

EL TURISMO COMO FACTOR POLÍTICO EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES

OCTAVIO MORENO TOSCANO *

ADVERTENCIA

EL TURISMO es una ciencia aún poco explorada y sistematizada, sumamente compleja e interrelacionada con muchas otras disciplinas. De ella prácticamente apenas empiezan a levantarse los cimientos. Es por eso que este ensayo presenta muy variados aspectos del turismo. Se trazan las líneas más importantes de su evolución, y se le enfoca hacia las relaciones internacionales subrayándose sus formas políticas. Dentro de ese contexto se le interpreta a la luz del mundo de nuestros días. En ningún momento se ha pretendido realizar un estudio completo o una teoría. Cuando mucho, se ha buscado la presentación de algunos de sus aspectos más interesantes, para llamar la atención de los lectores hacia el turismo y alentar su estudio.

UN SUEÑO REALIZADO

Henry Ford, uno de los hombres cuya obra más ha contribuido a conformar la faz del mundo contemporáneo, unía a su éxito como industrial, un idealismo y una visión acordes con la grandeza de su genio. Como una expresión de su idealismo, pretendió detener la Primera Guerra patrocinando un “buque de la paz” que tenía por objeto poner en contacto a seres de distintas nacionalidades a fin de lograr un nivel más alto de comprensión humana y de este modo contribuir a que cesara el choque iniciado en agosto de 1914. Como visionario dijo alguna vez, refiriéndose a los jóvenes que veía crecer en ese mundo transformado por sus técnicas: “Construirán casas mejores, más escuelas y universidades: leerán libros y también los escribirán; viajarán en automóviles y aeroplanos; verán el mundo y lo conocerán y aprenderán a dirigirlo bien...”¹ Es decir, comprendió; en una época en que el turismo era un lujo superfluo de élites, que éste llegaría a ser un fenómeno social de importancia. Vio que era un medio de comunicación humana, e intentó en vano, por medio

* Licenciado en Relaciones Internacionales en El Colegio de México, presta sus servicios en el Fondo de Promoción e Infraestructura Turística del Banco de México, S. A. Ha publicado varios artículos sobre cuestiones turísticas en la revista *Comercio Exterior*.

¹ William Adams Simmonds, *Henry Ford, su vida, su obra, su genio*. Buenos Aires, Ediciones Penser, 1958, p. 171.

de una excursión turística, detener el mundo irracional de la Primera Guerra.

Desde entonces, la sociedad mundial se ha transformado totalmente. Ford nos queda en la memoria como el precursor de la producción en masa de automóviles, pero el barco de la paz se ha olvidado. El turismo, en cambio, como el genio de Ford lo previera, se ha convertido en un fenómeno de gran importancia y en una preocupación dominante de todos los gobiernos de la tierra.

Por la época en que Ford expresara su visión del futuro, el turismo era ya un fenómeno conocido y estaba a punto de alcanzar sus formas contemporáneas. Sin embargo, a lo largo de la historia humana, las expresiones del turismo habían aparecido desde los tiempos más remotos y habían sufrido una evolución de acuerdo con cada cultura y cada época.

Los distintos especialistas en el estudio del turismo varían en sus interpretaciones acerca de la evolución histórica del fenómeno. Para algunos, nació en la antigüedad clásica,² para otros, a fines del siglo XVIII o a mediados del siglo XIX. Hay quien localiza su origen a fines de 1918 o bien al final de la Segunda Guerra. Cada una de las interpretaciones tiene validez en parte, pues el turismo ha evolucionado desde sus formas primitivas hasta las contemporáneas a través de diversas etapas, cada una de las cuales marca un nuevo estado de su evolución. Las formas primitivas de turismo, fundamentalmente climático, religioso o de salud, se manifestaron desde Egipto con el veraneo de la corte. Siguieron luego en Grecia con los peregrinajes, los juegos deportivos y los viajes de los filósofos, y en Roma las motivaciones tradicionales se complementaron con el deseo de escapar de la ciudad sobrepoblada.

Durante la Edad Media, la movilidad humana se redujo y, por tanto, los viajes y los medios de transporte. No obstante, se mantuvieron vivos el peregrinaje y las ferias. Con el Renacimiento, volvió a despertarse la curiosidad por conocer el mundo, y las leyendas sobre reinos fabulosos allende los mares y los descubrimientos geográficos, aceleraron la movilidad en las sociedades europeas, la cual continuó con el proceso de colonización y el gran comercio marítimo. La vida cotidiana se impregnó de influencia de países lejanos. Al llegar el siglo XVIII, que fue cúspide del refinamiento, el arte y la difusión cultural, las evocaciones de países lejanos aparecieron en las teorías de los filósofos, en los escenarios literarios, en la pintura y aun en las ideas políticas.

El "grand tour"³ se convirtió en el último escalón de la educación de un caballero de alcurnia y fue entonces cuando el primer

² Véanse René Duchet, *Le Tourisme à travers les âges, sa place dans la vie moderne*. París, Vigot Frères, 1949; Gilbert Sigaux, *Histoire du Tourisme*. Lausanne, Editions Rencontre, 1965; y Ricardo De la Cierva, *Turismo: teoría, técnica, ambiente*. Madrid, Editorial River, 1963.

³ Varios autores, *The Age of the Grand Tour*. Nueva York, Crown Books, 1967.

grupo consistente de turistas ingleses recorrió el continente europeo, tratando de gozar al máximo de las obras de arte, el buen vivir y aun los amoríos y la compra de curiosidades. En 1785, según Gibbon,⁴ 40 000 ingleses se encontraban en el continente derrochando las fortunas creadas por el comercio marítimo. Los intelectuales, por su parte, recorrían los distintos países cantando a los monumentos del pasado. Al llegar el siglo XIX, ese proceso continuaría hasta que en 1841 un práctico inglés, Thomas Cook, decidió organizar "tours" en grupo y creó las bases del turismo organizado.

La visión del mundo, expresada en el arte, se conjugó para facilitar el turismo con los progresos en la técnica y la industria. Al producirse la revolución industrial, se inició la carrera de inventos que acabó por sustituir la fuerza humana y animal en los medios de transporte y los hizo más rápidos y cómodos. Con la revolución industrial se aceleró también la concentración de la población en grandes núcleos urbanos con aglomeración, fealdad ambiental, ruidos y olores que compeleron al individuo a desear evadirse. Las nuevas técnicas de producción hacían aburrido el trabajo y monótona la vida cotidiana y la alienación e insatisfacción empezaron a manifestarse empujando a los obreros a agruparse en busca de mejores condiciones de vida y a demandar mayor descanso y tiempo de ocio que les permitieran buscar aire puro y paisajes distintos fuera de la ciudad.

La movilidad se aceleró con el desarrollo capitalista. En el siglo XIX la migración alcanzó proporciones gigantescas. El ferrocarril punteaba la conquista del oeste en Estados Unidos, el vapor reducía en días la distancia entre los continentes. Fue el tiempo de los grandes naturalistas y exploradores que, heredando la curiosidad del siglo de las luces, crearon a través de sus viajes de observación y estudio nuevas teorías sobre la formación terrestre, las corrientes marinas, los climas y aun el origen de las especies. Los grandes museos, jardines botánicos y parques zoológicos se convirtieron en la forma de mostrar a los habitantes sedentarios la maravillosa naturaleza de los otros mundos. Mientras Darwin exploraba los océanos, Byron cantaba loas a Grecia y Taine andaba en los Pirineos; Chateaubriand revelaba el itinerario de París a Jerusalem, Humboldt llevaba las noticias de América, y Tocqueville estudiaba y adivinaba el nacimiento del coloso norteamericano; Stendhal escribía las *Memorias de un Turista*, inventando la palabra⁵ con la que desde entonces se denominaría a la mayor parte de los viajeros.

Los inventos prácticos fueron cotidianamente facilitando el turismo. El telégrafo permitió la comunicación rápida y por tanto, dio la posibilidad a algunos, de alejarse de sus negocios por mayor tiempo. La prensa y las agencias noticiosas masificaron y uniformaron la información. Los bancos desarrollaron los giros y los sistemas de cré-

⁴ De la Cierva, *op. cit.*, p. 5.

⁵ Joffre Dumazedier, *Vers une civilization du loisir?*. París, Editions du Seuil, 1963, p. 27.

ditó; hotel-cupones en 1866, cheques de viajero, en 1891 y cartas de crédito como el "traveler system", desde 1894, proporcionaron la tranquilidad de poder viajar sin temor a robos o a quedarse sin dinero. Los viajes organizados abatieron temores por ignorancia de idiomas o costumbres. Poco a poco el mundo fue convirtiéndose en una sola gran unidad. Así a la Costa Azul se le llamaba la Patria del Mundo⁶ porque de todas partes llegaban los privilegiados a derrochar fortunas en los casinos, o a buscar el prestigio de los lugares donde 18 reyes solían vacacionar simultáneamente y donde las divas y las luminarias políticas y literarias, hacían notar su presencia.

El cambio social producido por el industrialismo llevó también a la búsqueda de diversiones a todos los niveles. Día tras día aparecieron deportes nuevos o se reglamentaron los existentes y se formaron las Asociaciones de caminatas, los clubes alpinos, de ciclismo, etc., y al final del siglo, a la vez que hizo su aparición el automóvil, nacieron los "touring clubs". Por el mismo tiempo, Pierre de Fredi de Coubertin, abogaba por una reforma pedagógica a fin de llevar el deporte y el recreo a las escuelas y Baden Powell organizaba los Boys Scouts.

El turismo tenía ya a fines del siglo XIX características definidas pero se reducía a cortas distancias y el privilegio de los viajes de placer seguía concentrado en una minoría. Para que esta minoría pudiera ampliarse habrían de conjugarse todos sus factores con la nueva vida del siglo XX. Sería necesario que se desarrollaran los instrumentos que facilitarían definitivamente el transporte, que se perfeccionara el crédito, que la publicidad pudiera motivar a un mercado masivo y que la cultura se difundiera con mayor amplitud. Hacía falta, que se creara un gran mercado de clase media capaz de cubrir los costos de los viajes. Era necesario que se resolvieran los problemas esenciales de la sociedad antes de que sus miembros pudieran viajar obedeciendo a sus muy personales impulsos. Es decir, el desarrollo tendría que llegar a una etapa de abundancia que diera nueva expresión a la movilidad, al deseo de evasión y a las motivaciones heredadas de todos los tiempos.

