

RITO, CAMBIO CULTURAL Y LA NATURALEZA CÍCLICA DEL TURISMO

Roque Pinto^{*}
Universidad Estadual de
Santa Cruz – Ilhéus - Brasil

Resumen: Este artículo tiene como objetivo presentar el modelo general del turismo según una perspectiva cíclica, donde la actividad turística es comprendida como un espacio-tiempo extraordinario y ritualizado; teniendo en cuenta que la experiencia turística puede generar cambios en la conducta de los turistas, impactando en la sociedad de origen, configurándose así, como un factor relativamente importante para los cambios socio-culturales.

PALABRAS CLAVE: turismo, rito, cambio cultural.

Abstract: Rite, Cultural Change and the Cyclical Nature of Tourism. This text seeks to present the general model of tourism according to a cyclical perspective, where the activity is understood like a space-time extraordinary and ritualized, considering that the tourist experience is likely to promote changes in the conduct of the tourist on their society of origin, representing a relatively important factor of socio-cultural changes.

KEY WORDS: tourism, rite, cultural change.

INTRODUCCIÓN

Es sabido que una de las condiciones de existencia del turismo es la conformación del espacio y de la respectiva percepción ocular del visitante (Urbain, 1993; Selwin, 1996; Urry, 1999; Graburn & Barthiel-Boucher, 2001; Simmonicca, 2007; Santana Talavera & Pinto, 2008; Pinto 2009), y que estas disposiciones materiales y simbólicas son informadas según un ámbito estético que embebe la vida social mediante una especie de “re-encantamiento del mundo” a través de los medios de comunicación (Sodré, 1994; Carretero Pasín, 2006; Mendes, 2007; Saavedra, 2007; Vásquez Rocca, 2007).

De hecho, para algunos autores el surgimiento del turismo de masas en algunas partes del mundo, después de la posguerra, sería el reflejo o incluso una sinécdoque de la contemporaneidad (MacCannel, 2003; Smith, 1992; Augé, 2001; Simonicca, 2001; 2007; Santana Talavera, 2009; Pinto, 2009), en medio de la comprensión de la interacciones que se establecen entre el mundo del consumo y de la reproducción de una estética marcada por la saturación de las imágenes y las simulaciones, donde surge y se establece el turismo; definido por la OEA como *la mayor industria del mundo y el principal desplazamiento humano en tiempos de paz en la historia de la humanidad* (OEA, 1996).

^{*} Doctor en Antropología Social por la Universidad de La Laguna (España). Se desempeña como profesor de antropología en la Universidad Estadual de Santa Cruz (Brasil). E-mail: roquepintosantos@gmail.com

Aunque no se puede perder la dimensión de que dichas disposiciones se dan bajo el punto de vista del turista, en el contexto de un proceso cíclico que se alterna entre el universo habitual y familiar del trabajo y de la vida ordinaria y el espacio-tiempo del turismo, marcado por una estadía temporaria fuera del territorio de residencia y trabajo del turista.

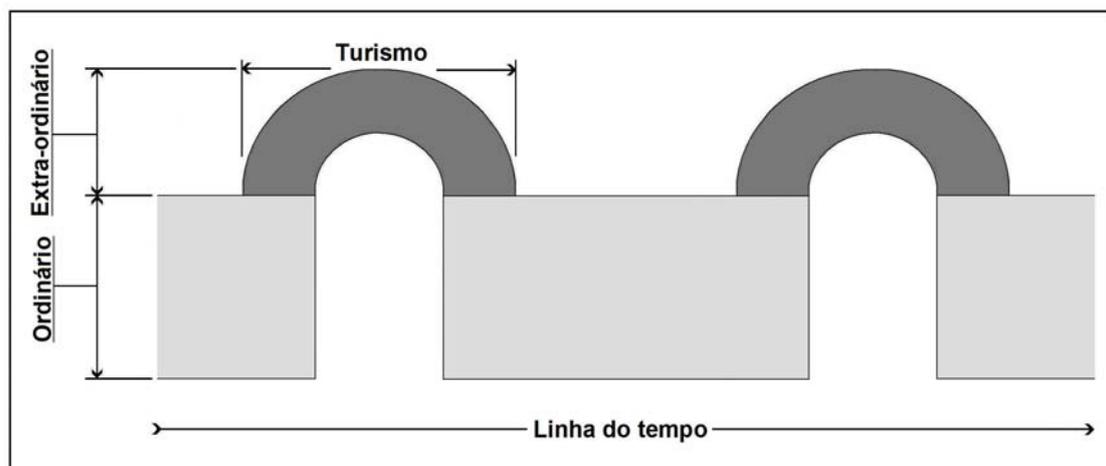
Por lo tanto, dentro del *continuum* del mundo social marcado por las actividades productivas, el turismo puede ser comprendido, dentro de una perspectiva durkheimiana-maussiana de la división del mundo social entre lo ordinario-profano y lo extraordinario-sagrado, como una especie de ritual episódico inscripto en el período de no trabajo, significando un espacio-tiempo que demarca una ruptura temporaria con el mundo cotidiano (Graburn, 1977; 1992; Jafari, 2007).

