

Libros de **Cátedra**

Geografía Turística Mundial

Aportes y reflexiones ante los desafíos
actuales del fenómeno turístico a escala global

Fabrizio Gliemmo - Diego Eduardo Barrios
(coordinadores)

FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

S
sociales


EDITORIAL DE LA UNLP



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

GEOGRAFÍA TURÍSTICA MUNDIAL

APORTES Y REFLEXIONES ANTE LOS DESAFÍOS ACTUALES DEL FENÓMENO TURÍSTICO A ESCALA GLOBAL

Fabricio Gliemmo
Diego Eduardo Barrios
(coordinadores)

Facultad de Ciencias Económicas



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA



Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos a la Universidad Nacional de La Plata la cual a través de la Colección Libros de Cátedra de la Editorial EDULP nos brindaron el espacio y la oportunidad para la publicación de este libro.

A las autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata, quiénes han apoyado y apoyan el desarrollo de la carrera de Turismo; por apuntalar nuestro desempeño docente y de investigación.

A los jóvenes profesionales Malena Lay, Emilia Cortina Martinez, Sofía Mirabelli, María Belén Rojo, Antonella Barbosa, Samanta Solari, Hernán González Ghirimoldi, Camila Bardón, todos egresados de la Licenciatura en Turismo de la FCE-UNLP.

A quienes además de acompañarnos en el proceso de enseñanza aprendizaje y en los desafíos cotidianos de la cátedra, han sumado su colaboración y reflexiones en este proyecto; especialmente a Jimena Oroná, Agustín Ottone, Lara Morel, Sofía Magalí Cutule por sumarse al desafío de aportar al libro de cátedra. Y a Gabriel Losano por sus aportes técnicos en la elaboración cartográfica.

A investigadores, docentes, graduados y alumnos que directa o indirectamente contribuyen en nuestra profesión y motivan a nuevos proyectos.

A todos nuestros seres queridos y familia quiénes acompañan cada paso de nuestras vidas, en especial a Paula, Felipe, Lorenzo y Aurelia.

Índice

Agradecimientos	3
Introducción	6
PRIMERA PARTE	
Geografía Turística: desafíos actuales	9
Capítulo 1	
Algunas consideraciones preliminares	10
<i>Fabrizio Gliemmo</i>	
Capítulo 2	
Temas de la Agenda Turística Internacional	22
<i>Fabrizio Gliemmo</i>	
Panorama turístico mundial	49
<i>Diego Eduardo Barrios</i>	
Capítulo 3	
Regionalización Turística a partir de la clasificación realizada por la OMT	62
<i>Fabrizio Gliemmo y Diego Eduardo Barrios</i>	
SEGUNDA PARTE	
Estudios de caso	68
Capítulo 4	
Disneyización y tematización en destinos turísticos, ¿un fenómeno postturístico?: el caso Las Vegas (Nevada)	69
<i>Sofía Mirabelli</i>	
Posicionamiento turístico a partir de la industria cinematográfica y los imaginarios. Caso Nueva York (NY)	85
<i>Camila Bardon</i>	
Capítulo 5	
Motivaciones de la Generación Z: Turismo sustentable y Working Holiday en Australia	92
<i>Agustín Ottone y Lara Morel</i>	

Capítulo 6

Impacto del terrorismo en las llegadas internacionales por turismo: caso España _____ 102
María Belén Rojo

Transformaciones Territoriales a partir de la “Gentrificación”, “Turistificación”
 y “Overtourism”: casos en ciudades europeas _____ 109
Emilia Cortina Martinez y Fabricio Gliemmo

Capítulo 7

El gigante asiático y el futuro del turismo internacional _____ 122
Samanta Solari

Capítulo 8

El origen de prácticas gastronómicas-religiosas hindúes que adopta el turismo
 en la actualidad _____ 133
Jimena Oroná

Capítulo 9

Desarrollo turístico en el Parque Nacional Kruger, Sudáfrica: conservación de fauna
 y turismo sostenible _____ 144
Sofía Magalí Cutule

Capítulo 10

Tierra Santa: peregrinaciones y turismo _____ 153
Malena Lay

Capítulo 11

Inestabilidad social en Medio Oriente: “Primavera Árabe” y turismo en Egipto _____ 164
Antonella Barbosa

Capítulo 12 _____ 175

Desde la ciencia ficción a la realidad. Turismo espacial, ¿una tendencia en auge?
Hernán González Ghirimoldi

Los autores _____ 185

Introducción

Escribo para comprender, y desearía que el lector hiciera lo mismo, es decir, que leyera para comprender. ¿Comprender qué? No para comprender en la línea que yo estoy tratando de hacerlo; él tiene sus propios motivos y razones para comprender algo, pero ese algo lo determina él

-José Saramago: sobre por qué escribe

En la actualidad asistimos a renovados desafíos en la formación académica dado el perfil cambiante de alumnos y graduados de la licenciatura en turismo. Así como también, en cuanto a la demanda de los profesionales del sector, tal como resulta en las agencias de viajes, operadores mayoristas, y en particular desde la gestión y planificación de la práctica turística. En base a esta realidad y considerando que desde el año 2008 se dicta la asignatura Geografía Turística Mundial en la carrera de Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Plata (FCE-UNLP), resultaba imperiosa la concreción de un libro de cátedra que sistematice parte del recorrido de la cátedra desde aquellos inicios de la carrera en la sede de la ciudad de La Plata.

Cabe señalar que en el año 2002 desde la FCE se pone en marcha la Ordenanza N° 134/01 la cual define el Plan de Estudio (PE) de la carrera de Licenciatura en Turismo¹, como una apuesta que intentaba responder nuevas demandas de época relacionadas con el interés creciente que el turismo había tomado a nivel local y regional. Ante la necesidad de generar esa respuesta, actualizar conocimientos científicos, entre otros motivos, la institución postula una serie de objetivos enmarcada en la propuesta general sobre el perfil de recursos humanos necesarios ante los nuevos escenarios. En la actualidad, el mencionado PE se encuentra transitando por un proceso de revisión y actualización, mediante la creación de una comisión técnica integrada por docentes, graduados y alumnos con el objetivo de recibir la propuesta de mejora respecto al plan actual.

Transcurridos estos años, el compromiso para con los cientos de alumnos y la institución que nos acoge fue y es la motivación de aportar al entendimiento y a la formación profesional desde la ciencia geográfica. A su vez, la necesidad concreta de realizar una contribución a la profesionalización de quienes en la práctica trabajan en el sector, entendidos o no en el mismo, aun cuando siga dominando la tradicional visión economicista dirigida a formar empresarios y gestores. Resulta oportuno en este punto, al considerar el entorno y la época, compartir lo señalado por Barrado y Calabuig (2001) en su obra general sobre geografía mundial del turismo:

En este nuevo contexto, la formación geográfica en sentido amplio es de vital importancia, dado que aspectos como la calidad o la competitividad de los productos turísticos se apoyará cada vez más en la calidad y diversidad de sus

¹ Plan II R.M 110.502- Ord.134/01 y Modificación de la Ordenanza 144/06; (aprobado por Resolución Ministerial N° 1105/02).

recursos territoriales, paisajísticos y ambientales; así como en la correcta gestión de los destinos entendidos conjuntamente como el ámbito de producción y disfrute del turismo y del ocio. (2001, p. 9)

La cursada de la materia “Geografía Turística Mundial” en segundo año, a fin de cuentas, resulta ser el último contacto estrecho entre los alumnos y la ciencia geográfica en la currícula; es por este motivo que se nos desafía a concebir, planificar y partir desde un abordaje de diseño de propuesta metodológica desde la complejidad espacial y territorial del fenómeno turístico.

Tal como plantea Hiernaux (2020), durante gran parte del siglo XX asistimos al denominado:

(...) carácter explosivo del turismo de masas”, las cifras oficiales apuntarían a un crecimiento continuo casi desmesurado del turismo. De los pocos más de cincuenta millones de turistas en la década de los cincuenta a los casi 1,400 millones en 2018, se presenta un salto cuántico que impresiona a simple vista (...) Las tasas de crecimiento anual de los turistas que se desplazan por el mundo tienden a equipararse a las del crecimiento económico en los años de oro del crecimiento del sistema capitalista entre el final de la segunda guerra mundial y la caída del Muro de Berlín, ese gran ciclo de crecimiento del capitalismo en la posguerra que no ha podido equipararse en las tres décadas siguientes. (2020, p. 998)

En lo referente a la materia se debe explicitar que se abordan problemáticas en muy diversas escalas con un énfasis en espacios y territorios desarrollados/subdesarrollados/dependientes, más allá de la cercanía geográfica, son desconocidos por el alumnado, razón por la cual, en ocasiones se parte de prenociones, naturalizaciones y preconceitos que deben ponerse en evidencia a fin de realizar un proceso de reconocimiento, sensibilización, descripción e indagación de sociedades, culturas y espacios que se identifican en la materia.

En ese sentido, vale recordar que el espacio es histórico, y como tal un mosaico de construcciones pasadas y actuales. Desde nuestra disciplina, debemos abordar los actuales desafíos desde perspectivas más modernas, que nos permitan explicar el mundo donde vivimos (geografía explicativa), tal como nos propone Bozzano (2009).

En la actualidad, no contamos con una obra bibliográfica que haya sistematizado los contenidos de la materia; esta vacancia resulta en una demanda insatisfecha para los cientos de alumnos que cursan anualmente.

Un punto para destacar del proyecto libro de cátedra es la participación de colegas, jóvenes graduados, y alumnos avanzados de la carrera en la elaboración de algunos capítulos del libro. En ellos se logran plasmar diferentes estudios de caso que ilustran la realidad, problemáticas y desafíos actuales de los territorios turísticos mundiales en las relaciones de escala global-local. Sin dudas, la formación de jóvenes estudiantes y graduados representa un objetivo de alcance a mediano y largo plazo. Dicha situación, se refleja en la inclusión de nuevos adscriptos y graduados al proyecto que se ha convocado desde la cátedra.

En ese sentido, el libro no pretende ser una obra que se oriente a describir exhaustivamente las particulares asociaciones que, desde la geografía tradicional, se abordan sobre las relaciones y efectos espaciales que provoca la actividad turística; sino que intenta una visión generalista y regional, sin perder de vista la faz operativa de los estudios de caso que se seleccionaron a tal fin, destinada a orientar a los alumnos, futuros profesionales, y aquel público interesado y comprometido con la gestión y la planificación de los aspectos territoriales y medioambientales que se desenvuelven en la materialización de la práctica turística.

En definitiva, la colección de libros de cátedra de la editorial de la universidad (EDULP) resulta ser un proyecto editorial gestado en la universidad pública con una vocación democrática, comprometido e incluyente para quienes, o bien desde una cátedra, o bien como alumnos y público en general se interesan por temas de la geografía del turismo.

Por otro lado, y no menos importante, nos propone un marco inmejorable de análisis y reflexión sobre nuestras prácticas docentes y profesionales, también de difusión de nuestras investigaciones, a la vez que nos desafía a sistematizar lo antes mencionado como un producto concebido desde la cátedra para los alumnos, para el acervo de la carrera en la facultad y al público en general, en un contexto de profundos y vertiginosos cambios del turismo internacional y sus territorios.

PRIMERA PARTE

Geografía Turística: desafíos actuales

CAPÍTULO 1

Algunas Consideraciones preliminares

Fabrizio Gliemmo

Contexto en que se inserta “Geografía Turística” en el Plan de Estudio

En los albores del nuevo milenio el reconocido geógrafo brasileño Milton Santos en su célebre obra “Por otra globalización” (2000) señalaba a la actual etapa civilizatoria como el momento de “la cognoscibilidad del planeta”; esta le ofrecía al hombre moderno la posibilidad de conocer al mundo extensa y profundamente; tal situación, decía Santos, nunca había existido y se debe a los progresos en ciencia y técnica. Pero, a su vez, señala que vivimos un período que es una crisis, al referirse a que ésta es permanente, y dice “lo que tenemos son crisis sucesivas” (2000, p. 41).

En verdad, se trata de una crisis global, cuya evidencia se muestra tanto por medio de fenómenos globales como por manifestaciones particulares, en este o en aquel país, en este o en aquel momento, pero para producir una nueva experiencia de crisis. Nada es duradero. (2000, p. 41)

Estas consideraciones nos orientan como marco introductorio a una obra que está concebida para alcanzar diversos ámbitos académicos formativos, que incluyan o no a la ciencia geográfica en sus currículas, con la pretensión de analizar, descubrir, reflexionar e intervenir para transformar el “mapa turístico internacional”.

El desarrollo de la materia y sus contenidos son abordados desde un nivel acorde con las correlatividades definidas en el plan de estudios, se plantean y desarrollan nociones, conceptos y herramientas a trabajar en el semestre.

En el mundo actual, considerando su particular estructura, composición y distribución de su población, los innumerables conflictos políticos y sociales, sus características territoriales, el rol de los trabajadores, mujeres y niños, clases pasivas, etc., se abre la reflexión sobre la manera en la cual se estaría definiendo el mapa turístico de cara al 2030, o bien hacia el 2050 en un mediano a largo plazo. La crisis del petróleo y el uso de energías renovables, el consecuente calentamiento global, el manejo del recurso agua, su escasez y aprovechamiento en general,

etc., las comunicaciones y los nuevos modelos y modalidades de transporte, la inteligencia artificial, definen los temas de agenda ineludibles. En este punto vale la pena retomar el análisis que realiza Hiernaux (2012) sobre la difusión geográfica de la globalización al decir:

Se ha extendido una forma de analizar el mundo donde se otorga un reconocimiento a algunas dimensiones que no tenían lugar por el pasado, como el sentido del lugar o los imaginarios (Hiernaux y Lindón, 2006). En este contexto, podemos afirmar que algunas certezas fundamentales del estudio de la espacialidad humana se han modificado en sus bases mismas a partir de la constitución de una sociedad global. (2012, p. 13)

El análisis de la evolución del proceso de ocupación y organización de cada uno de los territorios, resulta significativo a la hora de comprender cuáles son las transformaciones que guían a la práctica turística y a los flujos de turistas y visitantes en cada uno de los espacios. Indagar en las características de atractivos naturales y culturales que guían la práctica y conocer la diversidad de ofertas turísticas existentes.

De este modo, se propone brindar una caracterización y descripción no exhaustiva del territorio turístico a escala planetaria. El abordaje se realiza desde una perspectiva geográfica integral dirigida a futuros licenciados en turismo, no excluyente de otras dimensiones de análisis ni de enfoques disciplinares. El propósito es brindar un marco de análisis que permita reflexionar críticamente sobre el fenómeno turístico actual, en relación con su materialización espacial en los principales escenarios internacionales.