Estos requisitos empezaron a llenarse en Estados Unidos antes que en ningún otro país. Así como el país se formó de la mezcla de muchas culturas y nacionalidades, mezcló y perfeccionó los métodos organizativos y las técnicas del resto del mundo y las transformó. La búsqueda de eficiencia, el capitalismo brutal de la bella época, el afán de innovación y el amplio mercado que se conformó entonces, llevaron a su perfeccionamiento muchos inventos originarios del viejo continente. Muchas técnicas de otros países sirvieron a los hermanos Wright para crear su máquina voladora y a Henry Ford para producir sus automóviles. Con estos dos inventos, la transformación total del mundo entró hacia una nueva etapa de mayor movilidad e interrelación de los países.

Tal vez para la mayor parte de los habitantes del mundo de fines del siglo XIX, una sociedad de ese tipo era un sueño irrealizable; pero ante la producción en masa de automóviles y el vuelo mecánico nada

⁶ Raoul Audibert, *La Côte d'Azur*. París, Hachette, 1967, p. 11.

podía parecer increíble a visionarios como Ford. Cuando en 1914 revolucionó los sistemas industriales aumentando los salarios de sus obreros a un nivel tan desusado que hizo que se le llamara anarquista, dio la pauta para la formación de un mercado masivo de clase media. El automóvil llegó a ser entonces el inseparable compañero de la familia norteamericana y el instrumento de su movilidad, como lo es del 80 % de los turistas norteamericanos de nuestros días. Con la evolución sufrida a causa de la Gran Guerra, el avión llegó a ser un instrumento seguro y útil de transporte, el más socorrido en nuestros días por el turismo a largas distancias.

La evolución del turismo se hizo más clara en la primera posguerra. Durante los siguientes treinta años se exploraron nuevas técnicas que lo facilitaron y lo llevaron hasta su explosión en la segunda posguerra y los niveles que ha alcanzado actualmente. Por la misma época, en que los fatigados delegados llegaban a la Conferencia de Versalles, estaba a punto de definirse el turismo contemporáneo.

EL FENÓMENO DE NUESTRO TIEMPO

En los años recientes los estudiosos del turismo lo han definido de muy distintas maneras. Para algunos se identifica simplemente con los viajes de placer, de negocios o de cultura. Para otros se incluye también el conjunto de servicios y organizaciones que hacen posibles los viajes. En algunos casos se le identifica como industria de los extranjeros o con los fenómenos producidos a consecuencia de los viajes. Al parecer la definición más congruente hasta la fecha es la que ha publicado la Academia de Turismo de Mónaco, que dice:

TURISMO: Término que se aplica a los viajes de recreo. Conjunto de actividades humanas cuyo objeto es realizar ese tipo de viajes. Industria que coopera en la satisfacción de las necesidades del turista. El turismo se distingue del viaje en tanto que implica, por una parte en cuanto al viajero, la elección deliberada de la meta y por otra, el deseo de procurarse una diversión.⁷

Sin embargo, en una definición de turismo no pueden englobarse la gran variedad de factores que lo influyen, lo determinan y lo hacen ser en nuestros días un fenómeno casi natural por la misma civilización en que vivimos.

Al estudiarse el turismo, destacan diversos enfoques desde los cuales los especialistas o las agencias relacionadas con él, suelen mirarlo. Según algunos, constituye una panacea para el desarrollo económico. El antitirístico Presidente haitiano Duvalier, por ejemplo, ordenó colocar en 1965, en Puerto Príncipe, grandes anuncios luminosos con la

⁷ Las definiciones son muy variadas. Esta reúne elementos más o menos comunes a las demás. Véase Manuel Ortuño Martínez, *Estudio del Turismo*. México, Textos Universitarios, 1966.

leyenda: "vers le développement économique par le tourisme", como una de las metas de su gobierno vitalicio. Muchos gobiernos han establecido agencias oficiales para estimularlo como fuente de divisas de la que países como España y México suelen depender. Europa se ayudó con el turismo para restablecerse después de la Segunda Guerra. Los países socialistas encuentran en él una solución a su carencia de divisas libres. Del mismo modo, los países poco desarrollados emprenden con frecuencia proyectos turísticos que en ocasiones resultan más bien expresiones de prestigio o se convierten en obras conspicuas, como el centro turístico de Yakarta que quedó inconcluso con la caída de Sukarno; el Hotel Humboldt de Caracas, expresión de la magnificencia PérezJiménez y que por ello permaneció cerrado durante varios años después de su caída, y el Hotel Embajador de Santo Domingo, muestra del esplendor trujillista.

Un enfoque generalizado ve al turismo como instrumento efectivo para la paz.⁸ Como Henry Ford y su buque de la paz, suele pensarse que la existencia y la proliferación del turismo conducirán a reducir las tensiones internacionales, pues al conocerse unos a otros, los hombres podrán entenderse y fomentar la concordia. En tanto que las relaciones internacionales no se limitan sólo a las que existen entre grupos oficiales o a las que se establecen formalmente entre los gobiernos, sino que también abarcan las que se crean entre individuos y grupos de distintas nacionalidades, y que puedan influir en la vida internacional, la profusión de turistas puede conducir a borrar las fronteras mentales entre hombres de distintos países. En ese sentido, tal vez no se puedan medir los alcances positivos del turismo ni su influencia en el mundo contemporáneo. Pero también es cierto que el turismo, como medio de comunicación humana, puede actuar en ese sentido positiva o negativamente y no siempre operar como un factor de paz. Por el contrario, bien puede resultar de él "un reforzamiento de la incomprensión y la hostilidad recíprocas".

Los organismos internacionales sostienen como un ideal el que este medio de comunicación actúe lo más positivamente posible y hacia ello encaminan sus esfuerzos. Las Naciones Unidas consideraron a 1967 como el Año Internacional del Turismo y en una resolución aprobada en la Asamblea General, se instó a los países a incrementar esa "actividad humana fundamental y eminentemente deseable..."⁹ En la resolución se subrayó la importancia del turismo como exportación invisible y, por lo tanto, como una contribución vital al desarrollo de los países; se recordó su importancia en el campo educativo y social y se exhortó a los miembros de la ONU, a las agencias especializadas y a las organizaciones internacionales, intergubernamentales o no, a que unieran sus esfuerzos para fomentar el turismo, en especial el dirigido hacia los países en desarrollo.

⁸ Véase *El Turismo como medio de comunicación humana*. México, Departamento de Turismo, 1967.

⁹ *Ibid.*

Otros enfoques suelen presentar al turismo como un medio en que se observe y se explote la miseria de un pueblo.¹⁰ Para algunos, el turismo resulta el causante del relajamiento de las costumbres, fomenta la vagancia, provoca crisis sexuales y es causa de que las tradiciones locales se pierdan, razón suficiente para que se le ataque o se le culpe de cuanto mal es posible.¹¹ En otro punto de la gama de enfoques, los empresarios lo ven simplemente como el lucrativo negocio de mayor crecimiento en los últimos años. Los economistas centran su preocupación en el turismo como medio estabilizador de la balanza de pagos, en el efecto multiplicador del dólar turístico, en la fuga de divisas que representa el dólar de ida y vuelta y en las remisiones que por regalías y utilidades salen de los países menos desarrollados por la acción de los grandes sistemas internacionales. Un urbanista puede tener preocupación turística al planificar la estética de una ciudad, conservar los monumentos y su paisaje. Un médico puede observar el aumento de malestares causados por las presiones de la vida urbana y ver en el turismo una necesidad de salud pública. Un sociólogo tal vez se dedique a estudiar el cambio social que el turismo trae consigo y, en fin, cada profesionalista, en su campo especial, encontrará que existe relación entre su actividad y el turismo.

Así como no entra en una sola definición, el turismo tampoco cabe en un solo enfoque. Todos los aspectos que hemos mencionado, positivos o negativos, concurren en él y otros muchos lo influyen y lo condicionan, al grado de que la mera descripción de todo lo que contribuye o influye en el turismo, nos llevaría a un análisis de los factores que forman el mundo contemporáneo. Ello es así porque el turismo es la más alta expresión de las civilizaciones. Se presenta entre los grupos sociales más avanzados en cuanto a ingreso, cultura y tiempo de ocio, cuando se han resuelto los problemas básicos de habitación, alimentación, educación y salud, entre otros. El hecho de que esos grupos suelen concentrarse en los países más avanzados, nos explica que de ellos salgan las corrientes de turistas más numerosos. Asimismo, nos explica por qué la historia del turismo se ha ligado más a los países emisores que a los receptores, pues aquéllos han sido siempre los más ricos y poderosos, y en los que mayores grupos humanos pueden gozar de los viajes. Aun en nuestra época, con los medios masivos con que se cuenta, es todavía una minoría la que realiza viajes a largas distancias y mucho menor el grupo que cruza de un lado a otro los océanos. El hecho de que ese movimiento crezca cotidianamente, es un reflejo del desarrollo contemporáneo y constituye, cada vez con más fuerza, un indudable factor en las relaciones internacionales.

¹⁰ Miguel Othón de Mendizábal, *Obras Completas*. México, 1946, tomo IV, pp. 181-184.

¹¹ El obispo de Málaga encabezó esta tendencia en España al ver en el turismo un peligro "reflejado en el avance manifiesto de la pública deshonestidad e inmoralidad que propicia alcoholismo, vagancia, crisis sexual, etc...". *Visión Panamá*, octubre 30, 1964.

Todos los enfoques citados son válidos y entre ellos existe un entrelazamiento constante. Desde cada uno, podría realizarse un estudio del turismo que a manera de nueva ciencia interdisciplinaria recurra al asesoramiento de varias disciplinas. Pero en tanto que significa riqueza, que ayuda a los países débiles, y es interrelación humana y vehículo de paz, el turismo constituye un factor de política nacional e internacional. Es una forma de expresar prestigio y poder y de dar a conocer un país a los extraños. Es parte de la propaganda ideológica, de la ayuda exterior, del imperialismo cultural y la infraestructura bélica y por lo tanto, un factor decisivo de presión. Desde este punto de vista lo veremos en este ensayo.

Ford, en su idealismo, utilizó quizá sin darse cuenta al turismo como un factor de poder en las relaciones internacionales, aunque su inocente buque de la paz no tuviera repercusión alguna en la realidad de las relaciones de poder entre los países. No fue sino hasta varios años después cuando el turismo sirvió como coraza a la construcción de la infraestructura bélica norteamericana. Todavía habían de pasar muchos años hasta que la guerra fría se trasladara al turismo y, más aún, hasta que se convirtiera en un instrumento efectivo de presión política. El turismo, convertido de pronto en un factor político, parecería formar parte de un enfoque demoníaco de las relaciones internacionales. Pero en la manera en que el turismo llegó a ser factor de política no hay nada de eso y sí mucho de realismo. La búsqueda de poder de las naciones lo empleó como una herramienta, como un medio.

