

LOS EVENTOS Y EL TURISMO EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA GENERAL

International Journal of Safety and Security in Tourism & Hospitality, Vol. 1 (2):, 2012.

Francisco Muñoz de Escalona

Científico titular (jb.) del CSIC, Madrid, (España)

escalafuen@gmail.com

Resumen

Durante los dos últimos siglos, los eventos públicos se vienen organizando (produciendo) al servicio primero del prestigio y después de la atracción de visitantes del lugar en el que se organizan. A esta situación se llegó después de una larga etapa, tal vez milenaria, durante la cual la función de los eventos era de estricto orden ceremonial y simbólico sin descartar la búsqueda del prestigio del poder, una larga etapa intermedia que bien pudo seguir a la inicial, aquella en la que los eventos constituían una forma entre otras de gasto o dilapidación de recursos. Por ejemplo, los rituales orgiásticos de muy diversa naturaleza. Los eventos en las sociedades primitivas estaban destinados a la dilapidación de riquezas, una función destacada por Georges Bataille (1898 – 1962) a partir de 1933, dando lugar con ello al nacimiento de lo que llamó *economía general* o *generalizada*, un corpus de pensamiento que dejó en sus balbuceos y que aun no ha sido suficientemente desarrollado, la que, según el pensador francés, se ocupa de la actividad humana que se propone la destrucción (consumición) de recursos por procedimientos muy diversos, entre los que se encuentran los eventos públicos y familiares, siempre colectivos o grupales. Coetáneamente, el economista británico John M. Keynes, incidió en una propuesta similar a la de Bataille con su obra *The General Theory of Employment, Interest and Money* (1936), con la que revolucionó el marco teórico de la economía académica al enfatizar el gasto frente al protagonismo que hasta entonces había tenido la producción entre los economistas. Años después, en 1942, el economista suizo Walter Hunziker se adhirió a lo que ya empezaba a imponerse en el seno de la economía y colocó al consumidor en el centro de la doctrina general del turismo que él desarrolló. Hunziker puso a la producción en segundo lugar como una mera derivada del consumo. La primera parte del presente trabajo se ocupa de la ciencia económica general, la cual puede verse como el marco conceptual capaz de arrojar luz sobre la función de los eventos públicos en la historia de la humanidad. La segunda parte tiene por finalidad ocuparse de los eventos en sí mismos. La tercera se ocupa de los eventos como inputs básicos de la función de producción turística.

Palabras clave: eventos, turismo, producción de turismo, economía particular, economía general, cultura

Abstract

During the last two centuries, public events have been organized (producing) first service after the prestige and attraction of visitors to the place where they are organized. This situation was reached after a long period, perhaps millennia, during which the function of the event was strictly ceremonial and symbolic order without ruling out seeking the prestige of power, a long intermediate stage could well follow the initial ,

one in which the events were a form including expenditure or waste of resources. For example, the orgiastic rituals of very different nature. Events in primitive societies were for the squandering of wealth, an important role by Georges Bataille (1898 - 1962) from 1933, thereby giving rise to the birth of what he called general economy or generalized, a body of thought that left in its infancy and has not yet been sufficiently developed, which, according to the French thinker, deals with human activity proposed destruction (consumption) of resources for many different procedures, including public events are and family, always collective or group. Contemporaneously, the British economist John M. Keynes, emphasized a proposal similar to that of Bataille with his book *The General Theory of Employment, Interest and Money* (1936), with which revolutionized the theoretical framework of academic economics by emphasizing spending against the role which had previously been production among economists. Years later, in 1942, the Swiss economist Walter Hunziker joined what was beginning to prevail within the economy and put the consumer at the center of the general doctrine that he developed tourism. Hunziker put to production in second place as a mere derivative of consumption. The first part of this work deals with general economic science, which can be seen as the conceptual framework can shed light on the role of public events in the history of mankind. The second part is intended to deal with the events themselves. The third deals with basic events as inputs tourism production function.

Keywords: events, tourism, production of tourism, economy, particularly general economy, culture

Introducción

Durante los últimos años, la literatura especializada ha dedicado una creciente atención a la función que en el turismo cumple la organización de eventos al servicio del desarrollo y del prestigio de las economías locales. La mayoría de ellos se han llevado a cabo en Europa y Estados Unidos, países en los que se ha llegado ya a un elevado grado de desarrollo y de saturación conceptual. Se comprende, pues, que Maximiliano Korstanje, de la Universidad de Palermo (Buenos Aires) sostenga que “es necesario incorporar nuevas narrativas y formas de pensar que ayuden a comprender el rol que juega el manejo de eventos mediáticos y festivales en la comunidad como así también sus mayores obstáculos”. Así mismo afirma el estudioso citado que, es obvio, que Latinoamérica, Portugal y España han avanzado notablemente en la creación de nuevos paradigmas teóricos, lo que les permite dialogar con el mundo anglosajón “en materia de sustentabilidad económica, de cultura y de organización de eventos / festivales”.

