

# El turismo, un concepto difícil de definir

---

## **Silvina Gómez**

Instituto de Investigaciones en Turismo (IIT), FCE, UNLP.

[silvina.gomez@econo.unlp.edu.ar](mailto:silvina.gomez@econo.unlp.edu.ar)

## **Aluminé Gorgone**

Instituto de Investigaciones en Turismo (IIT), FCE, UNLP;  
CONICET, Instituto de Investigaciones en Humanidades y  
Ciencias Sociales (IdIHCS), FaHCE, UNLP.

[alumine.gorgone@econo.unlp.edu.ar](mailto:alumine.gorgone@econo.unlp.edu.ar)

## Introducción

---

El turismo es un complejo fenómeno de la época contemporánea, por lo que existen diferentes maneras de considerarlo y describirlo. Esto tiene que ver con que en dicho fenómeno convergen una variedad de actores, no sólo el turista y quienes brindan el servicio, sino también instituciones, comunidades, organismos, expertos, gestores, entre otros. También afecta la vida de muchas personas, sea como una fuente de trabajo y/o de ingresos, sea como un espacio- tiempo diferente al ritmo cotidiano para una experiencia vital; así como su análisis puede darnos pistas acerca de las características y cambios en nuestras sociedades.

La intención de este escrito es esbozar un breve panorama de esta complejidad, que no busca ser exhaustivo, sino establecer algunos interrogantes, visibilizar otros puntos de vista, desnaturalizar algunas concepciones que ya son de sentido común den-

tro del campo del turismo; y así abrir al diálogo y al debate entre todos aquellos que participamos de alguna u otra manera de las tramas que teje aquello que llamamos “turismo”.

De esta manera, comenzaremos por considerar que hay dos grandes formas de concebir al turismo: mientras algunos la entienden como una actividad socioeconómica, otros la piensan como práctica social y cultural de los sujetos.

## La famosa industria sin chimeneas

---

En principio, observaremos dos definiciones del turismo desde visiones economicistas, como ejemplos y como punto de partida.

Smith señala que el turismo es “el conjunto de emprendimientos que proveen bienes y servicios para facilitar negocios, placer y actividades recreativas a las personas fuera de su lugar de residencia habitual” (del Acebo Ibáñez & Schlüter, 2012, p. 452).

Figuerola apunta a que el turismo es una “una actividad económica integradora de una infinidad de ramas o sectores económicos que directa o indirectamente se ven influenciados por los recursos turísticos disponibles en el lugar de desarrollo de la actividad para satisfacer las necesidades del turista” (Simaro et al., 2012, p. 1).

Estas definiciones brindan algunas nociones a las que debemos prestar atención: en primer lugar, se define al turismo exclusivamente como actividades económicas, o sea aquellas que producen ingresos de este tipo. En segundo lugar, lo ubican entre las actividades económicas de carácter terciario, de venta de bienes y servicios, o sea como actividades que no producen nuevos bienes, sino que los comercializan o prestan servicios, algunos de los cuales son propios de esta actividad (directos), mientras que otros son servicios de carácter general de la sociedad y se integran a esta actividad, cuando la misma se desarrolla (indirectos). En tercer lugar, señalan que se busca satisfacer las necesidades de las personas que requieren estos servicios (turistas) que, además, se encuentran en situaciones de recreación y

placer, principalmente, y lejos de sus ámbitos de vida. En cuarto lugar, se vinculan a otros elementos que se denominan “recursos turísticos” que se encuentran en los lugares que son visitados. Aun cuando en las definiciones entran componentes no económicos, éstos son subordinados a la actividad económica como actividad principal.

También desde el sentido común, se lo ha definido como industria debido a los rendimientos económicos que puede generar. Desde esta perspectiva, un funcionario argentino, en 2022 señalaba que el turismo “es una industria estratégica para el desarrollo del país, no solo promueve el crecimiento de las economías regionales, sino también la generación de empleo y la recuperación económica. Es una industria sin chimeneas que está alcanzando resultados históricos”<sup>1</sup>. Recordemos que las industrias son consideradas como sector secundario, que producen bienes a través de la transformación de materias primas. En relación con esto, mucho se ha discutido sobre el turismo como productor de bienes: ¿qué tipo de bienes produce el turismo? ¿y qué materias primas utiliza?

En este escrito no abordaremos en profundidad estos debates, pero sí consideramos que es necesario señalar que este tipo de discursos no están aislados, sino que surgen de una matriz más amplia y global, en la que se concibe al turismo como actividad económica y estrategia de “desarrollo” vinculado al importante ingreso de divisas que genera.

