

ticas (otra vez problema político), entonces el único problema es la incertidumbre económica de qué valor-renta va a tener aquel volumen de edificación para el futuro. Este sería el problema a despejar en la especulación económica, pero si a la vez se ha de jugar con la incertidumbre jurídica, entonces el

margen de especulación seguramente se amplía mucho.

Bueno; ya no tengo nada más que decir sino agradecerles su atención y esperar que, en fin, no les hayan parecido completamente inútiles las pocas ideas que pueda haber aquí.

ASPECTOS SOCIOLOGICOS DEL TURISMO

LUIS CARREÑO. No voy a hacer una exposición tan sistemática como mi compañero y amigo el economista Ros, debido, entre otras cosas, a que en este momento en España no se pueden realmente sistematizar los aspectos sociológicos del turismo. Como es sabido, y esto nos lo puede confirmar el señor Candilis, en Francia L'Institut de l'Opinion Publique ha seguido muy de cerca todo lo relacionado con el turismo y los movimientos turísticos, y ha hecho, en lo que respecta al Sur de Francia, interesantes estudios sobre la realidad del turismo. Nosotros no contamos con estudios de esta clase y nos limitamos, por tanto, a hacer conjjeturas. Naturalmente, las conjjeturas son siempre intrínsecamente asistemáticas y sólo permiten hablar en términos muy generalizadores. Yo creo que habría que distinguir diversos factores que operan en el boom turístico de la Costa del Sol. Por una serie de circunstancias económicas que ya se han expuesto parece favorable para el país el mantener un determinado nivel de turismo. Nos debemos preguntar si ese nivel de turismo que se ha alcanzado actualmente podrá mantenerse en lo sucesivo; a qué obedece—y esto es una pregunta que flota en el ambiente—este turismo que en muchos casos soporta unas incomodidades a las que en modo alguno está acostumbrado. Y para explicar el complejo fenómeno turístico sería necesario acudir a un amplio análisis histórico. Como ustedes saben, el concepto de veraneo que a los que hemos vivido en la posguerra nos parece normal, en España, prácticamente, empezó a institucionalizarse y a tener vigencia social a partir del principio del siglo XX. Todos vosotros recordaréis una novela deliciosa de Eugenio d'Ors, *La ben plantada*, en la que se da constancia de actividades veraniegas por lo demás reducidas a unos grupos y estratos sociales muy determinados. No obstante, creo que el primer gran turismo que existe—si hacemos un análisis muy somero de la etiología del turismo—es el llamado "turismo de guerra". Las dos guerras mundiales, limitándose al marco europeo, fueron las dos primeras avalanchas de turismo en masa. El turismo, naturalmente, lo organizaban los soldados. En Alemania los que vivieron aquella época y participaron en la con-

quista de Europa siempre hablaron con entusiasmo de las distintas experiencias y de los distintos países que habían visitado. Evidentemente, la gran masa obrera alemana, antes de la segunda guerra mundial, no se había desplazado en la medida que lo hizo posteriormente después de la posguerra. En estas circunstancias bélicas que hicieron posible a millones de hombres "el ensanchar horizontes", pudo surgir una causa primera. No obstante, creo que desde un punto de vista más riguroso el fenómeno turístico hay que encuadrarlo dentro de lo que se ha venido a denominar "la sociedad de consumo de masas". Desde un punto de vista sociológico estricto el turismo se explica desde la estructura de la sociedad de consumo. Me voy a referir a aspectos que conoceréis sobradamente a través de la información periodística. Toda sociedad está montada sobre un sistema de prestigio, de estatus, una estratificación de prestigio. En una sociedad de consumo de masas el prestigio está estrechamente correlacionado con el consumo. Se puede decir que a mayor consumo, mayor prestigio. Recordemos a este respecto el término "consumo conspicuo", empleado por Thorston Veblen en su obra *Teoría de la clase ociosa*, en un primer intento de análisis de esta categoría desde un perspectivismo de la sociedad norteamericana de los años veinte. Utilizar determinados bienes de consumo, en una forma determinada, contribuye a gratificar con "prestigio" a la persona o personas que realizan tal consumo. Evidentemente el turismo, como fenómeno masivo, se debe en gran parte a la necesidad de participar en este prestigio estimulada y exacerbada por una propaganda realizada a través de los "medios de comunicación en masa". Una de las múltiples causas de estas avalanchas turísticas es el decalaje existente entre la estructura de renta española y la del resto de Europa. En el caso turístico se da un incentivo suplementario: existe para el turista el aliciente de poderse evadir del control social a que está sometido en la sociedad en que vive. Esto sí es un factor importante. Creo que deberíamos considerar el turismo como una forma de evasión. Vosotros habréis oido hablar con frecuencia de otras formas de versión, las que hacen relación al cine o la televisión...

El turismo podemos afirmar que también constituye una huída de la realidad.

