

## TURISMO: LA OPCION INCLUYENTE

arq. Juan Carlos Mantero

Tal como se planteara en las precedentes presentaciones, la biodiversidad constituye el capital singular de nuestras Américas. La biodiversidad remite a la oferta de vida y comprende la diversidad natural, específica y genética, y la diversidad cultural. Las referencias realizadas respecto de la diversidad en la naturaleza, a propósito de la actividad que nos ocupa, nos induce a referirnos a la diversidad cultural, en tanto le confiere singular trascendencia a nuestra América.

La diversidad cultural pone en valor la diversidad natural en tanto a la continuidad genética se suma la multiplicidad cultural en la conformación de inéditas interacciones de la relación del hombre con la naturaleza, de los hombres entre sí y de los hombres respecto de los valores.

En la década de los 60, en su *las américas y la civilización*, Darcy Ribeiro, al reivindicar la presencia de los latinoamericanos en el diálogo de las culturas, luego de diferenciar la coexistencia de pueblos *testimonio*, pueblos *nuevos* y pueblos *transplantados*, sostenía que teníamos una contribución específica que hacer a la nueva civilización ecuménica que consistía, esencialmente, *en lo que somos como configuración socio cultural*, condición que nos confería *la potencialidad de ser más humanos, más generosos, más progresistas, más optimistas, más libres*.

Los pueblos indoamericanos constituidos por los representantes actuales de viejas civilizaciones originales, los pueblos neoamericanos plasmados por la fusión y aculturación de matrices indígenas, negras y europeas, y los pueblos euroamericanos producto de la implantación de contingentes europeos en ultramar, en su diversidad étnica, social y cultural, proponen y conforman un inédito y creativo proceso de convivencia e integración.

La inédita entidad que confiere y proyecta la integración del *testimonio* que perdura, la *innovación* que recrea y el *impacto* que conmueve, plantean una problemática

socio cultural que trasciende la impronta diferencial de cada uno de nuestros pueblos en su ámbito natural y singulariza nuestra circunstancia latinoamericana.

### **Nuestra América: proceso y producto de flujos.**

La visión prospectiva de nuestra América nos induce a visualizar un gradual e inexorable proceso de integración a partir de condiciones que propician la interacción de sus comunidades, más allá de la circunstancial integración de mercados de producción y consumo.

La inserción de nuestra América en el mundo no es ajena a los procesos de relación económica entre los países producto de la interacción suscitada por las transformaciones económicas y tecnológicas, e implicó, más allá de diferencias circunstanciales, coincidentes fases en nuestro devenir.

Tales fases, signadas por las etapas del desarrollo de nuestras economías, suponen connotaciones culturales, sociales y políticas, que se expresan en la secuencia: economías regionales de subsistencia - economías en transición - economías primarias agroexportadoras - economías industriales no integradas - economías de apertura.

La secuencia de las fases condiciona el devenir de las actividades turísticas y recreativas, a partir de fines del siglo XIX y principios del siglo XX, identificando el destino privilegiado de los beneficios producidos de las fases de desarrollo económico social, al canalizar excedentes de los usufructuarios del sistema vigente en la satisfacción de sus aspiraciones preferentes en tiempo de ocio.

En cada uno de nuestros países, no obstante su singularidad, cada una de las fases, signadas por el modelo de acumulación adoptado, supuso opciones congruentes respecto del rol del estado, de la relación Estado - sociedad, de la mediación política, de la articulación de intereses, de las premisas de acción colectiva, de modelo cultural, no ajenos a las condiciones del contexto internacional.

Así en Argentina, el modelo *agroexportador* pautó la fase económica que se agota hacia 1945, el modelo de *sustitución de importaciones* signó la fase que se extiende hasta 1975 y el modelo de *apertura económica* define la fase actualmente en curso. Las fases, en consideración de García Delgado, tienen su correlato en el rol del Estado (*liberal-social-postsocial*), en su relación con la sociedad (*garante-interventor-subsidiario*), en la mediación de intereses (*patrimonialista-neocorporativa-pluralista*), en

el referente de la acción colectiva (*el ciudadano-el trabajador-el consumidor*), en lo atinente al modelo cultural (*el individualismo-el igualitarismo-el individualismo competitivo*).

La desarticulación de las economías nacionales, sin perjuicio del modelo dominante propio de cada fase, ha propiciado la circunstancial coexistencia de modelos, confiriendo diferente grado de nitidez al modelo dominante y diferente solución de continuidad entre fases, en los diversos países y en sus diferentes regiones.

En tal sentido, el turismo como actividad privilegiadamente beneficiaria del destino de los excedentes económicos y tributaria de los referentes culturales en cada una de las fases, se correlaciona con la accesibilidad diferencial al turismo de los diferentes sectores socioeconómicos nacionales (*turismo de elite-turismo de masas-turismo de segmentos*), de acuerdo al singular proceso de cada país y con la participación creciente de flujos turísticos externos.

