



Vol 4, Nº 10 (julio/julho 2011)

## **SOCIOLOGÍA DEL TURISMO: PERSPECTIVAS Y RETOS DESDE LA REALIDAD CUBANA**

**Msc Ariagnis Camellón Pérez**

[ariagnis@uclv.edu.cu](mailto:ariagnis@uclv.edu.cu)

**Msc. Roide O. Alfaro Velazquez**

Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento forman parte de las distintas expresiones que tienen los seres humanos en todas las sociedades, y se organizan según las tradiciones y costumbres que cada pueblo construye para su vida en sociedad. De hecho, todo este conglomerado de comportamientos sociales están insertos en la cultura, y constituye en todas sus modalidades un componente básico en el ocio y el turismo de todos los pueblos.

El turismo es un fenómeno económico, político, social y cultural que mueve, a nivel mundial, un importante volumen de personas y capitales, impactando cada vez más a las diferentes sociedades. Es una actividad en la que concurren diversas áreas productivas y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios usados por los turistas; y cuyo

desarrollo se debe a los desplazamientos de las personas de su lugar habitual de residencia hacia otros, por diversos motivos. Constituye así un fenómeno complejo y con una larga trayectoria, en el que entran a jugar recursos materiales y humanos.

*“La palabra turismo proviene de tour, derivado del verbo latino «tornare», «tornus», que significa volver, girar, y el sufijo «ismo» se refiere a la acción que realiza un grupo de personas, por lo que etimológicamente puede definirse como las personas que viajan con la intención de regresar a su domicilio habitual”* (Ramírez, 1992: 29-30).

Sin embargo, el viaje tenía matices distintos en otros tiempos. Hasta inicios del siglo XX, viajar tenía un fin utilitario e implicaba pasar trabajo para llegar a algún destino, visitar un lugar o desplazarse definitivamente (Quintana et al., 2004: 13). Los cambios radicales en la división del tiempo humano - *tiempo libre y tiempo de trabajo*-<sup>1</sup>, llevan a una reformulación de los viajes, considerados turísticos cuando se realizan en un tiempo libre. El turismo posee además tres componentes fundamentales que le diferencian de otro tipo de viajes: la masificación, la libertad -*ocio*-<sup>2</sup> y la finalidad de conocimiento.

Los esfuerzos por establecer una definición sobre el turismo, se remontan hacia el siglo XIX<sup>1</sup>. Desde entonces se han realizado distintos acercamientos desde lo económico, lo sociológico y lo comercial. El término ha venido evolucionando y adaptándose a los cambios que ha sufrido la actividad a lo largo de los años, por lo que han existido disímiles posiciones de acuerdo al contexto en el que surgen. De manera general, la postura adoptada en sus inicios por gran parte de los análisis desde las distintas ciencias, así como la perspectiva privilegiada por la política internacional, al caracterizar el turismo, se han centrado en las actividades que realiza el viajero (Hernández y Ortega, 2007: 8).

La palabra “*turista*” queda registrada por primera vez en 1800 en *The Shorter Oxford English Dictionary*, para referirse a las personas que realizan viajes por motivos de placer, de recreo o culturales, y estas actividades se las

---

<sup>1</sup> En dicho siglo se van dando ciertas premisas en el desarrollo del turismo: en la Inglaterra del 1840, Thomas Cook fundó la primera agencia de viajes por placer, y con los descubrimientos del motor a vapor y del ferrocarril (1829), se convirtieron los viajes en cómodos y seguros popularizando la transportación, apareciendo los primeros viajes organizados a partir de 1841 y con estos los llamados “*paquetes turísticos*” (Hernández y Ortega, 2007: 10).

designa con la palabra “*turismo*” desde 1811 (Quintana et al., 2004: 13). Estos son los componentes básicos que se destacan en el fenómeno turístico: el *turista* como sujeto agente y el *turismo* como conjunto de acciones y relaciones que aquel genera durante su viaje y estancia en el lugar de arribo (Prieto, 2008: 10).