Asimismo, las escalas temporales y espaciales permitirán mediante el análisis de casos vincular los espacios globales y locales desde la propuesta de “Territorios Posibles”.

El libro propone abordar algunos rasgos y/o atributos naturales y culturales característicos de los sitios y lugares turísticos. La propuesta intenta favorecer la comprensión y concientización del lector, en relación con procesos de valorización que intervienen en la definición y materialización del fenómeno turístico en diversos espacios regionales a escala mundial; identificando las múltiples causas y lógicas que originan las problemáticas y desigualdades territoriales resultantes. Los temas se abordarán desde un contexto regional que incluya al subdesarrollo, las relaciones de dependencia con otros espacios; así como también, la inclusión de la perspectiva de integración regional y globalización.

Se identifican las grandes problemáticas que afectan de manera diferenciada a los diversos territorios en cada una de las regiones turísticas a ser abordadas a escala planetaria: ambientales, sociales, culturales, políticas y económicas; así como también, los factores positivos y negativos que inciden en el desarrollo de los destinos, áreas y regiones turísticas.

Los temas y contenidos tratados en el programa de la asignatura

Como se sostiene en el programa de la asignatura, desde una perspectiva amplia en la formación de una geografía general y regional, abordamos e interpelamos desde la geografía turística al espacio, considerado como un producto social, resultado de las complejas relaciones y decisiones humanas. Así pues, resulta necesario articular y abordar desde diferentes ciencias y disciplinas al fenómeno turístico. Se indaga sobre la conformación del territorio turístico global y regional desde el reconocimiento del proceso de ocupación y organización de sus territorios, buscando comprender las problemáticas ambientales, sociales y económicas que existen generadas por la actividad turística; así como también los factores positivos que permiten el crecimiento de las áreas, destinos y regiones.

Se debe referenciar la gestión y planificación del turismo, aunque no resulta posible profundizar dada las características del curso, a modo de poder orientar al alumno en la importancia de dichas planificaciones como una estrategia de sostener en los mejores términos sociales, culturales y naturales a la práctica turística.

En este punto resulta oportuno destacar los aportes que realizan Barrado y Calabuig (2001) en su mentada obra sobre Geografía Mundial del Turismo, cuando señalan:

Así, aun cuando predomina el enfoque regional, se supera el planteamiento exclusivamente descriptivo para pasar a un nivel analítico, que permita conocer cómo se han generado, con sus diferencias espaciales y temporales, los distintos productos y modelos turísticos. De este modo, es posible trascender el mero análisis de la realidad para pasar a realizar aportaciones metodológicas y propuestas de planificación y gestión del espacio turístico y de los recursos geográficos. (2001, p. 9)

Una temática relevante en el programa de la materia es el del “Desarrollo Sostenible”, razón por la cual se incorporan conceptos, marcos teóricos y casos a ser trabajados en clase junto a los alumnos; para la indagación de dimensiones sostenibles en el territorio resulta relevante reconocer si las prácticas son respetuosas de valores locales, su cultura y patrimonio. La comunidad comparte sí, la necesidad de capacitación y de educación en la materia. En definitiva, falta un debate más profundo sobre este concepto, sinceramientos y acuerdos sobre lo que se supone que es un destino sostenible.

Se propone reconocer e indagar primero a una escala mundial integrada como panorama turístico general, global; luego, se trata de identificar a las diferentes regionalizaciones posibles en el mapa turístico mundial. Desde allí, se parte en identificar a cada región con sus características intrínsecas e identitarias, sus roles en esa relación en la escala global, interpelándonos acerca de cómo la actividad juega su rol en un escenario de crisis, dinámico y de conflictos como los que se presentan en la actualidad.

Por otra parte, la geografía aporta un inicio a la interdisciplinariedad, analiza problemas en todas las escalas, desde la comunidad hasta el sistema mundo en el presente, recurriendo al pasado y proyectándose en el futuro, haciendo referencia a las problemáticas de la agenda mundial y, en particular, al panorama turístico internacional.

Objetivo general de la propuesta del libro de cátedra

-Organizar y sistematizar en la obra algunas de las perspectivas de análisis y explicación de temas abordados desde la cátedra “Geografía Turística Mundial” mediante una descripción, no exhaustiva, y propuesta de reflexión sobre la práctica turística moderna a escala mundial (Regiones Turísticas).

Objetivos específicos de la propuesta

-Analizar los factores geográficos que inciden en la configuración de los distintos escenarios naturales y sobre los procesos sociales en relación con el despliegue del fenómeno turístico en las diferentes regiones turísticas mundiales.

-Conocer los principales atractivos turísticos naturales y culturales a nivel internacional, de manera que puedan ser localizados y analizados en el contexto de la práctica turística y sus diferentes modalidades.

-Reconocer en el espacio regional internacional diferentes problemáticas que afectan diversos territorios en relación con la práctica turística, mediante el análisis de estudios de caso.

-Indagar desde la perspectiva del Desarrollo Turístico Sostenible los impactos de la práctica turística en diferentes escalas territoriales, a partir de estudios de caso seleccionados.

Nociones de Geografía y turismo

Sobre el progreso de la ciencia geográfica, en referencia a los aportes descriptivos y explicativos Capel señala: “es importante, y oportuno, recordar que también en esta ciencia han existido desde hace mucho tiempo propuestas explícitas para que su estudio contribuya a la solución de los problemas sociales” (2007, p. 2). La geografía debe hacer comprensible la relación del hombre con el mundo. Un mundo donde las transformaciones son profundas, de magnitud y velocidad crecientes.

En sintonía con lo mencionado compartimos una definición provisoria sobre la geografía a partir de Bozzano (2012):

Es la disciplina científica que, junto a otras, estudia las diferenciaciones en el espacio terrestre y en sus lugares entendida y explicada como compleja, solidaria y contradictoria dialéctica de las relaciones entre procesos sociales y procesos naturales; o bien, de los actores que, con sus percepciones, intereses y acciones, construyen lugares en una relación perpetua entre hombre y medio. (2012, p. 55)

En la evolución del conocimiento geográfico puede afirmarse que lo regional y que la visión sistemática de procesos naturales y sociales son respectivamente los *leitmotiv* idiográficos y nomotéticos de la geografía a lo largo de casi dos siglos de producción de conocimiento. En el primer caso, buscando lo singular, los lugares, los espacios diferenciados e irrepetibles, las regiones únicas; en el segundo caso, buscando las leyes, las regularidades en el comportamiento de un fenómeno, un hecho o una manifestación de la naturaleza o de la sociedad en diferentes lugares (Bozzano, 2009).

En particular desde la cátedra se pretende incentivar a la reflexión sobre la evolución del turismo a nivel regional e internacional en las distintas áreas geográficas del planeta, en particular se abordará sobre los espacios correspondientes a la materia; así como también que sean capaces de indagar sobre los impactos de la práctica turística en el contexto actual. Por tal motivo, los contenidos y propuesta no debieran situarse en un plano de mera descripción del panorama turístico mundial actual, sino intentar profundizar en las causas que lo han definido. En la ciencia geográfica, históricamente, se ha desarrollado una línea de estudios sobre la descripción de los territorios (geografía descriptiva), la cual ha prevalecido en los planes de estudios e investigaciones disciplinarias. Asistimos hoy desde nuestra propia disciplina a enfrentarnos con perspectivas más modernas tendiente a explicar el mundo donde vivimos (geografía explicativa).

Como se expresa en distintos ámbitos de debate: “el mundo cambia, pero los problemas permanecen”; en este sentido es que debemos actuar para transformar la realidad (“geografía” de la transformación) incorporando a los actores territoriales (Bozzano, 2013).

No hay duda de que el turismo se encuentra en una etapa de intensos cambios; por un lado, se diversifican las motivaciones, por otro, crece la preocupación respecto a los impactos sociales, económicos, culturales y medioambientales (Goytia; en López Palomeque, 1999).

Imagen 1.1*Tendencias en el turismo internacional*



El turismo ha ido cambiando en:

- **Las motivaciones:** de pasivas a utilitarias, activas y comprometidas
- **Tiempo:** vacaciones breves fuera de temporada, escapadas cortas de fin de semana, excursionismo
- **Espacios:** de ser una actividad polarizada geográficamente a ser una actividad difusa (derrama en centros secundarios)



Los estudios respecto al fenómeno turístico nos plantean enormes desafíos y múltiples abordajes

Nota. Fuente: Elaboración Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

Desafíos y propósito en el estudio de la geografía del turismo

Desde nuestra institución universitaria orientamos la enseñanza a potenciar ciudadanos activos, capaces de participar en la resolución de problemas y afrontar los retos de nuestro tiempo. Es, en este sentido, que debiéramos favorecer la toma de conciencia y comprensión de las diferentes dimensiones que intervienen en el territorio turístico a escala micro, meso y macro. Del mismo modo, a interpelar los cientos de lugares donde se materializa y despliega el fenómeno turístico; lugares que, desde nuestra mirada geográfica, no excluyente de otras, configuran un mapa turístico nacional dinámico, heterogéneo y complejo.

Es preciso señalar el rol destacado de los diversos grupos sociales y actores que actúan como anfitriones (comunidades receptoras) en sitios y lugares turísticos. Estos suelen otorgarle sentido, identidad y pertenencia al territorio turístico, aunque no exclusivamente. A su vez, esos “lugares turísticos” poseen ciertos “atractivos turísticos” que se encuentran mediados por la “mirada” del visitante o turista. Estas miradas son definidas *a priori* de la experiencia turística como tal; constituidas o favorecidas desde de las sociedades de origen de los visitantes según su acervo cultural, prenociones, creencias e imaginarios, etc. Dado que la práctica turística, además, supone la movilidad hacia destino, se debe reflexionar sobre las “motivaciones del viaje” en un proceso de valorización más amplio que incluye lo señalado anteriormente. Lo cual, como

se observa, torna más compleja y dinámica esa lectura o relectura del territorio turístico. Éstas y otras cuestiones serán abordadas en los próximos capítulos con estudios de casos en las regiones turísticas.

Por otro lado, se abordan las condiciones naturales y el proceso de ocupación y organización del espacio, el período colonial y de independencias nacionales; como así también, los factores humanos y culturales que definen las particularidades de los atractivos turísticos en la región, su regionalización y desarrollo turístico. Para lograr tales objetivos se abordarán diversos estudios de casos.

La geografía aporta a estas relaciones, en la medida que se hace imprescindible el apoyo en nociones y conceptos de diversas ciencias: economía, sociología, historia, antropología, biología, ecología, entre otras. Asimismo, las problemáticas son abordadas y analizadas en todas las escalas, desde la comunidad local hasta el sistema mundo, en el presente, recurriendo al pasado y proyectándose en el futuro. La relación global-local y su territorialización, es uno de los aspectos fundamentales a tener en cuenta al momento de la gestión de territorios.

Ahora bien, se han desarrollado desde diferentes enfoques el abordaje entre el turismo y otras disciplinas, desde una mirada más compleja, profunda y crítica, como lo son la interdisciplinariedad y transdisciplinariedad. En lo que respecta al primer enfoque, se caracteriza por la coproducción de conocimientos entre distintos campos científicos, se habla de un diálogo bilateral entre ciencias que aportan a la comprensión del turismo. Un ejemplo son aquellos estudios en donde se indaga acerca de las motivaciones de la demanda turística desde una perspectiva psicológica, asociada a procesos internos de la persona. Por otro lado, la mirada transdisciplinar consiste en abordar el fenómeno turístico desde el paradigma de la complejidad, analizando la realidad desde una perspectiva multidimensional y en diferentes escalas. En este último enfoque el turismo también transfiere sus objetos de estudios a otras disciplinas (Comparato y Moscoso, 2014).

La relación del orden global y local, su territorialización, su impacto local está a la orden del día. Del mismo modo, las nuevas tecnologías juegan un rol dominante para la actividad, en la era de la información y las revoluciones tecnológicas, el uso y difusión de las nuevas tecnologías juega y jugará un papel central. Del mismo modo, que la conciencia ambiental ha llegado para quedarse, más allá de las serias dificultades por las que atraviesa el tema en los diferentes foros internacionales a la hora de revertir concretamente los impactos de las diferentes actividades humanas.

El espacio ya no es un escenario o una entidad abstracta y neutral, sino un producto histórico que hay que interpretar y que puede cambiar (Santos, 2000). El espacio geográfico o territorio no son conceptos semejantes: mientras el territorio se refiere al espacio geográfico o terrestre, con sus componentes naturales y sociales, el espacio es un concepto categorial de mayor alcance, cuya referencia al tema que nos ocupa nos obliga a indagar en aplicaciones al territorio a partir de aportes realizados desde otras disciplinas (Bozzano, 2009).

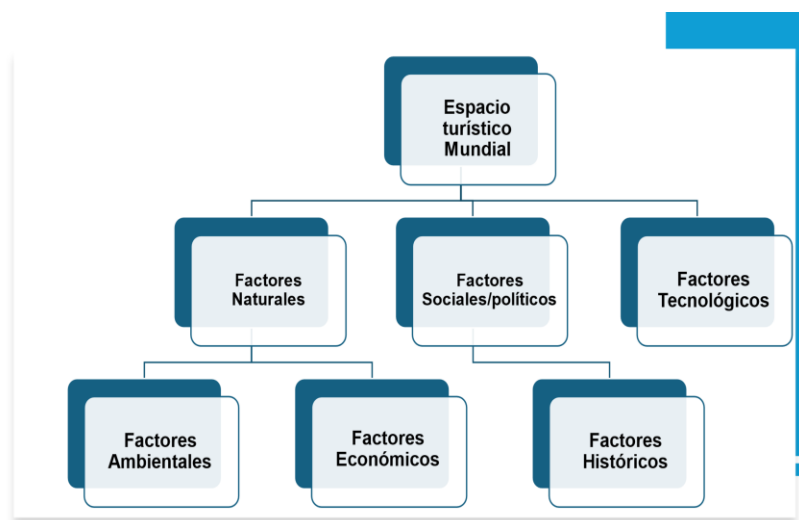
Por lo que se refiere a los lúcidos aportes de la teoría social crítica de Milton Santos (1996; 2000): el territorio es entendido como un espacio socialmente construido sobre historias

naturales y sociales previas, que da lugar a una triple hibridación de la sociedad en tiempo-espacio. Es un lugar donde se desarrollan procesos naturales y donde se despliegan procesos sociales, es en sentido amplio, en tanto escenario de articulaciones complejas entre sociedad y naturaleza (Bozzano, 2012).

