



# Lo que se entrevé y se oculta detrás del turismo

BÁRBARA CATALANO (IIGG UBA/UMET)  
13 DE ABRIL DE 2018

---

Es común que cuando se piensa en el turismo se haga referencia al ocio, al disfrute del tiempo libre a prácticas banales, placer, diversión, espacios bellos y no abunden los estudios que lo conciben como una lente a través de la cual es posible entrever las relaciones de poder, las estructuras que conducen las prácticas y más aún la reproducción del sistema capitalista actual.

De la misma forma en la que en términos de Bourdieu las prácticas culturales se asocian a las formas de acumular capital simbólico y a prácticas de distinción social, las prácticas

turísticas obedecen a parámetros similares. La estructura, en términos de Giddens,<sup>1</sup> es representada en este campo de la industria turística, a través de los servicios comercializables, actividades recomendadas y marco normativo, condicionante de las prácticas y de la elección misma de los viajantes inexperimentados.

Las relaciones de poder se plasman también en el entramado de conexiones que presenta el mundo turístico. Tal como lo evidencian los estudios desde el campo de la antropología, donde las investigaciones se centran exclusivamente en la relación existente entre anfitriones e invitados, con sus respectivas transacciones intergrupales que aborda al fenómeno del turismo desde la perspectiva del imperialismo que permea las relaciones sociales entre los individuos que constituyen esas sociedades en juego.<sup>2</sup>

En este sentido, cuando el turista, exige, demanda y pretende ciertas comodidades en función de su lugar de bienestar que se correlacionan con el lugar de origen habitual, se está haciendo alusión a determinadas relaciones de poder que incluso traspasan el plano de lo consiente para representarse e interpretarse en el plano de las prácticas turísticas, no solo encarnada desde los turistas sino también desde la parte “anfitriona”.

Las situaciones de contacto que se dan en ciertas sociedades compelen al análisis sobre el trasfondo de relaciones en las que se perciben rasgos de jerarquía que pueden estar interviniendo en esas relaciones y en las formas de sociabilidad y que no se corresponden con una situación de igualdad de posiciones en las que los individuos serían pasibles de una integración con características diversas. A su vez, frecuentemente se percibe terminología que hace alusión al turista como forma de mercancía, en la que se los categoriza según su poder adquisitivo o bien su perfil comprador o no, tales como: “estos compran, estos no compran” o bien “los brasileros son de dejar poca propina” o “preferimos a los europeos, porque los turistas latinoamericanos, son los que menos consumen”, “estos son más ratas”, “son más codito” o “los uruguayos son buena onda, pero le cuesta... les cuesta expresar su satisfacción económicamente. No sé si me explico... es poco dadivoso”.<sup>3</sup>

---

1 Giddens, A. (1995). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.

2 Smith, V. (1989). *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Madrid: Endymion.

3 Catalano, B. (2017). *Turismo y Mercosur: prácticas socioculturales de integración en la ciudad de Buenos Aires*. Universidad de Buenos Aires - Facultad de Ciencias Sociales.

Los extractos anteriores correspondientes a entrevistas a informantes clave del sector que sintetizan esta forma de concebir al turista desde una perspectiva económica, que refuerza la teoría de la mercantilización (o en inglés *commodification*) del turismo<sup>4</sup> sacando a la luz las propiedades de mercancía que entraña el sujeto social llamado turista.

### La sujeción del conocer

A primera vista, cualquier estudioso del turismo advertiría que el viajar está asociado a la libertad, al tiempo libre, a la liberación, a liberarse. Ello no es erróneo en la forma en la que concebimos al ocio en la modernidad y a través de las prácticas históricas, dado que se plantea en contraposición al tiempo incurrido en el trabajo y a las obligaciones relacionadas. De hecho se define al ocio como el conjunto de actividades a las que el individuo se entrega cuando está fuera de sus obligaciones.

Pero lo cierto es que las prácticas turísticas están mediadas por la industria turística y ello se observa en un plano de naturalización; el comportamiento social se aleja cada vez más de la espontaneidad y libre elección que se asume regularmente para definir la experiencia turística. La sujeción a la que se refiere el apartado se ancla en las formas de conocer de los sujetos turistas, pero también a lo que se permite y conduce a conocer desde la oferta turística, donde los actores intermediarios cumplen un rol sustancial. El acto de guiar como el “mostrar la ciudad”, terminología que alude a la práctica rutinaria de guiar y a la masificación de los relatos intervinientes entre el turista y su conocimiento sobre lo local, guarda correlación con las formas de producir servicios en la pos-organización donde prima la productividad y masificación.

A pesar de que claramente se observan turistas que escapan a ello, como los autónomos o bien los denominados viajeros, al revisar las estadísticas se observa que, en cantidades de turistas, una gran proporción se corresponde a la tipología de turismo tradicional.

