



Los lados B del turismo

BÁRBARA CATALANO (UBA/USAL/CONICET) Y NICOLÁS TRIVI (UNLP/CONICET)
4 DE DICIEMBRE DE 2024

El turismo es una práctica social y un sector de producción económica de indudable relevancia para las sociedades contemporáneas. Los efectos ambientales y sociales de la masificación contrastan con el optimismo por las nuevas tecnologías y las posibilidades de integración que el turismo ofrece, planteando en la agenda pública y académica el debate sobre la turistificación. Pero, ¿de qué se trata exactamente? El turismo ya no cumple la promesa de la “industria sin chimeneas”, pero puede ser punta de lanza para debatir un desarrollo sustentable.

Si bien la existencia del tiempo libre y de los viajes (y otras formas de desplazamiento) es una constante a lo largo de la historia, el turismo es una práctica relativamente reciente,

hija de la modernidad capitalista. Especialmente luego de la Segunda Guerra Mundial, se consolidó como un sector económico capaz de movilizar enormes contingentes de consumidores y crecientes flujos de capital. Y también se ha convertido en un objeto de planificación estatal con un indudable impacto en la configuración de los territorios.

En la actualidad, el turismo se vincula con la acumulación capitalista atrayendo inversiones inmobiliarias y comerciales en procesos de reconversión urbana. Las ciudades compiten por captar inversiones, y así atraer visitantes y consumidores, condicionando la dinámica urbana pre-existente. Luego de la crisis financiera de 2008, el espacio urbano fue clave para la recuperación del capitalismo, con planes de renovación útiles para la fijación de capital. Esto incentivó el crecimiento del flujo de turistas a nivel mundial, provocando una nueva reestructuración de los territorios desde aspectos sociales, económicos y culturales. Los espacios rurales no son ajenos a estas tendencias, con la diversificación del turismo rural y de naturaleza, los cuales también atraen inversiones inmobiliarias y hoteleras. La pandemia implicó una interrupción momentánea en este proceso, que se retomó con otras dinámicas como el auge del turismo de proximidad, y una mayor preocupación por los impactos ambientales de la actividad entre un sector de consumidores.

Este abanico de situaciones instaló al turismo y sus impactos como una problemática de debate público de primer orden, en un continente europeo que había encontrado en esta actividad una salida al declive de su poderío industrial y geopolítico. Durante la década del 2010, con los cruceros atravesando Venecia y los alquileres por las nubes en Barcelona o Lisboa, emergieron cuestionamientos sociales al turismo masivo. En el debate público se plantearon términos como *masificación turística* o *turismofobia*, y en el debate académico se revivió la discusión sobre la *turistificación* en vinculación con la *gentrificación* y otras problemáticas urbanas.

Protesta contra los grandes cruceros en Venecia. Mayo 2018.



Fuente: fotografía de los autores.

En Latinoamérica, el turismo se consolidó como alternativa económica en el marco del neoliberalismo. Aquí, la mercantilización del suelo urbano para la modernización de centros históricos conllevó al desplazamiento, exclusión y segregación de los sectores populares. Mientras tanto, los procesos de patrimonialización y de organización de grandes eventos deportivos generaron nuevos conflictos, en un marco de mayor desigualdad y crisis habitacional. Aunque con menor relevancia que en Europa, el escenario latinoamericano también presenta la *turistificación* como problemática urbana.

Se puede entender a la turistificación como un proceso de múltiples manifestaciones que incluye la presencia creciente de visitantes en áreas céntricas, vinculada con el incremento y reorientación de actividades comerciales en función de su consumo; la transformación de la vivienda en una mercancía turística; y la emergencia de un paisaje urbano

predominantemente turístico.¹ La turistificación opera como vehículo de la inversión inmobiliaria; la llegada de nuevos residentes y turistas con mayor poder adquisitivo; la rehabilitación urbana y el desplazamiento de residentes locales. Una clave del proceso es la financiarización del suelo urbano y de la vivienda, que integra los espacios urbanos a estrategias de acumulación de agentes multiescalares. Para estos sectores, la producción del espacio urbano cobra un valor indiferenciado respecto a las particularidades de cada realidad local, asumiendo características propias de la producción de *commodities*. Se trata de un rasgo común con otros fenómenos como la gentrificación.

