

Canarias: Turismo y colonización

CARLOS PULIDO :: 20/11/2009

Los medios de comunicación han difundido una visión de la sociedad local y de las centrales mediatizada por los intereses sucursalistas de las burguesías insulares

Según la definición aprobada por la Organización Mundial del Turismo en la Conferencia de Ottawa, en junio de 1991, "Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos". Y dicen los que saben del tema que el turismo se fundamenta en esa necesidad que tenemos los humanos de evasión y descanso. La división del trabajo supone, entre otras cosas, alienación, de la cual el individuo busca desprenderse, al menos temporalmente, en sus vacaciones. Ahíto de rutina, el hombre contemporáneo rastrea en la jaula formada por los meridianos y los paralelos un paraíso soñado en el que liberar las pulsiones reprimidas por la mecánica del trabajo atroz. Pero el vacacionar turístico no implica quedarse a vivir en un lugar específico -aunque puede suceder-, sino que más bien se configura como una relación con ese otro, persona o lugar, visitado.

Probablemente, el turismo es uno de los fenómenos más característicos de la sociedad de consumo. Hoy por hoy, el turismo evoca la imagen de muchedumbres viajando de acá para allá, en vacaciones programadas en lugares más o menos lejanos y repitiendo todos los años el rito del viaje para escapar de la cotidianidad.

El turismo es también una práctica social que puede contemplarse desde distintas ciencias sociales (sociología, antropología, psicología, economía, marketing, etc.), seguramente debido a su complejidad; de cualquier modo, lo que entendemos hoy por turismo es más un fenómeno de masas que una práctica confinada a las élites.

Será después de la 2ª Guerra Mundial cuando varios factores permitirán el desarrollo del turismo como fenómeno de masas. Por un lado el desarrollo de los medios de comunicación y transporte y el aumento generalizado de las rentas (en Europa y Estados Unidos); y por otro, la consecución del derecho a vacaciones pagadas. El desarrollo de la intermediación turística hizo el resto -Agencias, Tour Operators, Mayoristas...-. Las compañías turísticas cuadrícularon la tierra, creando recorridos, formas de estar en espacios reservados para el no-contacto. En este sentido, las agencias de viajes son las primeras responsables de convertir a unos en espectadores y a otros en espectáculos.

Pero llegados a este punto, seguro que aparecerá quien vendrá y diga que una cosa es viajar y otra hacer turismo. Hay incluso espíritus preclaros que argumentan con más sensatez: se viaja para aprender (Francis Bacon); para frotar y limar nuestro cerebro contra el de otros (M. de Montaigne); viajar es casi como conversar con gentes de otros siglos (René Descartes). Sin embargo, no termino de creérmelo. Una persona viaja por el mundo en busca de lo que necesita y vuelve a casa a encontrarlo, porque lo que necesita sólo puede estar dentro de ella.

El mundo culturalmente entropizado en que vivimos, donde todos los restos culturales se confunden en su actual estado de detritus, hace que la diferencia entre el turismo de riesgo, el Trekking más trabajoso, el turismo sexual, el de sol y playa, el turismo rural o cualquier otro, no tengan apenas diferencias. Quizás la mejor prueba de esta indiferencia cultural del turismo sea el Rally París-Dakar, que parece más conforme a la idea de récord que a la de experiencia o transformación interior.

Por supuesto que no niego que viajar por el mundo permite adquirir información sobre lo ajeno, conocer otras gentes y otros pueblos, ampliar y contrastar nuestros horizontes culturales; pero es que además también nos permite anunciarnos, emitir señales, mandar mensajes. Se comunica aquí, también, la ostentación de la posición, se celebra el estatus adquirido, se presume de la posición alcanzada, etc. Poder pagarse unas buenas vacaciones -y poder enseñar unas buenas imágenes que atestigüen su exótica consumación- es condición necesaria y suficiente de correcta integración social.

La tipología de las distintas clases de vacaciones refleja, así también, y reproduce la territorialidad social de la estructura de clases: en función de cuál sea la posición social que ocupes, así serán tus vacaciones. Y la paradoja está en que ese mismo privilegio es tanto prueba del éxito material de un modelo económico, como de su fracaso a nivel humano, lo que no impide, para nada, que el turismo aparezca como propaganda del modelo en su conjunto.

Pero los países y los continentes también son víctimas de su historia, y en este caso Europa ha ido forjándose y afirmándose en el viaje exterior, que engendrará el imperio colonial y el mercado mundial capitalista; y el turismo no deja de ser industria, economía de servicios, en suma, y por tanto, parece natural que “se abra” a los deseos de los foráneos que se van a dejar atractivos ingresos. Y de ahí a la modelación de los estilos de vida, costumbres, hábitos y tradiciones autóctonas en base a varios motivos. Uno de ellos, y quizá el principal, es que dejan dinero y, por tanto, debemos ofrecerles cuanto quieran. Por otra parte, el turismo crea sobre-realidades, visiones instantáneas como en Disneylandia, ese espectáculo que pone cualquier realidad lista para ser observada sin más esfuerzo que mirar un folleto o una pantalla.

