

La Política Pública de Turismo en México, la construcción de nuestra identidad

Public Tourism Policy in Mexico, the construction of our identity

Angélica Ruth Terrazas Juárez ^a, Judith Alejandra Velázquez Castro ^b, Pedro Alfonso Ramos Sánchez ^c

Abstract:

This work by authors Mario Alberto Velázquez García and Helene Balslev Clausen analyses the social construction of tourism, whose central theme is the relationship that exists between tourism and the State, as well as the mechanisms that the latter have at their disposal to try to generate a particular vision of tourism reality on the part of governments, because it is complex due to individual, group, economic interests or economic, cultural, social and political dimensions, given that the vast majority of sociological, political, cultural and even economic analyses consider tourism as a marginal issue; Therefore, the authors analyse tourism from an interdisciplinary perspective from the perspective of public policy and the construction of identity in Latin American countries and in particular in Mexico.

Keywords:

Public policy, social construction, tourism, identity

Resumen:

Esta obra de los autores Mario Alberto Velázquez García y Helene Balslev Clausen analizan la construcción social del turismo, cuyo tema central es la relación que existe entre el turismo y el Estado, como los mecanismos que estos últimos tienen a su disposición para intentar generar una visión particular en la realidad turística por parte de los gobiernos, debido a que resulta ser compleja por intereses individuales, grupales, económicos o por dimensiones económicas, culturales, sociales y políticas, debido a que la gran mayoría de análisis sociológicos, políticos, culturales e incluso económicos consideran al turismo como un tema marginal; por lo que los autores analizan al turismo desde una perspectiva interdisciplinaria desde la política pública y la construcción de identidad en los países latinoamericanos y en particular a México.

Palabras Clave:

Política Pública, construcción social, turismo, identidad

Introducción

Debido al notable crecimiento de la actividad turística a partir del siglo XX, se ha suscitado un evidente interés en los gobiernos nacionales e incluso en organismos internacionales, de que el turismo al igual que otros campos, tiene implicaciones políticas (directas e indirectamente; de corto, de mediano y/o largo alcance) hecho que no se ha consolidado de que el turismo sea

estudiado desde la ciencia política; por lo tanto, esta obra hace un análisis desde el contexto social desde la política pública y la construcción de identidad en los países latinoamericanos y en particular a México.

La obra se ha considerado desde tres perspectivas fundamentales: sociológica, antropológica y del ámbito de la política pública, debido a que el turismo no solo se vislumbra desde el contexto económico como generador de empleos, inversión y divisas; sino que también es una

^a Autor de Correspondencia, Maestra en Administración de Recursos Humanos y doctorante del Programa en Política Pública perteneciente a la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Profesora Investigadora del Área Académica de Turismo del Instituto de Ciencias Económico Administrativas, <https://orcid.org/0000-0001-6822-528x>. Correo electrónico: tjuarez@uaeh.edu.mx.

^b Doctora en Estudios Turísticos; Profesora Investigadora del Área Académica de Turismo del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, <https://orcid.org/0000-0001-7138-9293>, judithalejandra666@gmail.com

^c Doctor en Desarrollo Económico y Sectorial Estratégico. Profesor Investigador del Área Académica de Turismo del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3784-6061>, email: pedro_ramos3944@uaeh.edu.mx

actividad que se ha ido transformando dentro de las sociedades, donde la producción ha dejado de ser uno de los ejes centrales de organización de los intercambios sociales para ceder al consumismo y que se producen desigualdades; sino esta identidad social se ha reflejado hoy en día en el beneficio de en las comunidades locales, y son los actores locales que utilizan su poder para cambiar las definiciones gubernamentales en los programas de desarrollo local, y que en etapas anteriores estos agentes locales no eran considerados para el diseño y planeación de los lineamientos generales con los que se gestan los planes turísticos en las comunidades que ellos habitan.

Dado lo anterior los cuatro capítulos que conforman esta obra, se vislumbran desde el tenor en que el turismo por esencia, es que los individuos se desplazan fuera de su lugar de origen para conocer la realidad de otros destinos turísticos y las formas de hacer turismo y es esta esencia en que los autores dan pauta a un debate de la autenticidad y con ello, las formas de ser turistas; y que muchas veces estos destinos turísticos son reflejo de otros países como los parques temáticos de Disneylandia y esto provoca que los autores consideren al transnacionalismo cuyo debate en esta obra, refiere muchas veces que actores externos a una cultura nacional (en este caso la latinoamericana), pueden ocupar un rol importante en la reconstrucción de un destino turístico, y su intervención en los espacios turísticos.