“LAS ALAS DEL HOMBRE” *

Hacia fines de 1903, Orville y Wilbour Wright, se encontraban dueños de un invento cuyas posibilidades prácticas apenas eran previsibles. Por eso el senador Cabot Lodge hizo llegar al Departamento de Guerra una carta, en la que pedía que el gobierno norteamericano se interesara por ese invento. Por la misma época, el gobierno británico había propuesto a los Wright ayuda de todo tipo para desarrollar el avión, pues éste podía ser de gran utilidad “en servicios de observación y envío de mensajes de tiempo de guerra...” Esta propuesta hizo que los Wright insistieran de nuevo ante su gobierno, acerca de la importancia del aeroplano. Pero la oficina de Pertrechos y Fortificaciones consideró necesario “declinar todo género de asignaciones para el perfeccionamiento del vuelo mecánico...”¹² El desarrollo del avión continuó, sin embargo, ayudado por el entusiasmo con que la gente lo veía. Se había convertido en un deporte de ricos y se perfeccionaba a medida que se propiciaban las competencias veraniegas, se intentaban romper los récords establecidos y se ofrecían premios de resistencia o de distancia. Su desarrollo se aceleró cuando a finales de un brillante verano la guerra se apoderó de la mente del mundo. Entonces se con-

* Slogan Publicitario de Eastern Airlines.

¹² Smith and Morris, *Techo ilimitado*, México, Ed. Hermes, 1955, p. 89.

virtió en el arma más revolucionaria del momento, llevó la guerra fuera de los campos de batalla, provocando la certidumbre de que cualquier poblado, a cualquier hora, podía ser atacado haciendo víctimas de la guerra no sólo a los militares, sino, en mayor escala, a la población civil. No obstante, fue un arma de guerra que también sirvió para la paz. Salió de la guerra perfeccionado para volar a mayores distancias y transportar mayor peso. Aunque después del armisticio decayó de nuevo el interés por sus usos prácticos, volvió a llamar la atención como deporte, regresó a las ferias a realizar acrobacias y sirvió para batir nuevos récords.

Sólo la voz del vehemente general norteamericano William Mitchell,¹³ insistía en perfeccionarlo para fines bélicos, pues decía que la guerra del futuro se ganaría por aire y que, si una nación ambiciosa lograba la iniciativa en el aire, podría dominar al mundo entero más fácilmente de lo que nación alguna hubiera dominado un continente en el pasado. Con esa insistencia, no logró más que molestar a los viejos militares, ya cansados de la reciente guerra, y acostumbrados a la marina y a las fuerzas de tierra, como armas vitales. Se creía que el Pacífico y el Atlántico eran las mejores defensas del continente americano. Sin embargo, Mitchell alegaba que, si un avión cualquiera podía cruzar el Pacífico o el Atlántico, un bombardero podría hacer lo mismo. Por ello Estados Unidos debía adelantarse y construir nuevos aviones, mejores aparatos de combate, bombarderos perfeccionados y transportes. Mitchell instó a que “se desarrollara la aviación comercial para proporcionar un núcleo de pilotos adiestrados para el caso de guerra. Quería que se tomaran medidas para la defensa aérea de la costa atlántica y pacífica de los Estados Unidos continentales, las inmediaciones del Canal de Panamá, las Filipinas, Hawaii y Alaska...”¹⁴ En vista de que en 1919, un avión de la Real Fuerza Aérea había cruzado el Atlántico sin escalas, y un dirigible había volado de Escocia a Nueva York, la idea tradicional de las defensas oceánicas había quedado superada. El mismo Mitchell, ante los ministros de Guerra y Marina, hizo una exhibición de la eficacia de la aviación en bombardeos contra buques armados. Pero no sólo se le negó todo apoyo en sus proyectos, sino que su vehemente insistencia hizo que la burocracia se enconara en su contra hasta que fue sometido a un consejo de guerra, procesado por insubordinación y degradado.

Pero sus requisitorias no habían caído totalmente en el vacío. Otros militares y la mayor parte de los pilotos civiles, habían comprendido el realismo de Mitchell. Éste se hacía evidente a medida que los progresos técnicos seguían abatiendo récords y permitían que el avión transportara pasajeros. Para 1927, cuando Charles Lindbergh llegó sólo y sin escalas a París, se creó un ambiente más propicio para insistir en el desarrollo de la aviación comercial. Unos meses más tarde, se lograba también cruzar el Pacífico. La aviación seguía siendo alentada por pre-

¹³ *Ibid.*, p. 315.

¹⁴ *Ibid.*, capítulo V.

míos y contratos de correo, pero seguía ignorada por el gobierno como arma estratégica, en tanto que los temores de Mitchell parecían cercanos a cumplirse.

Ignorar la aviación como arma militar, no parecía sano en una época de crisis mundial constante. Inglaterra empobrecida y pacificadora, Francia confiando su defensa a la anticuada línea Maginot, Alemania emergiendo vengativa y preñada de tendencias inquietantes; la URSS perfilándose a pasos agigantados como gran potencia y el Japón armándose e industrializándose para conquistar territorios nuevos que recibieran a su población excedente; era el cuadro que parecía confirmar los temores de Mitchell. Ante ello, los nuevos pioneros de la aviación comercial iniciaron la edificación de una infraestructura bélica basada en la aparente inocencia de las líneas aéreas comerciales. Estas no despertaban suspicacias y, en cambio, al poner en contacto a personas de distintas nacionalidades y culturas, alentaban los sentimientos de amistad y fraternidad entre los pueblos.

Esta expansión aérea comercial fue iniciada por un grupo de inversionistas privados que actuaban por su cuenta. No contó con el apoyo del Departamento de Guerra, pero en virtud de una serie de coincidencias y amistades personales, llegó a tener el respaldo del Departamento de Estado y de Marina. Si el Ejecutivo tuvo conocimiento de esas maniobras, prefirió disimularlo y no fue sino hasta septiembre de 1938, cuando Roosevelt pidió 10 000 aviones anuales y la construcción de todas las instalaciones necesarias para la fuerza aérea. En ese momento, la mayor parte de las instalaciones necesarias estaba ya casi terminada y funcionando para la aviación comercial.

EXPANSIONISMO BÉLICO Y TURISMO

Uno de los héroes norteamericanos más destacados de nuestro siglo, Edward V. Rickenbaker: campeón de automovilismo, innovador en la industria automotriz y as de ases en la Primera Guerra, intentó usar su popularidad e influencia para desarrollar el poder aéreo de Estados Unidos. Estaba convencido de que Mitchell tenía razón en sus argumentaciones y temía, desde principios de los años veinte, que la falta de previsión del gobierno norteamericano terminara en una nueva guerra. Desde 1922, en una visita que hizo a Alemania,¹⁵ escuchó a Hermann Goering esbozar sus planes para burlar el Tratado de Versalles y crear un poder aéreo para Alemania. El futuro mariscal le había dicho que se enseñaría a volar a los jóvenes como deporte, luego se desarrollaría la aviación comercial y, por último, se crearía la fuerza aérea militar. Alarmado, a su regreso a Estados Unidos insistió ante los ministros, las organizaciones cívicas y el ejército, sobre la necesidad de crear una fuerza aérea capaz de hacer frente a cualquier amenaza exterior. Cortés, pero invariblemente, sus sugerencias fueron archi-

¹⁵ Rickenbaker, *His own story*. Nueva York, Prentice Hall, 1967.

vadas. En 1925, en vista de que año con año se acrecentaba el peligro, decidió al fin actuar por sí solo:

Si no podíamos edificar una industria aérea para producir aviones militares [escribió más tarde] debíamos entonces desarrollar una industria que fabricara aviones comerciales. Cuando el gobierno finalmente despertara, ante el peligro exterior y la necesidad de acelerar la producción de aviones de todas clases, entonces al menos tendríamos una base desde la cual progresar. Ésa era la razón principal que me impulsó a entrar en la aviación y permanecer en ella...¹⁶

De este modo, rechazó las ofertas de trabajo dentro de la industria automotriz y se dedicó a formar Eastern Air Lines. Por medio de ella, estableció entrenamiento intensivo de pilotos, estudios sobre eficiencia en la movilización de carga y pasajeros y una red de estaciones meteorológicas. Extendiendo la línea, convenció a los municipios de crear aeropuertos. Más tarde, de esa compañía saldrían pilotos de guerra, la mitad de la flota sería usada por el ejército y Rickenbaker mismo, sería nombrado consejero confidencial del ministro de Defensa para asuntos de aviación. La aviación comercial, en el caso de Eastern Air Lines, había tenido la doble función de transportar pasaje y edificar infraestructura bélica.

Una preocupación semejante a la de Rickenbaker, dominaba a Henry Harvey Arnold. Éste, gran amigo y partidario de Mitchell y comandante en el ejército, había seguido con interés el desarrollo de la aviación en el mundo desde su puesto en el Departamento de Guerra. Allí recibió un informe del agregado militar de los Estados Unidos en Colombia, que mencionaba las actividades de la línea aérea SCADTA. Esta compañía había sido fundada por un antiguo piloto alemán y estaba extendiendo rápidamente sus operaciones. Arnold consideró que las operaciones de SCADTA estaban "Demasiado cerca del canal de Panamá para hacer caso omiso de ellas".¹⁷ En 1925, SCADTA, con ayuda de Lufthansa, planeaba extender sus líneas hacia Cuba, Panamá y Estados Unidos, con el fin de llevar correo y pasajeros. Ello ya era demasiado para Arnold. Legalmente no podía lograr que se impidiera a SCADTA hacer negocios en un país de economía abierta y la negativa del permiso de operaciones hubiera reflejado temor. Decidió entonces buscar o formar una compañía norteamericana que realizara el servicio. Esta compañía uniría Cayo Hueso con Cuba y de allí se extendería hacia América Central y Panamá. La empresa se llamaría Pan American Inc., y para ella solicitó el contrato de correo. El mismo correo era buscado por Rickenbaker y su Florida Airways (después Eastern) y un joven egresado de Yale llamado Juan Terry Trippe y su Aviation Corporation of the Americas.

Trippe compartía las ideas del General Mitchell y coincidía en las

¹⁶ *Ibid.*, p. 297.

¹⁷ Smith and Morris, *op. cit.*, pp. 404 ss.

preocupaciones de Rickenbaker y Arnold. Desde 1923, siendo todavía estudiante, había fundado una línea aérea para transportar pasajeros de Manhattan a los suburbios. Más tarde se extendió a los servicios de correo y a nuevas rutas. Pero su interés principal y su meta era llevar su línea fuera de Estados Unidos y conquistar para él y para su país el mayor mercado de ese transporte. Al disputar el contrato de correos pretendía abrir a su empresa la puerta hacia Sur América.