La temática sobre eventos se abre a una extrema variedad de items, entre los que podemos citar los siguientes:

Cultura y patrimonio

Manejo de eventos y festivales
Música y turismo
Impactos económicos de los eventos y espectáculos
Proceso de militarización y festivales.
Legitimidad, eficiencia y política
Conflicto en el armado de eventos
Historia del manejo de espectáculos
Patrimonialización y tradición
Marca país.
Consumo cultural y autenticidad
Riesgo y seguridad
Imagen, discurso y alegorías
Medios masivos de comunicación
Cine y eventos mediáticos
Atractividad turística
Espectáculos artísticos y museos
Espectáculos deportivos
Paradas y desfiles militares
Política y eventos
Conferencias y negocios.

Con base en la casuística podemos elaborar el siguiente listado de eventos:

Actividades artísticas
Carnavales
Festivales
Formación
Muestras (comerciales, agrícolas, industriales, etc)
Fiestas
Competiciones
Congresos
Exhibiciones
Exposiciones

Espectáculos
Conmemoraciones
Galas
Concursos
Días abiertos
Juegos
Excursiones
Carreras
Maratones
Seminarios
Congresos
Teatro
Subastas
Paradas

No cabe pedir una mayor diversidad, pero en el futuro todo indica que será aun mayor. Dentro de la extensa relación de eventos citada hemos creído conveniente destacar el designado como *atractividad turística* habida cuenta de que el presente trabajo se inserta en él mencionado ítem.

Primera parte: bases conceptuales de la economía general

Con frecuencia, la literatura que se ocupa de los eventos inserta su tratamiento en el marco de la recreación y, dado que este marco se inserta a su vez en el marco específico del turismo, se comprende que, a la postre, los eventos se entiendan como un subtema del ocio (en el sentido de tiempo libre de ocupaciones obligadas). Nosotros, sin embargo, nos vamos a ocupar aquí de los eventos en un marco ciertamente inusual, el de la llamada la *economía general* que propició Georges Bataille (1962)

Entendemos por *economía general* la disciplina que se ocupa tanto de las actividades que generan bienes y servicios como de las que se proponen gastarlas, no solo en la satisfacción de necesidades derivadas de la supervivencia sino también de las demás,

sean estas admitidas o rechazadas (el lujo, la ostentación, el arte, los espectáculos, las guerras, las huelgas, la drogadicción, etc.)

La economía general se basa en una crítica en profundidad de la economía convencional, la que llamamos *política* (porque se ocupa de la sociedad, de la polis) y que tiene su origen en la *doméstica* (casa o familia). Tanto la original como la derivada deben su existencia a la satisfacción de las primeras necesidades (alimentación, vestido, vivienda, locomoción, aprendizaje) desde la premisa de la escasez de recursos disponibles, premisa que obliga a llevar a cabo la asignación de esos recursos (producción) de manera que con ellos se alcance la óptima satisfacción posible. Justamente a eso alude el término economía, a la norma que rige la vida material de la familia o de la polis, norma que, repito, ordena la asignación de recursos de forma que de ellos se obtenga la máxima satisfacción posible.

La economía convencional se ocupa por ello de la producción y deja el gasto (consumición) a las decisiones de los individuos. No se ocupa de ella porque las pautas de comportamiento de los individuos son parte de su libre albedrío aunque admite implícitamente que esas pautas se adaptan también al principio de racionalidad que deriva de la percepción de la escasez de recursos.

La humanidad ha seguido, por ello, un proceso milenario hacia el perfeccionamiento continuo de la tecnología productiva. Las sucesivas revoluciones industriales, desde la agrícola de hace más de 10.000 años hasta la informática de nuestros días, han logrado no solo aportar nuevos recursos sino, también, una continua mejora de la eficiencia productiva. En definitiva, ha buscado denodadamente, minimizar el problema de la escasez aplicando lo que se ha llamado *principio de economicidad*.

El descomunal énfasis que se pone en la aplicación de este principio ha llevado a un olvido progresivo de la necesaria atención al gasto de la riqueza acumulada. Desde los tiempos de los economistas clásicos (a fines del siglo XVIII) se distingue entre el gasto productivo (el que aumenta la capacidad de producción disponible) el gasto improductivo (el que no la aumenta e incluso la obstruye). La misma denominación de gastos productivo e improductivo lleva consigo la aceptación subliminar del primero y el rechazo más absoluto del segundo. Desde entonces puede decirse que la economía

política es una economía incompleta o parcial, no general, habida cuenta de que se ocupa exclusivamente de la producción y desatiende la consumición, entendiendo por consumición lo que se llamó en tiempos de Adam Smith gasto improductivo, el cual incluye la tanto el consumo como la destrucción “irracional” de recursos. La economía política se ocupa de la producción y del consumo pero desde fuera, es decir, en función de la renta y de los precios, no en sí mismo, mientras que la economía general se ocupa de al mismo nivel de atención de la producción y del consumo, este desde dentro.