Sin embargo, no deja de ser sumamente contradictorio y enigmático que casi todos los países “en vías de desarrollo” hayan optado por la industria turística como salida al subdesarrollo. Naturalmente, nadie realizó estudios previos sobre la viabilidad del proyecto, ni sobre sus eventuales consecuencias. Pronto surgieron los mitos para apuntalar su ideología triunfalista. Los fomentaron, sobre todo, los urbanizadores y las multinacionales vinculadas a la construcción. A los especuladores del territorio les venía al pelo, igual que a muchos políticos, encantados de toparse con tal filón de demagogia: el turismo es empleo, es riqueza, hermana a los pueblos, tiende a conservar las bellezas del mundo, fomenta la tolerancia y todo un rosario de sandeces por el estilo.

Pero llegados a este punto, permítanme darle la vuelta a la página, como si intentara ver en la otra cara de lo escrito.

Aún hoy, en algunas partes de este planeta se continúa realizando una práctica hermosa. La tarea del alumbramiento de un nuevo ser humano es llevada a cabo en el suelo, en la tierra,

o se deposita allí al recién nacido, o incluso al moribundo. Ambas prácticas no son más que reminiscencias de una vieja visión atávica que me hace pensar en la sensibilidad de los humanos hacia el lugar de sus raíces, de su aspiración. Y ese espacio de origen, ese lugar en el que proyectamos nuestras esperanzas es necesariamente histórico, ha sido cargado de sentido por grupos humanos, y es este hecho el que apunta a hacer legible a todos aquellos que frecuentan el mismo espacio cierta cantidad de esquemas organizadores, de puntos de referencia de orden ideológico que actúan en lo social.

Y es que la dependencia también necesita de una apoyatura ideológica que la legitime en la sociedad dependiente, y que al mismo tiempo la reproduzca. A lo largo de nuestra historia dicha apoyatura ha cumplido su función sin grandes contratiempos, siguiendo el rumbo marcado por el modelo económico con una fidelidad que ya sólo le guardo a mis vicios. Igual que en la historia económica, sus líneas maestras no parecen haber cambiado. Y es precisamente a nivel ideológico donde el turismo tiene una importancia particular.

La burguesía compradora será la principal promotora y beneficiaria, y la oligarquía nativa adopta una posición claramente “cosmopolita”, que en el plan ideológico viene a suponer la cancelación de cualquier proyecto de desarrollo específicamente nacional. Aparece la desvalorización de la cultura local y la europea pasa a considerarse como “modelo superior”, y que, por lo tanto, se pretende lograr. Se opta por una visión de la propia sociedad desde la perspectiva, intereses, patrones y valores de la metrópoli.

En la práctica cultural aparece como una triple manipulación:

1) La frecuente “autopercepción” del colonizado a través de la imagen que el centro tiene de él, y que mediante una prolongada interiorización llegan a entrar en la praxis diaria: aplatanamiento, sumisión, falta de iniciativa, melancolía, etc. Características todas que tienden a subrayar la incapacidad del agraviado y, a fin de cuentas, la legitimidad de su condición de dominado. Lo que quiero decir es que estos son conceptos autoaplicados por los sectores más desfavorecidos de la sociedad canaria, a través de la paciente labor de los privilegiados.

2) Un segundo aspecto -que viene del anterior- tiende a considerar como normal la estructura económico-social del medio, desde la imposibilidad de plantear una alternativa al tipo de sociedad hasta el fatalismo de las condiciones naturales.

3) La percepción de nuestro pasado sufre una manipulación de tal calibre que llega a sustituir importantes parcelas de la historia local por otras ajenas a ella. La versión dominante de la historia adolece de dicha manipulación en varios sentidos. Por un lado está supeditada a la versión que de ella hizo el conquistador; por otra parte, es una versión reductora de la realidad según los intereses de las clases que protagonizaban e imponían su visión, no sólo a las clases por ellas sometidas sino también a las generaciones posteriores.

Y por último, y vinculado al anterior, buena parte de la versión dominante de la historia local no tiene más consistencia que la de “historia-panegírico”: atención primordial a los nombres ilustres -siempre a nivel de individualidades- del pasado, infravalorando la realidad social y, por tanto, transmitiendo una imagen falsa de esta. Se idealiza un medio que ha dado cuna a semejantes individualidades sin tener en cuenta que estas pueden haberse

realizado tanto “gracias” como “a pesar” del mismo.

De este modo se ha ido configurando a nivel histórico un patrimonio de evidencias no discutidas y que inciden, en definitiva, en la percepción deformada y parcial de la propia historia. Si a todo ello le añadimos la autopercepción alienada y las mediaciones en la percepción del medio, creo que tendremos un mapa aproximado de los condicionamientos que intervienen en el espacio mental del ciudadano perteneciente a las clases populares, objeto preferente de las manipulaciones.

Los medios de comunicación han cumplido en Canarias su función de control difundiendo una visión de la sociedad local y de las centrales mediatizada por los intereses sucursalistas de las burguesías insulares; y el conjunto de servicios que impulsa el turismo -el comercio, principalmente-, aliado perfecto de los medios de comunicación, y favorecido como nadie por el aumento del poder adquisitivo, han ido alimentando una mentalidad consumista propia de sociedades industrializadas, donde las prácticas culturales han perdido su función al ser utilizadas con el objeto de satisfacer al turista.

Pero hay más, seguro que hay muchos más de estos condicionantes; no obstante, confío, debo hacerlo, en que los pocos aportados en este texto apurado ayuden a explicar algo de lo que ya parece nuestra constante coyuntura, anclada en la estructura de la dependencia económica e ideológica y que define pasado y presente de este país insular.

PRCC Canarias

https://www.lahaine.org/est_espanol.php/canarias-turismo-y-colonizacion