Es en el período entre las dos guerras mundiales (1918-1939) cuando comienza a tomarse el turismo como materia de investigación. En esa etapa surge la *escuela económica*, que apreciaba la importancia del turismo para las economías de los países receptores (Martín, 2006: 4). Además, aparecen los primeros escritos de sociólogos, publicados en revistas de universidades de Alemania, Suiza, Francia y Gran Bretaña, destacándose el grupo alemán conocido como: “*Escuela Berlinesa*” (Prieto, 2008: 11). Dentro de ella, la definición más aceptada por los investigadores es la de los profesores suizos Kurt Krapf y Walter Hunziker, iniciadores de la teoría turística moderna a partir de su *escuela humanística*, los cuales definieron en 1942 al *turismo* como: “*el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa*” (Rodríguez et al., 2000: 2). Estos autores, aunque superaron la descripción tradicional del movimiento de forasteros, no llegaron a explicar la naturaleza dinámica y compleja del turismo.

Durante la segunda mitad del siglo XX, el turismo sufre un proceso de masificación, asociado al propio desarrollo de la economía mundial y sobre todo de los países del llamado Primer Mundo, a la creciente urbanización y al desarrollo tecnológico en el campo de las comunicaciones y el transporte<sup>2</sup> lo que permitió grandes movimientos de personas a largas distancias y con costos y tiempo de viaje relativamente bajos (Quintana et al., 2004: 14), al tiempo que se diversifican las motivaciones para viajar<sup>3</sup>. En esta etapa se

---

<sup>2</sup> El turismo va íntimamente ligado al desarrollo de los medios de transporte, ya sean terrestres, marítimos o aéreos. Tanto la democratización del consumo de medios privados, como el abaratamiento de los medios de transporte público, han contribuido decisivamente en el aumento de los viajes. Los cambios en el transporte han traído también cambios en el desarrollo de nuevos modelos turísticos.

<sup>3</sup> Otros factores que posibilitaron esta expansión fueron: la consolidación de una clase media con posibilidades de viajar; la expansión de la educación y la cultura que despiertan el interés por conocer otros pueblos; la expansión de la población urbana-industrial con el deseo de evadirse hacia otros ambientes; las mejoras en las condiciones sociales por el aumento del tiempo libre, el cambio de actitud hacia la diversión y el trabajo, y el descanso retribuido; las facilidades de transportación del automóvil y

produce una mayor expansión del turismo a nivel mundial y se consolida como actividad que arrastra a todos los sectores de la economía, creando empresas, generando empleos, dinamizando inversiones y captando divisas. Además, se expansiona y consolida el turismo de masas por los viajes organizados en “paquetes”<sup>4</sup> por las agencias especializadas.

En esta época se produjo una mayor preocupación por conceptualizar dicho fenómeno. Así, en 1963, durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Viajes y Turismo Internacional, se reconoció al turismo como uno de los derechos inalienables del hombre. Luego, en 1965, se celebró en México el Congreso Internacional de Sociología, donde se definía al *turismo* como “*el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones*” (Cárdenas, 2002: 457). En 1967 la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT)<sup>5</sup> definió al *turismo* como “*la suma de las relaciones y de los servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales*” (De la Torre, 1980: 15-19).

En 1974 surge la Organización Mundial del Turismo (OMT)<sup>6</sup>, que continuó trabajando en función de definir el turismo de la forma más adecuada. Así fue ofreciendo definiciones hasta que en 1997 define al *turismo* como: “*conjunto de actividades y comportamientos llevados a cabo por aquellos individuos que temporalmente y por motivo de ocio, sustituyen un espacio cotidiano por uno nuevo, mediante una interfase que es el viaje, ya sea para disfrutar de los*

---

la aviación comercial; la expansión de la informatización y de las técnicas de marketing y publicidad que crean la necesidad de viajar y disfrutar del ocio, y las facilidades en fronteras de agilización de trámites (Hernández y Ortega, 2007: 11-12)

<sup>4</sup>La organización de servicios de varios tipos en un viaje, llamados “paquetes” (“packs”), constituye el fundamento del sector turístico. Además de los servicios completos en el destino, incluyen los traslados aéreos o marítimos, los seguros y otros. También se incluyen en este concepto las rutas turísticas utilizadas fundamentalmente por los turistas individuales (Martín, 2006: 75).