Es comprensible que, después de tres siglos de desarrollo unilateral de la economía de la producción con olvido de la economía de la consumición, es decir, después del cultivo secular de una economía parcial, un planteamiento como el que acabamos de hacer sorprenda a muchos lectores e incluso genere un drástico rechazo. Hubo y aun quedan sociedades que desarrollaron su vida en el marco de una economía parcial que pone el énfasis en la consumición en detrimento de la producción. Son las sociedades hoy prácticamente extinguidas a las que llamamos *primitivas*. En Europa existieron hasta el siglo X como demuestra Lester K. Littel (1978). Littel cuenta que un rey de los burgundios en el siglo VI encontró un tesoro y decidió hacer un palio de oro y piedras preciosas. Cinco siglos más tarde, los albañiles que trabajaban en la reconstrucción de la catedral de Orleáns, destruida por el fuego años antes, encontraron un fabuloso tesoro y el obispo financió con él las obras de la catedral y restauró varias iglesias más.

Littel comenta a continuación: “Estos dos comportamientos reflejan dos actitudes completamente distintas. En el primer caso, el tesoro se transformó en un nuevo tesoro, el palio, mientras que en el segundo el tesoro sirvió para pagar la mano de obra y los materiales de construcción necesarios”. En el lapso de cinco siglos cambió radicalmente la economía occidental en lo que concierne a la concepción del gasto al pasar del gasto improductivo al gasto productivo, es decir, la economía parcial de la consumición dio paso a la economía parcial de la producción.

Durante el primer milenio de nuestra era estaba vigente en Europa la economía de la consumición pero a partir de los comienzos del segundo se abandona y se sustituye progresivamente por la economía de la producción. La primera estaba vigente en los pueblos germánicos. Los guerreros bárbaros se apoderaban de los botines de guerra no para aumentar su nivel de vida sino para exhibirlo ante los demás porque de ello

dependía la fama, el prestigio y el poder. El botín lo cambiaban por artículos de lujo y ostentación, para hacer presentes a los guerreros o incluso para enaltecer la tumba de sus difuntos. Es lo que se ha dado en llamar *economía del regalo* (Gift economy), una economía de la consumición. En su seno el consumo ostentoso y la donación confieren poder y prestigio. La producción como tal no existía, estaba enmascarada por la guerra, la invasión, la conquista e incluso el robo con violencia. Los bienes y servicios incautados, exhibidos y donados carecían de valor calculado. El mismo acto de donar estaba por encima del objeto donado, pero el receptor estaba obligado a responder con la donación de otros objetos al donante, y si no lo hacía corría el riesgo de quedar desprestigiado. Se ha querido ver en esta cultura no una donación sino un préstamo que había que devolver acrecentado, es decir, con lo que hoy llamamos intereses. Pero esta es una interpretación superficial que olvida la esencia del sistema, en el que la donación prima sobre el objeto donado, como se olvida que no existía cálculo alguno capaz de situar el valor de un objeto sobre otro. Dicho de otro modo: no existía una economía del beneficio sino una economía del honor. No es que no existiera percepción de la escasez de recursos, es que la escasez se consideraba tan insalvable y generalizada que la norma reguladora consistía en la generosidad mutua.

Las investigaciones de Bronislaw Malinowski en Papua Nueva Guinea durante la segunda década del siglo XX demuestran que el intercambio de collares y brazaletes entre los isleños que el acto del intercambio tiene mayor significación que el eventual valor de los objetos intercambiados hasta el punto de que si uno de los agentes involucrados en el intercambio no se comporta de la forma ritual prevista ello podía llevar a la ruptura de las relaciones entre ellos. Incluso hasta podía provocar la declaración de guerra entre las partes. Algo similar ocurre en la cultura del *potlatch* de los nativos de la costa noroccidental de América entre los que se establecían descomunales competiciones entre tribus rivales en las que tenía lugar una destrucción masiva de recursos humanos y materiales. Las ofrendas que en estas culturas primitivas se hacían a los dioses e incluso a los difuntos consistían en partes muy destacadas de los recursos disponibles.

Todos estos pueblos llegaron a sufrir una aculturación a través del contacto con culturas en las que se practicaba una economía parcial basada en la producción, el valor y el beneficio. Los pueblos germánicos por su invasión del Imperio Romano a partir del

siglo IV, los nativos americanos a partir de la llegada de los europeos en el siglo XVI y los demás pueblos primitivos por el desarrollo del colonialismo a partir del siglo XVIII. En el caso de los pueblos germánicos europeos, progresivamente ganados por la economía de la producción, parcial o del beneficio, conservaron restos de su ancestral cultura encarnados en las ferias que se desarrollaron como consecuencia del florecimiento de las relaciones comerciales entre las diferentes naciones emergentes. La práctica del comercio y el desarrollo de la banca sustituyeron al saqueo sistemático característico de siglos atrás de manera que puede decirse que las relaciones comerciales fueron la semilla de la nueva civilización urbana que ya se abría paso en la Baja Edad Media. La ancestral esplendidez de las donaciones junto con la cultura del saqueo y de la guerra fue quedando relegada la aristocracia. La burguesía incipiente puso la semilla de la cultura parcial del beneficio hasta nuestros días. La economía de la consumición supervivió en la forma de ferias comerciales que con el paso del tiempo dio nacimiento a la celebración de eventos cada vez más diferenciados hasta llegar a nuestros días en los que la cultura del beneficio se ha llegado a generalizar de tal modo que incluso los eventos han llegado a perder sus orígenes profundamente festivos para ponerse al servicio de la economía parcial o de la producción con total abandono de los últimos rastros de la economía general, con el rechazo de la consumición a ultranza de recursos disponibles.