Por lo tanto, en el primer capítulo denominado: Las políticas públicas como un problema sociológico, concibe al turismo como elemento dinamizador en las políticas públicas para el desarrollo en Latinoamérica y especialmente a México, donde los autores argumentan la realidad del turismo al llegar a nuestro país, el cuál fue considerada en este tiempo como una actividad de elites y pensada como una forma de alejarse del mundo cotidiano como utopías de consumo donde sólo aquellos que tienen los recursos podían hacer "turismo"; es decir una actividad de "ocio dentro de las sociedades modernas". Según Bauman, 2007, el turismo es parte central del funcionamiento y recomposición de las sociedades de consumo; de ahí que al sector turístico se le visualizó por muchas décadas como una importante fuente de empleo e ingresos para la economía mundial, pero también colabora sustancialmente en el flujo mundial de personas [1].

Además, al turismo es considerado como una actividad social que genera y conserva distintos patrones de desigualdad (Hall, 2007), transforma el uso y diseño de los territorios, generando el desplazamiento de población y daños al ambiente [2], lo que provoca cambios en los

patrones culturales locales o nacionales (O'Connor, 1993) y desafíos en los marcos normativos y legales [3]

A estas premisas, los autores conciben que el turismo tiene una relación directa con el Estado; y ese enlace son las políticas públicas, y en este caso los autores las definen como "las herramientas centrales de los Estados en su búsqueda por generar una realidad social", es decir, buscar regular, dirigir, transformar o prohibir comportamientos y fenómenos sociales a una población particular dentro de un territorio determinado, donde las políticas públicas, no pueden ser vistas como un problema meramente técnico, sino como una arena de conflictos y visiones sociales que buscan imponerse sobre los demás.

Los Estados han buscado legitimar el proceso de elaboración y aplicación de políticas públicas mediante una constante mejora en los métodos estadísticos, financieros y geográficos con los cuales alimentan cálculos y fórmulas que revisten de "objetividad" a estas prácticas, esto da pauta que los autores conciben una propuesta teórica en la que busca analizar la forma en que los significados sociales colaboran en las definiciones y las metas generales con las cuales los estados elaboran las políticas públicas.

Autores como Schneider e Ingram (1993), denominaron "Construcción Social de la Población Objetivo" (CSPO), concebida como una perspectiva sociológica para analizar las políticas públicas enfocándose en las funciones que desempeñan las ideas pre-concebidas, como: los intereses de grupo y el poder en la construcción y funcionamiento de los planes estatales principalmente en los actores que tienen que ver con el sector turístico y que están relacionados con las percepciones sociales en grupos específicos como: partidos políticos, miembros del gobierno, organizaciones sociales, medios de comunicación, empresas, iglesias, agencias internacionales, actores clave que saben los principales problemas de la sociedad y los grupos sociales que pueden provocar conflicto en los destinos turísticos [4]

Para el turismo, en Latinoamérica, se ha convertido en un objeto de diversas políticas públicas que buscan fomentar su crecimiento dentro de los distintos países de la región. Este cambio en la construcción social sobre la percepción y uso del turismo no se produjo de manera fortuita; un conjunto de actores sociales externos e internos a los estados han reconfigurando la percepción social del turismo para ser convertido en un tema de alta prioridad en la planeación gubernamental, es por ello que los autores a partir de ese modelo CSPO, analizan la construcción del turismo en Latinoamérica, tomando en cuenta el conjunto de instancias administrativas desde la regulación y promoción del turismo a lo largo del siglo XX y lo que se ha gestado durante el siglo XXI.

Por lo tanto, en el capítulo dos, se habla de que el turismo dependió gran cantidad de capitales que invirtieron en distintas zonas turísticas latinoamericanas, pero también por el enorme flujo de turistas y divisas estadounidenses, lo que generó una concepción netamente económica sin considerar el aspecto social y la comunidad anfitriona del turismo o los territorios donde estaba la dinámica turística, donde uno de los problemas fue el turismo masivo de sol y playa, y posteriormente los turismo culturales y de naturaleza, modelos que han buscado transformar la intencionalidad de esta actividad en la región.

La construcción de los estados latinoamericanos se hizo bajo los ideales del liberalismo y republicanism: alcanzar la independencia frente al control europeo, lograr que la población obtuviera los conocimientos y los medios necesarios para salir de la ignorancia y la pobreza, y generar instituciones políticas, administrativas, económicas y culturales que garantizaran la continuidad del gobierno, lo que se consideró al sector turístico como una "industria nacional y la expansión del comercio" con el fin de atraer capitales extranjeros y en algunos casos promover la migración de poblaciones europeas.

En el capítulo tercero, "La política social que reconstruyó la identidad de lo mexicano", los autores sostienen que la construcción social del turismo en México no era parte del proyecto de los actores gubernamentales o empresariales nacionales. Esta actividad se impuso a los planes y programas estatales sobre desarrollo, generación de empleos y entrada de divisas. En el caso de México, tendrían que pasar varias décadas para que el Estado mexicano considerara al turismo no sólo como una fuente de ingresos y movimiento de personas, así como un área fundamental en la construcción de la identidad nacional, y como ha sido la evolución de las políticas públicas gubernamentales para regular el turismo en México.