Respecto de la actividad turística de fluencia nacional se observa un *período de crecimiento* gradual, simultáneo a la fase agroexportadora, acorde a la limitada redistribución de la renta, un *período de expansión* intensa coincidente con la fase de sustitución de importaciones, al ampliarse la redistribución, un *período de equilibrio*, beneficiario diferido de dicha fase en tiempos de inflexión, y un *período de repliegue y redefinición* de la actividad turística, coincidente con la fase de apertura de la economía, sensible a los efectos regresivos en la distribución.

En tales períodos, resulta sintomático observar una tendencia inversa al flujo y reflujos de turistas nacionales en el país, en la efluencia de turistas nacionales fuera del país y de afluencia de turistas extranjeros al país.

La economía de la apertura y su correlato de ajuste en nuestros países ha alterado la redistribución del ingreso y la disponibilidad de excedente para satisfacción de aspiraciones *superfluas*, que al modificarse las relaciones sociales y el rol del Estado, han delineado un contexto social de fragmentación y de exclusión.

La accesibilidad al uso turístico en nuestros países difiere en valores absolutos aunque coincide en valores relativos y se corresponde con los perdurables o circunstanciales beneficios del modelo económico vigente en cada período y en relación a la intensidad de la actividad económica motriz de cada fase.

Contextualizar la actividad turística confiere consistencia a nuestra tarea de docentes e investigadores, de planificadores y gestores, y asigna sentido a las reflexiones y proposiciones susceptibles de realizar a propósito del futuro, trascendiendo las proyecciones tendenciales.

Las alternativas que pretenden prescribir el devenir de la actividad turística se inscriben en estrategias de *marketing de guerra* o *economía de bienestar* que, más allá de eufemismos, resultan de enfoques reductivos, consecuencia de definiciones unidimensionales o de proposiciones que no se compadecen de la complejidad del turismo.

### **Nuestro turismo: concepción y práctica**

Las definiciones *tradicionales* remiten a proposiciones ya superadas identificando la actividad económica suscitada por la persona que se traslada de su lugar de residencia a un lugar diferente, sin mediar ocupación remunerada, desarrollando actividades gratificantes, requiriendo servicios y realizando consumos no habituales en su lugar de procedencia.

La referencia a la condición de la actividad, a la improductiva ocupación y al necesario requerimiento de servicios y consumos, confiere un sentido económico a la definición que en los sectores que participan de la actividad, agentes públicos u operadores privados, tiende a conformar una visión reduccionista del turismo, al privilegiar las utilidades económicas de su gestión, con prescindencia de las dimensiones funcionales, simbólicas y vivenciales de su realización.

Al adscribirse la definición del turismo de modo excluyente a una actividad económica, objeto de cambio, o en sentido más restricto a una actividad de mercado, objeto de *marketing*, se restringe su consideración económica y se relegan sus implicancias culturales y sociales.

Las definiciones que superan las restricciones consignadas reivindican la pluridimensionalidad de la actividad turística en función de la condición de la persona y la conformación de la sociedad. Así, en su *conceptualización del turismo*, Sergio Molina la define como *una actitud que le confiere sentido a las actividades, los servicios y los equipamientos, o nosotros que le asignamos condición de oportunidad y modalidad de uso y goce del tiempo libre en ámbito diferente, de tiempo y espacio, de la actividad cotidiana*.

En tal criterio, el turismo se constituye en oportunidad de instancias de ocio, *descanso, diversión y desarrollo de la persona*, en expresión de Joffre Dumazedier, o instancias de tiempo libre de *descanso, recreación y creación de la persona y de la sociedad*, en la concepción más comprehensiva de Frederic Munne.

Tal concepción asigna sentido de distensión al descanso, sentido de distracción a la recreación, sentido de contemplación y participación a la creación . Momentos de *dolce far niente*, de *jugar y divertirse* y de *actuar y obrar* en la sociedad haciéndose persona.

Definición psico-social del turismo, remite a la persona y a la sociedad, trasciende el ámbito de la economía, excede el contexto del mercado, y propone la consideración de la actividad en la circunstancia más amplia de lo social, contexto que reivindica el turismo como opción posible y necesaria de satisfacción de las necesidades y aspiraciones de las personas.

El mercado agota su consideración en el *valor de cambio* de las actividades, servicios y productos turísticos, en tanto el ámbito de la sociedad le integra en la más amplia consideración del valor de uso de las prácticas, acciones y obras, personales y sociales, en usufructo del tiempo libre.

A la concepción que hace del turista *consumidor* resulta necesario y comprehensivo afrontar la concepción que hace del turista usuario o, lo que es más trascendente y significativo, persona en planteo incluyente y suficiente para mejor plantearse la consideración integral del fenómeno turístico.