4 El turismo, como otras mercancías, se ofrece en forma de “paquete” listo para el intercambio, en el que interviene la publicidad y donde muchas veces se apela a los deseos y fantasías más profundas de las personas, lo que traduce la mercantilización del turismo en la dinámica de construcción y manipulación de signos e imágenes (Conf. Watson, G. y Kopachevsky, J. (1994). Interpretations of tourism as commodity. *Annals of Tourism Research*, 21(3), pp. 643-660, p. 649.)

Aunque cada vez más es factible observar post-turistas en los destinos, es cierto es que la práctica tradicional sigue estando presente. La masificación o estandarización de los paseos turísticos se observa también al analizar el listado de las excursiones que los operadores receptivos comercializan, dado que, las empresas más grandes e importantes suelen ofrecer los mismos servicios, denominación técnica que alude a las clásicas excursiones.

No solo se observa la sujeción de lo que el turista ve en manos del guía o bien la agencia de viajes, sino también lo que se promueve desde el marketing urbano y la imagen pública que incluye la selección de determinados sitios y atractivos turísticos.

### **Política pública y experiencia turística**

El caso de la ciudad de Buenos Aires fue paradigmático en este sentido dado que vivió en los últimos años un proceso importante de renovación urbana, en el que el posicionamiento de Buenos Aires como marca registrada jugó un rol fundamental. Así, la transformación del desarrollo turístico que se venía gestando a nivel nacional tiene visualización a un nivel local en el ámbito de la ciudad donde se imparten una serie de acciones tendientes a la diversificación de las áreas turísticas y a la revalorización de la cultura como atractivo. Es en ese proceso que se lanza el plan de Marketing turístico de la ciudad de Buenos Aires (2007) que le da una fuerte impronta al aspecto cultural, desde lo emocional y simbólico, como también desde lo artístico y auténtico, buscando además intensificar los negocios turísticos y convertir la ciudad en un lugar atractivo para inversiones.<sup>5</sup>

Asimismo, como parte de esta estrategia de desarrollo turístico local se destaca también un avance en la regulación y registro de los establecimientos hoteleros como se cristaliza ante la sanción de las leyes N° 4631 y 4632 del año 2013, como también la Ley N° 600 de turismo de la ciudad del año 2001 con un significativo tinte actual en cuanto a la concepción del turismo moderno.

---

5 Gómez Schettini, M. (2014). Ciudades para armar: Las políticas culturales y turísticas del gobierno local en la construcción de la marca de una ciudad renovada. *Revista Sociedad*, 33, pp. 209-226.

El impacto de la decisión emanada de la política pública y el marketing turístico no es homogéneo ni tiene efectos iguales en todos los turistas. Por el contrario, existe una incidencia menor en los turistas autónomos o del tipo “viajero” y, en parte, se evidencia con la información suministrada en los centros de atención al turista de la ciudad donde reciben cientos de turistas por día consultándoles información precisa o bien generalidades de la ciudad.

Los turistas que acceden a la información a través de estos centros están más en contacto con su libertad y autonomía en la elección dado que los informantes no sugieren ni recomiendan sitios puntuales sino que les ofrecen un abanico de posibilidades. No obstante las áreas turísticas están bien delimitadas, como también se observa en el recorrido del bus turístico.

Una particularidad y que hace al desenvolvimiento diverso de los turistas en la ciudad es el fomento del transporte público por parte de estos centros. Se les informa y enseña a los turistas sobre cómo utilizar la “Sube”<sup>6</sup> y sobre cómo moverse en la ciudad por su cuenta, por lo que este tipo de centro provee una atención más propicia e integración social que el turismo de paquete, o tradicional, dado que no se venden paseos o circuitos si no que más bien se orienta e informa al turista sobre las actividades que se pueden realizar pero siempre en función de los intereses específicos de cada turista.

De este modo, la forma en la que conocen los diversos tipos de turistas está sesgada o condicionada por relaciones económicas en las que interfiere el paradigma comercial del turismo permeando hasta el nivel de las interacciones individuales. La política pública, junto a la cúpula empresarial del sector turístico confluyen para diagramar un itinerario turístico, que aunque rico en la diversidad y aprovechamiento de los recursos turísticos referidos a lo identitario, a veces condicionan las posibilidades de conocer con una mayor profundidad como se visualiza en el tipo de turista autónomo o viajero.

La interacción, sociabilidad y conocimiento que experimentan los turistas está mediada por la infraestructura turística y la concepción que tienen sobre el turismo y sobre todo las organizaciones con fines de lucro. Se ve claramente la burbuja turística en los turistas

<sup>6</sup> “Sube” es una tarjeta magnética con la que se movilizan los ciudadanos de Buenos Aires en ómnibus o subterráneo.

que se alojan en hoteles 5 estrellas y se los previene del contacto social en los espacios públicos, como también los informantes delimitan sus recorridos con posibilidades mínimas para la interacción con residentes.