## El turismo como herramienta para el desarrollo

El turismo implica movimientos de gran magnitud, tanto en relación con la movilidad como a los ingresos monetarios, por lo que es considerado como una categoría de exportación y como instrumento para impulsar el desarrollo (Almirón, Bertoncello, Kuper & Ramírez, 2008) y la modernización. Para poner un dato de color: como categoría de exportación, el turismo ocupa el

---

<sup>1</sup>Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/noticias/manzur-el-turismo-es-una-industria-sin-chimeneas-que-esta-alcanzando-resultados-historicos>

tercer puesto a nivel mundial, tan solo por detrás de productos químicos y de combustibles, y por delante de la automoción y la alimentación; por su parte, en muchos “países en desarrollo”, el turismo es la principal fuente de ingresos (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2016)<sup>2</sup>.

El turismo como actividad económica y herramienta para el desarrollo se vincula, entre otros, con dos organismos internacionales que, a través de sus acciones, lo definen y caracterizan, a saber, la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Mientras la OMT promueve, financia y monitorea todo aquello que se vincula al turismo como actividad económica en el mundo, interviniendo en las realidades nacionales y locales de diferentes maneras, la UNESCO se articula con el turismo de un modo indirecto.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) “promueve el turismo como motor de crecimiento económico, desarrollo inclusivo y sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para ampliar conocimientos e impulsar políticas turísticas en todo el mundo”<sup>3</sup>. Su fundación data del año 1946, luego de la Segunda Guerra Mundial, momento que coincide con los que muchos autores denominan como la masificación y democratización del turismo (Nash, 1979 en Otamendi, 2015), entendidos como el aumento drástico de las llegadas internacionales a los “destinos turísticos”, así como el acceso a realizar turismo por parte de otros sectores más allá de los aristocráticos.

Desde los años 90, la OMT consideró que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, en Sancho, 1998, p. 46). Los ele-

---

2 Dato extraído de OMT. (2016). Panorama OMT del turismo internacional. España: OMT.

3 Extraído de <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-organizacion-mundial-turismo>.

mentos que se consideraban centrales en dicha definición eran las actividades que las personas realizaban al estar en “la situación turística”, la cual era delimitada por el lugar donde se realizaba, el tiempo de duración, y los motivos del viaje. En sintonía con esta definición, la OMT buscó definir todo aquello que se vinculaba con las actividades que realizaban las personas en los lugares a los que se dirigían en sus viajes, denominándolo como sistema turístico, y considerando que se compone de cuatro elementos interrelacionados: la oferta, la demanda, el espacio geográfico y los operadores turísticos (Sancho, 1998).

En este esquema, y teniendo en cuenta al turismo como actividad se definen los “destinos turísticos” como los espacios a los que se dirigen quienes viajan y que recibirán los beneficios económicos. Dentro de ellos se encontrarán los “atractivos turísticos”, como aquellos que motivan al turista a viajar, pero que no tienen una existencia previa, sino que deben ser creados a partir de materias primas, entendidas desde este paradigma del turismo, como “recursos”. Dentro de este marco, encontramos actualmente infinidad de “recursos” en nuestro mundo: los paisajes, la naturaleza, el patrimonio, la historia, las culturas, las tradiciones, las identidades, la fauna y flora, entre muchos otros.

Tras muchas críticas, sobre todo desde las ciencias sociales, a la definición de la OMT, hoy en día este organismo define al turismo de la siguiente forma:

“

Un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.<sup>4</sup>

4 Extraído de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Si bien esta definición intenta considerar al turismo desde una mirada más amplia, como fenómeno social, cultural y económico, en donde se definen cuatro aspectos: -el desplazamiento de personas, sus motivos, sus actividades y el gasto que realizan-, sobre el final vuelve a reducirlo en términos de las actividades que las personas realizan, y la posibilidad del gasto turístico. De esta forma, se simplifica nuevamente su definición a la esfera económica.

Otro actor clave en el panorama actual de la actividad turística es la UNESCO, organismo especializado de la ONU al que también guía la idea de “desarrollo”. Éste despliega acciones a nivel internacional en las materias que su mismo nombre propone, pero sus intervenciones se despliegan en los niveles nacionales, regionales y locales. Entre sus principales acciones ligadas al turismo se encuentran diversas declaraciones acerca de la diversidad cultural y las nominaciones patrimoniales de la humanidad<sup>5</sup>, como acción de reconocimiento y protección de “nuestros” legados e inventario cultural de la “humanidad”. La siguiente es una de sus declaraciones, extraída de su página oficial:

“

La diversidad y singularidad de nuestras culturas enriquece nuestras vidas, ayudándonos a construir comunidades resistentes, innovadoras e integradoras. La UNESCO tiene como prioridad preservar, promover y compartir estos aspectos de la humanidad. Tratamos de celebrar nuestro patrimonio común, porque la cultura es un bien público mundial<sup>6</sup>.

