

RECENSIÓN DEL LIBRO

Poverty Alleviation through Tourism Development: A Comprehensive and Integrated Approach

Miroslav Horák, Ph.D.¹

Profesor Asistente, Departamento de Idiomas y Estudios Culturales, Facultad de Desarrollo Regional y Estudios Internacionales, Universidad de Mendel en Brno, Brno, República Checa

Tel.: +420545136253

E-mail: miroslav.horak.ujks@mendelu.cz

Croes, R., & Rivera, M. (2016). *Poverty Alleviation Through Tourism Development: A Comprehensive and Integrated Approach*. Oakville, ON: Apple Academic Press, Inc., pp. 240.

El libro más reciente de Croes y Rivera plantea que el encuentro entre la persona “desarrollada” y la “no desarrollada” o el “rico” y el “pobre”, puede resultar en algo positivo. Es como si dos hijos que pertenecen a clases sociales diferentes se enamoran, pero sus padres, en este caso el “Este” y el “Oeste”, no apoyan su unión. A pesar de ello, ellos – aunque no respaldados por sus respectivas familias – siguen buscando la forma de verse, de encontrarse.

Inicialmente no pueden visitarse muy a menudo. En la era del industrialismo, la movilidad de cada uno estaba limitada, ya que no tenían (suficiente) tiempo libre. Posteriormente, los obstáculos se relacionan en mayor medida con la falta de recursos de la hija del “Este”. Esta sufría por ello, ya que él podía visitar más a menudo su propia ciudad y quedarse por largo tiempo hasta tal punto que la familia de ella no podía soportarlo, porque estas visitas prolongadas llegaban a afectar las buenas costumbres de su hogar, originando cambios irreversibles en toda la sociedad.

A ella también le angustiaba el hecho de saber que era incapaz de poder resolver diversas situaciones al igual que le sucedía a él. Esto era originado debido

¹ El autor agradece el apoyo financiero recibido del proyecto FRRMS_I GA_2018/001

al desencadenamiento de problemas relacionados con el género, hasta hoy persistentes en buena parte del incorrecta y peyorativamente llamado el “tercer mundo”. Asimismo, actos injustos sucedían uno tras otro hasta provocar conflictos o guerras entre las familias y parientes conscientes de lo que acontecía.

Por este motivo, los hijos buscan otras formas de estar en contacto para mejorar su relación (ej. el turismo sostenible, ecológico o comunitario), como estrategias alternativas. Lamentablemente ninguna de estas produce algún cambio radical. Pareciera como que, al resto del mundo, no le gustara que se vieran y que su amor crezca. Podría concluirse que para ambas partes es mejor no interrumpir el destino y vivir en condiciones desconocidas.

El desarrollo del “Este” y “Oeste” sigue la misma trayectoria durante la era del así llamado Colonialismo, sólo que la relación se invierte, ya que la hija del “Este” conoce también las diversas maneras de cómo aprovecharse de lo que ofrecen las tierras de su pareja. Es como si la atracción original se hubiera convertido en algo pragmático y utilitario, perdiendo así el sentido y el amor que al inicio se profesaban.

Como consecuencia de esta relación fracasada, nace el Neocolonialismo, que contribuye a la diseminación de una “imaginación persistente” en la mentalidad de la gente que vive en un mundo dividido en diferentes polaridades o extremos. Las “imágenes artificiales” sobre la alta calidad de vida –actualmente transmitidas en la mayoría de medios de comunicación y que los viajeros ayudan a transmitir rápidamente entre continentes– suelen desinformar o incluso empeorar los problemas ya mencionados. Sin embargo, el problema no es artificial sino humano (sociocultural, económico, político etc.), pues la solución está también en las manos del hombre.

En mi opinión, el turismo se debe analizar dentro del contexto de la así llamada “glocalización”. Este término se refiere al proceso por el cual la gente local utiliza, cambia, acepta o rechaza la cultura “trans-local”. A pesar de estar sometida a la presión global, las comunidades de individuos son capaces de filtrar sus efectos a través de sus propias experiencias, necesidades y oportunidades.