Es decir, territorio y espacio están ligados, entrelazados, pues el primero es fruto de la dinámica socioespacial. [...] Las relaciones espaciales están contenidas y revelan relaciones territoriales (y viceversa) (Saquet, 2005, p. 48-49, en Saquet, 2015, p.35).

Imagen 1.2

Factores geográficos



Nota. Fuente: Elaboración Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

Globalización y mirada local territorial

La noción de territorio adquiere nuevas significaciones en el contexto de la globalización; desde la cual las relaciones sociales desbordan las fronteras de la comunidad, de la nación y que se entrelazan con otros procesos que ocurren en el mundo. Los medios modernos de comunicación, los sistemas de transporte, los nuevos mercados, los avances de la revolución científica y tecnológica, entre otros, han trastocado las nociones de tiempo y espacio de épocas pasadas.

Las nuevas tecnologías se constituyen como facilitadoras de estos procesos ante la necesidad de acceder a un mercado mundial, de interacciones complejas e interdependencia entre focos de producción, circulación y consumo (García Canclini, 2005).

Como señala Llanos-Hernández (2010), el espacio también puede fragmentarse, ya que el territorio puede estar formado por lugares contiguos y por lugares en red. Así, cada lugar del planeta representa un cúmulo de acontecimientos en tiempo-espacio. En un espacio presente,

tiempos pasados y tiempos presentes se combinan de manera compleja. Esto fundamenta, en gran medida, el papel que los estudios de casos tiene en este proyecto, en la medida en que al tiempo que aporta conocimiento específico, permite ir más allá para aproximarse a la comprensión de la totalidad.

Ahora bien, considerado el turismo, dentro del marco de la globalización se concibe como relevante en los *procesos* de difusión geográfica e hibridación cultural. Diversos autores sostienen la importancia de su análisis: sea por su fuerte influencia económica y social en las comunidades en que se establece o por lo que algunos consideran su participación en procesos de colonización, “desarrollo” e influencia “metrópolis-periferia” (Nash, como citó Samuel Bedrich, 2011)

En cuanto a posibles implicancias con otras dimensiones sociales desde el turismo, este interfiere en la cultura, en forma de erosión, y artificialización (Córdoba y Ordoñez, 2009).

Imagen 1.3

Tendencias en el turismo internacional



Nota. Fuente: Elaboración Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

El territorio en el marco de la globalización

El territorio como noción disciplinaria o bien interdisciplinaria nos acerca al estudio de nuevas realidades en el contexto actual de la globalización. Los debates, tanto del concepto de territorio como el del fenómeno de la globalización, se han revitalizado hoy más que nunca ante la compleja y dinámica realidad por la que atraviesa el escenario económico - político mundial.

García Canclini define a la actual etapa de la Globalización como un nuevo régimen de producción del espacio y el tiempo, en donde se intensifican las dependencias recíprocas, el crecimiento y la aceleración de redes económicas y culturales que operan a escala mundial (García Canclini, 2005). Las nuevas tecnologías se constituyen como facilitadoras ante la necesidad de mercado mundial, interacción más compleja e interdependiente entre focos de producción, circulación y consumo (García Canclini, 2005).

Resulta esclarecedor a fin de abordar el fenómeno mencionado lo que Santos (1996) refiere al respecto:

El mundo se ha vuelto mundo por varias razones. Una razón es el hecho de que la inteligencia humana ha podido crear un conjunto de técnicas que son hegemónicas respecto de la información (una familia de técnicas) que tienen una dimensión planetaria, una presencia directa e indirecta en todos los lugares, que ha permitido primero, crear empresas globales; segundo, que haya una información con vocación planetaria y tercero, que el mundo de negocios, en su más alta expresión, sea también planetario, global. Entonces, todo lo que acontece en cualquier lugar tienen relación con ese mundo, es decir que los lugares no pierden completamente sus características y el mundo se instala en todas partes. La diferenciación entre lugares aumenta, pero cada lugar aumenta su individualidad, aunque funcionando dentro de un sistema único, el sistema del mundo. (1996, p. 12)

El fenómeno de la globalización, entendiendo como tal a un fenómeno de carácter multidimensional, que refiere a acciones o procesos que incluyen al mundo entero; desde esta perspectiva abordamos desde nuestras disciplinas, particularmente desde la geografía, la manera como se resignifica la relación espacio – tiempo.

Las personas están inmersas en una cultura global, una economía global y un medio ambiente global, y el mundo, en muchos aspectos, se encuentra integrado e interdependiente. Pero la globalización no ha destruido la individualidad de la cultura de un lugar, de una economía o del ambiente local. Muchos de los problemas sociales contemporáneos son el resultado de las tensiones que promueven la cultura, la economía y el ambiente global, por un lado, y la preservación de la autonomía económica local, las tradiciones culturales y las condiciones físicas, por el otro.

En relación con la actual etapa de la Globalización y su relación con el territorio Llanos-Hernández; (2010):

El territorio es un concepto que adquiere nuevos contenidos en el contexto de la globalización, son relaciones sociales que desbordan las fronteras de la comunidad, de la nación y que se entrelazan con otros procesos que ocurren en el mundo. Los medios modernos de comunicación, los sistemas de transporte, los nuevos mercados, los avances de la revolución científica y tecnológica, entre otras cosas, han trastocado las nociones de tiempo y

espacio de las épocas pasadas, pero también evidenciaron la debilidad de las bases culturales sobre las cuales se formaron las promesas de un futuro promisorio que surgieron en la modernidad. (2010, p. 214)

Imagen 1.4

Escalas espaciales



Nota. Fuente: Elaboración Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

Referencias bibliográficas

- Barrado, D. y Calabuig, J. (2001): Geografía Mundial del Turismo. Síntesis, Madrid, 511 pp.
- Bedrich Morales, G. (2011). ¿Investigación interdisciplinaria y “sostenible”? Una lectura sobre el estado de la cuestión en la investigación en el turismo en América Latina y algunas reflexiones para su mejora. Interdisciplinariedad en la investigación en Turismo / Ponencia Congreso de Investigación en Mar del Plata.
- Bozzano, H. (2009) Territorios posibles. Procesos, lugares y actores. Buenos Aires: Lumiere.
- Bozzano, H; Girardot, JJ; Cirio, G; Barrionuevo, C; Gliemmo, F. (2012) *Inteligencia Territorial. Teoría, Métodos e iniciativas en Europa y América Latina*. La Plata: Universitaria. de La Plata.
- Bozzano, H. (2013). Geografía e inteligencia territorial. Geo-grafein, geo-explanans, geo-transformare. *Revista Geográfica Digital*, (19).
- Capel, H. (2007). El IX Coloquio Internacional de Geocrítica. Las Ciencias Sociales en la solución de los problemas del mundo actual. *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 9 (245).
- Comparato, G. & Moscoso, F. (2014). Turismo y epistemología: un ejercicio de construcción y desconstrucción. *Actas del VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Universidad del Comahue*. Neuquén.
- Córdoba y Ordóñez, J. (2009). Turismo, desarrollo y disneyzación: ¿Una cuestión de recursos o de ingenio? Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM ISSN 0188-4611, Núm. 70, pp. 33-54.
- García Canclini, N. (1999). La globalización imaginada. Barcelona: Paidós.
- Hiernaux-Nicolas, D. (2012). Habitar un mundo globalizado. Revista veredas Revista del pensamiento sociológico. Año 13, número 25.
- Hiernaux-Nicolas, D. (2020). Nuevas Encrucijadas para el turismo. México. Estudios y Perspectivas en Turismo - 30° Aniversario Volumen 29 (2020) pp.996 – 1011.
- Llanos-Hernández, L. (2010). El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 7(3), 207-220.
- López Palomeque, F. (1999) Política turística y territorio en el escenario de cambio actual. *Boletín de la AGE*, (28).
- Santos, M. (1996). De la totalidad al lugar. Oikos- Tau. Barcelona.
- Santos, M. (2000) La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción. Ariel: Barcelona.
- Saquet, M. (2011). Por uma geografia das territorialidades e das temporalidades: uma concepção multidimensional voltada para a cooperação e para o desenvolvimento territorial. São Paulo.
- Saquet, M. (2015). Por una geografía de las territorialidades y las temporalidades: Una concepción multidimensional orientada a la cooperación y el desarrollo territorial. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. (Biblioteca Humanidades; 36).

CAPÍTULO 2

Temas de la Agenda Turística Internacional

Fabrizio Gliemmo

El mundo es una gran paradoja que gira en el universo. A este paso, de aquí a poco los propietarios del planeta prohibirán el hambre y la sed para que no falten el pan y el agua
-Eduardo Galeano

Contexto en el que se desenvuelve la práctica turística

En este capítulo se abordan algunos de los temas que convocan particular interés en diversos ámbitos internacionales, bien sea desde las organizaciones vinculadas al sector, o desde el mundo académico y/o profesional del turismo a escala global. Dicho esto, la descripción y análisis de algunos de estos temas no pretende ser desde un relevamiento detallado de agenda ni de las problemáticas que impactan y acaparan la atención en los foros internacionales; sino que, se presentan de modo que interese al lector e invite a profundizar estos y otros temas que en definitiva contextualizan la práctica turística en el presente, pero también en una escala temporal de mediano y largo plazo.

Los temas/problemas seleccionados, a la vez, se adaptan a las necesidades de la cátedra durante la cursada; ya que muchos otros problemas se abordan en primer año de la carrera, como el “Desarrollo Turístico Sostenible”, la capacidad de carga de los destinos turísticos, la relación entre comunidades visitadas y los visitantes, la “Huella ecológica”, entre otros.

A continuación, se presentan los siguientes temas: a) “Crecimiento vs. Desarrollo”; b) “Índice de Desarrollo Humano”; c) “Subdesarrollo”; d) “Demografía y distribución de población”; e) “Migraciones internacionales”; f) “Pobreza”; g) “Estados Fallidos”; h) “Empoderamiento de la mujer y el turismo”; i) “Código ético del turismo”.

a) **Crecimiento vs Desarrollo: controversias en torno a sus definiciones**

Existen diversos escenarios en las condiciones de desarrollo de cada país, situación que nos retrotrae a la vez a diferentes etapas en la historia de la humanidad, al entendimiento de los posicionamientos políticos e ideológicos. Así surgieron clasificaciones y términos ligados en general a dos estados de desigualdad de acuerdo con la posición o el papel que juega cada uno de esos países en el espacio mundial.

A continuación, se mencionan categorías duales para separar a los países capitalistas entre:

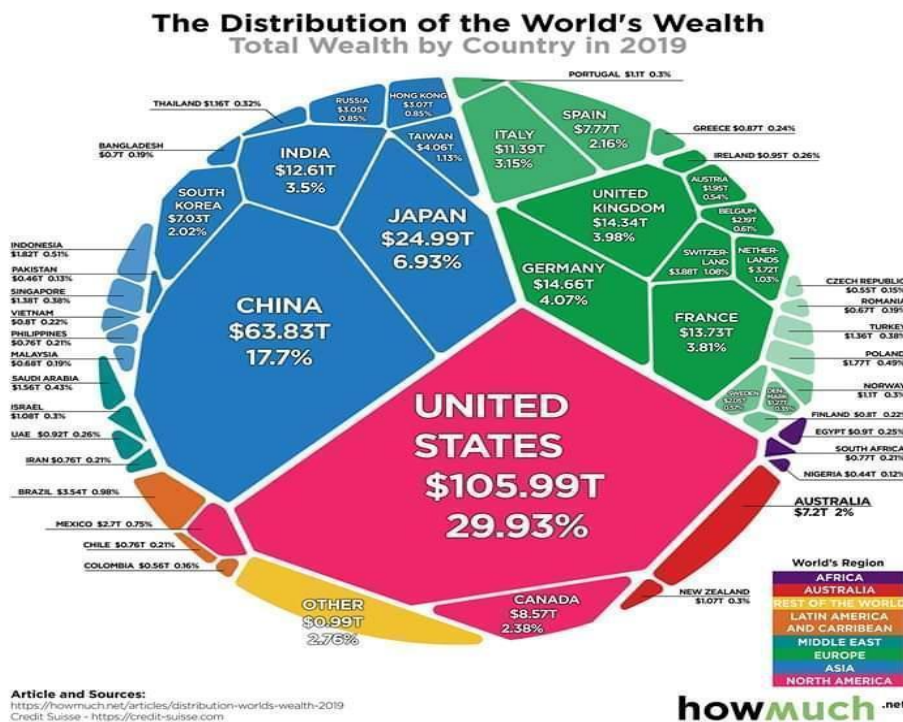
- “desarrollados” y “subdesarrollados”;
- “centrales” y “periféricos”;
- “ricos” y “pobres”;
- “autónomos” y “dependientes”;
- “industrializados” y “desindustrializados”;
- y “primermundistas” y “tercermundistas”.

Sin embargo, si bien se pueden asemejar los conceptos “desarrollado”, “central”, “rico”, “autónomo”, “industrializado” y “primermundista” por un lado y “subdesarrollo”, “periférico”, “pobre”, “dependiente”, “desindustrializado” y “tercermundista” por el otro, cada concepto o par conceptual tiene dimensiones y significaciones teóricas diferentes (DGCE, 2007, p30).

En la imagen 2.1 “Distribución de la riqueza mundial” se puede observar la representación de la “torta a repartir” entre los diferentes estados nación; allí es posible reconocer sencillamente, el verdadero peso de las potencias políticas-económicas a escala global. A su vez, mediante la escala cromática se observa la distribución por región de ese reparto. Es así que los Estados Unidos de América acaparan casi el 30%, seguida por la República Popular China, con el 17, 7%, y Japón con casi el 7 %, estos dos últimos localizados en el continente asiático. Si a estos les incorporamos a India, Corea del Sur y Taiwán, recién allí igualarán la riqueza que acumula los Estados Unidos.

Por su parte, Europa posee una serie de naciones que pertenecen al selecto grupo de los países industrializados con fuerte presencia en los organismos multilaterales de comercio y economía global; y con una relativa similitud en la riqueza acumulada.

También es evidente que América Latina, África, Oriente Medio y Oceanía poseen una participación menor en este reparto y que, además, internamente sus economías difieren notoriamente entre el tamaño y la representación en el mapa de riqueza global.

Imagen 2.1*Distribución de la riqueza mundial por países (2019)*

Nota. Fuente: Howmuch.net

b) El Índice de Desarrollo Humano (IDH)

Hace algunas décadas irrumpió en el escenario internacional un indicador socioeconómico denominado Índice de Desarrollo Humano (IDH); este otorga un valor, entre 0 y 1, que se obtiene considerando la relación entre el PBI per cápita, el índice de escolaridad y la esperanza de vida.