La UNESCO entiende a la “diversidad” y “creatividad” cultural como fuente para el progreso y el desarrollo. De hecho, la “cultu-

---

<sup>5</sup> La Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural es un documento creado por la UNESCO en la Conferencia General de 1972, celebrada en París. La función más importante de dicha convención fue la creación de un Comité intergubernamental de protección del Patrimonio Cultural y Natural de Valor Universal Excepcional#, denominado “Comité del Patrimonio Mundial” quién sería el órgano de aplicación de toda la normativa de Patrimonio Mundial

<sup>6</sup> Extraído de <https://web.archive.org/web/20230621200811/https://www.unesco.org/es> el 25/10/2023

ra”, considerada en un sentido tradicional como “la totalidad del estilo de vida de un grupo o sociedad” (Wright, 1998, p. 129) se ha convertido en un instrumento, un recurso para las políticas de desarrollo exterior desde la década de los noventa que, para el caso de Unesco se plasmó en un código de ética global (Ibídem).

A su vez, desde un costado más programático, las acciones de este organismo resultan en una política muy relevante para la actividad turística. Por un lado, cuando la UNESCO patrimonializa un sitio que se define como “de la humanidad”, en realidad se legitiman los valores asignados al sitio por sectores dominantes de la nación en cuestión y la comunidad mundial, de modo que “el destino” recibe un nuevo estatus. Todos estos son procesos sociales de construcción y selección realizados por actores hegemónicos entre los cuales se encuentran los organismos científicos, los medios de comunicación y el Estado. Esto colabora ampliamente en que los sitios patrimonializados sean construidos como “atractivos turísticos”, a los que se les adjudica una valorización turística (más allá de la valorización patrimonial), abriéndose la posibilidad de ser utilizados por y para la actividad turística (Almirón et al., 2006). Esto justamente configura una de las estrategias que los Estados utilizan para crear nuevas “ofertas” culturales o naturales para el país y el mundo. En este sentido, en los procesos actuales de política, promoción y desarrollo turístico -tanto públicos como privados- la “cultura”, como la “identidad cultural”, son utilizadas y significadas como “recursos turísticos”, en un sentido esencialista, en pos de la diversificación económica, pero también con fines sociopolíticos como la cohesión social y el refuerzo de la identidad nacional, politizándose así sus sentidos (Gorgone et al., 2021).

Sin embargo, esto no está exento de problemáticas. Sería importante reparar aquí en algunos aspectos que están relacionados: la visión del “desarrollo” que tienen estos organismos y la autoridad que poseen para hacerlo.

Por un lado, la UNESCO ostenta una legitimidad construida a partir de considerarse como organismo de carácter “científico” y, por lo tanto, neutral, y apolítico, por lo cual puede detentar el

poder de ayudar al “bienestar general mundial”. Se podría decir, retomando las ideas de Abrams (1988, p. 76) para los estados naciones, que estas organizaciones se presentan como “una expresión integrada del interés general, limpiamente dissociada de todos los intereses sectoriales y de las estructuras -clase, raza, iglesia- asociadas a los mismos”. Esta supuesta neutralidad de intereses disimula el ejercicio de poder que estos organismos llevan a cabo y que suele cristalizar visiones occidentales y eurocéntricas sobre las declaraciones que realiza. En este sentido, por ejemplo en la Lista Representativa del Patrimonio Oral e intangible de la UNESCO, se exaltan las obras maestras del patrimonio oral e intangible, caracterizadas por destacar lo espectacular y lo grandioso, sin considerar que los criterios que subyacen a estas valorizaciones ya suponen escalas de valor establecidas desde posiciones de grupos de poder, en relación a lo que se considera “excepcional”, “universal” e incluso “útil” a las estrategias de desarrollo nacional (Villaseñor Alonso & Zolla Márquez, 2012).

Por otro lado, y como se mencionó anteriormente en relación a cómo se entiende la cultura, tanto la UNESCO como las diferentes políticas provenientes del sector público y del privado para fomentar la actividad turística, utilizan las “viejas ideas de cultura” (Wright, 1998, p. 129). Estas concepciones consideran a la cultura como conjunto de atributos definidos y delimitados, un sistema de significados compartidos por un grupo de personas homogéneas, y que se reproduce inalterable en el tiempo. De esta manera, la diversidad cultural se parece más a un gran mosaico de variados colores y formas que a la realidad: un complejo y diverso entramado de relaciones sociales, que se hibrida, en constante cambio y conflicto, atravesado por desigualdades.

Por último, y aunque no agota nuestra nómina, también hay una relación entre estas ideas tradicionales de cultura y de diversidad cultural y las declaraciones patrimoniales de la UNESCO. En las mismas parece haber nostalgia por el pasado y miedo a seguir perdiendo la diversidad cultural de este mundo, producto de las tendencias globalizadoras que conducirían cada vez más a la homogeneidad, en lugar de a la hibridez cultural. Guiado en parte por este espíritu, la UNESCO preserva y “conserva” lo que

los Estados-parte acuerdan en asambleas; es decir, las singularidades de humanidad que consideran relevantes. El problema nuevamente es que la visión esencialista y armónica de la cultura que mencionamos trae riesgos, sobre todo en relación con el “patrimonio cultural inmaterial” -que consiste en la preservación de “manifestaciones culturales” de todo el mundo. Al respecto, Villaseñor Alonso y Zolla Márquez (2012) mencionan los procesos de folklorización y mercantilización de las formas culturales locales, así como el riesgo de que los verdaderos portadores de esas culturas puedan ser despojados de su propiedad, que a través de las declaratorias patrimoniales de la UNESCO se traslada desde ellos y su localidad al total de la humanidad.