El debate sobre la masificación turística

A esta altura, resulta necesario preguntarse: ¿en qué consiste y por qué se produce la *masificación turística*? ¿Es un fenómeno realmente nuevo en la historia del turismo? Una primera respuesta a esta pregunta se encuentra partiendo de la democratización del viaje, luego de la incorporación de la clase trabajadora al hecho de “hacer turismo”, visto como un momento para el descanso y el ocio. Es el resultado de un lento proceso que comienza a fines del siglo XIX y se consolida con las políticas del Estado de Bienestar en el siglo XX. La industria turística, un sector de producción económica caracterizado por el desplazamiento en el espacio realizado por personas con el fin de servirse de otros espacios como lugares de ocio, está marcada por la innovación constante de sus productos (atractivos y destinos); la urbanización de los territorios; el montaje de infraestructuras de transporte y otros servicios; la producción de cadenas de valor que están orientadas a la satisfacción de los consumidores, que se desplazan en el espacio durante su tiempo libre. Todo el montaje para el funcionamiento turístico genera transformaciones espaciales y sociales de gran envergadura, tanto en los contextos de origen como de recepción de los principales mercados de consumo.

El término *masificación turística* refiere a una sobredensidad de visitantes en un destino turístico determinado, al punto de alterar la dinámica urbana no turística en profundidad. Las consecuencias directas que se están visibilizando a partir de la masificación

1 De la Calle Vaquero, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, (83). <https://doi.org/10.21138/bage.2829>

turística provocan el reclamo de la población residente en los destinos turísticos, por el aumento de los precios de los productos y el incremento en los precios de alquileres de las viviendas, entre otros hechos como la privatización de los espacios públicos, la especulación y el impacto medioambiental ante la masividad de los contingentes de visitantes, que conducen al literal despoblamiento de barrios históricos. A su vez, los destinos, al volverse masificados y repletos de turistas van perdiendo rasgos distintivos que le conferían su atractivo, generando ello un aspecto desalentador a los visitantes.

Más allá del componente perceptivo que tiene este fenómeno, se puede identificar una serie de factores que han contribuido a generar este escenario donde la conflictividad asociada al turismo ha experimentado un salto cualitativo. En cuanto al sector turístico en sí, este ha experimentado un crecimiento sostenido a escala mundial desde fines del siglo XX, sobreponiéndose a crisis económicas (estallido de la burbuja inmobiliaria de 2008) políticas (atentados terroristas del 11S y otros conflictos internacionales), y sanitarias (pandemia de COVID-19). En cuanto a la infraestructura de transportes, esta presenta una complejidad e integración crecientes a nivel mundial, con un protagonismo indiscutido del transporte aéreo (en fase de desregulación) y la modalidad *low cost*. En lo que refiere a sus aspectos urbanos, es ineludible la consolidación de un urbanismo neoliberal, que ha convertido a las ciudades europeas en productos y objetos de marketing. Otros factores geopolíticos se expresan en la emergencia del BRICS y otros países periféricos, con la consecuente consolidación de nuevas clases medias consumidoras. A nivel instituciones, se encuentran los procesos de integración política e institucional entre países, especialmente en la Unión Europea. En la esfera económica, la incidencia creciente del denominado *capitalismo de plataformas*, con nuevas fracciones de capital que encuentran en plataformas digitales los mecanismos para la generación de ganancias en base a nuevas formas de precarización laboral, y la obtención de rentas extraordinarias en el tejido urbano.²

En todo este escenario de situaciones y discusiones en torno al turismo y sus externalidades negativas aparece la propuesta de un *turismo sostenible*. La pregunta que rige esta

2 Trivi, N., Moscoso, F. y Morales Blanco, N. (2023). Touristification and urban extractivism in Latin American destinations: Heritage and conflicts in Antigua Guatemala (Guatemala) and Cartagena de Indias (Colombia). *Journal of Urban Affairs*, 46(6), pp. 1205-1225. <https://doi.org/10.1080/07352166.2023.2242535>

propuesta es la siguiente: ¿será posible llevar a cabo un turismo sostenible con estos jugadores tan poderosos que acompañan la democratización del viaje?¹ Teniendo en cuenta que el turismo de élite es el que suele recurrir a prácticas más insostenibles desde el punto de vista ambiental (consumo de energía, agua y otros bienes naturales) y sociales (exclusión, gentrificación), ¿la solución la masificación está en achicar el mercado de consumidores consolidando la exclusividad de los destinos? Mientras tanto, la población organizada solicita la regulación respecto a la llegada de turistas, los alojamientos y la preservación de ciertos lugares históricos patrimonializados por Unesco y otros organismos. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que la patrimonialización es una estrategia de construcción de atraktividad y posicionamiento de destinos turísticos en función de una demanda cada vez más fragmentada en sus gustos e intereses.