Desde esta perspectiva el desplazamiento espacial del turista estaría relacionado con el desplazamiento psico-cultural del sujeto que lo corporifica en el sentido de asumir provisoriamente, dentro del campo extra-cotidiano del turismo, papeles distintos de aquellos vividos ordinariamente; y que dicha experiencia tendría repercusiones no sólo en el espacio estrictamente turístico, sino también fuera de él.

EL TURISMO COMO ACTIVIDAD CÍCLICA RITUALIZADA

En ese sentido, según la lógica de la perspectiva cíclica y procesual del turismo, se puede diseñar un modelo metodológico en el cual el mundo cotidiano sería definido como un campo mundano/profano en oposición complementaria al espacio sacralizado vivido transitoriamente en el disfrute turístico (Figura 1). Y el propio desplazamiento físico y social del turista puede ser pensado como un viaje sagrado moderno, vivido ritualmente en ciclos en el tiempo (Graburn, 1977; 1992; Turner, 1995; MacCannell, 2003; Van Gennep 2008; Segalen, 2005).

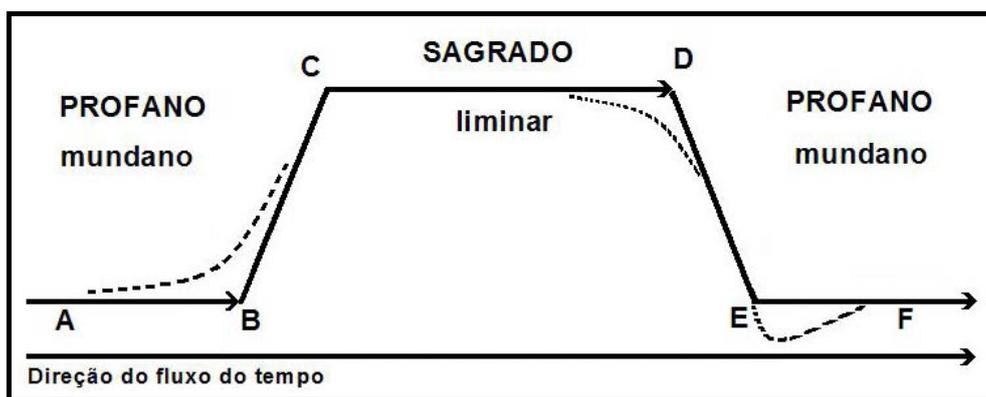
Figura 1: Esquema del turismo como una ruptura cíclica con lo cotidiano



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 2 se puede observar la “metáfora visual del trampolín” descrita por Graburn (1977) y Jafari (2007), una imagen que evoca un “salto” temporario y cíclico al campo extra-cotidiano del turismo intercalado con el regreso a la vida ordinaria. En los segmentos A-B se verifica el flujo regular de la vida social cuyas presiones y tensiones incitan a transponer momentáneamente “el confinamiento” (Jafari, 2007, 48) del día a día y “saltar” al mundo del turismo, como se observa en el segmento B-C. El espacio-tiempo extraordinario vivido durante la estadía turística es representado en el segmento C-D que antecede la “vuelta a casa”, el regreso inevitable al mundo de la “realidad permanente” que aparece en el segmento E-F.