El protagonista y destinatario de la actividad es la persona en su circunstancial situación de turista que usa y consume, cuya satisfacción se alcanza no sólo por aquello que adquiere a partir de lo que el mercado le propone sino por la actividad que realiza, con frecuencia en la gratuidad de la contemplación y de la acción.

De allí que el punto partida hacia una concepción más raigal del turismo y *más sustentable de la actividad turística* requiera una consideración más reflexiva de las necesidades y más crítica y creativa de los satisfactores que conducen a un uso y goce mas pleno del tiempo libre.

El planteo trasciende la problemática del turismo y se inscribe en la concepción del desarrollo de la sociedad a partir del reconocimiento del ser humano en su condición de persona y de la sociedad en su atributo de proyecto a construir.

La distorsión del enfoque *tradicional* del turismo se expresa en el modelo reduccionista de la problemática, en términos *mercadotécnicos* de demanda y oferta. La demanda categorizada y estereotipada en segmentos en función de una oferta tipificada y standardizada en productos, con prescindencia de la consideración de necesidades y satisfactores, reducen la satisfacción en el uso del tiempo libre al equilibrio en el consumo de bienes y servicios.

La reproducción de modelos esquemáticos e inapropiados de análisis oferta - demanda y su indiscriminada aplicación a contextos diferentes, omitiendo connotaciones singulares de una actividad en constante innovación, limita su aptitud para afrontar el desafío de promover una más plena satisfacción de la persona en tanto *turista*, mediante una más creativa programación de las actividades.

El devenir *espontáneo* de la actividad en función de la dinámica del mercado turístico nos ha inducido a advertir distorsiones y posibilidades implícitas en las prácticas turísticas, reivindicando el singular aporte de concepciones que propician el *desarrollo a escala humana*, proposición actual de una *dinámica concreta del desarrollo*, mediante la consideración de la dialéctica necesidades - satisfactores.

En tal sentido, cuando la demanda encubre y distorsiona *las necesidades* y la oferta restringe y manipula *los satisfactores*, las propuestas, aunque produzcan circunstanciales beneficios al operador, los servicios y los productos turísticos no satisfacen al turista, no califican el destino, no contribuyen a la sustentabilidad de la actividad ni al desarrollo de un turismo más pleno.

Al plantear opción de desarrollo y definir necesidades -requisitos de calidad de vida-, satisfactores -formas de satisfacción- y bienes económicos -productos y servicios- se constituye en aporte significativo la contribución de Alfred Max-Neff. Su concepción remite la necesidad a lo esencial, condiciones y requisitos de calidad de vida, el satisfactor a formas de *ser, tener, hacer y estar*, en su modalidad social dominante, en tanto el bien económico se reconoce en artefactos y tecnologías coyunturales y circunstanciales, *consumo organizado* de satisfactores.

Tales nociones referenciales proponen que las posibilidades de uso y goce del tiempo libre resulten de la satisfacción de las *necesidades* que confieren entidad y eventual plenitud a la persona y a la comunidad, mediante *satisfactores* de ser, tener, hacer y estar que propicien el desarrollo del ser humano en sus múltiples aspiraciones, a

través de pautas compartidas, mediante la realización de actividades re-creativas en ámbitos propicios.

A nuestro criterio, se actualiza así la aspiración de Louis Joseph Lebreton de construir la civilización del *más ser* por tanto del *más valer*, en el contexto de un *consumo organizado* que propone el *más tener*, aún para aquellos que más carecen y menos pueden. Aspiración que exige de nosotros el más saber para un mejor hacer en aquello que nos ocupa, el tiempo libre de las personas.

Trascender estereotipos de demanda, a partir de un conocimiento más profundo de las necesidades y aspiraciones de la persona, en tiempo de actitud recreativa y actividad turística, y trascender los estereotipos de oferta a partir de una prospección más creativa de los satisfactores adecuados y apropiados de convivir, estar y actuar en tiempo libre.

Al considerar la ecuación oferta-demanda, el *marketing* suele atenerse al *valor de cambio* implícito en la operación, con prescindencia de impactos y efectos en la persona, la sociedad y el ambiente. Al plantear la ecuación necesidades-satisfactores, se propone considerar el *valor de uso* implícito en la interacción, con atención a impactos y efectos, sin perjuicio de considerar el valor de cambio, necesario a su eventual inserción en el mercado de las opciones en bienes y servicios.

### **Nuestros modelos: Singularidad del turismo**

En la última década se han realizado aproximaciones que aspiran a caracterizar el turismo en América Latina. A nuestro criterio, no obstante el propósito planteado, los estudios realizados han subestimado la diferencia contextual en el devenir de nuestros países y en consecuencia han omitido considerar la singularidad regional que explica nuestras diferencias y la diferente evolución de la actividad turística.

