no cabe en el marco de lo que estamos hablando.

La integración para un desarrollo sostenible se facilita cuando el objetivo es hacer algo bien concreto.

Para lograrlo, en un medio signado por dispersión, enfrentamiento, indiferencia o negación ideológica, hay que definir objetivos concretos, que en sí mismos convoquen a muchos, porque les convienen a todos. Para ello hay que dejar de guiarse exclusivamente por los sentimientos (que en el fondo es la única brújula de los

ignorantes), combinándolos con una alta cuota de racionalidad. El sentimentalismo es fomentado por aquellos que (en el fondo) piensan que el pueblo es ignorante, y según sus propósitos les conviene que siga así, tranquilizándolos con analgésicos para que todo continúe igual.

Objetivos concretos. Ese es el principio. Después sigue el compromiso, la obligación voluntaria que conduce a uniones para la acción, para el trabajo en común. Porque lo que van a emprender les conviene a todos los que se sintieron atraídos por algo que los va a beneficiar, para cuyo logro están dispuestos a comprometerse de un modo responsable.

Objetivos concretos, compromisos, obligación voluntaria, trabajo en común y responsabilidad son las palabras claves de la integración solidaria que entendemos posible lograr para trabajar en programas de desarrollo sustentable.

Si esto se cumple y se generaliza, la solidaridad actuará como un trampolín capaz de trasladarnos al cambio cultural. Un nuevo cambio cultural, que no pretende ser global sino focalizado. De todas las posibilidades que existen, la más cercana, porque es aquella donde le vemos mayores posibilidades de éxito, son los centros turísticos, justamente por su condición de ciudades unificadas por el predominio de una misma actividad productiva (sobre todo en las de tamaño pequeño y mediano que es donde más se nota ese predominio).

La clave del éxito es reducir el alcance de los objetivos en cuanto a la integración solidaria. Esto no implica un retroceso o una negación a lo dicho hasta ahora, sino una propuesta táctica que piensa en cosas que sean posibles, no "algún día", sino ya. Y para ello hay que convencer sin polemizar. Esto quiere decir que previamente se deben conocer los valores de la persona a la que intento convencer. Si como planificadores que vamos a actuar en un centro turístico, nos enfrentamos a una comunidad cuyos valores desconocemos, nuestro mensaje y nuestras propuestas pueden fracasar, al encontrarse con opiniones contrarias que desembocan en una polémica, que es lo que se quería evitar.

El modo técnico de conocer los valores de una comunidad es una investigación para detectar los sistemas de creencias, los líderes, los atavismos y la tendencia al cambio. Entonces sí estoy en condiciones de convencer a mi interlocutor. El planificador interesado en fomentar la participación comunitaria debe prepararse para ello.

¿Cuál es el esquema de valores de los pobladores permanentes hoy día?. ¿Qué es lo que más les interesa obtener?. El bienestar. Pero no cualquiera, sino el que se logra a

través del trabajo y los ingresos que éste produce cuando está bien remunerado. Esto les permite elegir.

Al unir esta idea con la que definió a los centro turísticos como un tipo de ciudad que debe funcionar como una empresa prestadora de servicios, encontramos el punto de coincidencia -que dista bastante de ser el ideal- entre las tendencias de las sociedades urbanas actuales y las tácticas para lograr una integración solidaria, que si bien no alcanza el óptimo deseable, plantea un procedimiento factible.

Las empresas tradicionales son dirigidas por un equipo ejecutivo y un directorio, cuyo mandato no tiene límites mientras sigan haciendo bien su trabajo y manteniendo el apoyo de los accionistas. Pero como los centros turísticos se manejan con un esquema similar al de cualquier otra ciudad, los intendentes y los concejales, una vez expirado su mandato, tienen que dejar sus cargos aún habiendo obtenido el apoyo de toda la población. Por eso, si los municipios turísticos son distintos al resto, lo que más les conviene sería la reelección de todos los cargos públicos, sin límite. Si el elenco directivo es bueno, ¿por qué no lo voy a mantener?. ¿Qué empresa en el mundo no retiene a un buen elenco directivo y para conseguirlo da recompensas y aumentos de salario?. ¿Qué clase de razón puede explicar satisfactoriamente que si alguien sirve, lo tengo que cambiar para proteger a la democracia?. ¿No suena a absurdo, al menos en el marco de los municipios turísticos?.

Las diferencias entre la función de las autoridades de una ciudad tradicional y otra turística, no se agotan en la duración y forma del mandato. Además tienen que demostrar ser idóneas para resolver problemas de la población visitante que actúa en su calidad de cliente. Si esto es así, la ciudad tiene que adaptarse a sus gustos y necesidades, lo mismo que una tienda, un shopping center o un hotel.

Cuando entra a un centro turístico, el cliente tiene que sentirse albergado por un ambiente urbano completamente distinto al de la ciudad donde vive. Para eso decidió tomar sus vacaciones en el lugar: para probar nuevas experiencias, conocer nuevas cosas y sentirse atendido mejor que en su ciudad. Y para eso -repetimos- hay que aprender a leer e interpretar las necesidades de los clientes y sus variaciones de una temporada a otra y de un segmento de mercado a otro. Así, las ciudades podrán ir perfilando su identidad y definiendo con toda claridad su imagen comercial. Podrán posicionarse en el mercado y lograrán funcionar en base a un nuevo tipo de solidaridad, que es una solidaridad pragmática, similar a la que rige en las empresas post modernas, cuando hablan de una cultura empresarial. Un tipo de solidaridad que reconocemos incompleta porque no se origina en principios morales ni éticos, pero que tiene la virtud de su factibilidad y de

poder abrir el camino para su perfeccionamiento, que se logrará en el tiempo si es que alguna vez se intenta poner en vigencia un modelo transitorio similar al que proponemos, cuya principal virtud es haber roto la inercia, que es la causa del estancamiento que perjudica la evolución de tantos centros turísticos.