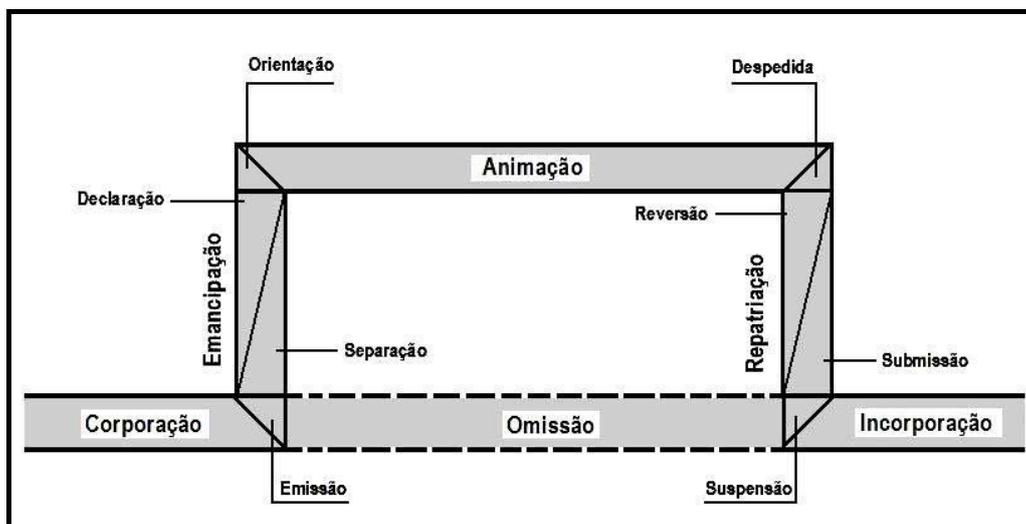
Figura 2: Esquema del turismo como actividad cíclica ritualizada



Fuente: Basado en Graburn (1977 y 1992)

En la Figura 2, las líneas cortadas indican los estados mentales que acompañan los momentos cruciales del modelo: de excitación por la expectativa del viaje entre los puntos B-C; de vivencia de una experiencia que se pretende única, en el segmento C-D; de disminución del ánimo anterior por la eminencia del retorno al mundo cotidiano, entre los puntos D y E; y de abatimiento, entre los puntos E y F, con la vuelta al mundo ordinario.

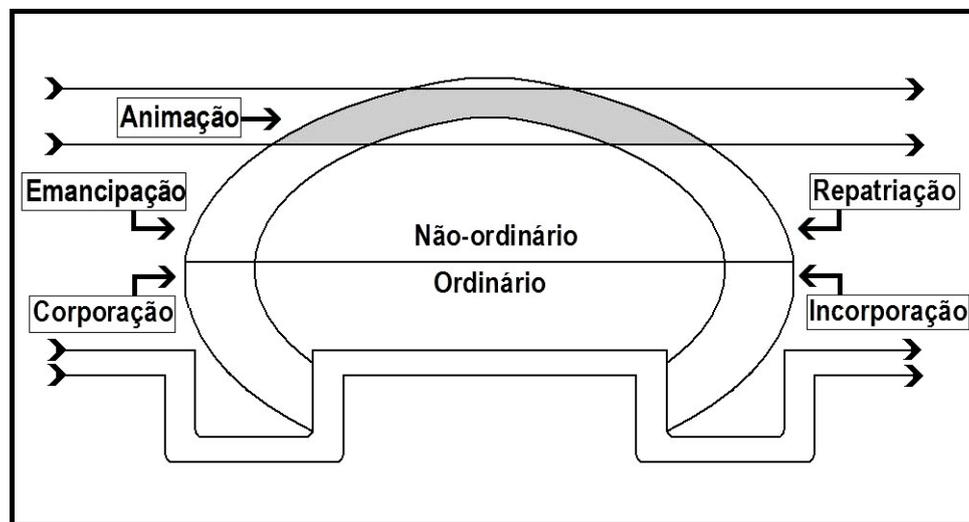
Figura 3: Esquema de las etapas del turismo



Fuente. Basado en Jafari (2007)

Se propone, a partir de la representación gráfica de Graburn, un esquema más detallado, donde cada etapa del proceso comporta una serie de situaciones-límite que, conjuntamente, componen un modelo procesual-ritual de conversión del individuo en turista y su regreso al mundo ordinario (Pereiro, 2009).