Resulta pertinente remitirnos a los dos extremos de nuestra América Latina, México y Argentina, al decir de Julián Marías expresiones del *indigenismo* y del *européismo* prevalentes en América, a fin de referirnos a modelos turísticos diferentes allí donde la actividad ha alcanzado niveles significativos.

Sin perjuicio de coincidencias y diferencias en sus procesos, es probable que en los diversos países latinoamericanos se presenten características asimilables a uno u otro de los modelos susceptibles de inferir de los modelos en consideración.

La *modelización* planteada resulta de reflexiones de Sergio Molina a propósito de México y de nuestras reflexiones a propósito de Argentina.

el modelo de *la industria turística*

A propósito de la actividad turística en México, Sergio Molina identifica la existencia de un modelo de la industria turística que reconoce dominante, consecuencia del devenir de la actividad de los países *centrales* en los países *periféricos*, en el caso considerado producto de la expansión del negocio turístico a través de la canalización de flujos estadounidenses a destinos mexicanos.

El modelo incrementalista de *la industria turística* que produce la expansión de la actividad en beneficio casi excluyente de sus promotores y operadores, y remite a ciertos atributos:

1. uniformización de los productos.
  - diseño y producción de similares servicios.
  - standardización.
  - despersonalización.
2. especialización de funciones.
  - división tayloriana del trabajo.
  - desconexión de las fases sucesivas.
3. sincronización mecánica.
  - coordinación en función de rutinas.
  - sin correlación entre servicios.
4. concentración de actividades.
  - uso intensivo de los espacios.
  - congestión y saturación.
5. maximización del beneficio financiero.
  - privilegio de la rentabilidad.
  - prescendencia de otras evaluaciones.
6. centralización de las decisiones.
  - políticas afines a intereses concentrados.
  - exclusión de instituciones, empresas y personas involucradas.

El modelo, producto de la estrategia de los promotores americanos, responde a la estrategia del marketing, privilegia el valor de cambio inherente a la modalidad de promoción y operación, y podría asimilarse a aquello que identificamos como turismo de

un solo país, inequívoca correlación estereotipada de demanda-oferta en escenografías diferentes.

el modelo de *la artesanía turística*

La identificación del modelo de la *industria turística*, vigente en el caso de México, en países del América del Centro y en ciertos centros de América del Sur, conforma una alternativa sensiblemente diferente respecto del modelo que podría identificarse y reivindicarse dominante en Argentina que podría, denominarse de *la artesanía turística*.

El modelo atomístico y espontaneista de *la artesanía turística* que conduce a una evolución turística en beneficio aleatorio y disperso en la miríada de operadores y remite en síntesis a ciertas condiciones:

1. espontaneización de los productos
2. indiferenciación de funciones
3. desincronización de las actividades
4. diseminación de actividades
5. maximización del beneficio económico
6. dispersión en las decisiones

El modelo delineado por reconocimiento de las espontáneas y diferentes estrategias de los múltiples operadores turísticos y de las políticas inducidas en los agentes públicos, deja librado al arbitrio y posibilidades de las unidades turísticas el resultado de su actividad.

El modelo de *la artesanía turística* que en algún momento conoció la incidencia de la acción estadual en el sector, conoce en tiempos recientes la creciente competencia del modelo de *la industria turística*, en función del incremento de flujos turísticos internacionales y la radicación de capitales extranjeros producida en el último lustro.

La expansión de la actividad turística inscrita en el modelo supuso tiempos de tensa convivencia con el modelo de turismo social compartido por el Estado y las entidades sindicales, actualmente en repliegue, y de difícil competencia con la actividad inmobiliaria en el sector y el desarrollo de una modalidad *doméstica* en el devenir de la actividad, actualmente en transformación.

El modelo de *la artesanía turística* es la expresión de la puesta en valor de recursos y de servicios a partir de las acciones espontáneas de medianas y pequeñas empresas, no pocas de conformación familiar, que dispersaron sus semillas en áreas de disímil aptitud turística a partir de voluntad y tenacidad, con prescindencia de evaluaciones racionales, cubriendo la necesidad de servicios básicos requeridos por el turista.

Así, el modelo acompañó la evolución de la actividad, canalizando tanto la inversión de promotores cuanto el ahorro del turista, producto de los beneficios de la economía agroexportadora y, con más amplitud e intensidad, de la economía de la sustitución de importaciones, a partir del estímulo al turismo interno y la disuasión del turismo emisor.

Los modelos de *la industria* y de *la artesanía* considerados no son excluyentes entre sí, ni de otras alternativas, aunque permiten visualizar y comprender el coincidente y diferente devenir turístico entre países de AL y entre regiones de un mismo país, a cuya puesta en valor y, en ciertos casos, puesta en crisis contribuyeron.