Durante ese tiempo se produjeron los más agrios debates entre Mitchell y su consejo de guerra. Arnold, considerado como enemigo público número dos, aunque no fue juzgado, fue retirado de su puesto en Washington y enviado a cumplir una misión en Kansas. Para entonces, ya había cambiado impresiones con Rickenbaker y Trippe y el joven graduado había accedido a unir Aviation Corporation of the Americas a la empresa de Arnold. Así Juan Terry Trippe quedó a la cabeza de Pan American Airways Inc., y uno de los capítulos más interesantes de la aviación comercial mundial empezó a escribirse.

Trippe inició de inmediato la entusiasta expansión de Pan American, se coaligó con el jefe de correos Walter Brown a fin de obtener contratos, y antes que nadie los obtuvo también de los gobiernos latinoamericanos. Logró que el jefe de correos intercediera ante el Departamento de Estado, para proporcionar ayuda diplomática a su empresa. El Secretario de Estado, Henry L. Stimson, tardó algún tiempo en ceder ante la insistencia de Brown, pero más tarde diría que "el gobierno de Estados Unidos era socio de Pan American en un servicio de correo aéreo a América del Sur y ordenó que sus diplomáticos se esforzaran en todas las formas convenientes".¹⁸

Juan Trippe estableció una táctica de expansión. Primero envió a Charles Lindbergh, a la sazón consejero de Pan American, en un viaje de buena voluntad. Luego pidió permiso de aterrizaje y, eventualmente, adquirió intereses en las compañías aéreas locales. Así, muy pronto se extendió por México, Centroamérica y la Costa Oeste de Sur América hasta Buenos Aires. Ligándose con la firma W. R. Grace and Co., estableció una subsidiaria: PANAGRA, que se extendió por la Costa Este terminando también en Buenos Aires. Habiendo cubierto parcialmente Latinoamérica, se extendió a Alaska y de allí a China, adquiriendo parte de la línea China National. Como Chang Kai Shek, temeroso de que los japoneses pidieran las mismas prerrogativas no pudo ser convencido de que concediera el permiso de aterrizaje, Trippe cambió de ruta hacia Honolulu, Midway, Wake y Guam, hasta Manila.

La intervención del Departamento de Estado se hacía sentir disimuladamente y la Marina ayudaba a levantar las instalaciones en las terminales del Pacífico. Esto último despertó la suspicacia de Japón, cuyas relaciones con Estados Unidos se encontraban en estado delicado. Japón veía con recelo la expansión de Pan American y las instalaciones que, incluyendo grandes talleres, estaciones de radio y hoteles, se estaban levantando en Wake y en Guam. Trippe actuaba con seguridad pues

¹⁸ *Ibid.*, pp. 407-8.

... Estados Unidos no podía afrontar una franca expansión en el Pacífico. Pero el desarrollo de una línea aérea comercial podía ser defendida en un plano diplomático contra las protestas, del gobierno japonés.¹⁹

De Manila se extendieron las rutas a Hong Kong, donde las autoridades británicas negaron el permiso de aterrizaje presionadas por la línea aérea Imperial (después BOAC), que deseaba mantenerse en exclusiva. Trippe tuvo entonces que establecer la terminal en Macao. Para 1937 se iniciaron los trabajos de la ruta a Australia. Nuevamente hubo problemas con los británicos, pues tanto Estados Unidos como Gran Bretaña, se disputaban derechos sobre la isla Cantón, punto necesario de aterrizaje. Trippe, al enterarse de que la Real Armada se dirigía a tomar posesión de la isla, envió desde Samoa en aviones, el equipo necesario para iniciar construcciones. Los británicos llegaron tres días más tarde y dispuestos a iniciar una confrontación. Los norteamericanos no se retiraron. En 1940, por interés común, los gobiernos británico y norteamericano firmaron, a causa de Pan American y Juan Trippe un tratado de condominio sobre el archipiélago Fénix.²⁰

En tanto no se llegó a un acuerdo con Gran Bretaña a causa de las presiones de la guerra, los ingleses intentaron bloquear el desarrollo de Pan American y, a su vez, impulsar a Imperial Airways. Cuando Pan American solicitó aterrizar en Fiji, rumbo a Australia, el permiso fue negado y la ruta tuvo que desviarse a Nueva Caledonia y a Nueva Zelanda. En el Atlántico se presentaron problemas semejantes. En 1937 Pan American firmó con Gran Bretaña un convenio de reciprocidad. La línea norteamericana realizaría un vuelo quincenal entre los continentes y la Imperial alternaría con ella en las mismas condiciones. Pero el convenio establecía que el servicio se iniciara simultáneamente, es decir, habría que esperar a que los ingleses tuvieran naves capaces de realizar el vuelo. Trippe nuevamente se desvió hacia Portugal donde obtuvo la exclusividad por veinticinco años sobre cualquier línea norteamericana. Aun así, habría que aterrizar en Bermuda donde Gran Bretaña obviamente le negó el permiso. Hubo que esperar dos años hasta que los Clipper Boeing fueron capaces de llegar a las Azores sin escalas.

En todo momento, Pan American actuaba como agente no oficial del gobierno norteamericano. La compañía reunía por medio de sus empleados... "informaciones que el Departamento de Estado no podía conseguir de otras fuentes, y el Departamento utilizaba su influencia para impulsar los intereses extranjeros de la compañía."²¹ En el caso de Latinoamérica, mientras más se observaba a las líneas SCADTA, SEDTA, LATI, CONDOR y LAB, de participación alemana e italiana, más crecía la preocupación. Los alemanes no ocultaban sus intenciones de reunir todas esas líneas en un sistema unificado. Se sabía que Hitler

¹⁹ *Ibid.*, p. 411.

²⁰ *Ibid.*, pp. 444-447.

²¹ *Ibid.*, pp. 407-8.

enviaba pilotos de Lufthansa a realizar su servicio militar en ellas y que, a lo largo de las mismas, se hacían llegar subsidios y se obtenían informaciones y fotografías estratégicas. Es decir, realizaban en parte, las mismas funciones que Pan American, pero para el Eje.

En 1936, Trippe se enteró de que SCADTA había contraído una deuda con el gobierno de Colombia. De inmediato maniobró para adquirirla dominando con ello el equivalente al 85 % de las acciones. Pero no pudo obtener el control de la compañía, pues Colombia exigía que los operadores fueran de nacionalidad colombiana y Von Bauer y su grupo cumplieran con ese requisito. Trippe tuvo que esperar, pero a fines de 1939 Washington le ordenó que desnazificara SCADTA inmediatamente. El gobierno norteamericano accedió a pagar las indemnizaciones del personal alemán. Se negoció un pacto bilateral con Colombia mediante el cual SCADTA se reorganizaba tomando el nombre de AVIANCA, y se desató una campaña de prensa anti-germánica. Von Bauer y su grupo, que habían intentado sin éxito readquirir las acciones, al perder el control de la empresa formaron otra y de inmediato iniciaron la construcción de un aeropuerto en el norte del país. Cuando ello se supo, fueron detenidos por el gobierno. De ese modo, al menos la seguridad del Canal de Panamá y la expansión de Pan American quedaban garantizadas.

En su lucha por destruir el resto de las líneas aéreas del Eje en América Latina, Trippe tuvo que usar una política más cautelosa. Los representantes de Pan American en Brasil lograron que se promulgaran leyes que exigían que el personal que trabajaba en las líneas aéreas fuera nativo. Al mismo tiempo, la corporación de abastecimientos de defensa de Estados Unidos, ofreció su ayuda a los países que quisieran desnazificar sus líneas aéreas y puso a CONDOR en la lista negra. Pronto se le negaron toda clase de abastecimientos y Pan American y PANAGRA establecieron líneas paralelas. A fines de 1941, todos los aviones de CONDOR están paralizados en tierra. Igual táctica fue utilizada con SEDTA, LAB y LATI y sólo contra esta última, y en la línea Dakar-Natal, hubo que intervenir por otros medios. Dakar y Natal distan una de la otra a lo sumo tres mil kilómetros y son el punto más cercano entre África y América del Sur. Para los aliados más tarde fue la ruta de abastecimientos más importante, pues por ella iban los aviones a Inglaterra, los abastos para la campaña de África del Norte e inclusive los que se enviaban a las tropas soviéticas en el área del Mar Caspio. Para asegurar el dominio de esa ruta "los departamentos de Guerra y Marina se dirigieron a Pan American para que les proporcionara facilidades que el gobierno no podía conseguir directamente por negociación diplomática". Se hicieron contratos secretos entre el Departamento de Guerra y la línea aérea que, como compañía privada, obtuvo del gobierno de Brasil derechos para mejorar sus propios aeropuertos comerciales y, lo que era más importante, conseguir tres grandes bases en Natal, Recife y Belem. Esos grandes aeródromos nuevos fueron adaptados para su utilización especialmente por fortalezas volan-

tes... El Brasil se manifestó sensible en cuanto a su soberanía nacional. La presencia de tropas no era deseada y no se permitió que los ingenieros del ejército construyeran los aeródromos. Por lo tanto, la construcción fue realizada sólo por los ingenieros de la Pan American. El equipo militar y las armas fueron enviadas a las nuevas bases, por barco como herramientas, y los soldados norteamericanos fueron admitidos solamente como mecánicos. Una visita oficial, efectuada por el general George Marshall, Jefe del Estado Mayor, apresuró la terminación de las bases y, eventualmente, el presidente Vargas y su ministro el general Dutra, permitieron que las fuerzas norteamericanas actuaran sin subterfugios.²²

Al iniciarse la guerra, Roosevelt entendió la necesidad para su país, de contar con un poder aéreo y reconoció el esfuerzo de los pilotos que por su cuenta habían desarrollado la infraestructura bélica. Rickenbaker fue llamado para asesorar confidencialmente al Secretario de Guerra, Arnold fue nombrado jefe de la Fuerza Aérea, y la memoria de Mitchell, quien ya había fallecido, fue reivindicada. Stimson, el antiguo Secretario de Estado, amigo de Pan American, fue nombrado Secretario de Guerra, y Trippe, aunque continuó dirigiendo Pan American, se convirtió en un importante consejero del Presidente Roosevelt.