Turismo e integración

La otra cara de la masificación se corresponde a las formas en las que se concibe la práctica turística, de una forma integrada, sostenible o bien un tipo de turismo de enclave, segregado. La masividad del turismo comienza a crear una modalidad de turismo anti-masivo, conformado por un conjunto de prácticas y elementos territoriales, simbólicos y culturales que se distancian de las aglomeraciones y el consumo por el solo hecho de consumir. Es así como identificamos la emergencia de una modalidad de turismo anti-masiva que prioriza los vínculos sociales y culturales antes que el consumo o la práctica de avistaje de atractivos y que se condicen con un tipo de turismo vincular, caracterizado por la búsqueda de la sociabilización e interacción social.³

El turismo masificado, en ocasiones denominado turismo “commodity”, presenta características del tipo de turismo de burbuja en el que las relaciones sociales son efímeras y predomina el anonimato y prácticas estandarizadas. Por otro lado, casi por oposición al turismo masificado se presentan las prácticas de turismo integrado, con una intención en el conocimiento sobre la cultura local y una propensión a las interacciones y lazos con las personas en sus viajes. Este tipo de turismo promueve la integración social y el

entendimiento de las partes. Es muy frecuente visualizarlo en las modalidades de turismo rural comunitario y/o campesino en las que se le otorga un gran valor al respeto del patrimonio cultural/histórico y al beneficio de las comunidades locales. En oposición, uno de los casos paradigmáticos del turismo de enclave es el turismo que se realiza en los *all inclusive* del caribe, o bien en aquellos paquetes y excursiones turísticas en la que los relatos de los guías son iguales, todas las paradas están pautadas, en los mismos sitios, y obviamente se los lleva a la típica tienda de compra de souvenirs. Estas categorías, obviamente, no son estrictamente dicotómicas ni excluyentes; pueden existir matices o enfoques híbridos. Sin embargo, lo que es indiscutible es que reflejan preferencias, gustos y perspectivas sobre el turismo, ya sea desde la práctica o desde la oferta, en las que el carácter masivo se convierte en un tema controversial.

Las nuevas tecnologías y las prácticas turísticas

En esa línea también nos interesa resaltar aspectos discordantes en torno al uso de las tecnologías en los procesos de comercialización de servicios turísticos teniendo en cuenta la evolución de la incidencia de las aplicaciones y plataformas en las etapas decisorias y de ejecución de los viajes.

La globalización no es un tema novedoso y tampoco su asociación a las formas de movilizarse induciendo a un mundo cada vez más transnacional, híbrido, superpuesto y fragmentado. Siendo que la evolución del turismo estuvo intensamente vinculado a los avances tecnológicos, ya sea desde mediados del siglo XIX con el surgimiento del turismo organizado, hasta la actualidad como se observa con las múltiples aplicaciones móviles que agilizan las transacciones de reservas de alojamiento, automatizan los check-in de los vuelos o bien funcionan de calendario y organizadores de todos los destinos y horarios de salida de cada tramo en un itinerario. A su vez, existen aplicaciones catalizadoras de la información que provee el usuario a fin de efectuar recomendaciones personalizadas mediante el empleo de sofisticadas metodologías de modelización.

En estos tiempos se afianza cada vez más un perfil de turista autónomo, con acceso a las tecnologías que intervienen en la planificación de sus viajes, reflejado en parte en el

incremento de los volúmenes de establecimientos asentados en las plataformas virtuales como *airbnb* y en el uso y proliferación de aplicaciones de viajes. A su vez, se observa un aumento en la contratación directa de los alojamientos vía sistemas de distribución global (SDG) tales como las centrales de reserva booking, *airbnb* y *couchsurfing*.

Asimismo, las nuevas tecnologías informáticas y de la comunicación constituyen un elemento clave considerando los problemas que pudieren desencadenarse en relación a la comunicación y coordinación de diversas acciones a distancia. Desde los primeros días de Internet, las industrias del turismo, las agencias de viajes, los operadores turísticos y las compañías aéreas utilizaron Internet para la gestión interna y externa, la planificación, la logística y la comunicación, por un lado, y la emisión de billetes, la promoción de destinos, las miradas turísticas apropiadas y los mitos del lugar en los sitios dirigidos a turistas.⁴ Internet hace posible una democratización de la oferta e información turística, al mismo tiempo que facilita la autonomía y flexibilidad en el manejo, gestión y organización del viaje.

La tecnología y sobre todo el uso de internet y de plataformas de venta de pasajes tienen la característica de abaratar costos, evitando la intermediación y la delegación en un operador sobre la búsqueda de diversos servicios turísticos. Con internet, el turista asume la responsabilidad y tarea de ser su propio gestor del viaje, lo que requiere tiempo de búsqueda, comparaciones, asesoramiento, y un posible riesgo de que algo no salga como lo fue planeado.