Fue Georges Bataille quien consiguió situar el nivel de análisis sobre bases teóricas superadoras de la mera descripción en la que la antropología cultural lo había dejado (Franz Boas, B. Malinowsky, Marcel Mauss). Ya en 1933, Bataille expuso los principios de la economía general añadiendo a la economía de la producción como actividad hegemónica la olvidada economía de la consumición con lo que puso las bases de la economía general. Sus primeros aportes los hizo en el ensayo *La notion de depense* (publicado en la revista francesa de inspiración trotskista *La Critique Social*) Varios años más tarde, en 1949, bajo la impresión que le causó el Plan Marshall, publicó *La Part Maudite* (Editions de Minuit). No es posible exponer aquí su original planteamiento. Remitimos a los lectores interesados a la edición que hizo Minuit de las dos obras citadas en 1967. Muy sucintamente diremos que Bataille basa su razonamiento en el flujo gratuito que la Tierra recibe del Sol, flujo que provoca en ella una serie de fenómenos cuya finalidad es su consumo (función clorofílica y depredación), un consumo que consiste en la transformación de la energía en materia, la

cual a su vez se transforma en energía en un proceso que se realimenta en cadena. Sin embargo, habida cuenta de que el proceso de transformación no consigue su objetivo, transformar toda la energía en materia, se pone en marcha un proceso de consumo que podemos llamar consumición (destrucción) de la energía sobrante, a la que Bataille llama la parte maldita.

Estudiosos del pensamiento de Bataille han calificado este planteamiento como un ataque a la economía. Es lo que hace Antonio Campillo (2001). Y, en efecto, así se puede ver el pensamiento de Bataille ya que el postulado del que parte la economía general no es el de escasez en la que se funda la economía doméstica y su desarrollo posterior, la economía política, sino el de abundancia, habida cuenta de que, desde que Albert Einstein (1879 – 1955) expusiera su revolucionaria teoría de la relatividad (1905) sabemos que la energía se transforma en materia y la materia se transforma en energía. En definitiva, si admitimos que la Tierra recibe un flujo gratuito de energía procedente del Sol, ello equivale a decir que la Tierra dispone de materia en abundancia. Mas, como la Tierra es limitada tiene *necesidad* no de más materia sino de desembarazarse de ella a través de un sinfín de mecanismos, unos de consumo (producción generadora de más materia) y otros de consumición (destructores o dilapidadores de materia). Por ello, más que *contra* la economía, la disciplina cuyas bases puso Bataille es, como propongo, una *economía general* habida cuenta de que contempla tanto las leyes que rigen la generación de materia (producción de riqueza) como las que presiden su destrucción (consumición o dilapidación)

Bataille estudia en *La parte maudite* las culturas que se comportaron conforme a esta doble necesidad pero poniendo el énfasis en la necesidad de destrucción (consumición), no en la generación (producción). La tecnología productiva se encontraba todavía en sus balbucesos. No así las pautas consuntivas. Mientras que la producción se limitaba a cubrir las necesidades básicas de la supervivencia la consumición contaba con fórmulas muy sofisticadas. En la siguiente cita queda perfectamente expuesto el pensamiento de Bataille:

“La actividad humana no es enteramente reducible a procesos de producción y conservación y la consumición puede ser dividida en dos partes distintas. La primera, reducible, está representada por el uso un mínimo necesario a los individuos de una

sociedad dada para la conservación de la vida y para la continuación de la actividad productiva. Se trata, pues, simplemente, de la condición fundamental de esta última. La segunda parte está representada por los llamados gastos improductivos, los duelos, las guerras, la construcción de monumentos suntuarios, los juegos, los espectáculos, las artes, la actividad sexual perversa (es decir, desviada de la actividad genital), que representan actividades que, al menos en condiciones primitivas tienen su fin en sí mismas” (*La notion de depense* p. 28)

La parte maudite se ocupa los datos históricos que ilustran la existencia de culturas que fueron coherentes con la abundancia desarrollando más las pautas de consumición que las de producción. Son los siguientes:

I Las sociedades de consumición. Entre ellas los sacrificios y guerras de los aztecas y el don de la rivalidad (el potlach de los kwakiult, los tlingit, los haïda y los tsimshiam del noroeste de América

II Las sociedades de empresa militar (el Islam precoránico) y de empresa religiosa (el lamaísmo)

Como ejemplos de sociedades que ponen el énfasis en la producción Bataille contempla las que surgieron a partir del siglo XVI con la reforma luterana basada en la austeridad (ahorro o no consumición) como fórmula para promover (financiar), con la inversión de los recursos no consumidor, un aumento sostenido de la capacidad productiva que se da en el capitalismo, tanto en el de empresa privada (convencional) o burgués como en el de estado o proletario, dos modelos rivales que sin embargo coinciden en el desarrollo del postulado de la escasez.