Este concepto comenzó a extenderse en los años ochenta, del siglo XX, entre los vendedores japoneses y se convirtió en una de las palabras más populares para el marketing a principios de los años noventa.

George Ritzer, uno de los sociólogos más populares que estudia el tema, mantiene la teoría económica a un lado y se centra en los aspectos culturales de la “globalización”. Menciona que puede considerarse la globalización como un fenómeno característico de la sociedad contemporánea. Asimismo, sostiene que el concepto de “glocalización” se utiliza en un sentido general y al tiempo con un enfoque particular sobre la “globalización de la cultura” y la “globalización de la cultura del consumo”.

Profundizando en esta idea, y de acuerdo con Roland Robertson, estudioso de la globalización, la “glocalización” es uno de los conceptos clave de la “hibridación cultural”. La hibridación cultural, junto con el “diferencialismo cultural” y “convergencia cultural”, está relacionada con los principales enfoques culturalógicos de la globalización (es decir, aquí entra en juego la teoría de la heterogeneidad y homogeneidad cultural).

Según Ritzer la “hibridación” es un concepto de la globalización muy positivo, casi romántico. Lo considera como un proceso profundamente creativo porque mantiene, y al tiempo puede incrementar, la heterogeneidad en diferentes lugares.

Con respecto a dicha definición, la glocalización puede interpretarse como la “intersección de lo global y local”, que en diversos entornos resulta en la aparición de productos particulares. Estos productos o “híbridos culturales” proceden de la combinación de dos o más elementos de diferentes culturas y/o partes del mundo.

Los productos globales absorben a los locales y los transforman. Es decir, es el resultado de la cohabitación forzada o concubinato. Tal y como menciona en un lenguaje metafórico el sociólogo, filósofo y ensayista Zygmunt Bauman, se trata de una relación en la cual se mezcla la atracción con el disgusto; como aquel amor que anhela la cercanía, pero se encuentra con el odio que origina la distancia.

Por lo tanto, la glocalización abarca tanto las tendencias de expansión y de aculturación que son típicas de los fenómenos socioculturales cuando éstos son de interés para los consumidores. Los individuos y grupos de residentes locales tienen una fuerte capacidad de adaptarse, innovar y maniobrar en el “mundo glocalizado”. Sin embargo, para que la glocalización tenga un sentido debe incluir por lo menos un componente que se relaciona con la cultura local.

Al igual que Ritzer, Néstor García Canclini, antropólogo y crítico cultural argentino, contempla el concepto de glocalización también como una “hibridación”. Para ambos, la glocalización es equivalente al proceso sociocultural mediante el cual la estructura o las prácticas previamente existentes, son independientes y al tiempo se combinan entre sí para formar estructuras o prácticas nuevas. La hibridación en este sentido no es sinónimo de una fusión, sino que se convierte en un artilugio teórico para explicar los conflictos que se producen cuando se produce un encuentro entre culturas.

Como podemos observar en los ejemplos presentados en el libro de Croes y Rivera, sobre su investigación sobre el turismo, existen diferentes perspectivas: global, nacional, regional y (micro) local. Asimismo, se menciona que la globalización provoca diversas reacciones. Ahora bien, Ritzer menciona que estas alternativas están relacionadas con las variantes que existen desde el nacionalismo fundamental hasta el cosmopolitismo universal. Debido a ello cada una de las perspectivas anteriormente mencionadas, proporcionan conclusiones limitadas. Esto se debe a que, por un lado, es difícil examinar la expansión de un fenómeno (como el turismo) a escala mundial, aunque algunos investigadores lo están intentando. Por otro lado, también puede ser una consecuencia de que la definición de región, en la cual el fenómeno ya se ha producido, aún resulte bastante vaga.