Figura 4: Esquema simplificado de las etapas del turismo



Fuente: Basado en Jafari (2007)

Ese modelo implica un ciclo marcado por algunas etapas transitorias (Figuras 3 y 4), donde aparecen las fases de:

- ♦ *Corporación* – la vida ordinaria donde se localizan los turistas potenciales, esto es, el propio espacio del mercado turístico, donde se hace efectiva la decisión de viajar, incluyendo ahí todo el aparato mercadológico y comunicacional que será decisivo en la elección del destino y en el tipo de turismo que será practicado, culminando en la preparación definitiva del viaje, es decir, en el proceso de *emisión*.

- ♦ *Emancipación* – en ese momento el individuo se siente liberado de los límites cotidianos y comienza a integrarse al universo extraordinario del viaje: es el proceso mismo de transformación del sujeto en turista. Puede dividirse en dos etapas, la de *separación*, que comporta una noción espacial de salida del *locus* ordinario, de sobrepasar las fronteras de la ciudad y salir a la ruta o embarcar en un avión, hasta la llegada al hotel del destino; y la etapa de *declaración*, marcada por la asunción de la identidad del turista inscrita en las expectativas, conductas e indicadores simbólicos relativos al turista, como la vestimenta o los aparatos de registro de la imagen.

Así, la nueva identidad y el nuevo papel asumidos por el sujeto tienen su guión en el turismo y su telón de fondo en el destino turístico, de modo que su performance (incluyendo la suspensión o relativización de las reglas y valores de la sociedad de origen) se ajusta y se orienta según ese escenario provisorio.

De ese modo, las etapas de *separación* y *declaración* operan articuladamente para convertir al individuo en turista y, cuando ese proceso es internalizado por el turista y externalizado por los que lo rodean, induce al turista a un tipo de magia emancipadora, en la medida en que:

[...] *'legaliza' su nuevo status, 'legítima' su acción, e incluso sacraliza su progresión. El nuevo estilo de vida es bienvenido por el self y aprehendido por otros, y de este modo se desarrolla con escasa o nula interferencia de los límites anteriores respecto al mundo no-ordinario* (Jafari, 2007, 52).

♦ *Animación* – en ese proceso, la cultura de origen del turista se va diluyendo de manera residual, mientras que la variedad cultural derivada del mundo del turismo asume cada vez más una posición protagonista:

[...] *el modus operandi et vivendi del 'reino turístico' comienza a definir y a redefinir roles, reglas, sentidos, movimientos, formas, fuerzas, expectativas, procesos; y la noción de animación captura este estado inestable o ilusorio de flotación, desapasionamiento, indolencia o desconexión, trascendiendo los límites ordinarios, lejos de todo* (Jafari, 2007: 53).

Aunque sea necesario un período de *orientación* en el destino con la ubicación espacial y social del turista en el campo del disfrute, el entretenimiento es marcado por la debilidad tanto de los dispositivos de autocontrol “dejados” en la sociedad de origen del turista como del control externo, inclusive de las vías formales de mantenimiento del orden público y las vías informales de represión social.

Es decir, un comportamiento que sería censurable o castigable si fuera presentado por un “nativo” en el espacio turístico, es consentido cuando se trata de un turista, tanto por una cuestión económico-instrumental (su conducta es tolerada porque gasta dinero allí) como por la creencia de que el turista es un sujeto culturalmente desfasado de ese contexto.

En el ámbito del disfrute turístico actúa una poderosa fuerza social que lleva a los turistas a experimentar prácticas, sensaciones y situaciones nuevas. Sería una consecuencia de las disposiciones psíquicas que integran la práctica turística, al proyectarse expectativas y fantasías en un lugar distinto de aquel donde se vive.

Por lo tanto, al desplazamiento físico le sigue el “desplazamiento” psico-socio-cultural al permitirse hacer cosas y vivir momentos que no podrían (o no deberían) ser realizados en la comunidad de origen, inclusive a causa de la represión social ordinaria a que los individuos están sometidos en el mundo ordinario-cotidiano (Berger & Luckmann, 1985; Elias & Dunning, 1992; Foucault, 1993; Todorov, 2008).