Así como las culturas primitivas (preindustriales) se caracterizaron por la consumición las modernas (industriales) se caracterizan por la producción. Lo que no quiere decir que las sociedades modernas no tengan consumición. La tienen tanto programada como accidental. Entre la programa está la obsolescencia provocada del equipo capital, que ha de ser repuesto (producido) por otro más eficiente, y cada vez más numerosos eventos de todo tipo. Entre los accidentales hay que contar con los desastres naturales, los cuales destruyen tanta más riqueza cuanto más riqueza se genera.

Segunda parte: Los eventos; de formas de consumición dilapidadora a actividades al servicio de la producción

Es obvio que evento es un término que abrevia el de eventualidad, y que eventualidad es un suceso o acaecimiento inesperado o fortuito. Pero un evento es algo diferente a una eventualidad en la medida en que nunca es fortuito ni imprevisto sino programado y, por ende, previsto. El término evento se utiliza en el español de América en el sentido de acontecimiento colectivo programado con finalidades lúdicas o no al servicio de los intereses de los organizadores, bien propagandísticos o de orden directamente lucrativo.

Wikipedia especifica que el término se usa en el ámbito de la cultura para identificar acontecimientos singulares. Es decir, actos que se programan y organizan al servicio de determinados fines sociales. En este sentido se habla de festivales, de ceremonias colectivas públicas o privadas con o sin fines lucrativos, competiciones deportivas, fiestas públicas o privadas con o sin fines de lucro, homenajes, celebraciones, convenciones, exposiciones, juegos florales, mítines, etc. etc.

Durante las últimas décadas del siglo pasado surgieron voces autorizadas que denunciaron enfáticamente la escasa o nula atención que la antropología venía dedicando a las fiestas. Se admitía que las fiestas eran un asunto de escasa relevancia científica y por ello se dejaba su tratamiento a los folkloristas. No cabe duda de que esta actitud se apoyaba en una devaluación manifiesta de los eventos/fiestas. El rechazo de la cuestión en el seno de la investigación científica era manifiesto. No obstante, un grupo de antropólogos españoles de la Asociación Madrileña de Antropología se percataron de este olvido y partieron de la convicción de que “la atención de la antropología hacia la fiesta se justificaría aunque solo fuera por estrategia etnográfica. Y no tanto por la permanente urgencia de investigar fenómenos culturales a punto de desaparecer” sino porque “en la vida de una comunidad tal vez no haya ocasión de observación tan privilegiada como una fiesta” (H. M. Velasco 1982)

“Las fiestas, continúa Velasco, ocupan los espacios comunes allí, al amparo de sus símbolos, materializan su identidad social (...) y movilizan a todos, la participación es general y en ellas se expresa y se ejerce la condición de miembro de una comunidad” ya

que, “posiblemente no haya mecanismo social con tan especial magia de convocatoria y participación. La fiesta hace sociedad o al menos crea la ilusión de comunidad” (Velasco ob. cit.)

Carlos Marx destacó con especial énfasis el papel que el trabajo tiene en la evolución del hombre desde sus orígenes a nuestros días. Como científico de la época en la que le tocó vivir, entregada al desarrollismo, exageró el trabajo a costa de olvidar el papel que tienen los eventos festivos en la evolución de la especie humana. Marx pasó por alto la evidencia de que la cultura no tiene su origen en la búsqueda de la utilidad sino en las ceremonias y en el mundo simbólico. Olvidó que el hombre es también producto de su ocio. Ocio y negocio han estado siempre mal distribuidos entre las clases sociales, lo mismo que la participación en la riqueza. A más ocio más riqueza, y a la inversa, lo mismo que a más trabajo más pobreza, también a la inversa. La desigualdad era más acusada en el pasado remoto que hoy a pesar de quienes se empeñan en sostener lo contrario. Con el paso del tiempo, la desigualdad social se ha moderado, aunque haya quien cree lo contrario. En nuestros días el contingente de hombres y mujeres que tienen acceso al ocio ha aumentado ostensiblemente con relación al pasado, lo cual no oculta el hecho obvio de que sigue habiendo desigualdad.

No obstante, no debemos olvidar que en las sociedades primitivas las desigualdades sociales no fueron tan acusadas como lo fueron en tiempos intermedios. Todos los componentes del grupo participaban equitativamente del ocio y del negocio y, por ende, tenían similar participación en la riqueza, bien es verdad que hay que hacer la salvedad que lo que acabamos de decir se refiere a los varones ya que las mujeres constituían un grupo marginado. De acuerdo con lo dicho más arriba, las mujeres se ocupaban exclusivamente del negocio. El ocio estuvo en la antigüedad estrictamente reservado a los hombres, en especial a los que formaban parte del poder. (Véase F. Muñoz de Escalona, 2000)

Marx, pues, olvidó que el hombre, además de laborante, es un ser festejante. Y no solo por la necesidad biológica del descanso, porque las fiestas no son para descansar habida cuenta de que exigen con frecuencia un gasto de energía más intenso que el trabajo. Las fiestas son diversión, regocijo, recreación, distracción, actividades culturalmente establecidas para vacar de la rutina. Por razones que se nos ocultan en toda su

profundidad, los hombres necesitan ocuparse en desocuparse, en interrumpir periódicamente sus ocupaciones utilitarias para entregarse a las opuestas, suspender lo apolíneo para entregarse a lo dionisiaco, hacer un paréntesis en el orden para darse al desorden. Recrear es volver a crear, producir de nuevo, reproducir, pero ahora no objetos de uso sino el propio ser que es el hombre, pero el hombre en grupo, no aislado. Porque la fiesta no es sino no es colectiva. En las fiestas se recrean los hombres. Y se recrean en un tiempo establecido institucionalmente, en una pausa del tiempo ordinario. Las fiestas acontecen en un tiempo extraordinario que implica una suspensión del tiempo, un paréntesis necesariamente pasajero, pero no accidental porque se encuentra fijado en el calendario que rige la vida del grupo. Las fiestas son, pues, acontecimientos puntuales perfectamente reglados por las instituciones que rigen la sociedad.