Como mencioné anteriormente, la glocalización se encuentra en la intersección de tendencias que desde un punto de vista externo pueden parecer contradictorias, pero que están ocurriendo a escala global. Es decir, este fenómeno sociocultural se está convirtiendo en foco de interés para la cultura del consumo que luego manipula, según su discreción, y la incorpora en sus prácticas sociales. Como mencionó el presidente de la Asociación de Estudios Globales (The Global Studies Association), Leslie Sklair, “el capitalismo se basa en la noción de una relación directa entre lo global y lo local que dará lugar a un mejor nivel de vida para todos”. De esta forma, los fenómenos socioculturales se pueden intercambiar desde un dominio de la realidad social hacia otro, aunque desarraigados y despojados de las relaciones originales.

De esta manera el turismo se convierte en una gama de productos y servicios que los proveedores adaptan a las necesidades locales. Por lo tanto, también se amplifica el número de usuarios potenciales,

ya que los productos y servicios modificados parecen ser más accesibles. Sin embargo, el objetivo no es sólo satisfacer al máximo a los clientes sino, al mismo tiempo, maximizar el beneficio del proveedor y por ende de su compañía.

Estos y otros ejemplos de glocalización pueden entenderse como una evidencia de la desintegración de los valores que anteriormente contribuyeron a mantener la cohesión de los grupos sociales.

En este contexto, Ritzer introdujo el concepto “criollización”, término que se utiliza para referirse al mestizaje de varias razas diferentes, añadiendo también a ello la idea de “criollización de las lenguas y culturas” que antes eran mutuamente incomprensibles. Como resultado de ello, según dicho autor, no existe un mundo tradicional sino que todo es un proceso permanente de diferenciación de las culturas.

Como mencionó Marek Halbich, un antropólogo sociocultural reconocido que se dedica al cambio ecológico producido por el turismo en Madagascar, el término “hibridación” suele confundirse con otros como el “mestizaje” y el “sincretismo”. Estos terminos en el entorno de América Latina a menudo se emplean de manera arbitraria. El primero es inadecuado debido a su connotación predominantemente biológica, mientras que el segundo se asocia más a expresiones utilizadas en el contexto de la religión (es decir, con el sincretismo religioso) o movimientos tradicionalistas. Frente a ellos, el término propuesto, “hibridación”, describe mejor las variedades de interculturalidad.

De todas maneras, la “glocalización”, la “hibridación” y la “criollización” son términos que están relacionados con la imagen de un individuo (o grupo de estos), emancipado e independiente, que se resiste a la presión de la globalización, adaptando elementos locales a su propia imagen. Sin lugar a dudas, estos conceptos contribuyen a tener una noción de la globalización como tal, porque originan nuevos productos de consumo. Jean-Claude Usunier y Julie Lee en su famoso libro “El marketing a través de las culturas” (*The Marketing Across Cultures*) añade en este sentido, que el consumo es actualmente un factor clave para la cultura y que los consumidores son, en comparación con períodos anteriores, conscientes de que sus decisiones tendrán un impacto sobre la cultura posteriormente.

En comparación con el período anterior, caracterizado por intervencionismo estatal, en la actualidad vivimos en una época dominada por las redes de mercado, financieras y comerciales. Somos también testigos de la movilización de ideologías de tipo político y religioso que no pueden ser gestionadas por instrumentos institucionales. Las sociedades contemporáneas no son sólo post-modernas y post-materiales, sino también deberían ser denominadas post-sociales. Como ya ha sido mencionado anteriormente, las sociedades han perdido la capacidad para mantener el control de sí mismas. A escala mundial, se están produciendo procesos de “de-socialización” o “re-socialización”. Estos procesos se caracterizan por el debilitamiento irreversible de todas las estructuras sociales convencionales (desde la familia hasta el estado).

Finalmente, el libro de Croes y Rivera aporta varias explicaciones relacionadas con la pobreza, enfocándose principalmente en la vertiente económica de ésta. Asimismo, brinda interesantes ejemplos relacionados con los países centroamericanos. Particularmente, recomendaría el libro a todas aquellas personas interesadas en esta problemática, así como a estudiosos de la misma ya que, al ofrecer una relación amplia de referencias actuales y relevantes en este campo, el lector puede encontrar en él una base teórica de gran valor para acometer sus investigaciones.