Según el PNUD un valor de IDH entre 0 y 0,5 indica un nivel de desarrollo bajo; entre 0,5 y 0,8 un nivel de desarrollo medio y entre 0,8 y 1 un nivel de desarrollo alto.

El IDH mide el logro medio de un país en cuanto a tres dimensiones básicas del desarrollo humano: una vida larga y saludable, los conocimientos y un nivel decente de vida. Por cuanto se trata de un índice compuesto, el IDH contiene tres variables: la esperanza de vida al nacer, el logro educacional (alfabetización de adultos y la tasa bruta de matriculación primaria, secundaria y terciaria combinada) y el PBI real per cápita (PPA en dólares). El ingreso se considera en el IDH en representación de un nivel decente de vida y en

reemplazo de todas las opciones humanas que no se reflejan en las otras dos dimensiones².

Algunas de las críticas que recibe este índice se relaciona con la amplitud en las dimensiones que engloba; a la vez, que es muy cambiante para poder ser expresado numéricamente como un índice. También, si se considera que los tres componentes poseen el mismo peso para la medición. Mientras que el PBI per cápita puede variar o fluctuar rápidamente por la desigual generación de ganancias de un lugar en cada año y por la depreciación de las monedas locales respecto del dólar, las otras dos variables, educación y esperanza de vida, cambian más lentamente y tienen un tope que no posee el PBI per cápita (DGCyE, 2007, p. 50).

A continuación, en la imagen 2.2 “Un mundo en desarrollo”, donde se expresa el IDH, se puede observar las áreas en las cuales el índice es alto: se registra en América Anglosajona, El cono sur de América, Europa occidental, Arabia Saudita, Japón, Corea del Sur, Taiwán, Hong Kong, y finalmente Australia y Nueva Zelanda. En relación con los índices más bajos, resulta notoria su incidencia en la región del África Subsahariana o “negra”, excluyendo el extremo sur del continente, en el cual Sudáfrica se destaca como la nación con mejores índices en la región.

Imagen 2.2

Mapa de Índice de desarrollo Humano Nota. Fuente: elordenmundial.com



² Definición extraída del Glosario del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo <https://unsdg.un.org/es/informe-2021-presidenta-gnuds/glosario>

c) **Sobre la noción de Subdesarrollo**

Yves Lacoste en su célebre libro “Los países Subdesarrollados” (1972) advertía sobre la complejidad del fenómeno subdesarrollo, el entrecruzamiento de los síntomas sociológicos y económicos y de sus interacciones enmarañadas.

Tal como señalan diversos especialistas en el tema, los diferentes pueblos del que por aquel entonces se denominaba tercer mundo, a mediados del siglo XX, fueron despojándose del colonialismo directo y de otra forma de opresión e hicieron oír su voz, cada vez con más fuerza y unidad. De pronto estos países que se localizan en continentes diversos redescubrieron que muchos de sus problemas eran comunes y que, por lo tanto, también lo eran sus soluciones. Situaciones calamitosas como el hambre, el endeudamiento, las carencias tecnológicas, el intervencionismo extranjero, la inseguridad creada por el enfrentamiento de las grandes potencias, dejaron de ser tratados unilateralmente con los centros de poder mundial para ser analizados en conjunto.

Es posible señalar que, desde el terreno científico, una manera de aproximarse progresivamente a una definición permitió mayores revelaciones en la medida que desde las ciencias sociales se pudo comprobar que una masa considerable de hombres, las 3/4 partes de la humanidad aproximadamente, pasaba hambre, que encontraba privada se encontraba privada de instrucción y de cuidado, y frecuentemente sin trabajo. El hambre es sin duda tan vieja como el género humano, sin embargo, su “descubrimiento” hacia 1945, no es obra del azar. Fue la consecuencia de las violentas conmociones relacionadas con la aparición de lo que algunos años más tarde habría de denominarse el tercer mundo.

Un segundo punto para considerar es que el crecimiento demográfico de la población mundial comenzaba a adquirir un ritmo sorprendente. El porcentaje de crecimiento medio anual pasó de 0,3% hacia 1750 a 0,5% en 1850, después bruscamente a 1% en 1940; actualmente se encuentra próximo en el 0,8% (Banco Mundial, 2022)³ Según el sitio oficial *The Population Project*, hoy en día (2024) la humanidad ha superado los 8 mil millones de habitantes⁴

El subdesarrollo puede definirse fundamentalmente, en un país determinado, como un estado general debido a la distorsión duradera entre un crecimiento demográfico más o menos fuerte y un crecimiento relativamente débil de los recursos. La situación de su desarrollo puede, en consecuencia, ser observada objetivamente en un país determinado sin recurrir a la comparación con otros países, a veces lejanos, sin relaciones concretas con el caso estudiado.

³ <https://datatopics.worldbank.org/world-development-indicators/>

⁴ (<https://thepopulationproject.org/world>)

Imagen 2.3**Características generales países desarrollados y subdesarrollados**

Nota. Fuente: Elaboración Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

Imagen 2.4**Problemas y factores de planificación en países subdesarrollados**

Nota. Fuente: Elaboración Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

Imagen 2.5

Indicadores de subdesarrollo en base a Lacoste, Y (1972)



Nota. Fuente: Elaboración Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

Imagen 2.6

Indicadores de subdesarrollo en base a Lacoste, Y (1972)



Nota. Fuente: Elaboración Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

Imagen 2.7*Indicadores de subdesarrollo en base a Lacoste, Y (1972)*

Nota. Fuente: Elaboración Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

En este punto, nos apoyamos en la “célebre” viñeta de Mafalda (Quino), en la que ella de forma lúcida, inocente y profunda, a la vez, reflexiona sobre la situación del “Sur global” en relación a las dificultades que este atraviesa; y el rol o responsabilidad del “Norte global” al respecto. Esta imagen nos permite abrir el debate en la clase en torno a la relación norte/sur. Se invita al lector a seguir el camino de Mafalda.

Imagen 2.8*Mafalda de Quino*

Nota. Fuente: sitio web: Quino.com.ar

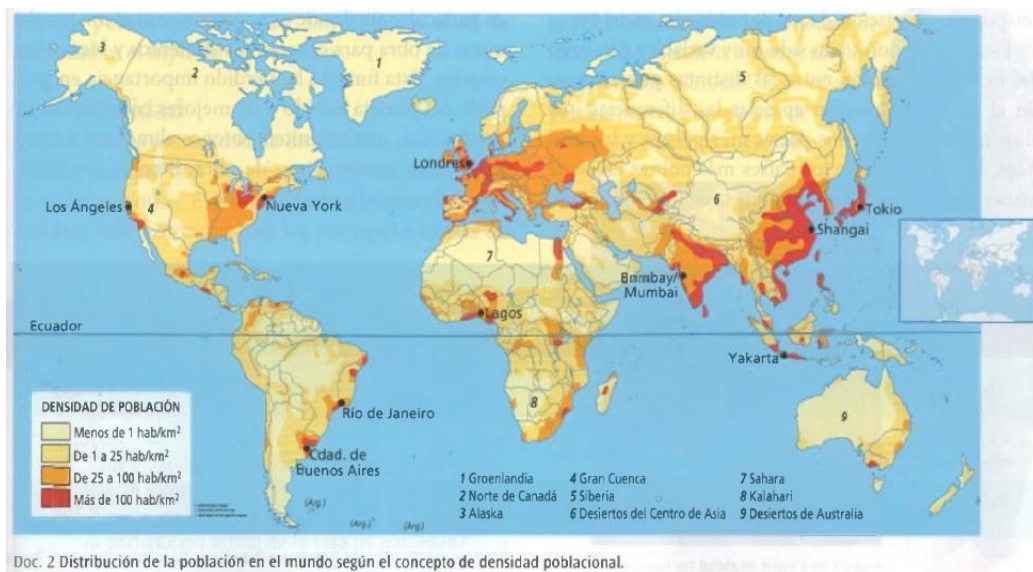
d) **Demografía y distribución de la población mundial**

La historia de la población mundial puede dividirse en dos etapas: un período largo que comienza con la vida del hombre en el paleolítico durante el cual la población era muy escasa y crecía muy lentamente. Y un periodo breve que comienza en 1650 y dura hasta nuestros días. La población de nuestro planeta era de aproximadamente 500 millones hacia mediados del siglo 17. En 1750 llegaba a unos 700 millones, en 1850 había ascendido a 1.170 millones, y a 1.625 millones en 1900; en 1989 se superaron los 5.000 millones. Siguiendo la progresión geométrica para el año 2000 el planeta llegaba a los 7.000 millones de habitantes hoy en día esa cifra ronda los 8.000 millones.

Su distribución en las tierras emergidas del planeta es muy desigual, por lo que se encuentran áreas con gran cantidad de población concentrada y áreas denominadas “vacías”, es decir, con muy escasa población o directamente inhabitadas.

El estudio de la población proporciona una información de interés para las tareas de planificación (especialmente administrativas) en sectores como sanidad, educación, vivienda, seguridad social, empleo y conservación del medio ambiente. Estos estudios también proporcionan los datos necesarios para formular políticas gubernamentales de población, para modificar tendencias demográficas y conseguir objetivos económicos y sociales. (DGCyE, 2007, p. 36)

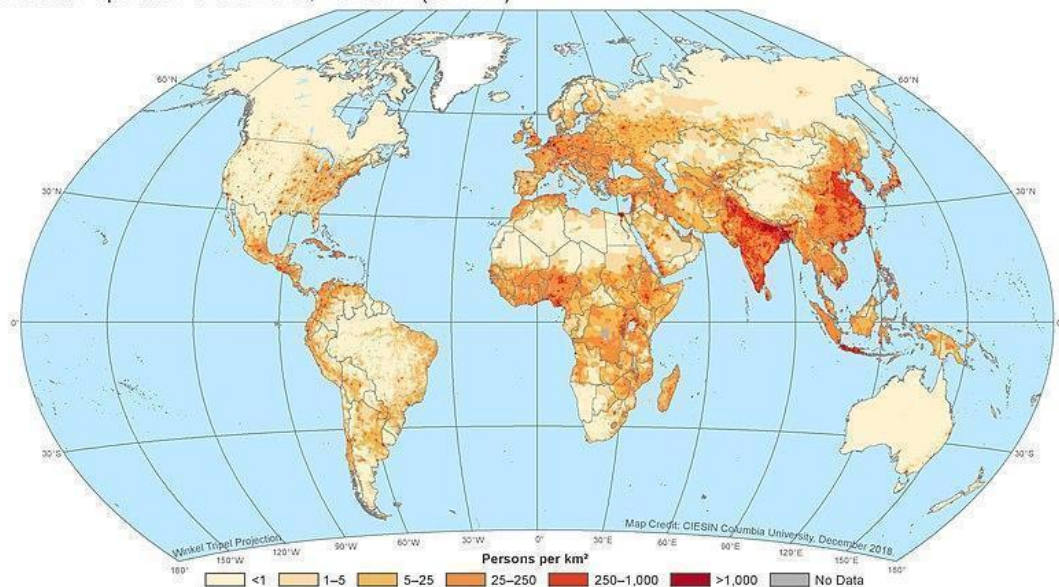
Se llama densidad demográfica a la relación cuantitativa que se establece entre la cantidad de población de un lugar determinado y la superficie de ese lugar. Se obtiene a través de la siguiente relación: cantidad de habitantes (en números absolutos) superficie (en general, en kilómetros cuadrados). Habitualmente al resultado de esa relación se lo expresa como habitantes/kilómetros cuadrados. La densidad demográfica es un concepto íntimamente ligado a la distribución de la población o distribución demográfica. Sin embargo, no siempre el lugar (ciudad, provincia, país, continente) de mayor cantidad de población tiene la mayor densidad, porque se debe considerar la superficie de ese lugar (DGCyE, 2007, p. 41)

Imagen 2.9*Densidad de la población mundial*

Nota. Fuente: <https://bloggeos.wordpress.com/2020/09/07/poblacion-mundial/>

Imagen 2.10*Densidad de la población mundial***Population Density, v4.11, 2020**

Gridded Population of the World, Version 4 (GPWv4)



Gridded Population of the World, Version 4 (GPWv4): Population Density, Revision 11 consists of estimates of human population density based on counts consistent with national censuses and population registers for the years 2000, 2005, 2010, 2015, and 2020. A proportional allocation gridding algorithm, utilizing approximately 13.5 million national and sub-national administrative units, is used to assign population counts to 30 arc-second (approximately 1 km at the equator) pixels. The population count rasters are divided by the land area raster to produce population density rasters with pixel values representing persons per square kilometer.

Center for International Earth Science Information Network - CIESIN - Columbia University, 2018. Gridded Population of the World, Version 4 (GPWv4): Population Density, Revision 11. Palisades, NY: NASA Socioeconomic Data and Applications Center (SEDAC). <https://doi.org/10.7927/H49C8VHW>.

© 2018. The Trustees of Columbia University in the City of New York.

Nota. Fuente: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/2/2e/Population_Density%2C_v4.11%2C_2020_%2848009093621%29.jpg/800px-Population_Density%2C_v4.11%2C_2020_%2848009093621%29.jpg

En la actualidad los más de 8.000 millones de habitantes que viven en el planeta se distribuyen de manera desigual. Se estima que un 30% de la superficie del planeta está poblada de forma permanente. El 70% de la población del mundo habita en el 10% de él, principalmente en las franjas de climas templados en cada continente. Asimismo, se observan acusadas diferencias en la distribución según grandes regiones mundiales a nivel nacional y a nivel subnacional.

La explicación de la distribución de la población en la superficie terrestre posee diferentes factores. A lo largo de la historia de la humanidad, los diferentes grupos y sociedades se asentaron en aquellos ámbitos con la disponibilidad de agua dulce, allí donde existían suelos fértiles, la proximidad al mar, a las márgenes de los ríos, en las llanuras aluviales no inundables, los valles templados, etcétera. Por el contrario, las altas latitudes, la aridez, las altas montañas, las intensas lluvias tropicales etc. actúan como barreras de poblamiento. Cabe mencionar que en cualquiera de los ámbitos hostiles los avances tecnológicos pueden modificar la influencia de estos factores físicos.

e) **Migraciones internacionales**

La migración es un proceso dinámico y complejo que implica un desplazamiento territorial de población desde un lugar de asentamiento original o previo hacia otro lugar de destino, con la intención de instalarse en forma permanente. El actual poblamiento de la tierra no podría entenderse sin considerar distintas formas de desplazamiento en el pasado, pero también en la actualidad.