Como resumen de este apartado, entendemos que tanto el Estado como los organismos internacionales generan o bien políticas turísticas o bien que impactan en el turismo, que persiguen “el desarrollo”. Éste no está exento de problemáticas consecuentes con las definiciones, propuestas y políticas que se favorecen en distintos niveles territoriales. Desde la definición preeminente económica del turismo que tan sólo lo observa como fuente de ingresos de dinero y personas, a los efectos indeseados de la patrimonialización de la cultura, la transformación de ésta en un recurso estático y su mercantilización. Además, no es menor la autoridad y legitimidad de estos organismos pertenecientes a la ONU, y de los Estados nacionales, como “guardianes” del bienestar general.

## ¿Qué tienen para aportarnos las ciencias sociales y humanas para pensar el turismo?

---

### *El turismo como práctica de los sujetos*

Desde la perspectiva social algunas indagaciones se vinculan a la práctica turística como un tipo de comportamiento que realizamos los seres humanos y que se distingue de otros por sus significados y sus contextos, entre otras características.

Para definir esta práctica de los sujetos, se suele recurrir a algunas oposiciones. Una de éstas es pensar al turismo como opuesto

al trabajo y por ende a la fijeza territorial que, hasta hace pocos años, el mismo suponía. Esta oposición se basa en los orígenes del turismo, pero también en los del capitalismo, al que referiremos algunas breves líneas. El capitalismo es un sistema socio-productivo que surge en Europa a partir del Siglo XVIII, aunque con antecedentes anteriores y que fue acompañado por otros procesos sociales y culturales. Entre los mismos se encuentran el declive de las religiones como formas predominantes de explicar el mundo y de regular el comportamiento de las personas, la consecuente expansión de la Ciencia y la Razón como formas de entenderlo y explicarlo, el surgimiento de los Estados-nación como formas políticas fundamentales, y la consolidación de la organización económica basada en la propiedad privada y la venta del trabajo de las personas, generando excedentes que pueden ser acumulados (Revueltas, 1990). De la mano del Capitalismo, surgió el trabajo asalariado como el principal modo de ocupación de las personas, y con ello la organización y el control de los tiempos sociales e individuales. Castel (1999) indica que desde el siglo XVIII el trabajo es considerado como fuente de riqueza personal y social, y de esta forma genera un estatus de honor y reconocimiento privilegiado. Como contrapartida, el ocio es criminalizado, ya que las condiciones estarían dadas para que cada uno, a través de su propia autodeterminación, esfuerzo y deseo de superación encuentre una ocupación laboral. Entonces, el trabajo pasa de ser una necesidad, un destino de los desafortunados y una obligación moral y religiosa a una fuente de honor y de definición humana.

De este modo, el trabajo comenzó a ocupar cada vez más tiempo de la vida de las personas y se convirtió en un valor social. Puede resultar curioso, pero en sociedades pre-capitalistas tanto como en sociedades actuales que no se organizan principalmente desde estos valores, el tiempo “de trabajo” y el tiempo “libre” no están dissociados, sino que ocupaciones necesarias para la subsistencia y tiempos de ocio conviven interconectados. Sin embargo, en Occidente aconteció esta disociación que llevó a que el tiempo de trabajo se diferenciara del tiempo de ocio o dedicado a otras actividades. Debido a esta primera disociación es que considera-

mos al turismo como opuesto al trabajo, ya que en sus orígenes comenzó a llevarse a cabo en los tiempos extraídos al trabajo, en los tiempos en que éste había terminado. De hecho, en su propia génesis, las vacaciones surgen del paradigma capitalista industrial como un acuerdo entre los trabajadores y el capital, ya que el trabajador necesita del descanso para seguir produciendo (Hiernaux, 1994).

A su vez, pensamos al turismo en oposición al trabajo por la cualidad de la experiencia que solemos vincular a ambas actividades: mientras se concibe al turismo relacionado con el placer, el disfrute y la relajación, al trabajo se lo vincula con las obligaciones, los padecimientos y el estrés. Sin ir más lejos, el primer modelo masivo del turismo se lo denominó de “sol y playa”, o como las “tres S”: *Sun, Sea & Sand* (sol, mar y arena), al que luego se le agregó una cuarta “S” relativa al sexo, todos elementos que relacionamos socialmente a la diversión y al placer.