<sup>5</sup> Entidad internacional de filiación técnica y no gubernamental, que posteriormente se transformó en la Organización Mundial de Turismo

<sup>6</sup>Organismo intergubernamental especializado asociado al sistema de Naciones Unidas (Martín, 2003: 13), que sirvió para difundir las informaciones técnicas, fomentar la adopción de medidas y políticas con vistas a eliminar las barreras que dificultan la libertad de movimiento, servir de portavoz del turismo internacional y colaborar en el planeamiento del desarrollo turístico en cooperación con otros organismos internacionales (Hernández y Ortega, 2007: 11).

*atractivos del entorno o para contemplar elementos contenidos en él, así como el conjunto de empresas y negocios destinados a satisfacer las necesidades tanto elementales como recreativas de dichos individuos” (OMT, 1997: 498).*

Esta se considera como la conceptualización más integral, ya que recoge todos los aspectos que configuran la actividad turística. En ella ya no se considera el viaje como elemento esencial del turismo, sino que se entiende al mismo como un fenómeno complejo donde intervienen varios elementos, entre los cuales figuran: el traslado temporal de personas fuera de su residencia, el ocio como motivo fundamental, la relación oferta-demanda, y los distintos tipos de turismo en función de los intereses de los sujetos. Además, no sólo se enmarca en el análisis económico de este fenómeno, sino que tiene en cuenta aspectos sociales como los comportamientos y las necesidades de los individuos. Por otra parte, en ella se engloba tanto al turismo internacional como al nacional, por lo que la presente investigación se adscribe a ella.

Para realizar un estudio sociológico del turismo como fenómeno social, se han de tener en cuenta todos los conceptos asociados al mismo (Matute y Asanza, 2006), así como otros aspectos importantes que forman parte de esta actividad, como son los impactos sociales de este fenómeno, los cuales producen cambios en la percepción social al respecto, por lo que resultan de gran interés.

Siguiendo a Cruz y Jiménez, en el análisis de la relación de esta actividad con la sociedad se pueden presentar impactos positivos y negativos en las diferentes comunidades poblacionales, como son: el desarrollo de las economías con la creación de nuevos puestos de trabajo y el perfeccionamiento científico-técnico, el mejoramiento del entorno natural o la contaminación ambiental, daños a conjuntos arqueológicos e históricos, la ampliación del intercambio cultural, mejoras en la calidad de vida, el rescate o pérdida de ocupaciones tradicionales, el rescate de la cultura o su subordinación a los objetivos turísticos, enfrentamientos entre sistemas de valores y aparición de manifestaciones sociales negativas como cambios en las actitudes de los individuos, indiferencia, individualismo, pérdida de valores morales, de identidad y de solidaridad, entre otros.

Por otra parte, y retomando el tratamiento del turismo como sistema, debemos mencionar las partes que conforman el mismo. Siguiendo a González

(2005), el turismo se caracteriza por ser un fenómeno vinculado al espacio, en cuya localización geográfica intervienen factores naturales, históricos, económicos y humanos. Dicha localización responde a la existencia de *atractivos*<sup>7</sup>, que pueden convertirse en *recursos turísticos*<sup>8</sup>, en la medida en que condicionen las motivaciones turísticas, a partir de las cuales se generan necesidades sociales que determinan la creación de una *planta turística*<sup>9</sup>. Dichas necesidades sociales dan origen a la formación de la *demanda turística*, la cual surge a partir de que las personas poseen tres condiciones esenciales: tiempo libre o disponible para viajar, ingresos personales o fuentes financieras para los gastos, e interés o necesidad en realizar el viaje.