La movilidad espacial de hombres y mujeres es un rasgo característico de la época en la que vivimos, y a su vez la multiplicidad de factores que las generan; sean estos desplazamientos voluntarios o forzados; por distintos motivos, por ejemplo, viaje de negocios o búsqueda de trabajo, visita a familiares o turismo, en contraposición con los desplazamientos vinculados con la persecución política, religiosas o étnicas, conflictos armados, inestabilidad política y/o económica o desplazamientos por causa del cambio climático o degradación ambiental y de recursos. Las corrientes migratorias internacionales difieren de un continente a otro.

En la Agenda 2030, los Estados miembro reconocen expresamente que “la migración internacional [...] exige respuestas coherentes e integrales”, y se comprometen a cooperar “en el plano internacional para garantizar la seguridad, el orden y la regularidad de las migraciones, respetando plenamente los derechos humanos y dispensando un trato humanitario a los migrantes, sea cual sea su estatus migratorio, y a los refugiados y desplazados” (párrafo 29). La Agencia de la ONU para los refugiados se alinea con las políticas activas de la Agenda 2030; además, participa en el debate mundial sobre migración y desarrollo para garantizar que las personas refugiadas y otras desplazadas sean incluidas en este esfuerzo.

Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR- ONU)

Utilizando la Convención de 1951 como su herramienta más importante, el mandato principal del ACNUR es garantizar la protección internacional de aproximadamente 46 millones de personas desarraigadas y apátridas en el mundo. La Convención promueve los derechos humanos básicos de los refugiados y la no devolución contra su voluntad a un país donde sufren persecución. Les ayuda a repatriarse a su país de origen cuando las condiciones así lo permitan, a integrarse en los países de asilo o a reasentarse en terceros países.

El ACNUR promociona los acuerdos internacionales sobre los refugiados, colabora con los estados en el establecimiento de estructuras de asilo y actúa en calidad de observador internacional en relación con los asuntos relacionados con derecho de asilo y refugiados.

La protección internacional puede ser definida como el conjunto de las actividades destinadas a asegurar el acceso igualitario y el disfrute de los derechos de mujeres, hombres, niñas y niños bajo la competencia del ACNUR, de acuerdo con los instrumentos legales pertinentes, incluyendo el derecho internacional humanitario, el derecho de los derechos humanos y el derecho internacional de los refugiados⁵.

f) **La Pobreza como factor determinante en la exclusión social global**

El concepto de pobreza se puede asociar tanto en áreas desarrolladas como en las no desarrolladas del planeta. Por supuesto, el grado de incidencia, características y profundidad de las personas en esta situación varían ampliamente de una región a otra, de un estado a otro y de un continente a otro.

La pobreza, en tanto fenómeno multidimensional, es medida por métodos alternativos que dan cuenta de las distintas dimensiones que la caracterizan.

Por una parte, el método directo, también conocido como Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), consiste en identificar el conjunto de hogares que no pueden satisfacer alguna necesidad básica. El concepto de NBI permite la delimitación de grupos de pobreza estructural y representa una alternativa a la identificación de la pobreza considerada únicamente como insuficiencia de

⁵ https://www.acnur.org/es-es/proteccion?_gl=1*kspfw7*_up*MQ..&gclid=CjwKCAjwoa2xBhACEiwA1sb1BNwutE8XN0c5b6m2WOPz7p9rqV6a07LYNshqC8SE-u9kk5Hf9aYHRxoCqncQAvD_BwE

ingresos. Por medio de este abordaje, se identifican dimensiones de privación absoluta y se enfoca la pobreza como el resultado de un cúmulo de privaciones materiales esenciales (INDEC, 2022)

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) recomienda construir el índice de necesidades básicas a partir del siguiente esquema:

Tabla 2.1

Necesidades Básicas Insatisfechas

Necesidades básicas	Dimensiones	Variables censales
Acceso a la vivienda	Calidad de la vivienda	Materiales de construcción utilizados en piso, paredes y techo
	Hacinamiento	a) Número de personas en el hogar b) Número de cuartos de la vivienda
Acceso a servicios sanitarios	Disponibilidad de agua potable	Fuente de abastecimiento de agua en la vivienda
	Tipo de sistema de eliminación de excretas	a) Disponibilidad de servicio sanitario b) Sistema de eliminación de excretas
Acceso a educación	Asistencia de los niños en edad escolar a un establecimiento educativo	a) Edad de los miembros del hogar b) Asistencia
Capacidad económica	Probabilidad de insuficiencia de ingresos del hogar	a) Edad de los miembros del hogar b) Último nivel educativo aprobado c) Número de personas en el hogar d) Condición de actividad

Nota. Fuente: <https://bloggeos.wordpress.com/2020/09/07/poblacion-mundial/>

Por otra parte, el método indirecto, también llamado el "enfoque del ingreso", consiste en calcular el ingreso mínimo, o línea de la pobreza (LP), por encima de la cuál todas las necesidades básicas se satisfacen, e identificar a aquellos hogares o personas cuyos ingresos se ubican por debajo de esta línea. Este enfoque adopta diferentes criterios en términos de

pobreza absoluta o relativa. El concepto de pobreza absoluta sostiene que existe un núcleo irreductible de privación absoluta y no satisfacerla revela una condición de pobreza en cualquier contexto. (Documento preparado por la Dirección Nacional de Encuestas de Hogares del INDEC, acerca del método utilizado para la medición de la pobreza en Argentina, p. 1)⁶

En este apartado es preciso incorporar temas y rasgos extremadamente complejos de abordar, pero a la vez urgentes para resolver. La referencia ineludible es sobre “el hambre”, las enfermedades que se expresan y manifiestan en poblaciones vulnerables o directamente excluidas, a la vez que se asocian con temas de desempleo, seguridad social, violencia, etc.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura



La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) es la agencia de las Naciones Unidas que lidera el esfuerzo internacional para poner fin al hambre, cuyo objetivo es lograr la seguridad alimentaria para todos, y al mismo tiempo garantizar el acceso regular a alimentos suficientes y de buena calidad para llevar una vida activa y sana. Con 195 miembros - 194 países y la Unión Europea, la FAO trabaja en más de 130 países en todo el mundo⁷.

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)



El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, en inglés UNICEF, es una agencia de la Organización de las Naciones Unidas con sede en Nueva York que provee ayuda humanitaria y desarrollo a niños y madres en países en desarrollo. UNICEF trabaja en más de 190 países y

⁶ <https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/sociedad/pobreza2.pdf>

⁷ <https://www.fao.org/about/about-fao/es/>

<https://www.fao.org/home/es>

territorios para salvar las vidas de niños y niñas. Para defender sus derechos. Para ayudarles a alcanzar su máximo potencial, de la infancia a la adolescencia⁸.

Fondo Mundial para la Naturaleza



El Fondo Mundial para la Naturaleza es una organización no gubernamental, fundada en 1961, que se encarga de la conservación del medio ambiente. Su nombre oficial en Estados Unidos y Canadá es *World Wildlife Fund*. Es conocida popularmente por las siglas WWF. La sede internacional está ubicada en Suiza. Una organización conservacionista independiente activa en casi 100 países, trabaja para sostener el mundo natural en beneficio de las personas y la vida silvestre.

Es parte de una coalición cada vez mayor que pide a los líderes mundiales que encaminen a la naturaleza hacia la recuperación para 2030: un [Nuevo Acuerdo para la Naturaleza y las Personas](#) tan integral como el acuerdo climático global.

Propone detener la degradación del medio ambiente natural de la Tierra y construir un futuro en el que los seres humanos vivan en armonía con la naturaleza mediante⁹:

- conservar la diversidad biológica del mundo
- Garantizar que el uso de los recursos naturales renovables sea sostenible.
- promoviendo la reducción de la contaminación y el consumo despilfarrador.

g) Los Estados Fallidos

Tal como se reconoce desde diversos ámbitos de análisis del panorama internacional, el avance del proceso de globalización se apoya en el fin de la Guerra Fría y la consecuente consolidación de los Estados Unidos como potencia mundial que implicó el surgimiento de nuevas dinámicas y problemáticas de orden nacional y transnacional.

Tras la caída del Muro de Berlín (1989), la reunificación de Alemania (1990) y el desmembramiento de la ex-URSS (1991) algunos debates giraron en torno del concepto de

⁸ <https://www.unicef.org/es>

⁹ <https://wwf.panda.org>

“Estado Fallido”, como parte del discurso globalizador de los países del denominado primer orden mundial, preocupados a su vez por el riesgo que esto supone para la seguridad internacional.

Al mismo tiempo, dentro de dicho discurso no se ha considerado la incidencia de procesos históricos y de ciertas políticas de orden global que, al ser arrogadas y promovidas por los Estados “desarrollados” del sistema internacional, influyen en la configuración de escenarios de crisis que pueden desencadenar fallas estatales en otros países. (Mancero G. y Muñera P., 2018, p. 2)

En cuanto a su definición, más allá de que no es el interés real del presente apartado avanzar en su discusión teórica, resulta oportuno el aporte de Herman y Ratner (1992-1993) (en Mancero García y Múnera Perafán, 2018, p 6)

El concepto hace referencia a aquellos países cuyos Estados han perdido la capacidad de controlar el monopolio de la fuerza y la eficacia en proveer a su población los bienes públicos imprescindibles. Estos, para superar su condición, deben obtener ayuda de la comunidad internacional. (2018, p. 6)

Los autores identifican tres categorías de inestabilidad estatal: la primera de ellas, los Estados fallidos cuya condición ha producido una crisis interna generalizada (Bosnia, Camboya, Liberia y Somalia). La segunda categoría concierne a los Estados en proceso de debilitamiento o failing states (Etiopía, Sudán y Zaire). En la tercera, se categorizó a los Estados en proceso reciente de creación o independencia, con una institucionalidad incipiente, particularmente, aquellos que emergieron de la desaparición de la URSS (Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas) y de la desintegración de Yugoslavia (Mancero García y Múnera Perafán, 2018, p. 6)

Imagen 2.11

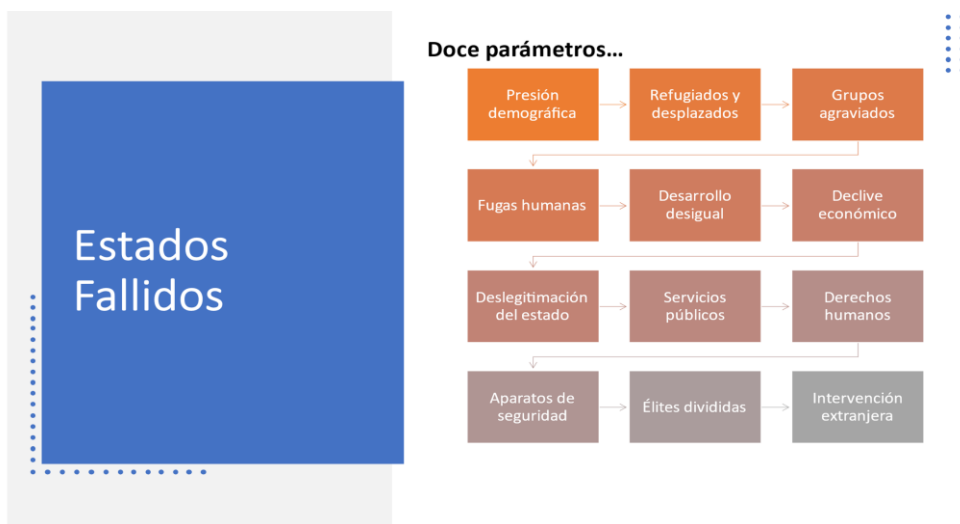
“Estados Fallidos”



Nota. Fuente: Elaboración Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

Imagen 2.12

Síntesis de parámetros “Estados Fallidos”



Nota. Fuente: Elaboración Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

h) **El empoderamiento de las mujeres y el turismo**

Desde la organización ONU Turismo se considera que el turismo es importante para alcanzar los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y, en particular, el Objetivo de Desarrollo Sostenible 5, relativo a la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Como organismo especializado de las Naciones Unidas en el ámbito del turismo, ONU Turismo tiene el compromiso de lograr que el desarrollo turístico contribuya en mayor medida a mejorar la vida de las mujeres y, de este modo, que se alcance el Objetivo de Desarrollo Sostenible 5: “Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas”. ONU Turismo, a través de su Departamento de Ética, Cultura y Responsabilidad Social, y en colaboración con [ONU Mujeres](#) y diversos aliados externos en todo el mundo, lleva trabajando desde 2007 para que las cuestiones de género estén presentes en el sector turístico, promoviendo la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y alentando a los Estados Miembros a incorporar las cuestiones de género en sus respectivas políticas de turismo.

A su vez, el programa “Primer Plano” de ONU Turismo brinda apoyo y desarrolla capacidades para trabajar hacia la igualdad de género en instituciones gubernamentales de turismo, empresas y organizaciones de la sociedad civil. Las principales actividades incluyen programas de formación, medidas para impulsar la progresión profesional de las mujeres, una estrategia de comunicación para aumentar la visibilidad, la membresía en una red global, mejoras en el marco legal y la recopilación de datos sobre empleo en el turismo desagregados por sexo¹⁰.

Cabe señalar dos iniciativas y publicaciones destinadas al sector público y al sector privado, es la guía principal de ONU Turismo sobre género en el turismo, respaldada por el 117º Consejo Ejecutivo; ofrece herramientas para ayudar a las instituciones y a las empresas dedicadas al turismo a integrar las perspectivas de género en sus políticas, programas y estrategias y a aprovechar las oportunidades que ofrece el turismo para el empoderamiento de las mujeres.

Enlaces para acceder a la información:

- [Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo.](#)
- [Estrategia de igualdad de género para las empresas turísticas.](#)

i) **Código Ético Mundial para el Turismo**

El turismo es un auténtico motor de solidaridad y desarrollo. Aprovechemos plenamente su poder para unir a las personas y las comunidades, respetando el Código Ético Mundial para el Turismo. De este modo, el turismo puede seguir ofreciendo mejores oportunidades y un desarrollo sostenible a millones de personas en todo el mundo.

-Zurab Pololikashvili, Secretario General de ONU Turismo, Agosto 2020

¹⁰ <https://www.unwto.org/es/el-empoderamiento-de-las-mujeres-y-el-turismo>

Como marco de referencia fundamental para el turismo responsable y sostenible, el Código Ético Mundial para el Turismo (GCET) es un conjunto de principios generales que tienen el propósito de guiar a los actores clave del desarrollo turístico. Dirigido a gobiernos, sector turístico, comunidades y turistas, su aspiración es ayudar a maximizar los beneficios del sector reduciendo al mínimo el posible impacto negativo de este en el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades del planeta.