Las fiestas originales se enraízan en lo sagrado. Aun hoy las fiestas son en gran parte celebraciones religiosas aunque hayan podido perder el recogimiento devocional de otros tiempos. A las fiestas que recuerdan otros tiempos el nuestro ha añadido nuevas fiestas. La racionalización de la vida en sociedad, que ha sido muy intensa, no solo no ha extinguido las fiestas tradicionales sino que ha añadido nuevas fiestas, esta vez desligadas de lo sagrado. Las nuevas fiestas ya no responden a las necesidades de entrar en contacto con lo sagrado o lo esotérico como en el pasado pero siguen teniendo ribetes de una irracionalidad aparente a pesar de que obedecen a la racionalidad de la vacación del duro trabajo diario que ha de continuar cuando se acaben. Las fiestas siguen siendo un chispazo fulminante durante el que quedan suspendidas las obligaciones laborales. Son eventos en el sentido de que son acontecimientos, una palabra que no solo tiene las connotaciones sustanciales de algo imprevisto o accidental sino que ha llegado a significar también algo programado en diversos órdenes: social, familiar, académico, artístico, deportivo y cultural en el sentido que damos a esta palabra, como conjunto de actos o manifestaciones colectivas regulares o puntuales a través de los que se expresa la vida tradicional de los pueblos.

El rol de los eventos en la producción de turismo

El economista español (catalán) Francisco Jurdao Arrones lleva varias décadas criticando el llamado desarrollo turístico en el marco de su crítica a la política agraria común de la Unión Europea, crítica que hace desde la defensa de las actividades

productivas y culturales del mundo rural. En sus obras de carácter periodístico hace una acerba crítica de las inversiones en urbanizaciones turísticas en España desde los años sesenta del siglo pasado. Estos son los títulos de algunas de ellas: *España en venta* (1979), *Los mitos del turismo* (1992), *Maastricht desmantela la economía española* (1992), *España asilo de Europa* (1990)

En *Los mitos del turismo*, Jurdao (1992) califica a los turistas de invasores sin ejército, una acusación que hecha por él refleja su perenne amarillismo como ponen de manifiesto los expresivos títulos que elige para sus obras. No obstante, hay que reconocer que la visión del turista como un soldado invasor pacífico es en cierto modo acertada siempre y cuando se deflacte del amarillismo del que el autor citado la impregna junto a su aspiración a un bucolismo trasnochado. Nosotros venimos desarrollando desde hace varias décadas la misma idea aunque con un enfoque y una intencionalidad muy diferente. Los turistas consumen, como es sabido, cuantiosos bienes y servicios en los países que visitan, pero se olvida a menudo que consumen también espacio (territorio) junto con destacados elementos del patrimonio natural y cultural de esos países. Un consumo que se lleva a cabo de forma totalmente gratuita habida cuenta de que los turistas no pagan por residir, aunque sea pasajeramente, sino por los bienes y servicios consumidos.

Los países de procedencia cuentan con empresas especializadas (turoperadores) que ofrecen paquetes turísticos (camas hoteleras + asientos en aeronaves) productos que, al abastecerse en grandes cantidades en los llamados destinos turísticos, son adquiridos a precios casi ruinosos para sus productores y revendidos a precios también muy bajos a los turistas con ganancias unitarias pequeñas que, como alcanzan grandes volúmenes de ventas, reportan ganancias sustanciosas. Por ello es por lo que vengo sosteniendo que hoy no es preciso tener ejércitos para conquistar espacio, basta con tener empresas turoperadoras para ofrecer a los clientes el disfrute a precios bajos del espacio de otros países, de los que tienen abundante espacio disponible. Dicho de otra forma: los turoperadores, empresas ubicadas en los países ricos, explotan los recursos de los países pobres con un arma económica: su elevado poder de mercado.