La misma puede enfocarse desde tres puntos de vista: económico (volúmenes de viaje o servicios turísticos que las personas están dispuestas a pagar a un precio específico en un momento determinado), geográfico (flujos turísticos actuales o potenciales) y psico-sociológico (motivaciones y comportamientos). Un desarrollo turístico exitoso requiere este análisis integral y multi-disciplinario (Martín, 2006: 48).

Es importante reconocer que cada vez la demanda turística es más especializada y heterogénea<sup>10</sup>. Es por tanto necesario internalizar que cada segmento de la clientela demanda un tipo particular de actividad, la cual debe ser debidamente identificada y adaptada a la realidad del escenario turístico en cada caso. A propósito, es importante asumir el enfoque selectivo de la demanda en función de las características que identifican la oferta (González, 2005: 4).

Tomando en consideración los motivos fundamentales que condicionan los viajes turísticos se pueden identificar como principales *tipos de turismo*: de ocio y placer, de salud, deportivo, ecológico, rural, de negocios, científico,

---

<sup>7</sup> Los *atractivos turísticos* son aquellos componentes del escenario turístico, ya sean lugares o actividades, que se destacan por su poder de atraer a los flujos turísticos (Martín, 2006: 64).

<sup>8</sup> Los *recursos turísticos* son aquellos elementos naturales o creados por el hombre (antrópicos) que se utilizan para disfrutar de los viajes en un destino específico. Se pueden clasificar en tres categorías: naturales, socio-histórico y culturales, y tecnológicos (Martín, 2006: 62).

<sup>9</sup> La *planta turística* comprende los componentes que también se denominan como facilidades, y que abarcan servicios como el alojamiento, los alimentos y bebidas, la transportación, etc. También se incluyen las instalaciones dedicadas a realizar actividades turísticas, recreativas o de ocio, incluyendo la creación de facilidades para la potenciación del uso de atractivos (Prieto, 2008: 49).

<sup>10</sup>En ello influye, por ejemplo, la mega-tendencia demográfica hacia el envejecimiento poblacional donde las motivaciones son diferentes. Además es preciso añadir los cambios a partir de la crisis del sistema y los avances en la Internet, entre otros.

religioso, de aventuras, familiar, escolar y de eventos e incentivos (González, 2005: 4-5). Muchas son las tipologías que se manejan en la literatura y en la práctica cotidiana del turismo, por lo que la presente sólo pretende servir de base a la explicación. Realmente hoy en mucha literatura en vez de ampliar el número de modalidades se habla de reunir en una modalidad varias actividades y por ende tipos de turismo<sup>11</sup>.

Los flujos turísticos relacionan la oferta con la demanda atendiendo a los intereses y posibilidades reales del turista. Tales criterios permiten identificar las *formas principales del turismo*, dentro de las cuales se hallan: nacional/internacional (origen de mercado), individual/grupos o paquetes (organización del viaje), recorrido/estancia (modalidad del viaje), corta/larga estancia (estadía), tiro corto/medio/largo (desplazamiento), terrestre/ náutico/aéreo (transportación), infantil/juvenil/adulto/familiar (grupo de edades) y lujo/medio/popular (gastos de bolsillo) (González, 2005: 5). Según sean diferentes los territorios y residencias de los viajeros turistas, se acostumbra a clasificar con nombres propios a los tipos de turismo.

De acuerdo a la clasificación internacional propuesta por la OMT (1983), según el origen del mercado, se define como:

a) Turismo interno: al que realizan los residentes de un país en su propio país.

b) Turismo internacional emisor: al de los residentes en un país hacia otros países.

c) Turismo internacional receptivo: el que realizan en un país los residentes en otros países.

d) Turismo nacional: el que realizan los residentes en un país, ya sea en el propio país o fuera de éste.

e) Turismo interior: el que realizan en un país los residentes en el propio país o los residentes en otros países.

f) Turismo internacional: tanto el turismo que realizan los residentes en un país hacia el exterior como los residentes en el extranjero hacia ese país.