Adoptado en 1999 por la Asamblea General de ONU Turismo, su reconocimiento por parte de las Naciones Unidas dos años después alentó expresamente a ONU Turismo a promover un seguimiento efectivo de sus disposiciones. Aunque el Código no es jurídicamente vinculante, incluye un mecanismo voluntario de aplicación, mediante el reconocimiento del papel del Comité Mundial de Ética del Turismo (CMET), al que los interesados pueden remitir asuntos relativos a la aplicación e interpretación del documento.

Los 10 principios del Código cubren ampliamente los componentes económico, social, cultural y medioambiental de los viajes y el turismo.



Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades

1. La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza.

2. Las actividades turísticas se organizan en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y países receptores, y con respeto a sus leyes y costumbres.

3. Tanto las comunidades receptoras como los agentes profesionales locales habrán de aprender a conocer y a respetar a los turistas que los visitan, y a informarse sobre su forma de vida, sus gustos y sus expectativas. La educación y la formación que se impartan a los profesionales contribuirán a un recibimiento hospitalario de los turistas.

4. Las autoridades tienen la misión de asegurar la protección de los turistas y visitantes y de sus bienes. En ese cometido, prestarán especial atención a la seguridad de los turistas extranjeros, por su particular vulnerabilidad. Con ese fin, facilitarán el establecimiento de medios de información, prevención, protección, seguro y asistencia específicos que correspondan a sus

necesidades. Los atentados, agresiones, secuestros o amenazas dirigidos contra turistas o trabajadores del sector turístico, así como la destrucción intencionada de instalaciones turísticas o de elementos del patrimonio cultural o natural, de conformidad con la legislación nacional respectiva deben condenarse y reprimirse con severidad.

5. En sus desplazamientos, los turistas y visitantes evitarán todo acto criminal o considerado delictivo por las leyes del país que visiten, y cualquier comportamiento que pueda resultar chocante o hiriente para la población local, o dañar el entorno del lugar. Se abstendrán de cualquier tipo de tráfico de drogas, armas, antigüedades, especies protegidas, y productos y sustancias peligrosos o prohibidos por las reglamentaciones nacionales;

6. Los turistas y visitantes tienen la responsabilidad de recabar información, desde antes de su salida, sobre las características del país que se dispongan a visitar. Asimismo, serán conscientes de los riesgos de salud y seguridad inherentes a todo desplazamiento fuera de su entorno habitual, y se comportarán de modo que minimicen esos riesgos.

Enlace en: [Código Ético Mundial para el Turismo \(unwto.org\)](https://www.unwto.org/es/codigo-etico)

Finalizado este apartado, cabe reflexionar y repasar algunas cuestiones.

¿En qué áreas del planeta se encuentran las mayores densidades demográficas? ¿En qué áreas del planeta se encuentran las menores densidades demográficas? ¿De qué manera la pobreza y el turismo se relacionan en el contexto actual? ¿Cuál es el rol que le cabe a los países emergentes en el panorama turístico internacional? ¿Puede el turismo revalorizar el rol de las mujeres? ¿Qué características poseen y qué rol juegan en el turismo internacional los denominados países del norte y del sur?

Megatendencias turísticas OMT Previsiones Mundiales

En los inicios del nuevo milenio, desde la OMT se postularon una serie de “Megatendencias” en turismo, tomando el término del futurólogo norteamericano Jhon Naisbitt. En ese entonces se postularon doce de ellas que se consideraban jugarían un papel importante en el turismo en las próximas décadas. A modo de análisis y reflexión se propone revisar la propuesta y, a posteriori, poner en relación con la etapa actual por la que transita el turismo internacional.

Megatendencias turísticas OMT Previsiones Mundiales. Panorama 2020

1. Globalización – Localización
2. Polarización de los gustos Turísticos
3. “El mundo cada vez más pequeño de los turistas”
4. La tecnología electrónica llegará a ser predominante

5. Viajes por la vía rápida
6. Los clientes llevarán “la voz cantante”
7. Destinos como “accesorios de moda”
8. Tres “E”: Entretenimiento, Excitación, Educación
9. Más destinos centrados en la “imagen”
10. Al acecho del turista asiático
11. Campañas para el Desarrollo sustentable
12. Creciente concientización Socio ambiental – necesidad de consumir viajes

A continuación, se exponen en este apartado:

1 Globalización - Localización

Tal como se ha desarrollado en el primer capítulo del libro, esta megatendencia resulta ser determinante en la materialización de la práctica turística en la actualidad. La escala macro de este proceso representa al conjunto de los fenómenos de incidencia planetaria, mientras que la escala puntual o local es la que se define en una escala más humana. En esencia es la multiescalaridad de los fenómenos los que caracterizan la actual etapa; ya sea guiando procesos de la escala macro hacia la micro o viceversa.

2 Polarización de los gustos Turísticos

En este punto, en la actual etapa de turismo alternativo o postfordista, la diversificación de las modalidades turísticas es una constante. Tal es así que, el fenómeno turístico no deja de sorprender con nuevas y más extremas tipologías, antes impensadas del turismo.

3 “El mundo cada vez más pequeño de los turistas”

La proliferación de ofertas turísticas, el avance constante de las nuevas tecnologías permitirá a los viajeros alcanzar virtualmente cualquier destino.

4 La tecnología electrónica llegará a ser predominante

Tanto para los operadores del sector, como así también las campañas de publicidad y la planificación desde el sector se encuentran en una etapa en la que el apoyo en las tecnologías de vanguardia resulta ser de gran incidencia, tanto para la oferta como para la demanda.

5 Viajes por la vía rápida

En el contexto de globalización e interdependencia del mundo actual, los escenarios regionales/continentales han adoptado herramientas que permiten una mayor flexibilidad, comodidad, seguridad y eficiencia a la hora de elegir o bien acceder a un determinado destino turístico. Es así como tanto la reserva, venta o emisión de pasajes se realizan de manera flexible y veloz.

6 Los clientes llevarán “la voz cantante”

En este punto, se basa parte del éxito del modelo de acumulación y producción flexible; bajo la lógica del “*just in time*” (justo a tiempo), la escucha de la demanda pasa a ser un actor clave del proceso; incluyendo las dinámicas de los consumidores en términos de deseos y modas.

7 Destinos como “accesorios de moda”

Otro aspecto que requiere una atención especial es el denominado efecto de moda al que se ven enfrentados los destinos turísticos; ya que hoy en día los medios de comunicación masivos, redes sociales y otras herramientas de comunicación se extienden velozmente y a escala planetaria: tal es el caso de los escenarios de filmación -de determinadas series o films reconocidos a escala global- que asisten a un crecimiento de sus visitantes de forma vertiginosa con las consecuencias que esto implica, en los positivo y negativo de este ascenso.

8 Tres “E”: Entretenimiento, Excitación, Educación

Las tres “E” definen al tipo de demanda que, en general, acaparan los destinos que ofrecen a los visitantes y turistas actividades y áreas de diversión concebidas para tal fin; tal es el caso de los parques temáticos del tipo “Disney”, que les permiten un cúmulo de experiencias sensoriales que los aleje de la rutina, traccione emociones y recuerdos vividos. Por otro lado, los destinos ligados al turismo cultural, patrimonial y educativo se posicionan como amplios favoritos entre familias, especialistas y público en general.

9 Más destinos centrados en la “imagen”

En la actualidad, cobra gran importancia la profesionalización de los destinos en relación con la manera de cómo este es percibido desde “afuera”. De este modo, las campañas publicitarias, la sensibilización sobre temas de hospitalidad, responsabilidad social empresarial, etc., generan una ventaja competitiva a destacar.

10 Al acecho del turista asiático

Las tendencias sobre el ascenso de la región turística de Asia Pacífico son destacadas en otros apartados del libro (ver panorama turístico internacional). En ese sentido, no cabe duda de que el comportamiento de los grandes asiáticos, como son China e India, con su aporte en los flujos del turismo internacional inciden en el mapa turístico global; al punto en el que hace unas décadas la región ha desplazado al segundo puesto internacional a la región de las “Américas”. La tendencia era sostenida hasta el efecto “Pandemia por el covid-19”.

11 Campañas para el Desarrollo sustentable

Hoy en día las campañas a favor de la implementación de los destinos “sostenibles” resultan ser de una necesidad prioritaria; necesidad de constituir políticas turísticas a diferentes escalas.

12 Creciente concientización Socio ambiental - necesidad de consumir viajes

Esta última megatendencia, no por ello menos importante, resulta ser una de las disyuntivas de la época. A la vez que existe un deseo, impulsado por los imaginarios, y la posibilidad técnica de viajar a lo largo y ancho del planeta, y no sólo ello, sino que también se ha sumado en las últimas décadas la opción del turismo espacial como una oferta real y palpable, se profundiza la concientización socioambiental en los viajeros. Cuestión que se opone con la voraz intención del consumo del “viaje”, dado los efectos sobre la “huella de carbono”, en la incidencia de la industria del transporte, por ejemplo en el consumo de combustibles fósiles, etc.

Megatendencias mundiales y turísticas

Imagen 2.13

Megatendencias turísticas mundiales



Nota. Fuente: Elaboración en base a Dachary y Arnaiz (2003). Mg. Fabricio Gliemmo. Geografía Turística Mundial. Apunte de cátedra, 2024 (FCE-UNLP)

Megatendencias mundiales y turísticas

Por su parte, y a modo de complemento de las 12 megatendencias que fueron presentadas por la OMT, siguiendo a dos destacados catedráticos del turismo, Dachary y Arnaiz (2003), a continuación, se referencian las nueve megatendencias mundiales y turísticas.

La era del Pacífico

En relación con lo que denominan los autores como la “Era del Pacífico”, plantean que en el nuevo siglo se comienza a dar una paradoja. “Por un lado, la imposición definitiva de la cultura del occidente Atlántico y con ello, la pérdida de importancia de este mundo geográfico que durante cinco siglos fue el eje del mundo y su reemplazo por el océano Pacífico” (2003, p. 17).

Sociedad diferente

En cuanto a la sociedad diferente, el planteo se refiere a que el turismo tendrá que adecuarse a nuevos grupos de población; por ejemplo el incremento de la esperanza de vida en muchas regiones del globo terminará de posicionar a un importante segmento de población; “la tercera edad principalmente de los países desarrollados, que exigen un espacio propio y atenciones

adecuadas en sus viajes y demás servicios, y tienen la disponibilidad del tiempo y la capacidad económica para ser un segmento de grandes posibilidades” (2003, p. 18).

Viajeros y vagabundos

Con este título, los autores plantean los particulares escenarios en los que la movilidad poblacional, por diferentes motivaciones de viaje, sean voluntarias o forzadas, migrantes económicos, desplazados ambientales, etc., acrecientan los rasgos de movilidad de la sociedad actual.

El incremento de los viajes será mayor que el de turistas (...) pero una de las características de las próximas décadas será la existencia de grandes corrientes contrapuestas, una de turistas que invadirán todos los rincones del globo y otra de poblaciones que tienen problemas (...) y que viajarán en sentido opuesto (2003, p. 19).

En busca de una aventura

Los viajes motivados y especializados, en diferentes tipos de aventuras, que no serán sólo éstas, sino que se combinarán con lo cultural y la observación de la naturaleza. Se desarrollarán en diferentes regiones sobre todo en países emergentes en turismo.

Una cultura a medida

La tradicional relación, conflictiva o no entre residentes y visitantes, cobra una nueva faz, al tiempo que los procesos de turistificación y mercantilización de esta se pone en juego. “La masificación de la cultura local por el turismo puede jugar positivamente en los locales como una revalorización de la misma, o bien, negativamente al necesitar simplificar para su compresión y venta como un objeto diferente” (2003, 20).

Turismo y desarrollo

Tal como plantean los autores, “La pobreza mundial seguirá en las próximas décadas como la mayor externalidad del sistema globalizado, ya que no hay posibilidades reales de superarla y las propias agencias mundiales lo ratifican” (2003, p. 20). Por ello, la tendencia será que el turismo como generador de empleo, promotor de inversiones, renovación de infraestructura, etc. para los países más pobres constituyen una meta a alcanzar, más allá de las dudas que puede generar en los análisis a posteriori de la práctica en sí.

Megafusiones y mercado

En cuanto a los mercados internacionales y las empresas proveedoras de servicios vinculados al turismo, el planteo refiere a que “Las megafusiones seguirán y con ello, grandes grupos económicos controlarán todos los sistemas de transporte aéreo, marítimo y carretero, las

grandes corporaciones operarán las franquicias mundiales hoteleras y de otros servicios, como la renta de autos, seguros, restaurantes y otros” (2003, p. 21).

Tecnología y transporte

Tal como se ha referenciado anteriormente esta megatendencia constituye un pilar fundamental en la actualidad, dado el rol que juega en la planificación, reserva y concreción del viaje. A su vez, “la informática tendrá incidencia en el mercado, en la comercialización de los productos, pondrá en tela de juicio la agencia de viajes tradicional, pondrá a competir a los transportistas y los destinos en un mundo reducido, factible de ser recorrido por Internet” (2003, p. 21).

Ambiente y mercado

Esta última megatendencia resulta ser una de las primeras en el orden de la agenda internacional, en la medida en que a nivel del turismo se constata un nuevo requerimiento que posee cada vez más importancia en la certificación de la sustentabilidad, la evaluación mediante indicadores precisos, la sensibilización en la temática por parte del turista, etc. Así, “Los problemas ambientales serán así fundamentales en la mercadotecnia del turismo, pero lo serán en sentido amplio, no sólo como afectación en los ecosistemas sino conflictos sociales, violencia, enfermedades, todos los derivados de la marginación y la pobreza” (2003, p. 22).