La apertura de la economía, al provocar condiciones diferentes, acentúa la vulnerabilidad de los modelos generados por las economías nacionales en función de las demandas internas, e induce la crisis, *pese a o por* la irrupción de alternativas turísticas y recreativas inéditas producto de inversiones externas, a partir de la puesta en valor de los recursos -el ambiente natural, cultural y urbano- en función de la puesta en operación de empresas transnacionales, paradójicamente al impulso de la internacionalización de los segmentos en aptitud turística de nuestras demandas internas en repliegue, en el contexto de destinos propuestos en países limítrofes.

En nuestros países del sur de América, pese a no disponer de estadísticas verosímiles, se observa el impacto que la economía de apertura produce en el turismo, la insuficiencia e incapacidad de los modelos turísticos identificados - *la artesanía turística* por ensimismado y *la industria turística* por enajenado - para afrontar condiciones cambiantes y se constituye en cuestión la necesidad de disponer de una alternativa para afrontar la situación.

el modelo de *la red turística*

Atentos a nuestra realidad, que inferimos similar en nuestros países vecinos, es menester plantearse alternativas que se inscriban en una opción diferente.

Tal opción no puede prescindir los recursos que hicieron al desarrollo *espontáneo* de nuestras posibilidades al servicio de demandas nacionales - ayer crecientes y hoy decrecientes aunque expectantes - ni de aquellos recursos que en otros países hicieron al desarrollo *deliberado* de nuestras posibilidades al servicio de demandas internacionales, no necesariamente en beneficio de nuestras economías.

En su conceptualización del turismo Sergio Molina propone un modelo alternativo -radicalmente diferente- al modelo de la industria turística. Basado en una concepción humanista a partir del ocio, su condición necesaria, *como totalidad conformada por la vivencia de la autorrealización y una serie de actitudes y actividades congruentes con una posición reflexiva de la conciencia, que requiere modalidades empresariales, escenarios y actividades cualitativamente distintas de aquellas que postula la industria turística.*

Tal concepción, que observa en opciones para la práctica de un turismo alternativo a partir de programas y proyectos en curso, de empresarios, grupos y asociaciones en función de un turismo ambiental y cultural, nos resulta compatible e integrable a un modelo de *convivencialidad* turística, susceptible de concebir a partir de la recuperación e integración de aquel modelo de *la artesanía turística*, rescatando proyectos y emprendimientos del modelo de *la industria turística*, afirmando una alternativa desarrollista superadora de las alternativas de evolución espontánea y crecimiento unidimensional.

El rescate de la miríada de actividades y servicios que, en función de recursos y escenarios muy diversos, han surgido al impulso de innumerables pequeñas y medianas empresas, susceptibles de actualización y calificación, y la promoción de creativos e innovadores emprendimientos *a escala humana* a localizar en áreas y centros prioritizables, permitiría conformar un tejido, cuya urdimbre articule agentes receptores y cuya trama relacione agentes emisores, inspirados en propósitos similares, que les integre y confiera perspectivas de desarrollo.

El modelo de *la red turística* conduciría a un desarrollo en beneficio de turistas y residentes, usuarios y prestatarios, actores y operadores turísticos, privilegiando las siguientes condiciones:

1. desmasificación de los productos
2. diferenciación de funciones
3. sincronización orgánica
4. desconcentración de actividades

5. maximización de beneficio socio económico
6. descentralización de las decisiones
7. integración productiva y recreativa de residentes y turistas

Las restricciones de tiempo y la síntesis de su formulación nos imponen diferir la consideración de las implicancias y los alcances de los atributos consignados. Sin embargo, su confrontación con las condiciones inherentes a los modelos de *la artesanía turística* y de *la industria turística* permite identificar y acreditar sus potencialidades y posibilidades.

Por imperio de las políticas económicas en curso, las actuales circunstancias que caracterizan a nuestros países no parecen propicias al desarrollo de un modelo de *convivencialidad*, si ello requiriera necesariamente de políticas fundacionales y promocionales del sector público.

Tal actitud resulta improbable, en tanto el sector público implementa políticas de la apertura de la economía en el turismo, con su correlato de centralización de decisiones y concentración de beneficios, en función de la *exportación* de nuestras demandas internas y de la *importación* de ofertas externas, a través del sentido del flujo de turistas y de capitales.

Los intereses transnacionales, en su articulación de demandas y ofertas, operan con las demandas generadas y las ofertas radicadas en nuestros países y estimulan los flujos entre nuestros países, con frecuente prescindencia de las áreas y centros turísticos que vertebrarían nuestra integración y de los sectores y operadores que podrían estructurar nuestro desarrollo turístico.

La realización de una reflexión respecto de los modelos y la proposición de un modelo de superación en la construcción del devenir de la actividad en nuestros países, solo podrá resultar del debate suscitado por las realidades en construcción y por los modelos subyacentes que permiten inferir acciones posibles.