... Además, desearía hacer resaltar un tercer factor importante: la moda. Hay un librito de Georges Simmel sobre la moda que algunos de vosotros, sin duda, conoceréis, publicado por la revista de Occidente antes de la guerra. En él se explica de una manera bastante clara todo este fenómeno desde un punto de vista sociológico. Desde la perspectiva de nuestra problemática, la moda es un fenómeno de coyuntura que está sujeto a un proceso de cambio constante. Si en la posguerra fué Italia el núcleo de atracción turística, ahora es España la que se encuentra en pleno auge. Habría que ver cuándo se alcanzará un punto álgido y a partir de qué momento se producirá el descenso—fenómeno por lo demás inexorable—del turismo dirigido hacia España. En lo que respecta a la moda, creo que podríamos apuntar algunos factores significativos. Todos vosotros conocéis el *slogan* de los carteles editados por Información y Turismo "Spain is different". El *slogan* no se limita a ser sugestivo, y en cierto modo parece confirmar publicitariamente que España no es Europa. En lo que respecta al turismo en Málaga, concretamente al de la Costa de Málaga, se puede afirmar que en este fenómeno no influyen solamente las condiciones climatológicas. El conferenciante aludió ayer a circunstancias climáticas menos óptimas de lo que en general se cree. El turista no se orienta por factores objetivos; se orienta por factores fundamentalmente subjetivos, fomentados éstos por una propaganda dirigida. El mito del sol puede existir sin que apenas exista sol. Esto no quiere decir realmente que en la Costa de Marbella no exista el sol en unas condiciones bastante más favorables que en Suecia. Otro de los factores es el de la identificación del prestigio. Vivir tres o cuatro días en Marbella, en donde se reúne la *high life internacional*, en torno a los Duques de Windsor y a otros nombres de cotización similar en las altas esferas sociales, constituye evidentemente un factor de prestigio. Esta identificación es una de las características de la estructura de personalidad del hombre moderno en una sociedad de consumo de masa. La inseguridad propia, esta inseguridad en sí mismo—inseguridad del "ego"; ego débil le llaman los psicoanalistas—necesita un apoyarse en factores externos, en factores de prestigio que la protejan. Uno de estos factores puede ser el haber hecho una estancia en Marbella; desde luego, lo que no se pregunta nunca es cómo ha estado en Marbella, esto ya es otro problema. Sea como fuere, esto influye evidentemente como factor de atracción. Ahora bien: yo creo que habría que insistir en la transitoriedad del fenómeno turístico. Naturalmente, no quiero afirmar con ello que el turismo pueda desaparecer de la noche a la mañana. La atracción por parte de España de una considerable masa de turistas en estos años constituye una cierta garantía para

el futuro. Al cambiar las circunstancias, por ejemplo, cuando el nivel de renta español se equipare más al europeo y la costa africana se habilite a efectos turísticos, disminuirá el volumen, pero siempre que sepamos perfeccionar nuestros servicios turísticos puede quedar un remanente estable, como es el caso de Suiza y otros países. Deberíamos ahora referirnos, aunque sea brevemente, al impacto que produce el turismo en las zonas afectadas. Creo que se ha hablado y se habla mucho del turista aquí en Madrid, en el ámbito del Ministerio de Información y Turismo, en el Instituto de Estudios Turísticos, el tema siempre es el turista, pero se ignora la existencia de las poblaciones autóctonas que resultan afectadas por la avalancha extranjera. Deberíamos reflexionar sobre esto y sobre el posible significado que encierra tal actitud. Las poblaciones autóctonas, al parecer, sólo tienen que cumplir su función de tipismo, equivalente a permanecer en un estado retrógrado: "cuando más sucios más atractivos resultan". Naturalmente, no creo que se deba promulgar este tipismo. El tipismo puede quedar resguardado en la medida en que la sociedad autóctona evolucione y progrese dentro de sus propias normas culturales. En tanto se produzca un cambio social ordenado dentro de las normas culturales del país, España—me permitís la expresión—seguirá siendo diferente. Un español manejando un automóvil superperfeccionado se comporta de una manera muy diferente a un alemán manejando el mismo automóvil. Lo que no se puede en modo alguno tolerar es el tipismo éste al que estamos acostumbrados. Nosotros tenemos que barrer este tipismo. Por lo demás, tendría cierto interés iniciar estudios sociológicos en esta dirección. Hay que ser, no obstante, totalmente pesimistas sobre la posibilidad de realizar estos estudios. No creo que ningún organismo público tenga interés en este momento en que se está viviendo la fase de desarrollo y sólo se calcula con factores de costos y rentabilidad máxima, en contribuir a la realización de los mismos. Quiero, sin embargo, manifestar públicamente el interés que tendría para la joven sociología española un estudio empírico de la estructura social dual y cíclica que se encuentra en poblaciones afectadas por el turismo. Todos habéis oído hablar de un modelo clásico, el de la sociedad esquimal. La vida del esquimal, debido a unos factores climatológicos evidentes, tiene formas de agrupación, de estructura familiar, rituales, etcétera, distintas en invierno y en verano. Debido al turismo, en nuestros pueblos, la estructura de *status* y de *rols* cambia totalmente en verano. En invierno se produce una reconversión, una vuelta a la normalidad. ¿Cuál es el costo social de este nuevo equilibrio? Todo esto serían temas de estudio interesantes, pero que, probablemente no se podrán realizar debido a la dificultad en conseguir los créditos suficientes. Nada más, y perdonen ustedes la falta de sistemática de esa breve exposición.