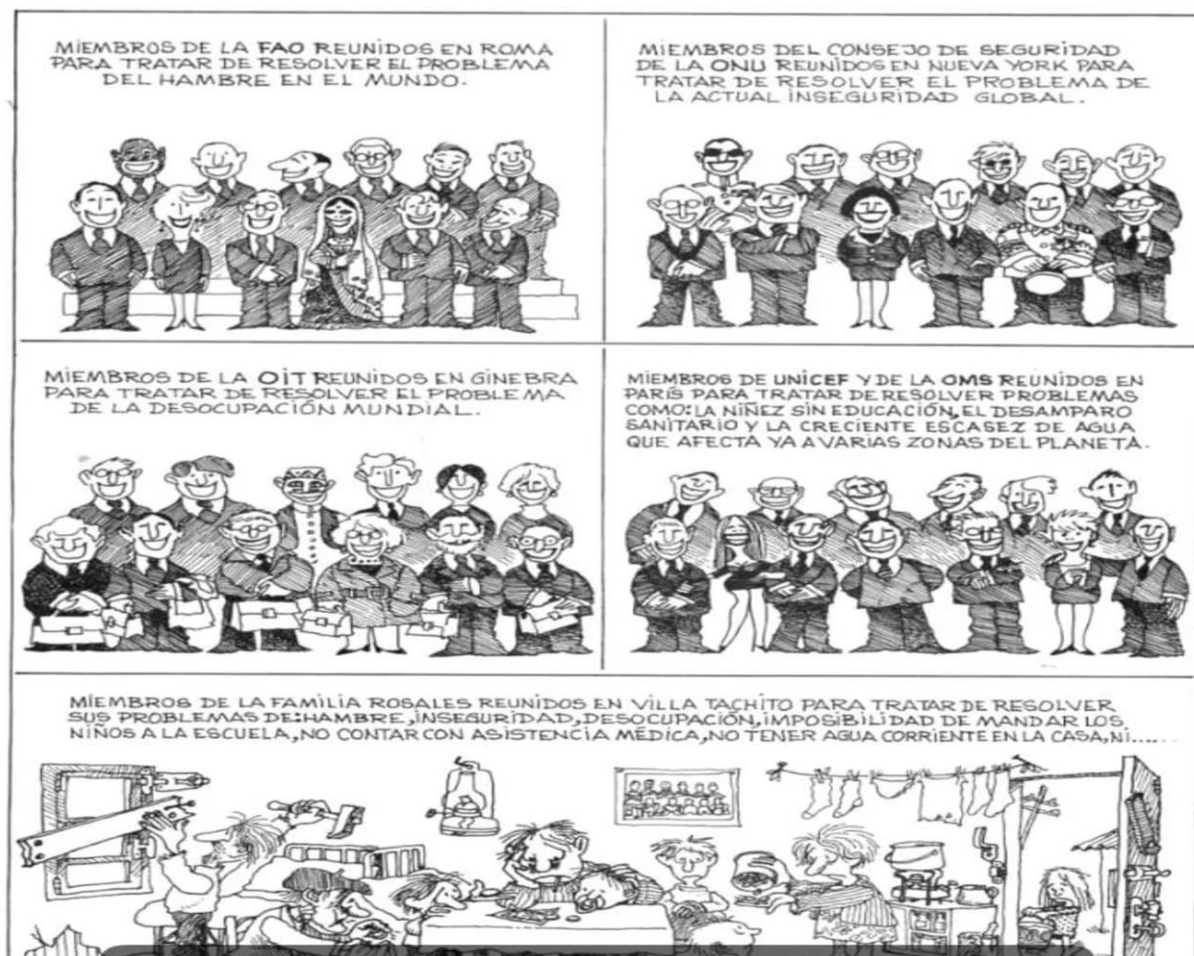
Finalmente, a partir de las dos presentaciones de las megatendencias, tanto las que postula la Organización Mundial del Turismo, por un lado, y la que proponen Dachary y Arnaiz, por otro, podemos arribar a una serie de conclusiones, ya sea por parte del lector de forma individual o bien en el ámbito propuesto de las clases y encuentros de la materia, tendientes a explicar y proyectar las nuevas necesidades, adaptaciones, demandas y gestión del turismo. En este punto, cabe reafirmar el carácter dinámico de la práctica turística, a la vez que se dinamizan, (re)estructuran, (re)definen, transforman los territorios turísticos a escala global en sintonía con la dinámica multidimensional de la práctica.

A continuación, y a modo de ilustrar el presente capítulo, se propone compartir y reflexionar a partir de la siguiente imagen del genial Quino.

Con el objetivo de integrar los temas de agenda internacional expuestos, resulta necesario detenerse en este punto para evidenciar y analizar el rol que poseen los organismos encargados de abordar, desde ámbitos internacionales y multilaterales, los temas de agenda global más acuciantes y desafiantes que se ocupan las portadas de diarios y la atención de las sociedades en las últimas, al menos, seis décadas. En ese sentido, se invita al lector a sacar sus propias conclusiones vinculadas a las reales distancias entre los discursos, de los organismos oficiales financiados con miles de millones de dólares, y las acciones concretas, que impacten positivamente en las miles de familias “Rosales” a escala global.

Imagen 2.14

Imagen “agendas políticas y debates internacionales”, Quino



Nota. Fuente: sitio web: Quino.com.ar

Referencias Bibliográficas

- Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires Nivel secundario para adultos: módulos de enseñanza semi presencial: geografía mundial contemporánea. - 1a ed. - Buenos Aires: Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación, 2007. 112 p.; 30x21 cm. ISBN 978-950-00-0593-7 1. Educación para Adultos. 2. Geografía-Educación Media. I. Título CDD 374.
- Dachary, C, y Arnaiz, M (2003). "Globalización, turismo y Sustentabilidad" Ed. Universidad de Guadalajara. México.
- Dieckow, L (2022). El nuevo turismo: escenarios y desafíos. Ensayo. Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo | CONDET. Año XX Vol. 18 N°2 pp. 131-139.
- Gliemmo, F y Moscoso, F (2022). Geografía Turística Latinoamericana: aportes conceptuales y estudios de caso para la comprensión de un escenario en transición / Fabricio Gliemmo... [et al.]. 1a ed. - La Plata: Universidad Nacional de La Plata; EDULP. Libro digital, PDF - (Libros de cátedra) Archivo Digital: descarga ISBN 978-950-34-2193-2. Archivo Digital: descarga y online: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/148712>
- Hiernaux N (2020). Nuevas Encrucijadas para el turismo. Estudios y Perspectivas en Turismo - 30° Aniversario Volumen 29 (2020) pp.996 – 1011.
- Lacoste, Y. (1972). Los Países Subdesarrollados. Eudeba, Bs. As.
- Mancero García, A y Múnera Perafán, O (2017). Los Estados fallidos: una visión desde la Geopolítica Failed States: an insight from Geopolitics.
- Onghena, Y; Milano, C (2015). Certezas e incertezas del turismo: movilidad y encuentro. Notes internacionales CIDOB.
- Organización Mundial de Turismo OMT (1995). Megatendencias turísticas OMT Previsiones Mundiales.
- Organización Mundial de Turismo. (2002). Turismo: Panorama 2020. Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado. o. Volumen 7. Madrid, España.
- Organización Mundial de Turismo. (2022). Barómetro. Marzo 2022 – Anexo estadístico. Volumen 20, Número 2, Marzo.

Panorama turístico mundial

Diego Eduardo Barrios

El organismo que nuclea al turismo mundial

ONU Turismo fue anteriormente conocida como Organización Mundial del Turismo, es el principal organismo de actuación en materia turística perteneciente a las Naciones Unidas y tiene como fin promocionar el desarrollo de la actividad contribuyendo al crecimiento económico, la inclusión y la sostenibilidad ambiental.

ONU Turismo posee una estructura compuesta por 160 Estados miembros y más de 500 afiliados, una asamblea general como el máximo órgano decisor y un consejo ejecutor y una secretaría general encargados de tomar las medidas necesarias para ejecutar las decisiones tomadas en asamblea.

En la Tabla 2.2 pueden observarse los principales objetivos o prioridades del organismo.

Tabla 2.2

Objetivos o prioridades del organismo

Integrar sistemáticamente el turismo en la agenda global: Defender el valor del turismo como motor de crecimiento socioeconómico y de desarrollo, su inclusión como prioridad en las políticas nacionales e internacionales y la necesidad de ofrecer un terreno de juego neutral en el que el sector pueda prosperar y desarrollarse.

Mejorar la competitividad turística: Mejorar la competitividad turística de los Miembros de ONU Turismo mediante la creación y el intercambio de conocimientos, el desarrollo de los recursos humanos y la promoción de la excelencia en ámbitos tales como la planificación turística, las estadísticas y las tendencias del mercado, el desarrollo sostenible del turismo, el marketing y la promoción, el desarrollo de productos y la gestión de riesgos y de crisis.

Promover el desarrollo sostenible del turismo: Apoyar políticas y prácticas de turismo sostenible: políticas que hagan un uso óptimo de los recursos ambientales, que respeten la autenticidad sociocultural de las comunidades receptoras y que proporcionen beneficios económicos para todos.

Impulsar la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y al desarrollo: Maximizando la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y el logro de los ODS convirtiendo al turismo en una herramienta para el desarrollo y promoviendo la inclusión del turismo en la agenda del desarrollo.

Fomentar el conocimiento, la enseñanza y la capacitación: Ayudar a los países a evaluar y satisfacer sus necesidades en materia de enseñanza y formación y proporcionarles redes que faciliten la creación y el intercambio de conocimientos.

Forjar asociaciones: Asociarse con el sector privado, con organizaciones regionales y locales de turismo, con instituciones docentes e investigadoras, con la sociedad civil y con el sistema de las Naciones Unidas para construir un sector turístico más sostenible, responsable y competitivo.

Nota. Fuente: ONU Turismo (s/f)¹¹

Panorama de Turismo Mundial

El "Panorama Mundial de Turismo" es una publicación que la Organización Mundial del Turismo (OMT) (hoy ONU Turismo) realiza cuatro veces al año -a través de su Departamento de Inteligencia de Mercados Turísticos y Competitividad-, proporcionando información acerca de las tendencias del turismo a nivel global. Dicha publicación tiene como objetivo brindar una visión integral de la evolución del turismo mundial a los responsables de la toma de decisiones, investigadores, profesionales del turismo y al público en general, abordando una amplia gama de temas relacionados con el turismo.

La información en el "Panorama Mundial de Turismo" es recopilada y analizada por la OMT a través de la colaboración de organismos de cada país. La publicación sirve como herramienta para obtener una aproximación a la dinámica del turismo global y tomar decisiones informadas en el ámbito del turismo y la gestión de destinos.

Según la misma organización, el turismo es clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar. Es por ello por lo que el número de destinos de todo el mundo que se han abierto al turismo y han invertido en él ha venido en aumento, considerando a dicho sector como la clave para el progreso socioeconómico, gracias a las posibilidades de creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras.

Desde mediados del siglo XX, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento, llegando a ser un sector económico de gran importancia a nivel global. A pesar de las diversas crisis que se han presentado, esta actividad ha crecido de manera prácticamente ininterrumpida.

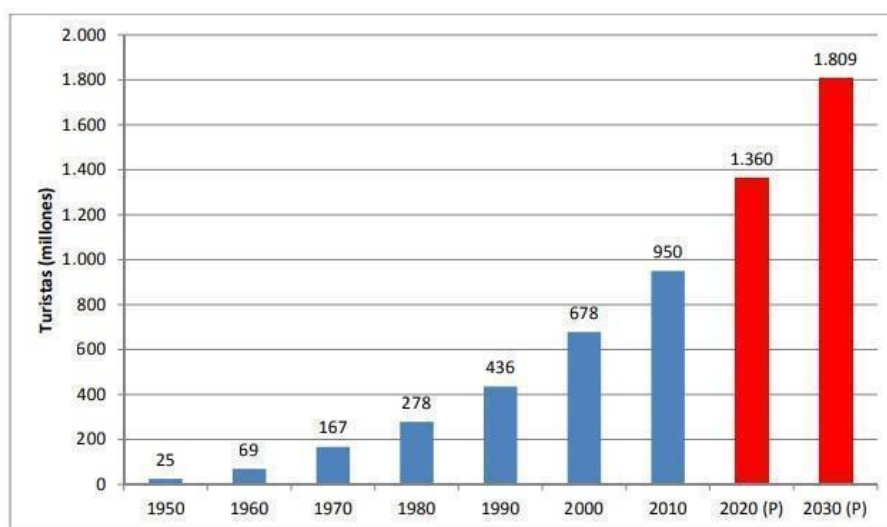
¹¹ ONU Turismo. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/acerca-de-onu-turismo>

Uno de los datos más importantes que expone el barómetro es el de las llegadas de turistas internacionales, el cual se refiere al número de llegadas de visitantes y no al número de personas. Es decir que una misma persona que hace varios viajes a un país dado durante un periodo determinado, aparecerá cada vez como una nueva llegada.

En este sentido, en el Gráfico 1 puede observarse la evolución del mencionado dato entre 1950 y 2019.

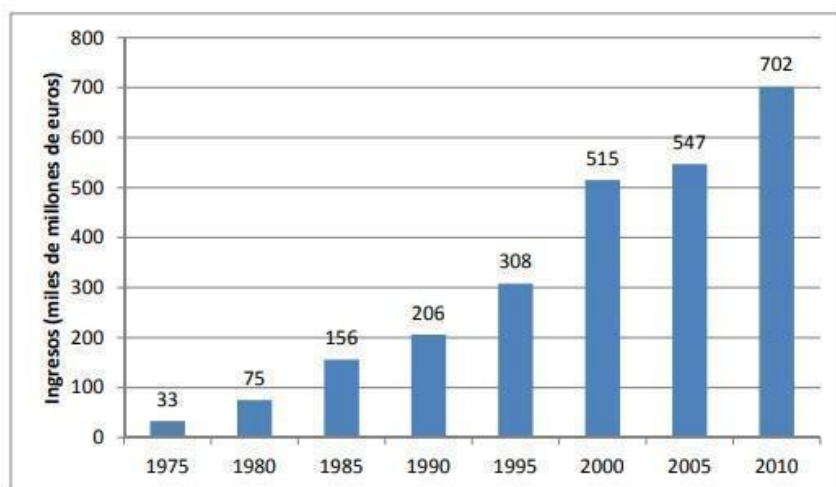
Gráfico 2.1

Evolución en la llegada de turistas internacionales a nivel mundial 1950-2010 y proyecciones 2020-2030



Nota. Fuente: elaboración en base a J.L. Nieto, I.M. Román, D. Bonillo, N. Paulova. (2016) y OMT (2020)

De la misma manera, otro dato relevante en el Barómetro es el ingreso por turismo internacional, el cual expresa el gasto total que los turistas realizan en el exterior. De esta manera, en el Gráfico 2 se expone la evolución en el ingreso por turismo internacional a nivel global entre 1975-2010.

Gráfico 2.2*Evolución del ingreso por turismo internacional a nivel mundial 1975-2010*

Nota. Fuente: elaboración en base a J.L. Nieto, I.M. Román, D. Bonillo, N. Paulova. (2016) y OMT (2020).

Para tener una mejor comprensión del peso y la vinculación del turismo en la economía mundial, puede observarse la Tabla 2.3.