En definitiva, esta es la explicación de que hoy se pueda hablar de las nuevas hordas pacíficas del turismo de masas. John Urry (1990) pudo decir que el consumo de lugares es la marca del turista actual y que consumir lugares como un turista es una característica de la sociedad actual. Es esa masificación del consumidor que consume fuera de su lugar de residencia lo que ha conducido a convertir muchos espacios de numerosos países en la localización de un conjunto de equipamientos permanentes (aeropuertos, autopistas, hoteles, campos de golf, palacios de congresos, urbanizaciones) dedicados a recibir, hospedar y atender las necesidades crecientes de los nuevos invasores sin ejército. “La ilusión del turista de que la vida del país que visita es una representación en su honor pasa a convertirse en realidad: nace el pseudo acontecimiento turístico. El turista compra sus vacaciones en forma de paquete turístico adquiriendo asimismo la cultura como paquete” (Louis Turner y John Ash, *La horda dorada*, Endymion, Barcelona 1991 – cit. por F. Jurdao)

Hemos llegado así a donde queríamos, a evidenciar que, con el moderno turismo de masas, los eventos han dejado de ser actos temporales y pautados cuya finalidad es la dilapidación de recursos para convertirse en actos permanentes y encadenados que se rigen por el principio de economicidad. Basta con echar un vistazo a la ciudad americana de Las Vegas (USA) como paradigma de lugar especializado en eventos durante todo el año. Hay incluso ciudades que se publicitan como ciudades de vacaciones. Un ejemplo de ellas es Marina D’Or en España. En ellas los eventos han dejado de ser eventos (acontecimientos) para ser actividades continuas en las que se ofrecen multitud de espectáculos durante todo el año. .

La alta frecuencia con la que en la actualidad y en los países más avanzados se celebran eventos ha suscitado la aparición de empresas especializada en su organización. Hemos tomado al azar en Internet una de ellas. A continuación reproducimos lo que ofrece una empresa especializada en organizar eventos, “Entreacto”:

Si no encuentras el proveedor idóneo para la organización de tu evento, nuestro departamento de atención al cliente te ayudará a (¡ha!) encontrarlo de forma gratuita, siendo nuestro objetivo atender las necesidades tanto de los clientes como de nuestros proveedores. ENTREACTO es una empresa especializada en la

creación de ambientes. Hacemos un acto social o empresarial, un acto personalizado y exclusivo mediante todo tipo de elementos decorativos:

Para ello contamos con una multitud de proveedores, entre los cuales especificamos:

- Acreditaciones
- Agencias de Eventos
- Agencias de Viajes
- Aire acondicionado, calefacción
- Alquiler de Barcos
- Alquiler de Bicicletas
- Alquiler de Vehículos
- Artículos Fiesta y Decoración
- Audiovisuales
- Autocares y Minibús
- Azafatas
- Balnearios
- Bebidas
- Cafetería
- Camerinos y Guardarropía
- Carpas, Tarimas, Plataformas
- Catering
- Centros de Información
- Decoración Floral
- Deportes al aire libre
- Discotecas Móviles
- Diseño Gráfico
- Diseño Web
- Escenografía
- Espacios para Convenciones
- Espectáculos Varios
- Expertos en Protocolo
- Fotografía y Vídeo

- Gestorías, Abogados
- Grupos de Baile
- Grupos y Solistas musicales
- Guardias Jurados, Escoltas
- Guías de turismo
- Hinchables
- Hoteles
- Incentivos
- Joyas
- Joyería, Relojería
- Juegos y Diversión
- Karaoke y disk jockey
- Limousines
- Lugares de Interés
- Luz, Sonido, Efectos Especiales
- Maquillaje
- Masías, Fincas, Castillos y Cortijos
- Material de Hostelería
- Material para asistentes a eventos
- Merchandising
- Mobiliario y Accesorios
- Modelos
- Ocio, Discos y Bares
- Ofimática
- Organización de Congresos
- Organización de Fiestas
- Parques de atracciones
- Pastelería
- Peluquería y Estilismo
- Personal de apoyo
- Pirotecnia
- Prensa
- Productos cárnicos
- Publicidad y Marketing

- Regalos de Empresa
- Relaciones Públicas
- Restaurantes
- Salas y Salones
- Sanitarios Portátiles
- Servicios gráficos
- Stands, Escenarios
- Suministros/Derivados
- Taxis
- Telecomunicación, Radio y T.V.
- Traductores e Intérpretes

La conocida ley de Say, la que sostiene que la producción de una mercancía genera siempre la demanda de otras mercancías, se cumple aquí de un modo ciertamente clamoroso. Basta echar un vistazo a la diversidad de bienes y servicios que la empresa Entreacto se ve obligada a demandar para producir (organizar) eventos. Si a ello añadimos que todos los proveedores de las empresas que organizan eventos, generan la demanda de productos de otras muchas empresas tendremos una visión aplastante de lo que los economistas llaman interdependencia económica. Piero Sraffa (1960) lo expuso brillantemente en su obra ya clásica al titularla *Producción de mercancías por medio de mercancías*. Reconoció Sraffa que el objeto de la economía no es otro que el estudio de las relaciones de intercambio que tienen lugar en el desarrollo de las funciones básicas de producción y consumición que los seres humanos deciden llevar a cabo para satisfacer sus necesidades de acuerdo con el principio de la economía parcial, el de economicidad.

Desde 1988 venimos llamando incentivación a todas aquellas actividades que se llevan a cabo con una serie de finalidades entre las que destacaremos las de prestigiar un lugar y las de aumentar la llegada de visitantes. Entre esas actividades destacan los eventos. Los eventos, pues, son una forma de incentivación.

Entre las técnicas incentivadoras de visitas debo resaltar los zoológicos, los safari-park y los acuarios, entre las que se basan en lo que llamamos Naturaleza, y los museos y las

exposiciones de arte, entre las que utilizan el referente de lo que llamamos Cultura. Los eventos son igualmente eficaces servicios incentivadores del turismo.