Es en ese sentido que algunos autores sugieren que exista una relación directamente proporcional entre la distancia física y cultural del destino y el distanciamiento del comportamiento

normativo del viajero en el ejercicio del turismo (Burns, 2002; Castaño, 2005), a medida que su yo (*self*) se disocia de su entorno socio-cultural (que lo presiona en el sentido de mantener las regularidades normativas inherentes a su sociedad de origen). El paso final de esta fase se caracteriza por la despedida (*valediction*), señalando el fin de la aventura turística y los preparativos para volver a la “realidad”.

♦ Repatriación – es el regreso al mundo ordinario, compuesto por dos etapas complementarias: la *reversión*, que se inicia cuando el turista comienza a vislumbrar la vuelta a las obligaciones cotidianas y se acaba con el abandono del espacio turístico y el cierre de las valijas; y la *sumisión*, con la reincorporación de las funciones triviales y la emergencia del *self* ordinario modelado por las reglas sociales habituales.

♦ Incorporación – la “vuelta a casa” y el regreso a la vida cotidiana, cuyo impacto se percibe en la etapa de *suspensión* (emulsión), marcada por el desánimo derivado del abandono ineludible de la cima del trampolín, que podría ser descripto (irónicamente) como una especie de choque cultural por el retorno al propio lugar.

Al superponer el modelo jafariano al esquema de Graburn (1977; 1992), se observa gráficamente un modelo procesual y circular de formación de demanda y consumo de turismo (Figura 5) que, por un lado, incorpora el sentido ritual enfatizado por los autores y, por otro, demuestra la interdependencia cada vez más profunda entre las “periferias del placer” y el mundo ordinario donde se origina y se define la “necesidad” de practicar turismo.

EL TURISMO EXTENDIDO A LA SOCIEDAD DE ORIGEN DEL TURISTA

Sistematizando y ampliando la propuesta original de Graburn y Jafari, se puede inferir que los efectos bio-psico-sociológicos del turismo, más allá de los experimentados en el destino, se desarrollan con mayor o menor intensidad en las sociedades de origen de los turistas en la medida en que el turista que regresa lleva consigo una carga de vivencias y recuerdos originados *abroad* que potencialmente puede ser revivida *at home*.

En la figura 6 se aprecia una representación gráfica de ese proceso, enfatizando la dimensión ritual y procesual de la actividad turística, por un lado, y su posibilidad de cambiar la conducta de los individuos en la sociedad de origen, por otro lado. Se parte del momento de inercia cotidiana (punto A), afectada por la etapa de la motivación y la respectiva decisión de viajar. Una vez definidos el destino, la forma de viajar y el alojamiento, se realiza el desplazamiento físico propiamente dicho, cuando el individuo se transforma, efectivamente, en turista.

Al llegar al destino se da la cumbre de la experiencia turística, la suspensión temporaria de los tabúes de origen y el respectivo gozo hedonista en un espacio-tiempo extraordinario dentro de una

visión parcial y exageradamente estética del lugar, muchas veces dirigida por los *brokers* turísticos. Luego del disfrute turístico, comienzan los preparativos para el regreso y el viaje de vuelta.

En el regreso a la sociedad de origen, se vive la fase de mostrar a los pares el “haber estado allá”, cuyas pruebas pueden ser intangibles como la descripción de las experiencias y los lugares visitados, y el relato de haber conocido nuevos horizontes de *bon goût* (buen gusto), de consumo, de moda, gastronómicos, sexuales, etc.; o pruebas materiales, tales como el bronceado, los suvenires, las postales, los regalos de viaje, etc.

Factores como la intensidad de la experiencia turística, el tiempo de permanencia fuera de casa, el grado de distanciamiento cultural del destino en relación a la sociedad de origen del turista, la propensión socio-psicológica de éste a aceptar el disfrute de nuevas experiencias y nuevos modelos de conducta, la satisfacción personal con la experiencia vivida en el espacio-tiempo turístico y el deseo de repetirla, pueden combinarse de tal modo que el turista podrá alterar su propia conducta ordinaria en la sociedad en que vive.