Asimismo, se considera al turismo como corte, como separación momentánea de nuestra vida cotidiana, es decir, como oposición a la forma en que nuestra vida social, familiar y laboral es organizada alrededor de obligaciones y necesidades bio-sociales como el trabajo, pero también otras actividades habituales como dormir, cocinar o sacar el perro a pasear. No obstante, es a través de esta oposición que se habilita la posibilidad de poder experimentar sensaciones de libertad, de descubrimiento, o de asombro al hacer algo fuera de lo común o de aquello que debemos hacer para sencillamente subsistir. Graburn (1992) propone pensar el turismo como un pasaje ritual, de la dimensión de lo cotidiano u ordinario a otra de lo extraordinario, que se da en ciclos complementarios. Como una vivencia de una porción de nuestras vidas bajo otras coordenadas temporales y espaciales distintas a lo cotidiano; así sea un “no hacer nada”, ya funciona como antónimo y hasta una disputa a la vida productivista que lleva nuestra sociedad. Más allá de la oposición entre las dimensiones planteadas por Graburn, y de su complementariedad, debe señalarse que el ocio y el turismo, si bien pueden vivenciarse como momentos “sagrados” o del flujo de lo extraordinario, no se constituyen fuera de las normas de la vida social. Se fundan

en las mismas y a la vez sirven para la continuidad de la vida laboral, social y familiar.

Eso no quiere decir que en cada una de esas actividades no pongamos algo de nosotros resultando en una experiencia personal significativa. En definitiva, sea el comer en familia los domingos los raviolos de la abuela, irnos a una escapada con nuestra pareja, asolearnos en una playa en un *all inclusive* o viajar hasta Mercedes para pedirle un favor al Gauchito Gil, todo tiene un sentido. Todo aquello que hacemos habla de nosotros, de nuestras identidades, de nuestras pertenencias, de nuestras creencias en las que se conecta el mundo laboral y el tiempo de ocio y el turismo.

En la actualidad, estas oposiciones se han reblandecido, ya que el turismo y las actividades laborales pueden compartir tiempos en común como, por ejemplo, una periodista de viajes, que al mismo tiempo que viaja, recaba información para su actividad laboral, o una persona que trabaja en forma remota quizás se encuentra viajando por el mundo, al tiempo que, por momentos, se ocupa de sus actividades laborales. Por otro lado, no toda experiencia turística será por completo placentera y de disfrute, ni tampoco relajada. Puede haber momentos durante los viajes que supongan esfuerzos físicos (como subir una montaña o caminar por una ciudad) y también puede haber momentos de estrés o de malestar físico o mental.

Relacionado a otras discusiones y, tomando como base la oposición con el trabajo, el turismo se diferencia de otro tipo de movilidad humana: las migraciones. Mientras que éstas se definen como movilidades en relación a actividades laborales, con viajes por largos o indefinidos períodos de tiempo y con una fijeza territorial, el turismo se considera como un tipo de movilidad con objetivos distintos al trabajo, por períodos de tiempo limitados (y en general cortos) y con desplazamiento constante. Para turistas y migrantes la experiencia de la movilidad es distinta, a la vez que es diferenciadora, ya que en tanto los primeros tienen libertad de movimiento, de acuerdo con su posición privilegiada (de nacionalidad, de clase, de pertenencia étnica, de género,

de edad o todas las anteriores), los segundos tienen una libertad limitada por las mismas variables. Los requisitos de visa y las posibilidades de viaje no son los mismos para quien sale desde un país del Norte Global que para quien parte de un país latinoamericano, africano o asiático (Oechimen, 2019).

Asimismo, en las migraciones la movilidad como uso de recursos materiales y simbólicos se ponen en juego para la reproducción del propio sujeto o su grupo familiar o social más próximo: viajan para mejorar su situación socio-económica, la de sus familias, o las de su círculo social. De esta forma, pueden entenderse como estrategias de reproducción social en el sentido de Bourdieu, como

““

Un conjunto de prácticas empíricamente diferentes a través de las cuales los individuos o sus familias tienden, consciente o inconscientemente, a conservar o aumentar su patrimonio y, correlativamente, a mejorar o mantener su posición en la estructura de relaciones de clase. (1988, p. 122)

En el turismo, la movilidad pone en juego recursos materiales y simbólicos, pero no para la reproducción social del propio sujeto o su grupo, sino como estrategia de reconversión (Bourdieu, 1988), a través de la cual se transforma una especie de capital en otro que, a ojos del agente social, resulta más eficiente. En este caso, el capital material o económico se reconvierte a través del viaje turístico en capital cultural incorporado, construyéndose una estrategia de acumulación simbólica de este tipo de capital.

### *El turismo como práctica de consumo*

Vinculado a lo anterior, cabe preguntarse ¿quién puede “moverse”? ¿Con qué fines se mueven? ¿Quién puede acceder al ocio y turismo? ¿Quién tiene tiempo libre? ¿Quién posee el dinero para unas vacaciones? No es lo mismo para quien tiene un trabajo estable y un salario con el que cuenta cada mes, que para alguien que no lo tiene. Pero, además, ese hecho se conjugará con las otras dimensiones mencionadas, si es varón, mujer o de

las disidencias sexo-genéricas, las posibilidades de viajar quizás sean distintas. De igual manera, si es de origen indígena, o si es migrante interno o migrante de un país limítrofe, la movilidad puede verse reducida.