---

<sup>11</sup> N se concibe un turismo puro, sin que el turismo rural lleva implícito el ecológico y tal vez hay que verlo también unido al de aventura, y el turismo científico se puede analizar junto al de evento o escolar, o al patrimonial o cultural. En este sentido más que una división es una integración de los tipos y modalidades a partir de las exigencias de un turista con varias necesidades para sentirse a gusto con la oferta que se brinde.

El turismo constituye un fenómeno social relevante para la perspectiva sociológica de análisis, debido a su clara implicación con procesos humanos de diversa índole. Los impactos que este trae consigo requieren una comprensión desde el punto de vista sociológico, sobre todo en lo tocante a la percepción social que acerca de este fenómeno puede existir en una determinada sociedad y, en particular, en la sociedad cubana por la trayectoria que el turismo ha seguido.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- ✓ Alfonso, D., (2007) *Tiempos y espacios en el turismo del siglo XXI...hacia el ciberturismo*, disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos902/tempos-espacios-turismo/tempos-espacios-turismo2.shtml> [Accesado el 10 de febrero de 2011].
- ✓ Alonso, J., (s/f) *Curso de Metodología de la Investigación*. [Soporte Digital] Santa Clara, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Central de Las Villas.
- ✓ Ayala, H., (2001) *Medio siglo de transformaciones del turismo en Cuba*. La Habana, Facultad de Contabilidad y Finanzas, Gestión Hotelera y Turismo, Universidad de la Habana.
- ✓ Cruz, B. y R. Jiménez, (s/f) *Impactos del turismo*, disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos42/turismo-evolucion.shtml> [Accesado el 1 de febrero de 2011].
- ✓ Campos, H., (2011) *Percepción social de la población en Santa Clara acerca de la oferta actual al turismo nacional*.
- ✓ De la Torre, O., (1980) *Turismo: fenómeno social*. México, Fondo de cultura económica.
- ✓ Díaz, O., (2009) *Elaboración del Plan de Negocio en la Agencia de Viajes Cubatur Villa Clara*. Tesis de Licenciatura. Santa Clara, Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo, Universidad Central de Las Villas.
- ✓ González, M., (2005) *Relaciones funcionales básicas que caracterizan el mercado turístico*. [Soporte Digital] Santa Clara, Centro de Estudios Turísticos, Universidad Central de Las Villas.
- ✓ Hernández, N. y A. Ortega, (2007) *Impactos del Turismo sobre los procesos de Cohesión social en la ciudad de Caibarién*. Tesis de Licenciatura. Santa Clara, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Central de Las Villas.
- ✓ Martín, R., (2003) *Teoría y práctica del Turismo*. Texto Docente. Universidad de La Habana.



- ✓ \_\_\_\_\_ (2006) *Principios, organización y práctica del turismo*. Tomo I. Centro de Estudios Turísticos, Universidad de La Habana.
- ✓ Matute, M. y P. Asanza, (2004) *Elementos de Sociología del Turismo*. Monografía. Santiago de Cuba, Departamento de Sociología, Universidad de Oriente, disponible en: <http://www.ilustrados.com/documentos/elemsociologoturismo.pdf> [Accesado el 17 de junio de 2010].
- ✓ Organización Mundial de Turismo (OMT), (1983) *Ensayo para determinar las actividades económicas del turismo en el marco de la contabilidad nacional*.
- ✓ \_\_\_\_\_ (1997) *Enciclopedia turística*. Concepto de turismo.
- ✓ \_\_\_\_\_ (1998) *Introducción al turismo*. Madrid, España.
- ✓ Prieto, J., (2008) *Percepción social de los impactos y factores mitigantes derivados de la relación turista-anfitrión en la ciudad de Cienfuegos*. Tesis de Licenciatura. Santa Clara, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Central de Las Villas.
- ✓ Quintana, R. et al., (2004) *Efectos y futuro del turismo en la economía cubana*. La Habana, Instituto Nacional de Investigaciones Económicas.
- ✓ Ramírez, M., (1992) *Teoría General del Turismo*. México, Diana.
- ✓ Rodríguez, R. et al., (2000) *Introducción al Turismo*. La Habana, Centro de Estudios Turísticos, Universidad de La Habana.