Esos cambios podrían ser clasificados, conforme la Figura 6, como un *diferencial cultural* ΔB , es decir, la distancia entre B, la conducta ordinaria similar a aquella encontrada en el punto A, y B', marcada por la adquisición de nuevas prácticas, valores y visiones del mundo promovidas por la experiencia turística.

Con todo, para que ese nuevo modelo de conducta derivado de la experiencia extra-cotidiana propiciada por el turismo (B') sea replicado en la sociedad de origen, es necesario que se disponga de condiciones materiales y sociales específicas. Evidentemente que no se puede disfrutar de la gastronomía tailandesa o ejercitar el paladar del novel enólogo si no hay restaurantes especializados o tiendas de vinos en el sitio dónde reside el “turista retornado”.

En efecto, cuanto mayor es la distancia ΔB , mayor es el desvío relativo al patrón de conducta considerado como referencial en la sociedad de origen; cuyos casos extremos podrían ser ilustrados, entre otros, como prácticas sexuales poco usuales o desviantes, incluyendo la pedofilia.

Así, el turismo repercute en la conducta individual y, por lo tanto, en el estilo de vida (considerándolo como uno de los aspectos de la cultura) en al menos dos puntos fundamentales: (a) como un elemento de consumo demarcador de prestigio; y (b) como una experiencia que traspasa los límites del espacio-tiempo turístico y pasa a influenciar la propia conducta ordinaria del sujeto en la sociedad de origen.

CONCLUSIÓN

Según una perspectiva más general de comprensión de la actividad turística, se destaca desde el punto de vista del turista su incidencia cíclica y ritual como una práctica extra-cotidiana, opuesta y complementaria del mundo ordinario. Y, dada la naturaleza anti-estructural del turismo, en la medida en que el turista se aleja geográficamente de la sociedad de donde proviene tiende también a alejarse en el aspecto simbólico-cultural, liberándose temporalmente de las amarras psico-culturales de origen, considerándose que el yo (*self*) es inevitablemente social y situacional (Goffman, 1951 & 1959; Cooley, 1970; Bromm & Selznick, 1979; Horton & Hunt, 1980).

En ese sentido, la experiencia en el espacio turístico, aunque vivida fuera del mundo ordinario y en gran medida idealizada, ritualizada y estetizada, puede convertirse en un factor propulsor de transformaciones en la conducta de los sujetos dentro de su propio mundo cotidiano y familiar, apuntando a las consecuencias de la actividad turística más allá del espacio-tiempo demarcado para el disfrute en el destino, configurándose como un importante factor de cambio socio-cultural incluso en las sociedades emisoras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Augé, M.** (2001) "Rapports entre tourisme, culture et territoire". *Turisme i Cultura. Debats del Congrés de Turisme Cultural. Saló Internacional del Turismo a Catalunya*. Fundació Interarts, Barcelona, pp. 21-31
- Berger, P. & Luckmann, T.** (1985) "A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento". Vozes, Petrópolis
- Bromm, L. & Selznick, P.** (1979) "Elementos de sociologia". Livros Técnicos e Científicos, Rio de Janeiro
- Burns, P.** (2002) "Turismo e Antropologia: uma introdução". Chronos, São Paulo
- Carretero Pasín, A. E.** (2006) "Masas posmodernas: El retorno del exceso constreñido en la modernidad". *Revista Venezolana de Ciencias Sociales*, 10(1): 11-36
- Castaño, J. M.** (2005) "Psicología social de los viajes y del turismo". Thompson, Madrid
- Cooley, C.** (1970) "A Sociedade e o indivíduo". In: Pierson, D. (Org.) *Estudos de Ecologia Humana: Leituras de Sociologia e Antropologia Social*. Tomo II. Martins Editora, São Paulo, pp. 44-54
- Elias, N. & Dunning, E.** (1992) "A busca da excitação". Difel, Lisboa
- Foucault, M.** (1993) "Microfísica do poder". Graal, Rio de Janeiro
- Goffman, E.** (1951) "Symbols of class status". *The British Journal of Sociology*, 2(4): 294-304
- Goffman, E.** (1959) "The representation of self in everyday life". Doub, New York
- Graburn, N.** (1977) "Tourism: the sacred journey". In: Smith, V. (Coord.) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 17-32
- Graburn, N.** (1992) "Turismo: el viaje sagrado". In: Smith, V. (Coord.) *Anfitriones e Invitados. Antropología del turismo*. Endymión, Madrid, pp. 45-68