En tal sentido, el modelo de *la red turística* al que remiten nuestras reflexiones, trascendiendo fronteras, asume la potencialidad de un tejido que de sostén a las expectativas y actividades de los turistas, primordialmente de nuestros centros emisores, a través de la malla de oportunidades, espacios y servicios generados por los residentes y los operadores, prioritariamente de nuestras áreas destino de flujos turísticos.

La viabilidad del modelo de *la red turística* radica en procurar la coordinación e interacción mas socializada posible entre los agentes turísticos privados, en cada uno de nuestros centros, regiones y países en primer instancia y en su relación emisión - recepción respecto de nuestros países limítrofes.

La actividad turística involucra agentes - el operador, el prestador de servicios, el animador, el transportador, el distribuidor oferente, el promotor de emprendimientos - cuyo *assemblage* puede darse espontáneamente en países de economías desarrolladas e integradas.

En nuestros países de gestión turística pequeño y mediano empresaria, *urdir y tramar* el tejido se torna de conformación indispensable e insustituible, en tanto *la red turística* conforma una opción de puesta en valor y en desarrollo de nuestros recursos y posibilidades en cada una de las escalas en que medie voluntad y decisión.

Frente a las *grandes maniobras* de reestructuración y concentración en la industria turística y a las acotadas acciones de actualización y modernización de *la artesanía turística* que singularizan el momento actual, sumado a la distorsión introducida por el desarrollo del inmobiliario turístico, es necesaria la acción concertada del sector público y privado de nuestros países a diferentes de acción y gestión turística.

Afrontar la crisis de la artesanía y asimilar el impacto de *la industria* requiere estructurar gradualmente *la red turística* que en cada uno de los niveles coordine e integre sistémicamente la proposición de alternativas turísticas y productos recreativos, requiriendo la definición de políticas que, incluso a escala regional entre nuestros países, implique fluencia recíproca en la emisión y recepción de turistas y que en su proyección convocante vertebre acciones compartidas en los espacios turísticos integrables.

La confluencia de concepciones afines respecto del proceso en curso y de prácticas cpmptibles de acción y gestión en respuesta a necesidades y aspiraciones de los actores involucrados en el devenir turístico, supone la construcción compartida y simultánea de un paradigma que se corresponda con la singular *red turística* propiciada.

### **El desarrollo sustentable y la integración solidaria**

La evolución condicionada y resignada a partir del modelo espontáneo de *la artesanía* o del modelo incremental de *la industria*, carecen de aptitud para desarrollar e integrar el turismo de nuestras gentes en y entre nuestros países, en beneficio integral de nuestras comunidades.

De allí, nuestro interés en plantear las cuestiones del desarrollo y de la integración al inducir el debate con el lema *para un desarrollo sustentable, una integración solidaria*.

La noción de *desarrollo sustentable*, definida en el debate de las cuestiones suscitadas por el devenir de la humanidad e institucionalizada a través de las agencias internacionales en la consideración de las diferentes actividades humanas, podría ser expresión suficiente en el propósito de identificar la meta y la condición necesarias de la acción del hombre en su incesante proceso de transformación de la realidad.

Alguien podría considerar implícita en la noción de desarrollo sustentable la meta y la condición de *la integración solidaria* y superflua su consideración.

Sin embargo, cuando se ha seguido la trayectoria de los debates realizados, a partir de la consideración de *los límites del desarrollo*, se observa un itinerario pautado por una serie de nociones que han procurado expresar el consenso de la comunidad respecto de cuestiones suscitadas a propósito de la relación del hombre con su entorno, la naturaleza y la sociedad, nociones que se han consumido en la sucesión de los debates.

Así, se han reivindicado *el desarrollo, el tecnodesarrollo, el ecodesarrollo* y hoy *el desarrollo sustentable*, en secuencia de superación conceptual, nociones ajenas a las preocupaciones y ocupaciones de los agentes de transformación de las relaciones productivas y sociales, distantes del impacto creciente del *desarrollo insustentable* en la vida cotidiana de las gentes.

La comunidad técnica y científica asume con inusitado entusiasmo las nociones que tienden a tipificar paradigmas deseables de desarrollo que suelen consumirse en el debate de la comunidad política internacional y nacional, sin mediar un correlato de similar intensidad en las prácticas sociales.

Así las nuevas consignas para la formulación de planes, programas y proyectos en el sector turístico se desprenden de la necesaria invocación al desarrollo sustentable cuya pertinencia es indiscutible pero cuyos alcances carecen de significación si no implica necesariamente contribuir a la integración.