Posteriores al fin la revolución mexicana, los cambios que han existido en la construcción de la idea del turismo para el gobierno mexicano, los actores que son involucrados, las actividades y los lugares que se consideran apropiados para el desarrollo de dicha actividad, se debió principalmente en el crecimiento de ciudades fronterizas en México donde se coincide con la expansión de los medios de comunicación masivos como la radio y el cine en los Estados Unidos. La presencia de tropas insurgentes durante la Revolución mexicana, los combates desarrollados en esta zona y el crecimiento de actividades ilícitas en las ciudades mexicanas fueron generando –y reafirmando– el imaginario norteamericano respecto a las poblaciones mexicanas fronterizas como lugares extremadamente permisivos donde el turismo de

frontera se consideraron los primeros destinos turísticos en México.

Esto influiría, a largo plazo, en la construcción social sobre las prácticas de turismo en el país; debido a que los estadounidenses han sido el principal grupo de turistas internacionales hacia México debido a que viajan buscando playas o en pequeñas poblaciones del "mexicano auténtico" que ellos crearon desde su propio marco cultural, donde se hizo un imaginario del mexicano: casas viejas de adobe con techos de tejas rojas, los cactus, los sarapes, los sombreros, el tequila y las mujeres bonitas comenzarían a ser parte constante de lo "mexicano".

Posteriormente, surge el turismo de sol y playa, siendo Acapulco y Puerto Vallarta, los destinos turísticos centrales en la nueva definición sobre el turismo en México, además de contar con una conectividad importante en los años cincuenta, ser uno de los primeros espacios turísticos internacionales conectado por los nuevos medios de transporte: los aviones; es por ello que el gobierno mexicano comenzó a desarrollar proyectos para financiar la construcción de más destinos turísticos de sol y playa a través de proyectos integralmente planeados (CIPS) como lo fue Cancún en 1970; Ixtapa-Zihuatanejo en 1972, Los Cabos en 1974, Loreto en 1975 y Bahías de Huatulco en 1984, dando a la regulación y normatividad del turismo, generándose una política social desde la inversión, el crecimiento del turismo y sobre todo la inserción de políticas turísticas más robustas en principales polos turísticos.[5]

En el capítulo cuarto, titulado "La influencia de los turistas extranjeros en la construcción de lo mexicano", los autores analizan el papel que los extranjeros que han desempeñado dentro de la actividad estatal encaminada a planear y regular el turismo en México. El argumento central de este capítulo es que algunos turistas han tenido los capitales económicos, culturales y sociales suficientes para disputar al Estado mexicano y a los demás actores nacionales la definición sobre el qué, cómo y dónde del turismo en México (Clausen y Velázquez, 2010). Esto los ha convertido en actores significativos en la reconfiguración de las políticas públicas de turismo, así como a tener un papel en la redefinición de la cultura mexicana, donde los autores argumentan casos en algunos Pueblos Mágicos: Álamos (Sonora), Taxco de Alarcón (Guerrero) y Tepoztlán (Morelos), destacando personajes como: William Levant Alcorn, William Spratling y Robert Redfield y Oscar Lewis, respectivamente donde los autores describen brevemente el lugar y detallan los elementos que explican como estos turistas y luego residentes han contribuido a la dinámica turística en esos destinos turísticos.[6]

Lo importante de este apartado es cómo las comunidades toman al turismo, que muchos de ellos fueron separados de las áreas turísticas; así como la adquisición de tierras o viviendas se habilitaron para casas residenciales; o las opciones de trabajo se comenzaron a concentrar en labores (mal pagados) de prestación de servicios a hoteles y residencias: mozos, limpiadores, jardineros, albañiles y meseros, entre otros, que en vez de beneficiar a la población fue perjudicada.

Es por ello, que en las últimas décadas del siglo veinte, el turismo latinoamericano fue impulsado por las políticas públicas estatales que buscaron generar las condiciones de infraestructura necesaria para la llegada de gran cantidad de visitantes a los complejos turísticos de playa. Este modelo generalmente ha sido conocido como turismo de masas. En términos de políticas de gobierno, significó garantizar las condiciones de infraestructura e impuestos para que los grandes consorcios instalaran sus proyectos de inversión. Las "condiciones" que requerían los proyectos turísticos no sólo incluían carreteras, electricidad, drenaje, (entre otros servicios públicos), sino la negociación o coerción frente aquellos grupos que se opusieran abiertamente a estos proyectos, así como condiciones desiguales en el acceso a apoyos y estímulos gubernamentales entre las grandes empresas y los pequeños emprendedores locales.[7]

Aunado a lo anterior, en el capítulo quinto, denominado "Los dilemas del desarrollo local en las comunidades: el Programa Pueblos Mágicos", se analiza la construcción social de la población que radican en estos destinos al generar un crecimiento en la actividad turística de las pequeñas y medianas localidades del país y qué resultados se han originado de esta política que ha sido más contradictoria que benéfica, por un lado, el turismo ha generado en estas localidades un incremento en los puestos de trabajo y los negocios que se dedican a esta actividad, pero también existe una concentración del ingreso, salarios bajos, una desaparición de prácticas culturales y la exclusión de grupos no ligados al turismo.