### **Poder, distancia y ritual**

Otro de los aspectos sobre los cuales se puede reflexionar en torno al turismo y la sociedad es el de las relaciones de poder que tiene visibilidad a través las prácticas de los sujetos turistas y anfitriones. Se parte, por un lado, de la existencia de una distancia entre el turista y el anfitrión, hay una separación de base, como la figura sociológica del forastero, experimentada en un espacio o ambiente distinto. Es el mismo sentido que Simmel (2012) da al extranjero, como “forma social”,<sup>7</sup> es decir los vínculos e interacciones que se dan entre sujetos. Esta distancia es en parte relativa a la condición de “extranjero”, pero también a la relación dicotómica de trabajo y ocio, tal como cuando se observa una predisposición de adaptación y amabilidad al turista por la parte anfitriona, bajo la premisa de que al turista hay que satisfacerlo y contentarlo.

La separación estructural entre turista y anfitrión permanece latente y en ocasiones se alude a ello con intención de diluirla o eliminarla, al menos desde lo discursivo, cuando se hace referencia al turismo como vector de integración. Pero esta distancia se expresa en diversas facetas del turismo, como por ejemplo en los códigos rituales que ordenan la estructura social en general y que moldean, en forma simultánea, la identidad individual y las macro-estructuras de la sociedad y la cultura. El ritual en las prácticas turísticas también se acopla a los cambios de la sociedad posmoderna y mantiene una relación con un vocabulario político, tales como poder, estatus, control, dominación, orden social y estabilidad.<sup>8</sup> Las relaciones cotidianas engendran ciertos lineamientos de la política que marcan distancias, posiciones y disposiciones humanas tal como también se observan en el ámbito del turismo y en el conjunto de prácticas que se alejan o se acercan a asemejarse a los rituales en el sentido religioso como lo expone MacCannell (2007) en su análisis sobre el futuro del ritual retomando las nociones de ritual en la vida cotidiana desarrolladas por Goffman.

7 Simmel, G. (2012). *El extranjero. Sociología del extraño*. Madrid: Sequitur.

8 MacCannell, D. (2007). *Lugares de encuentros vacíos*. Barcelona: Melusina.

Los ritos constituyen un mecanismo de organización del orden público y lo revelador es encontrar los choques de ritos, tales como los rituales interpersonales tienen el carácter de diálogo y esto influye de distintas maneras en los ritos, ya sean positivos como negativos. “Cuando se produce una ofrenda ritual, cuando hay una señal de interés en relación a otro, corresponde al receptor demostrar que recibió el mensaje, que se ha apreciado su importancia. Que hay un valor por un lado y por otro un carácter apreciativo y agradecido. Entre personas esto se observa por actos de gratitud, son pequeñas ceremonias”.<sup>9</sup> Es en estas situaciones donde se ve también el choque cultural o la diferenciación que identifican tanto los turistas como los anfitriones.

Se advierte el uso de las nociones de Foucault sobre los procesos disciplinarios y el poder discursivo que permean en los distintos contextos y se filtran hasta incidir en las prácticas turísticas. Por ello es necesario desenmascarar la postura inocente de esos supuestos sobre el turismo benéfico, armonizador e inductor a la paz y ahondar en los entramados complejos que hay detrás de la imagen amigable y atractiva característica propia del turismo en su generalidad. En ocasiones la capacidad del turista, en sus gustos, motivaciones y preferencias, en incidir en la construcción de la atraktividad es pormenorizada y ello se observa en la constante reproducción de las transacciones turísticas clásicas que responden a las formas de producción posindustrial, que, aunque surjan nuevas alternativas ante el agotamiento de la masificación, la práctica adosada al consumo y al mercado, sigue estando presente y en continua expansión. Por ello se requiere entender el acoplamiento de las prácticas al funcionamiento de la economía capitalista y a las configuraciones más amplias del poder institucional.

En esta forma, la distancia que se ve implícita en estas relaciones de poder que permean las transacciones e interacciones turista / anfitrión se observan en las modalidades más estructuradas de turismo en las que hay mayores intermediarios, tales como conserjes de hotel, recepcionistas, guías o informantes. En las modalidades menos estructuradas y en las que el turista presenta mayor autonomía esta distancia se reduce, lo que hace

9 El contacto social es parte del ritual, esto es cuando los individuos se dirigen espontáneamente los unos a los otros y esto al mismo tiempo se sabe y se sabe que se sabe (Conf. Goffman, E. (1979). *Relaciones en público: microestudios del orden público*. Madrid: Alianza, p. 85). Las pequeñas ceremonias son actos de intercambios de apoyo.

también que las relaciones y lazos sociales sean más fluidos, o estén más presentes que en las otras modalidades.

### **Consideraciones finales**

A modo de cierre, esta reflexión analítica y teórica sobre el turismo, como fenómeno a través del cual es factible dilucidar relaciones de poder, estructuras y distancias nos conduce a la comprensión del fenómeno que contiene esquemas complejos de relaciones entre actores y el territorio, desde las ciencias sociales. Este análisis, permite, además, mirar al turismo desde múltiples escalas y ahondar en los hilos conductores que representan los flujos turísticos, sus orientaciones y representaciones. Desde las interacciones individuales se visualizan los entramados, que si bien no se esconden, requieren de un asiduo abordaje interdisciplinar y metódico, para entender a este tipo de movi­lidades temporales y las constelaciones en las que ellas fluctúan.