En definitiva, el turismo supone una forma de viaje que se vincula al privilegio de la libertad en términos de la movilidad que algunas clases sociales tienen, y dentro de éstas, algunos grupos particulares (Bauman, 2011).

Pero no solo implica la posibilidad de la movilidad (y además con fines de placer), sino que el turismo como práctica de viaje se enjambra en la estructura social a la que las personas pertenecen y se constituye como una práctica social de consumo, o sea, como práctica de diferenciación social y distinción simbólica entre las clases sociales (García Canclini, 1995).

Las distancias físicas y simbólicas, así como la construcción de los lugares como exóticos y paradisíacos, dan cuenta de lo “exclusivo” del viaje como consumo, viaje al que no todo el mundo puede acceder y, por ende, viaje que establece una pertenencia de clase social y un estatus. En este sentido, el turismo, en tanto consumo, también se construye como sistema de comunicación compartido, a través del cual se establecen significados acerca de los viajes como “comunes”, “de lujo”, “exóticos”, y a través de dichas categorías, formas de distinción social.

### *El turismo como fenómeno social complejo*

Ahora bien, como parte del sistema social y económico capitalista, el turismo es también una actividad que incluye diversas dimensiones: económicas, sociales, culturales, jurídicas, ambientales, etc. y de acuerdo sobre cual se focaliza, se encuentran distintos tipos de definiciones. Desde estudios críticos, algunos de los cuales ya fueron mencionados en otros apartados, se indaga en la actividad turística como práctica hegemónica, inserta en el modelo capitalista neoliberal y neo-extractivista (Svampa, 2019) a través de conceptos como la turistificación, la patrimonializa-

ción y la gentrificación, que abordan tanto los procesos de construcción de atractividad y puesta en valor turística, como de la mercantilización, folklorización y exotización de espacios, culturas, identidades y de la naturaleza.

Algunos investigadores analizan al turismo como un fenómeno de tipo particular, en el que distintos actores sociales interactúan a distintas escalas: sociedades, organizaciones estatales de distintos niveles, otros tipos de organizaciones de carácter públicas o privadas y sujetos.

Nash (1986) lo define como una forma de relación entre sociedades, que se basa en desigualdades entre las mismas. Este autor, en particular, considera que el turismo es una forma de imperialismo, es decir, una forma de dominación, dado que reproduce relaciones de poder entre sociedades occidentales “del primer mundo” y sociedades no occidentales y “del tercer mundo”. Para analizar esta relación, Nash tiene en cuenta las historias coloniales entre regiones, las posibilidades económicas y de disponibilidad de tiempo libre que gozan los ciudadanos pertenecientes a centros metropolitanos, en contraste con los de las zonas con menores posibilidades socio-económicas. Asimismo, considera cómo los países receptores de turismo se acomodan a las necesidades y tiempos de los turistas provenientes de países emisores.

Otros autores como Valverde (2006) definen al turismo como un campo en el sentido de Bourdieu (1999): el campo turístico. De este modo, lo consideran como escenario de posiciones de poder entre los actores sociales implicados en la actividad, que permite analizar sus estrategias, los intereses acumulados en el tiempo y la distribución de distintos capitales en juego (social, simbólico, económico, político, etc.), al tiempo que es posible indagar en las relaciones de fuerza entre los actores sociales a la luz del devenir histórico de dichas relaciones. De esta forma, se analizan las desiguales posiciones y relaciones existentes entre quienes participan del campo turístico: los distintos niveles del Estado, las comunidades locales en sus diferentes y desiguales composiciones, los actores empresariales, y las organizaciones sin fines

de lucro, así como la injerencia de organismos internacionales. Siguiendo la tradición antropológica, este tipo de estudios (Valverde, 2006; Gómez, 2013) suele explorar al campo turístico en pequeñas localidades, analizando en profundidad las construcciones simbólicas y materiales que cada sector y actor participante en el campo realiza, comprendiéndolas en el marco de sus posiciones, intereses e historias particulares.

En otros trabajos con un abordaje territorial del turismo desde procesos de extensión- investigación (Gómez et al., 2013; Rossi et al., 2016; entre otros), se realiza un planteo similar al descrito en párrafos anteriores, considerando al turismo como un espacio social de articulación de actores sociales internos y externos que se vinculan teniendo distintos intereses, posicionamientos e historias, pero también de articulación de territorios. Desde estos trabajos que acompañan a grupos locales y comunidades en el desarrollo de turismo, éste es considerado una potencial herramienta de fortalecimiento territorial y comunitario, e instrumento de visibilización y reconocimiento social de grupos subalternos que, de otros modos, son pasados por alto. Por consiguiente, el turismo que, desde lógicas estatales y capitalistas puede servir para folklorizar y mercantilizar las culturas e identidades sociales de grupos subalternizados, en el marco de lógicas solidarias y de construcción comunitaria puede constituirse en una potente herramienta contra-hegemónica, a través de la cual construir narrativas sociales que incluyan las propias elaboraciones históricas, así como los diagnósticos comunitarios sobre las problemáticas sociales, culturales, económicas y jurídicas que les afectan.