El primer flujo (de problemas) que buscó atender el estado mexicano con el Programa de Pueblos Mágicos, fue el desarrollo de localidades que no habían logrado ser insertadas o perdieron su capacidad de participar en alguna actividad productiva primaria o secundaria; en este caso, las pequeñas poblaciones; el turismo requería de una mínima inversión; así mismo, no se contemplaron mecanismos financieros o de políticas públicas que protejan o favorezca la generación o preservación de negocios turísticos de origen local, esto originó que el peso que tienen los nuevos agentes que migran a las poblaciones en el desarrollo y crecimiento de la actividad turística los ha convertido en un nuevo núcleo de poder a nivel local; sin embargo, los miembros de estos nuevos

grupos no buscan su integración a la comunidad local, sino mantener sus lazos con su lugar de origen o entre los otros miembros de su propio subgrupo.

En otros términos, las formas de inserción de estos grupos de migrantes a la actividad turística dentro del programa no se están integrando a la comunidad, sino que están produciendo enclaves económicos, sociales y culturales distintos al resto de la población.

Conclusión

El turismo constituye una fuente de transformación substancial, no sólo de la economía latinoamericana, sino en la cultura y el uso de los espacios sociales y naturales de la región. El turismo también ha transformado las prioridades de las políticas públicas, pasando de ser un tema secundario o marginal para convertirse en una de las nuevas prioridades y herramientas con las que se busca lograr el desarrollo. El crecimiento del turismo en Latinoamérica es parte de la transformación general de las sociedades (post) modernas, donde la producción ha dejado de ser uno de los ejes centrales de organización de los intercambios sociales para ceder esta posición al consumismo. Esto significa un nuevo modelo de construcción de identidad de los sujetos donde las actividades de servicios como el turismo toman un papel axial.

Es por ello, por lo que los autores proponen que para un mejor estudio de la realidad latinoamericana contemporáneas es necesario transitar hacia modelos teóricos de "sociedades de consumo" lo que permite una mejor explicación de temas como la relación entre las transformaciones estructurales, los cambios en las políticas de gobierno y los cambios culturales. El turismo ha dejado de ser actividad marginal de Latinoamérica en una era donde el consumo se ha convertido en uno de los principales constructores de la identidad.

Por lo tanto, el turismo es una realidad que no puede seguir relegada por los investigadores interesados en entender el mundo contemporáneo. Esta actividad ocupa una posición creciente dentro de las económicas de la región Latinoamericana, generando una importante cantidad de empleos, inversión y divisas, pero también produce transformaciones en la soberanía, la planeación, la cultura y el medio ambiente, por mencionar algunos temas. Esto hace que la reflexión académica alrededor del turismo se convierta en significativa, principalmente al plantearse los temas centrales que transforman o delimitan el futuro de esta región.

Referencias

- [1] Andersson Vibeke, Clausen Helene & Gyimothy Szilvia. 2015. Global Mobilities and Tourism Development; a Community Perspective. Aalborg University Press. Denmark.

- [2] Hall Michael. 2007. Pro-poor Tourism: Who Benefits? Channel View Publications. USA.
- [3] O'Connor. B. 1993. "Myths and mirrors: tourist images and national identity". In: O'Connor, B. and Cronin, M. (eds). Tourism in Ireland: A Critical Analysis. Cork: Cork University Press. Ireland: 65-85.
- [4] Schneider Anne and Ingram Helene, (1993), "Social Construction of Target Population: Implications for Politics and Policy, The American Political Review, Vol. 8, No. 2 (jun) pp. 334-347.
- [5] Bauman Zygmunt. 2007. Vida de Consumo. Fondo de Cultura Económica. México.
- [6] Clausen, Balslev Helene y Mario Alberto Velázquez García. 2010. La posición social y espacial en una ciudad turística. Las luchas simbólicas de Álamos, Sonora. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 8 No°1., 47-59
- [7] García, Mario Alberto Velázquez, and Helene Balslev Clausen. *La política pública de turismo en México: la construcción de nuestra identidad*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades" Alfonso Vélaz Pliego", 2021.