Si confrontamos las consignas con la realidad, signada por impactos en la naturaleza y la cultura, en el territorio y la sociedad, de procesos de deterioro creciente y de exclusión perdurable, de situaciones de asimetría e inequidad entre países y

sociedades, podríamos afirmar que el desarrollo sustentable se constituye en un eufemismo de la perdurabilidad del presente antes que una condición necesaria de un devenir diferente.

#### la integración *en* nuestros países

En nuestros países, a propósito del *tiempo libre*, condición necesaria a la práctica del turismo, se observan restricciones crecientes a su disposición y a su eventual uso y goce recreativo, por imperio de condiciones socioeconómicas que hacen imposible a las personas la ocupación productiva del tiempo y, en su caso, improbable la retribución suficiente para acceder a la superflua actividad de disfrute recreativo.

La situación no sería evidente si la inflexión producida en los últimos años no interrumpiera un lento proceso de incremento de posibilidades, al abrigo de una economía de redistribución y de un Estado de bienestar, de futuro inviable, y si no planteara un intenso proceso de exclusión de amplios sectores sociales, al amparo de una economía de ajuste y concentración y de un Estado impotente, de incierto futuro.

La expulsión de sectores sociales de reducidos recursos del mercado y la indiferencia del Estado respecto de sus imperativos sociales, afecta a la integración de los diferentes sectores sociales en nuestros países.

Las posibilidades de sustentabilidad del desarrollo turístico se altera tanto por la incapacidad de hacer turismo de aquellos que carecen de excedente o ocupación, por imperio del ajuste, cuanto por la imposibilidad de involucrarse laboralmente en la prestación de servicios, por reducción de demanda.

Si *la integración solidaria* se torna consigna necesaria a la implementación de las políticas económicas en el espacio nacional a fin de atenuar su impacto diferencial en los diversos sectores sociales, la cuestión no resulta menos significativa a propósito de la relación que entre nuestros países suscita la actividad turística.

#### la integración *de* nuestros países

La transnacionalización de nuestra economías es inexorable consecuencia de la *internacionalización* -flujos entre naciones apoyados en agentes nacionales- y de la *multinacionalización* -creación de capacidades productivas a través de la acción de un agente económico en otro país-, instancias de un proceso que conduce a la globalización.

La multiplicidad de vínculos e interconexiones entre los Estados y las sociedades define el proceso de globalización que explica las significativas repercusiones que acontecimientos, decisiones y actividades que se producen en cualquier lugar tienen en muy distantes y diferentes sitios.

Al impulso de la *liberalización* de los movimientos de capital, la *privatización* de la economía mixta de los países y la *desregulación* limitando la intervención del Estado, se han inducido y generado en nuestros países estrategias de apertura y reconversión para afrontar los imperativos de su inserción en el mundo.

En América Latina se plantean procesos de integración regional, en tanto los países vecinos se constituyen en el elemento más dinámico frente al proceso de globalización, atenuando pretensiones hegemónicas y recreando relaciones a partir de especializaciones que confieran valor a las condiciones y recursos más competitivos de cada uno de los países.

Así pueden observarse un incremento en las acciones tendientes a constituir ámbitos transnacionales de inclusión y gestión de nuestras economías nacionales para afrontar los desafíos contemporáneos de la globalización.

### **la integración turística**

En nuestros países, el sector del turismo ha sido pionero en la proposición de alternativas de articulación e integración mediante *circuitos turísticos integrados* a partir de la unidad inducida por la contiguidad del territorio, la afinidad y singularidad de las culturas y la actitud y disposición de nuestras gentes.

Al margen de las restricciones y dificultades de cada uno de los proyectos de integración, los estudios realizados, los agentes y operadores interesados y la identificación de los problemas a superar, permite reconocer y reivindicar la actitud del sector turístico. Actitud que permite, en el contexto de la definición y adopción de las políticas de integración de las regiones latinoamericanas, reconocer proyecciones de interés y augurar un futuro de significativa trascendencia.

Sin embargo, el proceso de la integración turística entre nuestros países asume características diferenciales respecto de aquellas que podrían haberle impulsado originalmente y caracterizado en tiempos no demasiado lejanos, por impacto de los cambios y las innovaciones planteadas por la globalización.

la integración turística frente a la globalización turística

Los cambios inducidos por la globalización en la economía alcanzan a la actividad turística de nuestros países al influjo de la acción de las transnacionales del turismo, apoyadas en las transnacionales de la comunicación.

Al acaparar los segmentos más *portadores de futuro* del mercado mundial, apoyados en la concepción y difusión de los modelos turísticos de consumo, induce comportamientos turísticos e influye en los mercados turísticos, del Norte y de nuestros países, condicionando no sólo la afluencia internacional sino la fluencia turística nacional.