En definitiva, desde estas líneas de pensamiento se plantea una crítica hacia la intervención de los actores extra-locales y del Estado considerándola como verticalista; abogando, en cambio, por una inversión de los procesos, es decir, partiendo desde de las comunidades, sus saberes y sus lógicas para llegar al “tan deseado desarrollo”. Se considera entonces un turismo “desde abajo” en el que prevalezcan las especificidades, las diferencias y las particularidades locales y regionales; en el que los encuentros posibiliten los debates y consensos en la construcción de un

conocimiento colectivo, la apropiación del territorio y el sentido de pertenencia que fortalece la identidad local. Por último, se concibe a los actores locales como protagonistas de este desarrollo con la posibilidad de mediar en la organización del espacio productivo y turístico de manera sustentable (Rossi et al., 2016).

## Reflexiones finales

---

Dentro de todo este estado de situación, ¿qué es lo que se escribe, se pregunta, se investiga sobre el turismo? Por un lado, la producción académica de la disciplina misma del turismo, en términos generales, es incipiente y aún prima una perspectiva hegemónica economicista, tal como se expuso en el primer apartado.

Por otro lado, desde la OMT, como el organismo internacional más relevante en torno al turismo, si bien se busca contemplar distintas dimensiones en la definición de éste, finalmente se lo reduce nuevamente a su aspecto económico y en particular como herramienta de desarrollo equivalente a crecimiento económico. La UNESCO articula con esta definición de turismo en tanto manifiesta que algunos de los elementos culturales de los cuales se sirve el turismo, como ser la cultura, el patrimonio y la ciencia, pueden ser considerados elementos de desarrollo y progreso. En ese sentido, promueve las listas patrimoniales sobre elementos culturales discretos que muchas veces entran en conflicto con dichas declaratorias y con las consecuencias de las mismas, ligadas al desarrollo turístico sin injerencia de las comunidades.

Aparte de ello, se analizó la especificidad de la práctica turística diferenciándola de otras prácticas. Sin embargo, no es suficiente definir por la negativa, por lo que se buscó resumir algunas de las ideas que emanan de los señalamientos anteriores. Como práctica de los sujetos, en primer lugar, el turismo se realiza en momentos de ocio, aun cuando éstos no sean extensos y estén limitados por tiempos de trabajo. En segundo lugar, el turismo se caracteriza por ser vivenciado como una experiencia opuesta a lo cotidiano y, por ende, de carácter extraordinario. Como

tal, rompe el flujo de la vida cotidiana y se transforma en una especie de juego (Graburn, 1992). En tercer lugar, como forma de movilidad, supone el uso de recursos materiales y simbólicos, no para la reproducción material del propio grupo o sujeto, sino para acumulación de capital cultural y como forma de distinción social, y pertenencia a una clase social.

Cómo fenómeno social complejo, el turismo no se observa como mera actividad o escenario, sino que es analizado desde las tramas de relaciones históricamente instituidas entre actores y sectores sociales, cuyos posicionamientos e intereses en ocasiones son contrapuestos. Dentro de esta perspectiva, mientras algunos autores analizan dichas relaciones desde visiones analíticas ajenas a los territorios, otros trabajan con los grupos y comunidades, incorporando un enfoque del turismo funcional a las mismas y no a agentes externos.

Igualmente, este texto pretende contribuir al tratamiento del turismo desde una mirada compleja y situada, desnaturalizando algunas ideas del sentido común de este campo. Así, consideramos que la práctica turística es realizada por los sujetos dentro de estructuras socioculturales y afectados por las mismas, por lo tanto, debe tenerse cuidado al hacer señalamientos de sentido común tales como “todos podemos viajar”, “desde los principios de la humanidad las personas hacen turismo”. Del mismo modo, podemos considerar que estos condicionamientos socioculturales están presentes en las interrelaciones entre turistas y locales, pero también, entre sociedades que se vinculan a través del turismo. Frases como “el turismo propicia el intercambio cultural” o “se dan choques de culturas” no tienen en cuenta dichos condicionamientos sociales, culturales e históricos. Es decir, las relaciones de desigualdad y poder entre las sociedades y sujetos que participan del campo del turismo.