Llamo incentivos a los bienes o servicios, sean o no mercancías, con los que un sujeto satisface las necesidades que exigen planificar, primero, y realizar, después, un desplazamiento circular. Puedo expresarlo de otro modo: la incentivación es el correlato, exógeno y objetivo, de aquellas necesidades que, siendo por su propia naturaleza, endógenas y subjetivas, pueden ser sentidas, entre otros, por quienes residen a cierta distancia de su localización. Aunque obvio, diremos que sin incentivación no se concibe la planificación (producción) y posterior realización (consumición) de un desplazamiento, lineal o circular. Dicho de otro modo: si no existieran los bienes o servicios incentivos no sería posible la producción ni el consumo de turismo.

Los eventos pueden verse sin duda como factores de la producción de turismo entendido este como una actividad industrial dedicada a la elaboración y venta de programas de visita o estancia. La producción de turismo es una actividad industrial encuadrada en el sector servicios cuyos fabricantes procesan servicios de dos tipos: incentivos y facilitadores que los jurisperitos ignoran. Los servicios facilitadores, como digo, están suficientemente estudiados, pero no acontece lo mismo con los servicios incentivos. De haber sido así, los eventos se habrían estudiado como lo que son hoy día, verdaderos y a veces muy eficaces factores de la producción de turismo, una función que, aunque no se realizó en sus orígenes, es obvio que no se ignora desde muy antiguo. Las funciones del circo romano, como se sabe, atraían grandes contingentes de visitantes en Roma procedentes de núcleos de población más o menos próximos.

Se ha pasado así del papel simbólico de los eventos, celebrados sin consideración a su coste porque cumplían una función ritual de consumición de recursos, a su inserción en la función de producción. Hoy los eventos se organizan siempre que su rentabilidad esté asegurada. Una rentabilidad que no tiene que ser abiertamente crematística, basta con que provoque sinergias que redunden en la generación indirecta de beneficios para sus organizadores. Si no es así no se organizan.

Conclusión

Los eventos hace tal vez siglos que dejaron de ser una forma de consumición colectiva de recursos. Desde que la racionalidad económica se empezó a difundir a partir del Renacimiento, cada vez que la humanidad hace un gasto lo hace si ese gasto tiene capacidad para aumentar la riqueza. Dicho con otras palabras: si el gasto tiene la forma de una inversión de la que se esperan obtener ganancias (visibles o invisibles, directas o indirectas) que permita recuperar lo gastado y, además, conseguir unas plusvalías lo más voluminosas posible. Hoy los eventos se organizan si son rentables. La actual crisis que padece la economía de los países occidentales más desarrollados nos está poniendo de manifiesto de forma indiscutible que ciertos eventos regulares se cancelan por falta de expectativas de negocio. Es cierto que hay otros que aun son deseables, por ejemplo las Olimpiadas, pero es porque se admite que serán “productivas” para la economía del país organizador. La fuerza de la economía parcial de la producción ha opacado hogaño el esplendor de la economía parcial de la consumición. No parece, pues, que las enseñanzas de la economía generalizada, la que se basa en las parciales que la componen, se vaya a instalar en la humanidad. Tan solo quedan de la segunda tímidas supervivencias cada vez más débiles y eso tan solo en las sociedades menos desarrolladas.

Referencias Bibliográficas.

Bataille, G. (1987) *La part maudite precede de La notion de depense*. Les editions de Minuit. París (Hay traducción española de F. Muñoz de Escalona en *Icaria*, Barcelona, 1987)

Campillo, A. (2001) *Contra la economía*. Editorial Comares. Granada (España)

Hunziker, W. y Krapf, K. (1942) *Der allgemeine Fremdenverkehr Lehre*. Polygrafische Verlag, Zurich

Jurdao, F. (1992) *Los mitos del turismo*. Endymión, Barcelona

Keynes, J. M (1936). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. Traducción al español con el título *Teoría general del empleo, el interés y el dinero*. FCE, México, 1948 y Ediciones Aosta, Madrid, 1998

Littel Lester K. (1978) *Religious Power and Profit Economy in Medieval Europe*. Paul Elek Ltd. London (hay traducción española de Mercedes Barat, Taurus, Madrid, 1983)

Muñoz de Escalona, F. (1988) *La economía de la producción turística. Hacia un enfoque alternativo*. Información Comercial Española, noviembre. Madrid

Muñoz de Escalona, F. (2000) *Ocio y negocio*. Revista de Relaciones Laborales. U. C. de Madrid

Velasco, H. M. (ed.) (1982) *Tiempo de fiesta, ensayos antropológicos sobre las fiestas en España*. Ed. Tres, catorce, dieciséis. Madrid

Sraffa, Piero

Velasco, H. M (1960) *Produzione di merci a mezzo di merci. Premesse a una critica della teoria economica*. Einaudi, Torino. (Hay traducción al español con el título *Producción de mercancías por medio de mercancías*, Oikos-Tau, Barcelona, 1982)

Urry, J. (1990) *The tourist gaze*. Sage. London