Al impulso de los *medias* en la configuración del universo turístico y del impacto de la intensa interacción turística, inducidos por los operadores transnacionales, se altera la territorialidad turística que, en función de la *desespacialización y desestacionalización* de la actividad, dispone de opciones alternas accesibles en ambos hemisferios al influjo de fluidas condiciones de accesibilidad generadas por la modernización de los transportes.

En función de la tendencia consignada, los proyectos de *circuitos turísticos integrados*, nacidos al estímulo pionero de los Estados y las empresas nacionales, tienden a reformularse en *yacimientos turísticos* al servicio de la expansión alternativa de las transnacionales.

Las implicancias generadas por la distancia creciente entre los centros de la decisión turística y los lugares de la actividad turística nos plantea el riesgo creciente de una división internacional de la actividad turística que afecte nuestras posibilidades y potencialidades de inscribir el turismo en procesos de desarrollo integral de nuestros países.

Ante el probable impacto de las acciones inducidas por los operadores transnacionales, es menester concebir políticas adecuadas que propicien el desarrollo deliberado de las potencialidades del modelo espontáneo, capitalizando los recursos disponibles y reivindicando los valores que nos confieren identidad, construyendo alternativas de espacios regionalizables y de políticas compartibles entre nuestros países, consecuencia necesaria y plausible de un pensar latinoamericano del turismo.

la integración solidaria y el desarrollo sustentable de la actividad turística *de y en* nuestros países

El turismo, cauce de flujos en expectativa de descanso y recreación, genera actividades de uso y consumo de tiempo, espacio y servicios que adquieren sentido cultural, social y económico de singulares posibilidades en el desarrollo y la integración de nuestros países.

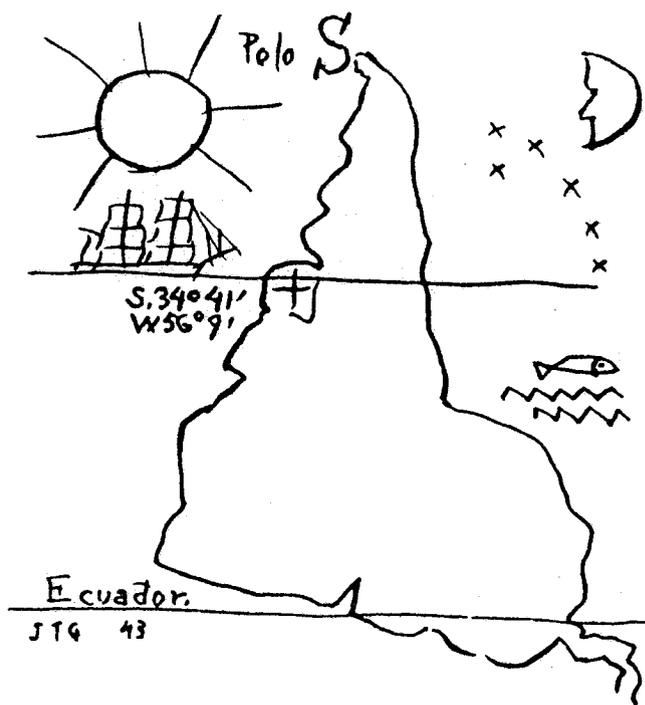
En la región conformada y proyectable entre los países del Sur de América es necesaria y factible la definición de políticas turísticas de desarrollo sustentable e integración solidaria, a partir de la confluencia de los intereses de operadores privados y de los agentes públicos comprometidos en la actividad turística.

El territorio de nuestros países dispone tanto de los recursos diferenciados cuanto puede disponer de los satisfactores singularizables a fin de colmar las aspiraciones de nuestros turistas. La sociedad en nuestros países comprende mercados segmentables susceptibles de canalizarse en la puesta en valor de nuestros recursos. La integración recrea territorios y potencia sociedades proponiendo ámbitos de desarrollo compartido.

En tal sentido, los *espacios de frontera* se transforman en *espacios de integración*, en tanto a la contiguidad territorial se nutra de la afinidad de nuestras comunidades, sin perjuicio del reconocimiento y valorización de las singularidades escénicas y de las identidades vivenciales de nuestras gentes.

Las responsabilidades respecto del devenir nos impone promover la solidaridad de nuestras comunidades hacia adentro y las posibilidades competitivas del crecimiento nos imponen inducir el desarrollo hacia afuera de nuestras economías.

A nuestro criterio, el marco compatible y sustentable que concilia solidaridad y desarrollo radica en la adopción del modelo de *la red turística* y la conformación de *circuitos turísticos integrados*, al amparo de unidades turísticas regionales, consecuencia de una necesaria opción turística latinoamericana.



"Por eso, ahora ponemos el mapa al revés, y entonces ya tenemos justa idea de nuestra posición, y ni como quieren en el resto del mundo (...) Nuestro norte es el Sur. No debe de haber norte, para nosotros, sino por oposición a nuestro Sur"  
Joaquín Torres García