Finalmente, se busca poner en duda las ideas felices del desarrollo y su promesa de progreso económico que solemos escuchar a través de “la teoría del derrame”, proponiéndonos pensar las formas en que el turismo se suele desarrollar y gestionar. Así, se

propone repensar el desarrollo turístico desde coordenadas más amplias que el crecimiento económico, incluyendo la consideración de lo social, lo cultural y lo ambiental como dimensiones intrínsecas a las propias comunidades y no elementos externos, separables o a ser tenidos en cuenta a posteriori. En definitiva, y retomando ideas expuestas anteriormente, se considera al turismo como una herramienta de desarrollo siempre y cuando se la sitúe socioculturalmente, se la construya de abajo hacia arriba, partiendo de las necesidades y concepciones de las comunidades, sus saberes y sus particularidades.

## Bibliografía

Abrams, P. (1988). Notes on the Difficulty of Studying the State. 1977. *Journal of historical sociology*, 1(1), 58-89.

Almirón, A., Bertoncello R. & C. A. Troncoso (2006). Turismo, patrimonio y territorio: una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15(2), 101-124.

Bauman, Z. (2011). *La globalización. Consecuencias humanas*. Fondo de Cultura Económica.

Almirón, A. V., Bertoncello, R., Kuper, D., & Ramírez, L. (2008). El turismo como impulsor del desarrollo en Argentina. Una revisión de los estudios sobre la temática. *Aportes y transferencias*, 12(1), 57-86.

Bourdieu, P. (1988). *La distinción*. Editorial Taurus.

Castel, R. (1999). *La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salario*. Paidós del Acevedo Ibáñez, E & Schluter, R.. (2012). *Diccionario de Turismo*. Editorial Claridad.

García Canclini, N. (1995). *Cómo se forman las culturas populares: la desigualdad en la producción y el consumo. Ideología, cultura y poder.* (5). Secretaría de Extensión Universitaria, Facultad de Filosofía y Letras, Oficina de Publicaciones CBC, Universidad de Buenos Aires.

Gómez, S. (2013). Pueblos originarios y turismo en la Provincia del Chaco: construcción de “lo indígena” y mercantilización de la cultura. *Cuadernos de Antropología*, (9), 105-125.

Gómez, S., Rossi, E., Mallo, J. & Rampello, P. (2013). Revalorización del patrimonio cultural, ambiental y productivo de la zona de Colonia Urquiza (La Plata) a través de un Proyecto de Extensión Universitaria: primeros pasos. En L. Abad & A. Villafañe (Coords), *La Antropología social hoy: a 10 años del nuevo siglo.* Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

Gorgone, A., Becka, L., Barrios, D., Darago, L. & Salessi, L. (2021). La cultura como recurso turístico. Actores y discursos en el proceso de nominación de los clubes de remo del municipio de Tigre como Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO. *Revista Universitaria de Geografía*, 30(1), 133-170. <https://revistas.uns.edu.ar/rug/article/view/4077>

Graburn, N. (1992). Turismo: el viaje sagrado. En V. Smith (comp.) *Anfitriones y Turistas.* Ediciones Endymion.

Hiernaux, D. (1994). En busca del Edén: turismo y territorio en las sociedades modernas. *Revista Ciudades*, 23, 24-30.

Oehmichen Bazán, C. (2018). *Movilidad e inmovilidad en un mundo desigual: turistas, migrantes y trabajadores en la relación global-local.* Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México.

Otamendi, A. M. (2015). *El viaje interno: Símbolos, narrativas y turismo ovni en creyentes de los extraterrestres de la Argentina.* [Tesis doctoral, Universidad de Buenos Aires]. Repositorio Filo Digital. <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/5987>

Revueltas, A. (1990). Modernidad y Mundialidad. *Estudios, filosofía, historia, letras* 23, 120-133.

Rossi, E., Gómez, S., Márquez, G., Rampello, P. & Molinari, G. (2016). *El turismo como articulador social, cultural y productivo* [Conferencia]. VII Congreso Nacional de Extensión Universitaria. Paraná, Argentina. DOI:[10.13140/RG.2.2.19474.30404](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19474.30404)

Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo..

Simaro, J., Tonelli, O., & Carús Ribalaygua, C. (2012). Gestión de intangibles en pymes turísticas: Un caso de aplicación de las directrices MERITUM. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(1), 249-269. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322012000100014&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000100014&lng=es&tlng=es)

Svampa, M. (2019). *Las fronteras del neoextractivismo en América Latina. Conflictos socioambientales, giro ecoterritorial y nuevas dependencias*. CALAS.

Valverde, S. (2006). *Las condiciones de existencia y las prácticas de reproducción de la población mapuche en las regiones turísticas de las Provincias de Neuquén y Río Negro*. [Tesis de Doctorado Universidad de Buenos Aires] Repositorio Filo Digital. <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/4167>

Villaseñor A. I., & Zolla Márquez, E. (2012). Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura y representaciones sociales*, 6(12), 75-101. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-81102012000100003](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102012000100003)

Wright, S. (1998). La politización de la cultura. *Anthropology Today*, 14(1), 1998, 1-19.