Pero las tecnologías no solamente intervienen en las transacciones en las que están implicadas la oferta y demanda y la adquisición de servicios turísticos, ya sean pasajes aéreos o bien excursiones precontratadas *on line*, sino que también intervienen en el significado de la experiencia turística actual, donde gran parte del tiempo incurrido en visitas y paseos interfiere la fotografía y el compartir con las redes los sitios que se está visitando o experimentando. Si bien la fotografía y el turismo no es un binomio nuevo, en esta última década se percibe muy presente sobre todo en cualquier tipo de destino y atractivo turístico.

4 Urry, J., Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. Londres: Sage.

Turistas sacando fotos en el Mirador de Los Túneles, Córdoba. Julio 2024.



Fuente: fotografía de los autores.

Otro de los aspectos a destacar en relación a las tecnologías y los viajes es la forma de proximidad y lazos sociales que son reemplazados por relaciones intervenidas por medios de comunicación avanzados, como videollamadas. Se supone que el acercamiento entre las personas hoy en día no es solo corpóreo y físico, dado que existen vías alternativas por las que las personas pueden estar conectadas a distancia. Sin embargo, existen rasgos de las relaciones que no son reemplazables por la tecnología y que tienen que ver con las interacciones que los individuos afrontan en situaciones de co-presencia. Así, en ocasiones los viajes y sobretodo las modalidades de turismo vincular o VFA⁵ surgen de la necesidad de los individuos de estar cerca de sus seres queridos, amigos o familiares, además que también aprovechan para conocer el lugar y pasear.

La tecnología conecta pero con entramados complejos: los viajes actuales traen consigo diferentes motivaciones en las que no solo está la búsqueda de la novedad y lo exótico, auténtico y recreacional, sino también la conexión con personas, ya sean vínculos previos

⁵ Viajes cuya principal motivación es la visita a familiares u/o amigos (VFA).

al viaje, como ser amigos y o familiares o bien conocer gente nueva en un viaje. El turista asiduo a la tecnología evita la intermediación, que en principio se creía necesaria y parte del sistema turístico, pero que cada vez más el paradigma clásico del sistema turístico que se implementa desde hace unos años viene transformándose, dando mayor agencia al turista, quien tiene más autonomía a la hora de planear, organizar y ejecutar su viaje.

A modo de conclusión

Nos permitimos trascender críticamente los discursos hegemónicos que predominan en el campo del turismo desde la perspectiva dominante, que impera desde los organismos internacionales, como la Organización Mundial del Turismo, las grandes cadenas hoteleras y empresas de turismo multinacionales, para visibilizar los debates y conflictos que aún no están saldados. También somos conscientes de la mirada *snob* que subyace a muchos discursos admonitorios sobre el turismo. No conviene perder de vista que su incorporación a las opciones de esparcimiento de la clase trabajadora es producto de años de lucha por el tiempo libre.

Más allá de los temas que hemos mencionado en este trabajo todavía quedan debates por sacar a la luz, tales como la concentración del turismo en áreas urbanas, densamente pobladas, en detrimento de las zonas rurales y periurbanas. La fragmentación y desigualdades presentes en el espacio social y que son invisibilizados por y para el turismo. Una de las premisas reproducidas desde la esfera gubernamental alentadora del turismo, es que este es un gran generador de empleo. Pero lejos de crear empleos de calidad es ya sabido que predomina el trabajo precario e informal.⁶ Por otro lado, existe una invisibilización del derecho al ocio y al disfrute del tiempo libre, así como de las posibilidades de movilidad y turismo, especialmente en poblaciones vulnerables como los jóvenes, las personas mayores y otros grupos en situación de vulnerabilidad. Además, se identifican diversas problemáticas relacionadas con la accesibilidad, seguridad e integración en el ámbito del turismo.

Los preceptos sobre la sostenibilidad están en todos los instrumentos de planificación turística, en legislaciones y obviamente en los lineamientos y recomendaciones suscritos en los organismos nacionales e internacionales vinculados al turismo y desarrollo. No obstante, es una de las grandes deudas que se observan en las tendencias de las modalidades turísticas contemporáneas y su incidencia en el cambio climático, el deterioro ambiental, la aculturación de poblaciones, la pérdida de la identidad, etcétera.

Lo cierto es que la perspectiva sobre el turismo en la que se enmarca la masividad y sus problemáticas adyacentes parece permear los direccionamientos (desde arriba) a través de los que se delinear las políticas públicas, mientras que desde abajo se propugna por una mayor participación social en la gestión y desarrollo del turismo, horizontalidad en la toma de decisiones y representatividad de las comunidades locales en la forma en la que desean habitar su territorio.