Después de la Segunda Guerra, la aviación se convirtió en el medio de transporte turístico, a largas distancias, más importante. Sólo entre 1961 y 1966, los viajeros por barco entre Estados Unidos y Europa bajaron de un millón a 650 mil y los pasajeros aéreos aumentaron de uno a cuatro millones. La investigación aeronáutica y espacial se lleva a cabo con apoyo del gobierno, en gran escala, para fines pacíficos y militares.

Hoy, un aeropuerto internacional es el símbolo más claro de la confraternidad entre las naciones. A él llegan aviones de diversos países y sus pasajeros entran en contacto con personas distintas, las conocen y con ellas traban amistad. Esa amistad sirve para reducir los prejuicios, aumentar la comprensión y la universalización de la vida. Al ver el trato amable que los turistas reciben en los aviones, se olvida que un día Orville Wright se arrepintió de haberlos inventado pues se habían convertido en un arma de guerra; que bajo el escudo de la amistad que la aviación comercial fomentaba, había prosperado el espionaje, el imperialismo y la infraestructura bélica; y que la aviación comercial y las corrientes turísticas han servido de pretexto y de arma en la política del poder.

* ELEMENTO DE AYUDA EXTERIOR ✓

El poder que una nación puede ejercer en las relaciones internacionales es producto complejo de muchos elementos que se complementan. El poder militar, económico y tecnológico, son posibles por la abundancia de recursos naturales, la situación geográfica, el nivel cultural de la población, la ideología del país, el carácter nacional y el liderazgo que desempeñen. Cada uno de estos elementos aislados puede producir cier-

²² *Ibid.*, pp. 449-50.

to grado de poder, pero sólo su conjunción es determinante en la influencia que un país puede ejercer en el mundo. En el ejercicio del poder militar existirá siempre la oposición del país conquistado, su patriotismo se elevará y creará resistencias y se hará difícil el ejercicio del dominio. La acción del poder económico es más segura y más útil para las potencias. A través de préstamos, ayuda e inversiones pueden dominar la economía de otros países, y por las presiones que realicen en ese renglón podrán influir en su política. Pero el poder económico por sí solo tampoco garantiza el dominio sobre los pueblos. Crea resentimiento contra el imperialismo y la diferencia de niveles de vida entre el país prestamista y el deudor produce también resistencia al dominio. No es sino hasta el momento en que se identifican las ideas del país dominante y del dominado, cuando los usos y las costumbres de uno se imponen sobre el otro, cuando se logran destruir los valores tradicionales del inferior e implantar los sistemas de vida del dominante, cuando se conquistan las mentes, que se puede establecer un dominio duradero.✱

La conquista cultural es la más sutil de las formas de dominio y suele pasar inadvertida. Esta conquista

... si alguna vez tuviera éxito, por sí sola constituiría la más exitosa de las políticas imperialistas. No aspira a la conquista territorial o al control de la actividad económica, sino a la conquista y dominio de las mentes de los hombres, como un instrumento para la transformación de las relaciones de poder entre las naciones.²³

Esta forma de imperialismo tiene, según Hans Morgenthau, dos instrumentos de lucha. Uno es la propaganda destinada a aumentar el prestigio del propio bando y a disminuir el del contrario, y otro es la ayuda exterior cuyo fin es impresionar a la nación que la recibe con el adelanto técnico que se le proporciona. El turismo, en tanto que es un medio de contacto entre seres de distintas nacionalidades, que sirve para difundir los valores de otro país, y ejerce a la vez el efecto demostración del sistema de vida del dominante sobre el dominado, es una forma de propaganda, un vehículo de conquista cultural y, por lo tanto, un factor real en las relaciones internacionales.

La propaganda es uno de los factores determinantes del turismo contemporáneo. Al haber logrado dirigir el consumo de millones de seres, se ha convertido en un instrumento de incitación al viaje y ejerce cierto poder de dirección sobre las corrientes turísticas. Puede lograr que los viajeros visiten o no un determinado país y de ese modo puede transformar al turismo en un instrumento de presión. En tanto también que el mercado internacional del turismo tiende a concentrarse bajo el control de las empresas multinacionales y que éstas, eventualmente, sirven a los fines políticos de sus países, puede lograrse la desviación de las corrientes turísticas a través de los medios promocionales,

²³ Hans Morgenthau, *La lucha por el poder y por la paz*. Buenos Aires, Ed. Sudamericana, 1963, p. 88.

convirtiéndolo en un instrumento de presión económica y, por tanto, de política internacional. Un país emisor puede dirigir sus corrientes de turistas hacia los países más necesitados de recursos; por eso el turismo es un instrumento de ayuda y, por lo tanto, también de política internacional.

Del mismo modo en que las líneas aéreas ayudaron al poderío norteamericano en la primera posguerra, en la época de la reconstrucción los nuevos elementos turísticos ayudaron a la expansión económica, cultural y política en el mundo, colaborando en la lucha por la conquista de las mentes y en los intentos de consolidación del poder.

La visión de los pioneros de la aviación comercial creó para Estados Unidos una cadena de bases a lo largo de sus rutas que podían usarse eventualmente como estaciones militares. Tras la guerra, con un panorama político distinto, muchas de esas bases continuaron establecidas. La aviación comercial ganó nuevamente su sentido fraternalista, pero ayudó de una vez más al interés nacional del país.

La Europa destruida se encontró con los cantos seductores del socialismo. Éste se extendía hacia el sur tratando de penetrar a los países del medio oriente, la India y el sureste de Asia. Estados Unidos decidió contener esa expansión, utilizando otros medios, además de reforzar las bases militares para lograrlo. La esencia de la doctrina Truman era contener a base de ayuda económica, el río desbordante del comunismo que intentaba apoderarse de los países más débiles y necesitados. En el caso de Europa, el plan Marshall apareció como una idea salvadora. Norteamérica financiaría la reconstrucción de acuerdo con un programa europeo. Buscaría aumentar la cooperación económica y reducir la falta de dólares. Fue relacionado con este último punto que el turismo volvió a ser útil como factor de política internacional.

La corporación de hoteles Intercontinental nació en un desayuno en la Casa Blanca, un día de 1944 en el cual Franklin Roosevelt pidió a Juan Trippe de Pan American que ayudara a aliviar la gradual escasez de dólares en Latinoamérica, edificando mejores hoteles para inducir a los norteamericanos a visitar esos países.²⁴

Pronto, a lo largo de las líneas de Pan American, empezaron a aparecer modernos edificios de gran confort, eficiencia e higiene, para convencer a los viajeros de que visitaran países tropicales sin temor a enfermedades. Se creó un nuevo estilo hotelero que trasladó pequeños trozos de Norteamérica a aquellos lugares donde se edificaba el hotel. Ello servía también al efecto de demostración. El hotel se convirtió en un escaparate de las bondades del sistema de vida norteamericano y los turistas ilustraban sus modos de ser. Esos hoteles se construyeron especialmente en "los lugares más alborotados" porque eran de más utilidad "en áreas donde el turismo necesita desarrollarse". Así aparecieron en ciudades como Lahore, Rawalpindi, Nairobi, Manila y Yakarta. Ese impulso ha

²⁴ *Time*, 3 de febrero, 1967.

penetrado el mundo socialista edificando hoteles en Zagreb y Budapest, lugares antes poco favorecidos por el turismo, pero interesantes como punto de apoyo en la política exterior norteamericana.

Una situación semejante se presentó a Conrad N. Hilton y a su cadena hotelera después de la Segunda Guerra. Privadamente, y siguiendo la filosofía de que los negocios deberían cruzar las fronteras y si no los ejércitos volverían a hacerlo, Hilton había abierto en 1942 el Hotel Palacio en la ciudad de Chihuahua. Al terminar la guerra su corporación parecía lo suficientemente madura para que

...tanto el Departamento de Estado como el de Comercio sugirieran que la organización Hilton podría estimular a la vez los negocios y los viajes, haciendo que entraran dólares en la economía de los países necesitados de ayuda. Además ...creían que dichos hoteles fomentarian un sentimiento de buena voluntad internacional.²⁵

Pronto Hilton abrió el hotel Caribe, de Puerto Rico, y se dirigió a la Europa en reconstrucción. Iba en busca de los lugares más estratégicos, aunque "en vez de asumir el papel de invasor" procuró siempre asociarse con los empresarios locales.

Nosotros manejamos hoteles en el extranjero [ha escrito Hilton] por la misma razón que lo hacemos en los Estados Unidos: hacer dinero para nuestros accionistas. Ello es un hecho por el cual no necesitamos disculparnos pues es una fuerza motriz en ésta como en cualquier otra economía libre. Pero si el dinero fuera lo único que buscáramos, podríamos ganarlo en Estados Unidos y con menos dolores de cabeza.²⁶

Además del dinero, Hilton tenía la idea de fomentar el intercambio entre los países y de ayudar a que en ellos proliferaran los negocios. Hilton "habría rezado para que mi generación tuviera el valor y la sabiduría para conservar la paz ganada por nuestros hijos". Su mente "jugaba con una visión de hoteles... Siendo usados para atraer a los pueblos a una mejor comprensión". Sabía que "la gente que ha intercambiado ideas, hecho negocios entre sí, reído y descansado después del juego en mutua compañía, tiende a perder sus miedos, suspicacias y hostilidades". Se sentía feliz porque algún día podría contribuir quizá, aunque en pequeña escala, a consolidar la paz del mundo.

Pero los sueños pacifistas de Hilton no carecían de conexiones con la política de poder. Una parte integral de su sueño era demostrar a los países más expuestos al comunismo "la otra cara de la moneda, los frutos del mundo libre".²⁷ Por eso al insistir en construir un hotel en Roma encontró el apoyo de los cristianos y la violenta oposición de los comunistas. Como un homenaje al país que "había derrotado al comunismo en nuestro propio siglo xx", inauguró el Castellana Hilton de

²⁵ Conrad N. Hilton, *Be my guest*. New Jersey, Prentice Hall, 1957, p. 233.

²⁶ *Ibid.*, p. 267.

²⁷ *Ibid.*, p. 237.

Madrid en 1953. Dos años más tarde, en lo más complicado de la Guerra Fría, se abrió en el lado opuesto de Europa, “a treinta millas de la Cortina de Hierro”, el Estambul Hilton. Tiempo después edificaba el Berlin Hilton en el centro neurálgico de la tensión europea. Los diarios de Alemania Oriental lo acusaron de estar en “una campaña de saqueo”, pero él sentiría que había logrado sembrar “un pedazo de América desafiando al comunismo”. El comunismo estaba luchando contra el capitalismo, incluyendo el capitalismo libre, republicano y democrático, y desde luego en esta lucha la bandera de la libertad se usaría retardamente contra él —dijo en un discurso, citando a Lenin— y luego agregó: que creía humildemente “que nuestra bandera Hilton es una pequeña enseña de libertad que ondea desafiante contra el comunismo tal y como Lenin lo profetizó...”²⁸ Y de acuerdo con ello continuó la construcción de su cadena hotelera a lo largo del cinturón sanitario anticomunista. Teherán, Delhi, Hong Kong, Tokio y aún el inconcluso hotel en Praga están ahí como símbolo de la Guerra Fría y de la política internacional del poder.

Tanto Hilton como la Intercontinental resultaron determinantes en el desarrollo turístico de algunos países. El Estambul Hilton aumentó el flujo turístico de Turquía en un 69 %, y el Karachi Intercontinental lo aumentó en Pakistán en un 100 %. Ambas empresas, como expresión sutil de la expansión norteamericana, han sufrido los golpes de la izquierda radical cuando y donde ello ha sido posible. El Hotel Tamanaco Intercontinental de Caracas fue dañado en varias ocasiones por la explosión de algunas bombas. El Siam, en Tailandia, recibió la maldición del astrólogo real, quien desde su apertura predijo plagas y desastres, al grado que la compañía tuvo que contratar diez monjes budistas para que rezaran y destruyeran el exorcismo antes de que principiara a funcionar el hotel. En La Habana, el Hotel Intercontinental fue expropiado y el Habana Hilton, considerado un símbolo tan imperialista como la Coca Cola, en señal del triunfo castrista fue llamado: Habana Libre.

LA NUEVA COMPLEJIDAD DEL MUNDO

Pero en la mayoría de los países de Occidente no han habido revoluciones castristas y los hoteles Hilton e Intercontinental, a los que se han ido uniendo otras cadenas internacionales, han constituido la infraestructura que sirve al turismo de largas distancias. Ese turismo es principalmente norteamericano y en los hoteles encadenados encuentra las comodidades de casa en cualquier parte del mundo. Muchos turistas se dedicaron a extender sus negocios por el mundo y con ello aceleraron el proceso de interrelación económica, de choque de costumbres, mezcla de tradiciones, difusión de las técnicas y reducción de las tensiones tradicionales. Unido a los medios masivos de comunicación y de transporte, el turismo contribuyó también a que se fueran uniformando las

²⁸ *Ibid.*, p. 261.

ideas, los usos y las modas y al establecimiento de las bases de una cultura universal.

El mundo es distinto ahora a como lo era al final de la Segunda Guerra. La visión del mundo adquirida por los combatientes más tarde convertidos en empresarios, a través de las dos grandes guerras, aumentó la internacionalización de los negocios y originó la proliferación de las empresas multinacionales. Ello ha conducido, a Estados Unidos, a la situación preponderante de que goza dentro de la economía mundial. Al tener una gran capacidad organizativa y de difusión, esta nación ha convertido su modo de vida en uno de los más difundidos mundialmente, y lo ha ido arraigando en la mentalidad de crecientes grupos en otros países. En lo referente a las formas de recreo, el sociólogo francés Joffre Dumazedier ha escrito:

Con el prodigioso desarrollo de las comunicaciones el planeta se ha reducido mucho. Los modelos culturales se transmiten de un lado a otro del mundo. Particularmente aquellos que conciernen a las formas de recreo son cada vez menos determinados por la experiencia del medio local y cada vez más por los mensajes enviados por la civilización que aparece como la más poderosa, rica y prestigiosa. En Estados Unidos está el polo de propagación de una civilización de tendencia universal, una tele-civilización. Desde ahora un peligroso mimetismo social puede hacer que cada país repita hoy, o en lo futuro, los beneficios y defectos del recreo al estilo norteamericano.²⁹

Muchos países agregan a su dependencia económica, el estar expuestos a esos constantes mensajes que suelen ir destruyendo su propia cultura, sirviendo en última instancia al objetivo político del país que va imponiendo sus formas de vida.

Cuando un país tiene sus agencias noticiosas conectadas con las norteamericanas, recibe información tamizada e interpretada por aquéllas. Cuando la mayor parte de películas que se exhiben en ese país provienen de Estados Unidos, el público puede recibir una imagen de simpatía o de aversión eventualmente conectada con objetivos políticos a través de ese medio de propaganda. Si la mayor parte de los programas televisados que penetran en los hogares son norteamericanos y aún más, si son recibidos directamente, ayudan inconmensurablemente a transformar las mentes y a lograr que se imiten sus formas de vida. Cuando la música, las lecturas, la radio y los productos de consumo cotidiano tienen caracteres norteamericanos, la población empieza a identificarse con los sistemas de vida de Estados Unidos; cuando un turista entra en contacto con la población local, produce un efecto de demostración directo acerca de las formas de vida de donde proviene. Cuando el turismo de un país está constituido en un 86 % por norteamericanos, los servicios se condicionan a sus requerimientos, las artesanías se transforman según sus gustos y la vida de los poblados que favorecen se transforma en sus aspectos positivos y negativos. No hay que esforzarse

²⁹ Dumazedier, *op. cit.*, p. 239.

mucho para darse cuenta de que la situación antes descrita corresponde a México, pero el mismo fenómeno es mundial en mayor o menor grado.

Lerner ha estudiado la atracción que en cualquier parte del mundo siente el hombre común por los automóviles y que la mujer muestra por las cocinas norteamericanas. En Francia y Alemania ha aparecido la ranchomanía que es una modalidad de vacaciones en campos que simulan un rancho del viejo oeste norteamericano, donde todos deben vestirse de acuerdo con las modas de la época y una de las mayores diversiones es batirse a duelo con disparos de salva. En Francia han proliferado los "drugstores" y se habla con entusiasmo de la construcción de viaductos y de carreteras tipo norteamericano. Para hacer juego con las carreteras, Jacques Borel ha establecido un sistema restaurantero y hotelero copiado de los sistemas norteamericanos de hoteles de carretera. En un intento de controlar esa penetración, el General De Gaulle creó en 1965 un comité para la pureza y defensa del idioma francés, el cual ya presentaba demasiados modismos ingleses.³⁰

Iniciativas semejantes han aparecido en distintos países pero en general sin éxito, pues no puede evitarse, y menos en nuestros días, que las culturas se mezclen y el turismo es uno de los principales vehículos de esa mezcla. Al parecer, en esa mezcla cultural está el génesis de una cultura universal en la cual quedarán integrados los rasgos más sobresalientes de las diversas culturas nacionales. No en vano ha dicho Morgenthau que en un mundo donde las naciones compiten y se oponen unas a otras en su lucha por la preponderancia, las políticas exteriores de todas las naciones para que éstas puedan sobrevivir, deben proteger su identidad física, política y, sobre todo, cultural frente a la invasión de otra potencia.³¹ Ello convierte a la difusión cultural en un importante instrumento de política exterior y en el medio de defensa más importante con que cuentan los países débiles para mantener su identidad. La nueva complejidad del mundo les impone la obligación de defender su cultura y difundirla para que prevalezca en medio de ese cúmulo universal de culturas que se gesta. La cultura de un país antiguo suele ser más resistente que la de un país nuevo. La cultura griega conquistó a Roma aunque Roma dominara a Grecia. En la lucha contemporánea por el poder, donde Estados Unidos aparece como la fuerza dominante, el reforzamiento de la cultura nacional de cada país, su exhibición y difusión a través del turismo y su fomento suele formar parte de sus políticas exteriores. Dice el sociólogo británico Roy McMullen que

...el sostén oficial a las artes se ve como de interés público dentro de un país y como de interés nacional en el exterior... El arte, en tanto que atrae turistas, es un elemento importante en las balanzas de pagos

³⁰ Max Lerner, *Los Estados Unidos como civilización*, Buenos Aires, Compañía General Fabril Editora, 1961, 3 vols.

³¹ Hans J. Morgenthau, *op. cit.*

de muchos países. Es usado notoriamente por los regímenes totalitarios, pero en mayor o menor grado en cualquier parte como un instrumento de doctrina o de imperialismo según sea el caso.³²

Ello es cierto, aunque más o menos toda clase de regímenes lo utilizan llegando a veces a lo que en política internacional se llama política del engaño. En algunos países se crea prestigio sobre apariencias y es hacia esas apariencias hacia donde se dirige la atención de los turistas. Se suelen olvidar o negar problemas permanentes en aras de la salvación del prestigio nacional y se condena a los autores de estudios o de películas que puedan destruir esas imágenes de artificio. Tarde o temprano estas políticas fracasan porque no existen barreras que impidan el conocimiento real de los países. Del mismo modo fracasa el aislacionismo, pues ni las ondas herzianas, ni las imágenes televisadas, ni el impacto de los turistas puede medirse o controlarse. La universalización de la vida ha iniciado la decadencia del nacionalismo artificioso. El turismo, unido a los demás medios de comunicación, colabora activamente en ese proceso.

El problema que afrontan en este sentido los países más débiles es que la universalización de vida se realiza principalmente bajo la hegemonía y el estilo de Estados Unidos. Ese país, gracias a su movilidad tradicional, a su capacidad técnica y organizativa y a la gran riqueza alcanzada sobre todo desde el último tercio del siglo XIX, ha llegado a imponer en el mundo muchas de sus técnicas y formas usuales de vida. Con el turismo se ha ayudado a fortalecer su poderío, pues lo ha usado como ayuda exterior y como vehículo de propaganda. Además, en los últimos años, se ha convertido, aparte de ser un país emisor de turistas, en un país receptor y uno de los mayores competidores en el mercado turístico internacional, utilizando al turismo, doblemente como medio de acrecentar su gran poder económico.

IMPERIALISMO TURÍSTICO ³³

La complejidad del mundo en los últimos años ha hecho proliferar las empresas multinacionales y ha presenciado sus tendencias a la fusión de unas con otras. Ello ha hecho que el turismo de larga distancia se convierta en un mercado cautivo de los grandes sistemas complementarios, que han tendido sus tentáculos por todos los países que permiten la concurrencia del capital exterior en sus economías. Los sistemas complementarios han logrado acumular un poder sin precedente en manos de entidades privadas. Muchas de las grandes corporaciones multinacionales suelen ser más fuertes y contar con mejores técnicas, capital y personal especializado que algunos países soberanos. Estas compañías, por lo tanto, suelen ingresar en los países débiles como superestructuras

³² Roy McMullen, *Art, culture and alienation*, Nueva York, Meutor Books, 1969, pp. 32-33.

³³ Gerhard Herm, *América Conquista Europa*. Barcelona, Noguer, 1966, p. 332.

más allá del poder nacional. En tanto que se someten a las leyes del país en que operan, emplean personal nacional y hasta se asocian con capitales locales, ayudan a su desarrollo y benefician a esas naciones a corto plazo; pero se establece una relación de dependencia y su poderío económico se convierte en una fuerza de presión.

En los últimos años el negocio turístico internacional ha tendido a cartelizarse en grandes sistemas internacionales controlados principalmente por conglomerados norteamericanos.³⁴

Las razones de estas consolidaciones están en la facilidad con que es posible obtener el control de las empresas mediante una participación minoritaria de su capital y en el hecho de que se complementan unas con otras pagándose servicios y comisiones y conjugando su capacidad promocional en beneficio común. Es un hecho que las líneas aéreas, la renta de automóviles, las tarjetas de crédito y los hoteles, son utilizados por los turistas y dejan beneficios por separado. También es un hecho que Estados Unidos, tradicionalmente deficitario en su cuenta de viajeros, desea recuperar al menos una parte del dólar viajero y que los sistemas internacionales le sirven en ese propósito. Por último, y no por ello menos importante, los grandes sistemas pueden servir más fácilmente como instrumentos de presión.

Así como Pan American, Eastern y Hilton tienen su historia políti-

³⁴ Tras el ejemplo Pan American-Intercontinental, Hilton se unió a Trans World Airways y United Airlines con Western International Hotels. American Airlines controla los sistemas hoteleros Flagship y Skai Chef y la línea Trans Caribbean. La Tarjeta de Crédito Diners está unida al servicio de viajes Fugazy, uno de los mayores del mundo e intentó fusionarse con el Chase Manhattan Bank, desistiendo ante la amenaza de un proceso antitrust. Carte Blanche por su parte sí pudo anunciar su fusión al First National City Bank y luego apareció como apéndice del conglomerado AVCO. American Express está unida a Wells Fargo, tiene un sistema bancario, turístico y de exportación alrededor del mundo y ha adquirido el control del Club Mediterráneo Francés. La alquiladora de autos Hertz, depende de Radio Corporation of America y Budget lo hace de Transamerica Corporation que también maneja Trans International Airlines y ha invadido otros aspectos del recreo con su dominio del sistema cinematográfico United Artists. Transamérica a su vez es dependiente del Grupo Giannini, poseedor del Bank of America y el sistema de crédito Bankamericard. National, también alquiladora de autos, ha pasado a formar parte del conglomerado Ling Temco Vought el cual también controla el sistema aéreo surgido de la fusión de Braniff y Panagra y la firma de implementos deportivos Wilson. Ling Temco Vought fue a su vez absorbido por un sistema mayor llamado Greatamerica. Las líneas aéreas North East y North West se unieron en un solo sistema y Pan American tuvo un frustrado intento de fusión con Resorts International que posee grandes intereses en las Bahamas. International Telephone and Telegraph, posiblemente el mayor sistema turístico actualmente, maneja la arrendadora de automóviles Avis, la Airport Parking Co., las cadenas Hoteleras Sheraton y Holiday Inn, que a su vez mantienen interés dominante en la línea de autobuses Continental Trailways, y aún la empresa artesanal Artes de México. Al momento de redactar estas líneas (octubre de 1970), se anuncia la compra de la línea aérea Caribbean Atlantic (Caribair) por Eastern Airlines, que de ese modo adquiere rutas a los puntos más importantes del Caribe. Por los mismos días se anuncia la fusión de Western y American Airlines, causando seria inquietud acerca del carácter monopolístico de la operación.

ca, International Telephone and Telegraph también posee la suya.³⁵ En 1961 Inglaterra concluyó con China Roja un tratado comercial mediante el cual vendía al gobierno de Mao seis aviones de pasajeros Viscount. Ello iba en contra del interés de Estados Unidos y por eso Rusk llamó a McMillan y le hizo saber su deseo de que no cumpliera con el trato ya que ello podía afectar las relaciones entre sus países. McMillan hizo caso omiso de la sugerencia y dispuso el cumplimiento del tratado. Rusk se dirigió entonces a ITT la cual controlaba la British Standard Telephones que fabricaba el equipo de radio necesario para equipar los aviones. Muy pronto, la British Standard hizo saber al Primer Ministro su negativa para equipar esos aviones. Hubo entonces la posibilidad de que otra empresa hiciera el trabajo e Inglaterra pudo salvar su tratado comercial. Tiempo después se desató una fiebre de adquisiciones norteamericanas en Europa. Empresas electrónicas, automotrices y manufactureras de todo tipo fueron cayendo bajo el control de los sistemas internacionales causando notables fricciones entre los gobiernos europeos y el norteamericano y provocando una reacción de fusiones intereuropeas a fin de enfrentar el poder técnico y comercial norteamericano. Igual situación, pero sin aparente respuesta, se dio en Asia y en América Latina donde la extranjerización de empresas es una noticia cotidiana. En el caso del turismo esa penetración se ha acelerado al grado de crear dependencia en muchos países. La dependencia del turismo crea también una dependencia política y facilita a Estados Unidos la manera de presionar aunque ello aparentemente no suceda.

Imaginemos la situación hipotética de un país que por cualquier motivo se vea en conflicto con Estados Unidos. Si es un país altamente dependiente del turismo y la gran mayoría de los turistas que lo visitan son norteamericanos, y si se ha dejado que los sistemas internacionales le dirijan el mercado turístico, puede ser más vulnerable que otro país que pudiera sostenerse sin turistas. Si el Secretario de Estado repitiera su llamado a ITT sugiriendo que se desvíe a las corrientes de turistas fuera de determinado país, la empresa podría utilizar todos sus medios promocionales para disuadir al público de viajar hacia ese país y convencerlo, en cambio, de ir al otro donde también tiene instalaciones. Las pérdidas que sufriera en el primer país al decrecer el turismo, se recuperarían en parte en el otro, y además podrían ser deducibles de impuestos dentro de Estados Unidos, por lo que actuar de acuerdo con el Departamento de Estado no les causaría ningún daño a esas corporaciones. Una recomendación semejante a Pan American, Hilton, Great-america, Transamérica, Amexco, etc. para que sus sistemas internacionales favorezcan o perjudiquen a determinado país, combinada tal vez con una campaña de prensa simulada, bastaría para que pronto el mercado turístico norteamericano estuviera predispuesto en contra del país víctima de la presión. Los dólares dejarían de fluir hacia él, y la actividad turística así debilitada, le causaría problemas internos. Los dirigentes

³⁵ *Doubleday Enciclopedia of World Travel*, Nueva York, Doubleday & Co. 1964.

nacionales tendrían que reconocer su error o afrontar la bancarrota internacional. En ese caso, muy probablemente se verían obligados a pronunciar grandes discursos sobre la fraternidad que fomenta el turismo e invitarían a hacerlo volver a su país, tratando de salvar el propio prestigio de cualquier modo. El turismo, utilizado como arma política, les obligaría a ello.

La posibilidad de utilizar el turismo como instrumento de presión se hace más factible a medida que aumenta la competencia entre los países por recibir corrientes de viajeros y beneficiarse con una sólida industria turística. Así se ofrecen facilidades a la inversión e incentivos que repercuten en el acrecentamiento del poder de los sistemas multinacionales. Este poder puede a su vez administrarse y las inversiones realizarse de acuerdo con criterios políticos, considerando por ejemplo las ventajas que cierta inversión puede dar a la seguridad de Estados Unidos. El Pacífico y el Caribe, por ejemplo, se ven favorecidos por las inversiones norteamericanas sobre todo en aquellas zonas de dominio estratégico. Llenar de turistas la Micronesia, lugar hasta 1963 vedado a los viajeros por ser una importante base militar,³⁶ puede muy bien obedecer al deseo de arraigar ahí el modo de vida norteamericano, a fin de que cuando en 1972 un referéndum decida el *status* futuro del archipiélago, los habitantes voten por una anexión a la Unión Americana.³⁷ Se busca asimismo, que Samoa sea poblada por pensionados; las inversiones turísticas se combinan con la edificación de fábricas en Filipinas y Hong Kong y aún se piensa ya en las playas de Vietnam como un futuro lugar de recreo.

En el Caribe, el turismo norteamericano ha condicionado la prosperidad turística de las Islas Bahamas y de Jamaica cuyas economías parecen desligarse de Inglaterra, su antigua metrópoli, hacia una nueva dependencia de Estados Unidos. En Puerto Rico, ya dominado económicamente, la influencia del turismo parece ser un factor determinante en el crecimiento de la corriente anexionista y en la declinación del nacionalismo.³⁸ La pequeña Anguilla cuando se distanció de Inglaterra pidió su anexión a Estados Unidos, tal vez con el fin de verse favorecida por inversiones turísticas semejantes a las que proliferan en sus vecinas Islas Vírgenes y Antigua.³⁹

Aparte de estas ventajas, las zonas del Pacífico y del Caribe ofrecen la posibilidad de canalizar mayores volúmenes del mercado hacia zonas económicamente controladas y donde el dólar viajero, a pesar de ser gastado en ambientes distintos al norteamericano, no abandona de hecho su economía de origen. El turismo colabora en el aspecto cultural a consolidar su poderío en esas áreas y le permiten gozar de cierta autosuficiencia. Tal vez por ello las inversiones en esas zonas han tendido a acrecentarse y el flujo de viajeros hacia ellas a crecer muy rápidamente.

³⁶ *Time*, noviembre 3, 1967.

³⁷ *Ibid.*, agosto 9, 1967.

³⁸ *Ibid.*, mayo 1º, 1967.

³⁹ *Ibid.*, abril 7, 1967 y julio 12, 1967.

te, frente al moderado crecimiento en otras zonas tradicionalmente receptoras, como México.

No obstante, los sistemas internacionales también han penetrado a México y con ayuda de ellos Sudamérica también ha ingresado a la competencia turística. Por su parte, Europa sigue luchando por mantener su sitio preponderante; y también, en mayor o menor grado, ha aceptado la penetración de los grandes sistemas multinacionales. Aun los países socialistas se han asociado con ellos en algunos casos para fomentar el turismo, pues éste es una fuente de divisas libres y necesarias para comerciar con Occidente. De modo intangible se ha establecido una dinámica de imperialismo turístico en el que Estados Unidos y su política han salido beneficiados. En Yugoslavia, importantes reformas legislativas permiten la concurrencia de capitales extranjeros al 50 % con garantía contra expropiación. Funcionan restaurantes y casinos operados por extranjeros y se explotan licencias y patentes norteamericanas. En Rumania se realizan grandes proyectos turísticos con la mira de atraer el mercado medio europeo y se edifica un gran hotel de participación norteamericana en el centro de Bucarest. En Budapest el Hotel Intercontinental preside el auge turístico de Hungría, y la misma Unión Soviética, a pesar de las críticas lanzadas contra sus vecinos por sus tendencias aburguesantes, ha visto también la necesidad de atender con esmero a la creciente corriente de visitantes que recibe: se ofrecen descuentos, se facilitan las visas, proliferan restaurantes y cafés imitados de los "a go go" occidentales. El turismo le ha presentado también el problema del efecto de demostración y ha creado, especialmente entre su población joven, un deseo de consumo a los niveles occidentales. Al parecer, también allí se debilita la ortodoxia con el impacto demostrativo de los turistas. Muy por fuera del formalismo de la diplomacia y de la propaganda convencional, el contacto directo de los turistas occidentales con los habitantes de la URSS lleva a cabo cotidianamente un encuentro pacífico de los sistemas y de los modos de vida. El extranjero admira las realizaciones del régimen soviético, el ciudadano de la URSS tiene curiosidad por conocer Occidente y admira sus bienes de consumo superfluo. En ese contacto, se crea una nueva visión de ambos bandos que puede conducir a la comprensión y a la reducción de tensiones, o bien a un acrecentamiento de la rivalidad. Ese contacto, expresión del turismo de nuestros días, no sólo en esos países sino en todo el mundo, puede llegar a ser el factor condicionante en la reducción de tensiones y los turistas pueden llegar a ser el grupo humano que se encargue de lograr la confraternidad. En ese sentido, el turismo es también un factor a tomarse en cuenta en el estudio y la práctica de la política nacional e internacional.

¿HACIA LA CIVILIZACIÓN TURÍSTICA?

Nuestro mundo contemporáneo, tan transformado en los últimos decenios, ha visto surgir soluciones a los antiguos problemas y a su vez

sufre problemas nuevos. En sólo cincuenta años las ciudades alcanzaron el máximo de aglomeración. Los transportes y las comunicaciones borran prácticamente las fronteras y distancias. Ello resulta en mejores servicios para mayor número de seres humanos, en facilidades para la formación de riqueza e innumerables ventajas que dejan como simples leyendas los problemas cotidianos del pasado. Entre esas muchas ventajas el turismo descuella como un fenómeno característico de nuestro tiempo. Pero a la vez han surgido problemas nuevos derivados del progreso. La aglomeración, el maquinismo, la despersonalización producida por la vida urbana y sus concomitantes de salud física y mental. La destrucción de recursos naturales y la contaminación, la alteración a niveles alarmantes del equilibrio ecológico, el acentuamiento del abismo entre las sociedades tradicionales y modernas. La nueva estructura económica del mundo y el nuevo balance de poder. El desequilibrio entre la técnica y el humanismo. El incomprensible contraste entre la opulencia y la paz y la miseria y la guerra, y tantos otros problemas nuevos que podemos conocer gracias a los mismos avances alcanzados. El mundo no puede detenerse allí sólo porque lo logrado ha costado esfuerzos y ha sido útil. Tiene que encarar su nueva complejidad y aplicar criterios distintos a los que se aplicaron apenas hace unos cuantos lustros. Muy de nuestros días es la tendencia a rebelarse contra la sociedad industrial. Ciudades que se oponen a la construcción de autopistas, grupos que claman contra la destrucción de la flora y la fauna, la contaminación y la fealdad ambiental producida por el industrialismo; grupos que buscan retornar a la naturaleza, al primitivismo y a la vida tranquila del campo antes que ingresar a la maquinaria burocrática de las corporaciones o el Estado; corrientes de jóvenes que abandonan sus países y hogares para afiliarse a organizaciones como el cuerpo de paz, que les permitan hacer algo útil por gente de otros lugares, y encontrar identidad; corrientes de jóvenes que abandonan la opulencia para llenar las calles de San Francisco y emprenden inmensos recorridos por otros lugares, están haciendo aparecer una visión del mundo muy distinta a la de los estadistas tradicionales y sus valores. Ahora vale menos que un país este comprometido en su prestigio militar que la existencia de la paz. Vale menos la riqueza que la búsqueda de la felicidad, menos la comodidad que el trabajo individual y que la creación artística.

En estos movimientos generalmente tomados como manifestaciones aisladas y aun irracionales, se está moldeando la visión del mundo y su futuro con que los jóvenes actuales se convertirán en estadistas. Hay algo que anda mal y en crisis en los conceptos políticos, en los avances técnicos y en el aprovechamiento de la riqueza. Algo que no va acorde con una civilización que ha alcanzado la luna y aún tiene conflictos entre sí, atraso, miseria y guerras. Este cuadro muchas veces desalienta al ser humano porque cuando quedan pocos años de gozar la vida, habrá que pelear o burocratizarse, cuando los dirigentes a quienes se respeta y quienes se cree buscaban la manera para un

mundo nuevo son eliminados, cuando los movimientos de protesta acaban en emboscadas sangrientas, o aun cuando la denuncia de problemas o la inconformidad son vistas con indulgencia más que comprensión. Éstos son problemas que atacan a todas las sociedades porque gracias a los mismos avances técnicos y la información masiva y estandarizada, alcanzan todos los rincones de la tierra. Porque el antiguo nacionalismo se va minando al identificarse grupos parecidos de distintos países.

En todos los niveles de nuestra civilización se genera la inconformidad y ante la imposibilidad de la transformación inmediata se multiplica el deseo de evasión. Evadirse, de la ciudad hacia el campo, de la propia región hacia otra. Escapar de los problemas cotidianos a los viajes fantásticos de los alucinógenos, como antes fueron el alcohol y el juego. Huir de la participación política ante las manipulaciones a las que está sujeta. Olvidarse de las restricciones de la uniformidad y la despersonalización por cualquier medio a su alcance. La sociedad contemporánea con todos sus avances nos está llenando de alienación y de duda. Es evidente que con su avance asegura la reducción de horas de trabajo y posiblemente pronto se transformará en la sociedad del ocio. Es claro que la automatización ayudará al proceso, que el ingreso nacional y el per cápita crecen y que hay más universidades, escuelas, caminos y automóviles que los que nadie pudo soñar a principios de siglo. Pero por otro lado, el ritmo de la vida se ha alterado con nuevas variedades de enfermedades urbanas, existe mayor cultura y curiosidad por el mundo y aún hay poca posibilidad de conocerlo. Aparece un desequilibrio en la naturaleza, en los conceptos tradicionales, en los niveles de vida.

La evasión se convierte en turismo para quienes pueden pagarlo, y sin embargo es una necesidad de todo ser humano contemporáneo. La civilización del ocio no podría llegar a ser tal si no hay como emplear el ocio en actividades que satisfagan sanamente al individuo. Cultura, arte, espectáculos, deporte y todas las actividades de tipo recreativo, tienen un trasfondo turístico en tanto que éste es el medio de realizarlas. Por lo tanto, la civilización del ocio tiene que ser turística y el turismo debe emplearse para balancear la sociedad contemporánea y canalizar el creciente deseo de evasión. Las experiencias reales de conocimiento del mundo que el turismo da, pueden sustituir a las experiencias prestadas que el individuo ve a través de los medios masivos de comunicación. Pueden utilizarse para conocer el país y ponderarlo adecuadamente canalizando positivamente la inconformidad y el deseo de cambio. Pueden servir a los grupos que requieren de evasión y proporcionarla sanamente, evitando la puerta falsa de las alucinaciones. Pueden, finalmente, colaborar a la desaparición de fronteras de todo tipo y a determinar las políticas de muchos países.

Del mismo modo que han operado los mecanismos antes descritos en la política del poder, continuará la fusión de las culturas nacionales en una cultura de dimensión universal. En ella quedarán integrados los elementos más sobresalientes de cada cultura o los que las naciones

logren hacer prevalecer por los distintos medios a su alcance. Ello es un proceso inevitable que desde las más antiguas civilizaciones se produce. Cualquier cultura nacional de nuestros días cuenta con elementos heredados de otras en el pasado. Cualquier filosofía política utiliza el conocimiento universal al que han contribuido nacionales de muchos países. No hay tecnologías exclusivas, ni culturas exclusivas y poco a poco van dejando de existir las instituciones y los héroes exclusivos. El turismo, unido a los demás medios de comunicación, ha acelerado este proceso en los últimos años. El dilema entonces, de cualquier sociedad, es hacer prevalecer la mayor parte de sus rasgos en esa civilización universal que se gesta y que hasta ahora va principalmente marcada por los patrones norteamericanos. Difundir la cultura nacional, revivir las tradiciones y el folklore, estudiar el arte propio y la historia, mantener las costumbres y modo de vida y darlas a conocer en el propio país y en el resto del mundo, es a la vez defensa frente a la penetración cultural, y difusión, con adquisición de respeto, frente al resto del mundo. En especial cuando un país no cuenta con medios económicos y de poder suficientes para mantener su identidad, la cultura hace las veces de arma defensiva. La cultura nacional difundida ampliamente, entre otros medios a través del turismo, es el camino frente al que se encuentran la mayoría de los países que en ello empiezan a competir. Una política exterior concebida sin política turística en el futuro, será algo así como un barco sin velas. Una política turística que ignore los aspectos políticos del turismo será una necesidad. Frente al turismo en este sentido, sólo puede haber dos actitudes: facilitar, tratando de controlar el cambio social que produce, de modo que sus beneficios sean equitativos y se respeten los recursos culturales con que cuenta; o cerrarse a él tratando de impedir el contacto entre seres de distintos países para evitar el efecto de demostración y sus consecuencias de todo tipo. En la nueva complejidad del mundo el primer camino es el que inevitablemente tomarán los pueblos. A través de él, se llegará a un mundo verdaderamente interrelacionado y se abrirá el camino de la civilización turística. Esa civilización todavía utópica en la que cada individuo pueda gozar a plenitud de sustento, salud, seguridad, bienestar y recreo. Que integre la vida cotidiana con todos sus avances a la naturaleza, que cree avances técnicos a la par que arte, cultura y belleza ambiental y en la cual, a través del conocimiento de todos los países, los individuos eliminen la desconfianza y la hostilidad. En ella el turismo tal vez rodee a la vida cotidiana y ésta sea parte de él y éste de aquélla, pero en cualquier caso será un factor determinante a tomar en cuenta en la política nacional e internacional. Si ello parece utopía recordemos que hace menos de setenta años el avión era un sueño, que cuando Lindbergh cruzó el Atlántico hace cuarenta años muchos calificaron su hazaña de heroísmo inútil y que en nuestros días los avances se multiplican de tal modo que al pisar otros astros hemos perdido la capacidad de asombro. Una civilización turística de este tipo vendría a ser un nuevo sueño convertido en realidad.