- Graburn, N. & Barthiel-Boucher, D.** (2001) "Relocating the tourist". *International Sociology* 16(2): 147-158
- Horton, P. & Hunt, C.** (1980) "Sociologia". McGraw-Hill, São Paulo
- Jafari, J.** (2007) "Modelos del turismo: los aspectos socioculturales". In: Lagunas, D. (Coord.) *Antropología y Turismo. Claves Culturales y Disciplinarias*. Plaza y Valdés, México, pp. 47-71
- MacCanell, D.** (2003) "El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa". Melusina, Barcelona
- Mendes, C.** (2007) "Baudrillard e a pós-modernidade." *Dados. Revista de Ciência Sociais*, 50(1): 5-9
- OEA – Organização dos Estados Americanos** (1996) "Apoio às atividades da OEA em matéria de turismo". Departamento de Direito Internacional. Resoluções da Assembléia Geral de 7 de junio de 1996. AG/RES. 1426 (XXVI-O/96). Disponível em: <<http://www.oas.org/juridico/spanish/ag-res96/Res-1426.htm>>. Acesso em 12 nov. 2008
- Pereiro, X.** (2009) "Turismo cultural. Uma visão Antropológica. El Sauzal (Tenerife, España)", *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. E-book, nº 2. Disponível em: <www.pasosonline.org>. Acesso em: 22 fev. 2011
- Pinto, R.** (2009) "Prefácio". In: Pereiro, X. *Turismo Cultural. Uma Visão Antropológica. El Sauzal (Tenerife, España)*. Pasos, *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, nº 2. Disponível em: <www.pasosonline.org>. Acesso em: 22 fev. 2011
- Saavedra, J.** (2007) "Adquirir la identidad en una comunidad de consumo: la identidad social dentro de la sociedad de consumo". *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 16: 363-380
- Santana Talavera, A.** (2009) "Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações". Aleph, São Paulo
- Santana Talavera, A. & Pinto, R.** (2008) "Tourism in the consumer society: Anthropologic Subsidies to the Static Subsystem Figuration". *Journal of Hospitality and Tourism*, Jhansi, 6: 87-110
- Segalen, M.** (2005) "Ritos y rituales contemporáneos". Alianza Editorial, Madrid
- Selwyn, T.** (Ed.) (1996) "The tourist image: myths and myth making in tourism". John Wiley & Sons, Chichester
- Simonicca, A.** (2001) "Antropologia del turismo: Strategie di ricerca e contesti etnografici". Carocci, Roma
- Simonicca, A.** (2007) "Conflicto(s) e interpretación: problemas de la Antropología del turismo en las sociedades complejas". In: Lagunas, D. (Coord.) *Antropología y Turismo. Claves Culturales y Disciplinarias*. Plaza y Valdés, México, pp. 27-46
- Smith, V.** (Org.) (1992) "Anfitriones e invitados: La Antropología del turismo". Endymion, Madrid
- Sodré, M.** (1994) "A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil". Cortez, São Paulo
- Todorov, T.** (2008) "La vida en común: Ensayo de Antropología general". Taurus, Madrid
- Turner, V.** (1995) "The ritual process. Structure and anti-structure". Aldine de Gruyter, New York
- Urbain, J-D.** (1993) "El idiota que Viaja". Endymion, Madrid
- Urry, J.** (1999) "O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas". Studio Nobel/SESC, São Paulo
- Van Gennep, A.** (2008) "Los ritos de paso". Alianza Editorial, Madrid

Vásquez Rocca, A. (2007) "Baudrillard: de la metástasis de la imagen a la incautación de lo real".
Eikasía. Revista de Filosofía 2(11): 53-59

Recibido el 10 de abril de 2011

Correcciones recibidas el 12 de mayo de 2011

Aceptado el 16 de mayo de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués