Introducción al Turismo

**Carrera:** Tecnicatura Universitaria en Gestión de Empresas Turísticas

**Curso:** 1º Año

**Unidad Nº 1**: Conceptualización del Turismo

**Profesor:** Albano Perini

Evolución histórica del turismo –

El Grand Tour

**¿**Historia del turismo o historias del turismo?

***Ana Moreno Garrido***

Si, hasta ahora, para los propios profesionales o estudiosos del turismo la historia del mismo ha sido muy poco significativa e interesante, idéntica reflexión se puede hacer para la propia disciplina, ya que, hasta finales de los años noventa, el turismo no atrajo la atención de los historiadores mundiales. Para otras historiografías, aún reconociendo que la historia del turismo ha sido también una especialidad reciente, empezó a importar hace ya varias décadas y está plenamente consolidada dentro de las líneas historiográficas actuales. Es, de hecho, una de las más apreciadas por el enorme potencial que tiene, probablemente por su heterogeneidad (se puede hacer una historia económica, cultural, social, política o institucional del mismo) pero también por el incuestionable impacto que el turismo tiene en el mundo desde finales del siglo XX y, por supuesto, en los comienzos del siglo XXI. La gigantesca industria global en la que ha derivado ya no puede ser obviada por los historiadores que, básicamente, son científicos sociales, cuyo discurso tiene algo que decir al respecto.

Es difícil precisar cuándo y cómo arrancó la historia del turismo. Durante varias décadas, cuestiones que ahora los historiadores del turismo identifican como tal estuvieron imbricadas en historias más generales, sobre todo, en historias sociales o de usos sociales. El termalismo, el primer ciclo de veraneo, los primeros excursionistas o la afluencia de público en torno a las exposiciones internacionales de finales del siglo XIX caracterizaban a las sociedades europeas de la época pero apenas merecían monografías o estudios especializados. La importancia de las mismas las fueron individualizando, dando personalidad y gestando una nueva especialidad.

Fue en la Europa del siglo XIX en plena consolidación de la industrialización cuando las prácticas turísticas empezaron a generalizarse y a mover a miles de europeos. Esas prácticas estaban vinculadas al descanso, la salud y el conocimiento y adoptaron la forma del termalismo, el excursionismo, los baños de ola de playas frías o los viajes de formación como el Gran Tour de las élites británicas. Es imposible hacer una historia de la Europa del siglo XIX sin referirse a sus balnearios, sus playas y sus grandes centros monumentales y culturales porque, en todos esos sitos, la sociedad europea hacía negocios, política, lucía moda y exigía mejoras en el orden material que se saldaban con avances médicos, tecnológicos o de transportes. Los historiadores repararon en el inmenso valor que tiene una localidad turística para medir todas las pulsaciones de un tiempo histórico que van mucho más allá de la frivolidad del mero descanso de escasas y adineradas élites. Por eso, quizás esa etapa del turismo europeo que, sin duda, fue una verdadera edad de oro, haya sido la más atendida por la historiografía internacional.

La coincidencia de las primeras monografías de turismo histórico con una etapa muy reciente de la historiografía hizo que ésta llegara en un momento en el que la historia estaba muy contagiada e influida por otras disciplinas, sobre todo la antropología cultural, la crítica literaria, la geografía y la nueva sociología. De esa manera, los primeros acercamientos al turismo histórico se hicieron desde la perspectiva de las nuevas miradas, la creación de estereotipos y lugares, la “turisficación” de los espacios. En ese sentido es ya un clásico el libro del sociólogo inglés John Urry, quien en 1990, hablaba de “la mirada del turista” ***(ver en archivo adjunto)*** que, desde entonces, se viene considerando como el mecanismo clave en la construcción turística, la herramienta que permite comprender cómo una nueva manera de mirar (y de sensibilidad) ha derivado en una gigantesca industria de alcance global.

En segundo lugar, el turismo y su pasado interesaron como constructor de identidades y de discursos políticos. El crecimiento del turismo a finales del siglo XIX, en plena resaca del Romanticismo hizo que éste ayudara a consolidar los discursos y mitos de la Europa romántica. De esa manera, lugares míticos en la formación de las naciones (batallas, espacios de peregrinación, personajes del pasado…..) empezaron a ser emblemas turísticos y a fijarse, como tal, en el imaginario nacional e internacional. Pocas décadas después, ya en el siglo XX, con la nueva naturaleza de los estados, mucho más activos y movilizadores, el turismo se convirtió en un fenómeno de masas y un agente de construcción nacional. Los regímenes fascistas (aunque no sólo ellos) hicieron del turismo un verdadero fenómeno social que movilizaba a millones de personas en vísperas de la II Guerra Mundial y rompía con la sociedad de clases y el concepto elitista de las vacaciones.

Y, por último las historias económicas del mismo, sobre todo el papel del turismo en la creación y aceleración de las sociedades de consumo occidentales. Es cierto que, al surgir como especialidad relativamente tarde, a finales de los 80, el tiempo de la historia económica (que había triunfado rotundamente desde los años 50 en todas sus versiones, desde la historiografía marxista y el estructuralismo hasta la New Economic History norteamericana) ya había pasado, por eso, los primeros clásicos de la historia del turismo son mucho más culturales, antropológicos o sociales, pero el turismo, no debemos olvidarlo, es un gigantesco negocio mundial, y la aparición de un centro turístico lleva aparejado en torno a él inversiones millonarias y creación de mercados. En ese sentido, es indispensable hacer buenas historias económicas del turismo que, siguen faltando, pero que, en este vaivén cíclico historiográfico, probablemente vuelvan a encontrar su sentido.

Y, siempre como telón de fondo la historia social, aquella primera y natural vinculación de la joven historia del turismo, donde la principal aportación ha sido la reflexión en torno al ocio, al tiempo libre o al debate en torno a la democratización de prácticas elitistas. En el fondo, cuestiones de formación de clases y sociabilidad que viene preocupando a la profesión desde hace décadas y que han encontrado en el turismo un fértil escenario de investigación.

Es por eso que los, ya clásicos, del turismo histórico internacional ofrezcan al público interesado y especializado títulos muy sugerentes, muy distintos de las clásicas bibliografías de siempre, más ilustradas o enciclopédicas que caracterizan a otras historias políticas, de relaciones internacionales o económicas. De esta manera libros sobre cómo la playa se convirtió en un entorno atractivo, los grandes itinerarios del Grand Tour dieciochesco ***(ver en archivo adjunto)***, relaciones entre el imperialismo decimonónico y el turismo, o los nuevos lugares de peregrinación contemporáneos son una excusa perfecta para leer sobre turismo histórico, se sea, o no, historiador.

Evolución Histórica del Turismo

* **Época de los Imperios Antiguos:** Rutas comerciales
* **Edad Media y el Renacimiento:** Grandes descubrimientos.
* **Edad Moderna:** El Gran Viaje
* **La Edad Contemporánea**: Era de la Movilidad (1800 -1944)
* **El Turismo desde la Guerra Fría hasta nuestros días (1945–2020)**

**LA ÉPOCA DE LOS IMPERIOS ANTIGUOS: RUTAS COMERCIALES**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **IMPERIO ANTIGUO** | | | |
| **Egipcio** | 4850-715 d.C. | Navegación a lo largo del río Nilo. | Necesidad de  proporcionar  alimentos y  alojamiento |
| **Griego** | 900-200 d.C. | Lengua y moneda común en la mayor parte de las ciudades-estado y en diferentes regiones del Mediterráneo. | Experiencias divertidas y agradables en las ciudades visitadas: compras, deportes y teatro. |
| **Romano** | 500d.C.- 300d.C. | Buenas calzadas (Vía Apia, por ej.) y navegación por el Mediterráneo.  Moneda y lengua común. | Posadas cada 50 Km. en las calzadas.  Seguridad en el viaje: sistema legal común.  Tipología de los viajes: comercio, aventura y placer.  Turismo estacional: verano |

**LA EDAD MEDIA Y EL RENACIMIENTO: GRANDES DESCUBRIMIENTOS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Edad Media** | Siglo V al XV | Desaparecen los Viajes | Dificultad e inseguridad |
| 1096-1291 | Cruzadas a Tierra Santa.  Peregrinaciones | Tipología: religioso y aventura |
| **Renacimiento** | Siglos XIV al XVI | Emerge de nuevo el interés por los Viajes.  Grandes reinos favorecen los desplazamientos.  Rutas de comercio.  Grandes descubrimientos luso-españoles: América y Asia. | Motivado por el comercio.  Aprender y adquirir experiencia de otras culturas: beneficios educativos. |

**EDAD MODERNA: El GRAN VIAJE**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **El Gran Viaje** | 1613-1785 | Recorrido por las ciudades europeas de mayor tradición cultural y científica. | Experiencia social y educativa de la aristocracia.  Símbolo de status social. |

**EDAD CONTEMPORÁNEA**

**Era de la movilidad (1800-1944)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Persona** | **Empresa** | **Actividad** | **Relevancia en la Historia** |
| Thomas Cook | Thomas Cook Corporate | Grupo de Servicios.  Financieros.  Internacionales en USA y fuera de él.  Agencia Internac. De Viajes. | Excursión organizada.  Paquete turístico. |
| Henry Ford | Ford Motor Company | Automoción | Introducción del automóvil (modeloT)  Libertad individual para viajar |
| Wilbur y Orville Wright |  | Aeronáutica | Primer vuelo auto sustentado.  Posibilidad de viajar, en menos tiempo, a distancias mayores. |
| Henry Wells y Williams Fargo | American Express Company  Wells Fargo | Proporciona servicios personales y responsables, conectando a los clientes con servicios financieros esenciales, durante 24 hs al día | Diligencias unían Este con Oeste en USA: correos y viajeros.  Cheques de viaje.  Agencia de viajes. |
| Cesar Ritz | The Ritz-Carlton Hotel Company | Hospitalidad | El cliente es lo primero.  Cadena de hoteles.  Hoteles de lujo. |

**EL TURISMO DESDE LA GUERRA FRÍA HASTA NUESTROS DÍAS**

**(1945 – 2020)**

**Turismo de Masas.**

*Constituido por dos diferentes grupos de turistas:*

* Masas de turistas organizados, que hacen uso de paquetes turísticos, siguiendo un itinerario preparado y organizado por los tour-operadores, que compran en las agencias de viajes.
* Masas de turistas individuales, que visitan a su ritmo lugares populares y de moda, y utilizan los servicios turísticos que impulsan, mediante la publicidad, los medios de comunicación.

*Factores que ayudaron a desarrollar los Viajes y el Turismo:*

* Reconstrucción de Europa: recuperación económica, con acceso a amplias capas sociales.
* Desarrollo del estado de la prosperidad y del bienestar.
* Paz y estabilidad política, a escala mundial.
* Interés en conocer costumbres y culturas diferentes a las propias.
* Producción de gran número de automóviles.
* Gasolina a precios accesibles. Ausencia de racionamiento.
* Aviones a reacción.
* Los medios de comunicación permiten una publicidad de gran alcance.
* Creación de Organismos y Asociaciones propias, a escala mundial y nacional.
* Liberalización del transporte aéreo.

**Actividades**

**Fecha de entrega: a determinar**

***Investigar:***

1. **Responder las siguientes preguntas en base a la lectura del Grand Tour.**
2. ¿En la antigüedad qué motivos impulsaban al hombre a viajar?
3. ¿Cuáles eran los grandes itinerarios del Grand Tour dieciochesco?
4. ¿Cuáles son los nuevos lugares de peregrinación contemporáneos?
5. **Confeccionar un glosario con las siguientes palabras clave:**

* Turismo
* Turista
* Excursionista
* Turismo doméstico
* Turismo receptivo
* Turismo emisor
* Turismo interior
* Turismo nacional
* Turismo internacional
* Efecto multiplicador

1. Confeccionar una línea de tiempo de la evolución histórica del turismo en la Argentina (este trabajo se debe realizar en un afiche, cartulina u hoja grande).
2. Establecer cuáles son las bases para los análisis históricos, sociológicos y globales del turismo, según ***“La mirada del Turismo”, de John Urry.***