Tabla 2.3

Variación interanual del PBI Mundial respecto a la variación interanual de las llegadas e ingresos internacionales por turismo 1995-2013

Año	PBI Mundial a precios constantes	Llegadas	Ingresos
1995	-	-	-
1996	3,3	6,2	11,7
1997	3,7	4,6	11,6
1998	2,5	2,7	2,9
1999	3,4	3,6	8,6
2000	4,3	8,1	20,0
2001	1,8	0,0	1,0
2002	2,1	2,9	-1,3
2003	2,8	-1,0	-8,2
2004	4,1	10,6	8,1
2005	3,6	5,9	7,5
2006	4,1	5,7	8,4
2007	3,9	6,4	5,7
2008	1,5	2,1	2,4
2009	-2,1	-3,9	-4,5
2010	4,1	6,4	14,5
2011	2,8	4,8	6,7
2012	2,3	4,2	15,9
2013	2,3	4,7	3,8

Nota. Fuente: elaboración en base a J.L. Nieto, I.M. Román, D. Bonillo, N. Paulova. (2016)

Como puede observarse en la tabla, entre 1995 y 2013 existe una tendencia creciente para las llegadas y los ingresos por turismo internacional, con un crecimiento mayor en términos relativos del segundo por sobre el primero.

Por otra parte, debe destacarse que existen ciertos años donde la tendencia al crecimiento se ve interrumpida, a saber: a) En 2001 y 2002 las llegadas de turistas internacionales y los ingresos por turismo internacional se vieron estancados y la razón de ello se atribuye a los atentados del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York, lo que habría provocado un temor generalizado a viajar; b) En 2003 la recuperación del turismo respecto a los acontecimientos de 2001 se vio ralentizado por la escalada del conflicto bélico en Oriente Medio y la propagación del síndrome respiratorio agudo y severo en el Sudeste Asiático; c) En 2009 se produjo una reducción en las llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo debido a una fuerte recesión mundial.

A pesar de estos acontecimientos, el turismo ha mostrado signos de rápida recuperación, tal es así que en los períodos siguientes a los años mencionados la actividad tuvo crecimiento por encima de los niveles previos a los mismos.

A continuación, se presentan una serie de datos referidos a la actividad turística durante 2019 pertenecientes a la edición 2020 del Panorama Mundial de Turismo. En el Gráfico N° 3, se observa la regionalización que realiza la OMT, identificando 5 grandes regiones turísticas (Las Américas, Europa, Asia-Pacífico, Oriente Medio y África) y la participación de cada una en la cuota total de mercado. En términos de llegadas de turistas internacionales, cabe destacar que a nivel mundial se registraron 1.460 millones de llegadas y que la región que mayor cuota presenta es Europa con el 51%, seguida por Asia-Pacífico 25%, las Américas 15%, África 5% y Oriente Medio 4%. Mientras que, en términos de ingresos por turismo internacional, a nivel global se generaron 1.480 billones de dólares, teniendo a Europa como la región que más ingresos genera contabilizando el 39%, seguida por Asia-Pacífico 30%, las Américas 23%, Oriente Medio 5,4% y África 2,6%.

Gráfico 2.3*Regionalización turística del mundo según OMT*

Nota. Fuente: ONU Turismo (s/f). Dashboard de datos turísticos de la OMT. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

Para exponer la información de manera más detallada, además de presentar las mencionadas regiones turísticas, el documento propone una subregionalización proporcionando información sobre las tendencias y los desarrollos en el turismo a nivel global, regional y por país. Esta agrupación contempla las siguientes regiones y subregiones:

1. África:
 - África del Norte
 - África Occidental
 - África Central
 - África Oriental
 - África Austral

2. América:
 - América del Norte (que puede incluir a Estados Unidos, Canadá y México)
 - América Central
 - América del Sur
 - Caribe

3. Asia y Pacífico
 - Asia Oriental (que puede incluir a China, Japón, Corea del Sur, etc.)
 - Asia Meridional (que puede incluir a India, Pakistán, Sri Lanka, etc.)
 - Sudeste Asiático (que puede incluir a Tailandia, Indonesia, Malasia, etc.)

- Islas del Pacífico (que pueden incluir a Fiji, Samoa, Tonga, etc.)
 - Asia Central
4. Europa:
- Europa Occidental
 - Europa Central
 - Europa Oriental
 - Europa del Sur
 - Europa del Norte
5. Oriente Medio:
- Oriente Medio (que puede incluir a países como Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Israel, etc.)

Es recomendable en este punto sugerirle al lector que pueda consultar el “Panorama Mundial de Turismo” y observar los datos de diferentes países, poniendo en contexto la realidad territorial, política, económica y social de cada caso para tener una aproximación a la realidad turística y comprender por qué presentan los resultados que se exponen en el documento.

Para conocer más sobre el Panorama Mundial de Turismo 2019, los invitamos a visitar el siguiente Link:

<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422746>

También les recomendamos visitar e interactuar con el Dashboard de datos turísticos de la OMT, al que pueden acceder desde el siguiente link:

<https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

Impacto del COVID-19 sobre el turismo a nivel mundial

Con relación a lo que se suele denominar al Turismo pos-COVID-19, surgen reflexiones, retos y oportunidades que debemos reconocer e interpelar. Aunque todavía no es posible calibrar la auténtica dimensión de los efectos derivados de la propagación de la COVID-19, la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus SARS-CoV-2. La crisis sistémica del turismo estuvo motivada por un bloqueo temporal de las estructuras que permiten el desplazamiento y el alojamiento de los millones de personas que la OMT.

Si bien no es la primera vez que el turismo se ve afectado por hechos de la coyuntura mundial, la pandemia del COVID-19 aparece como la de mayor impacto de los últimos años. Ejemplo de ello son, por un lado, la epidemia del SARS en 2003 en la región de Cantón (China) y produjo una contracción mundial del turismo en torno a una caída del 0,4% de las llegadas internacionales. Mientras que, por otro lado, cabe mencionar la crisis económica mundial entre

2008 y 2009 con origen en Estados Unidos y vinculada a los créditos hipotecarios. Dicha crisis, produjo una contracción de las llegadas internacionales en un 4%.

Gráfico 2.4

Impacto en las llegadas de turistas internacionales 2003-2009-2020



Nota. Fuente: ONU Turismo (s/f). Dashboard de datos turísticos de la OMT. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

Entre los meses de marzo y mayo de 2020 el 100% de los países aplicaron algún tipo de restricción a los viajes, el 83% de los destinos en Europa cierra por completo las fronteras al turismo internacional, el 80% en América, el 70% en Asia y el Pacífico, el 62% en Oriente Medio y el 57 % en África (OMT, 2020a).

La constante evolución de la pandemia durante 2020 tuvo efectos devastadores para la actividad turística. Mientras muchos países implementaron estrictas restricciones a los viajes (pruebas obligatorias, cuarentenas y, en algunos casos, el cierre completo de las fronteras). De esta manera, durante 2020 el turismo registró su peor año. Hecho que quedó reflejado en la estrepitosa caída en las llegadas internacionales (-74%) y la pérdida de ingresos y de empleos directos que se han estimado en 1,3 billones de dólares americanos y unos 120 millones de puestos de trabajo.

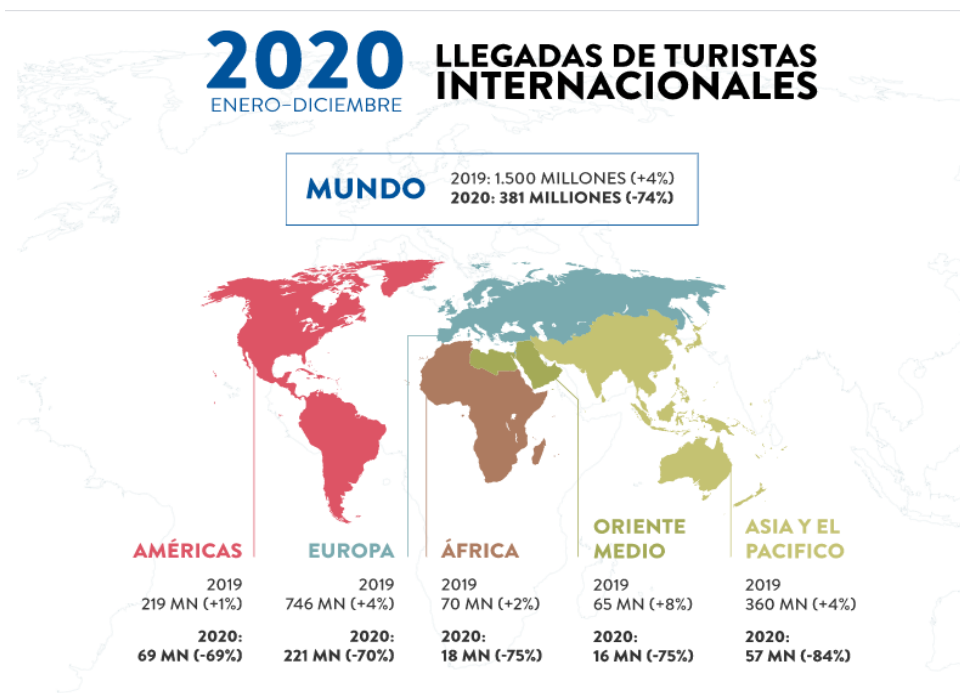
La Imagen 2.15 muestra de manera comparativa los datos de llegadas de turistas internacionales por región entre 2019 -año previo a la pandemia- y 2020 -año en el que se declara mundialmente la pandemia.

En líneas generales, cómo las llegadas internacionales, que venían de tener un crecimiento del 4% en 2019 respecto al anterior año, caen estrepitosamente durante 2020 en un 74%. Al observar las regiones, Asia-Pacífico es la región con mayor caída en términos relativos (84%) - debe destacarse que China pertenece a esta región y fue el epicentro de la propagación del

COVID-19), mientras que en términos absolutos la región más afectada ha sido Europa cayendo de 746 millones a 221 millones de llegadas de 2019 a 2020.

Imagen 2.15

Nivel de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial. Comparativo Enero-Diciembre 2019-2020

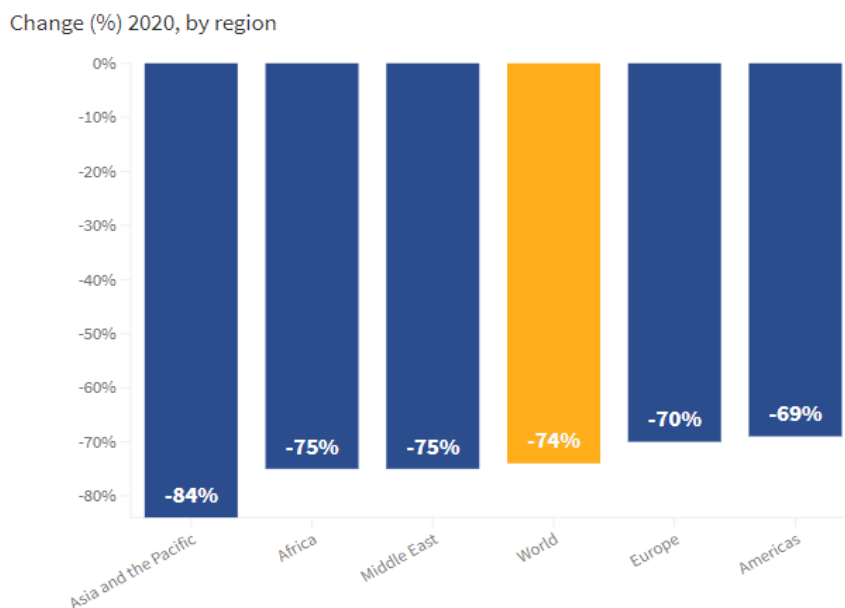


Nota. Fuente: ONU Turismo (s/f). Dashboard de datos turísticos de la OMT. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

En la imagen 2.16 se pueden apreciar los cambios porcentuales o relativos respecto a la caída en la cantidad de llegadas internacionales de turistas. Como puede observarse, en términos relativos las regiones que más se vieron afectadas son Asia-Pacífico (-84%), África (-75%) y Medio Oriente (-75%), mientras que Europa (-70%) y las Américas (-69%), tuvieron un impacto menor (siempre en términos relativos) incluso comparado con el impacto total a nivel mundial (-74%).

Imagen 2.16

Cambio porcentual por región en la llegada de turistas internacionales 2019-2020



Nota. Fuente: ONU Turismo (s/f). Dashboard de datos turísticos de la OMT. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

Desde el año 2021 se reconoce que la práctica turística ha transitado un proceso de aprendizaje y adaptación, primando la colaboración intrasectorial para la superación de los desafíos y el aprovechamiento de las nuevas oportunidades. Sólo la llegada gradual de vacunas contra la COVID-19 contribuyó a restablecer la confianza de los consumidores.

Tal es así que para el año 2021, el turismo evidenció un crecimiento del 4% respecto de 2020. Las llegadas de turistas internacionales pasaron de 400 millones a 415 millones, aunque debajo de las llegadas correspondientes a 2019 (-72%) previo a la pandemia.

Asimismo, los ingresos por turismo internacional rondaron el 50% (700 mil millones de dólares) de los ingresos prepandemia que fueron de 1,7 billones de dólares.

Imagen 2.17

Nivel de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial. 2019-2020 y Enero 2021



Nota. Fuente: ONU Turismo (s/f). Dashboard de datos turísticos de la OMT. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

Llegado el año 2022, los primeros siete meses de este siguen marcando la tendencia de recuperación de la actividad. En este sentido, la relajación total de restricciones en 86 países del mundo llevó a que las llegadas de turistas internacionales alcanzaran el 57% de los niveles correspondientes al año 2019 prepandemia, triplicándose interanualmente en el período enero-julio 2021-2022 (+172%).

El turismo internacional siguió dando claras señales de recuperación y, en los siete primeros meses de 2022, las llegadas alcanzaron el 57% de los niveles anteriores a la pandemia. Al día 19 de septiembre de 2022, había 86 países que no tenían ya restricciones relacionadas con la COVID-19.

Entre enero y julio de 2022 el turismo internacional alcanzó un 60% de los niveles correspondientes al mismo período de 2019 y un incremento del 172% respecto al de 2021. Las regiones que mostraron una recuperación más rápida que el resto fueron Europa y Oriente Medio, donde las llegadas de turistas internacionales alcanzaron el 74% y el 76% de los niveles de 2019, respectivamente.

En comparación a 2021, Europa recibió el triple de llegadas internacionales (+190%), impulsadas por una fuerte demanda intrarregional y viajes desde Estados Unidos.

Por su parte, Oriente Medio cuadruplicó las llegadas internacionales respecto a los valores del período enero-julio de 2021 (+287%), favorecido por el impulso de los resultados mostrados por Arabia Saudita (+121%).

En cuanto al resto de las regiones, las mismas mostraron resultados también positivos, aunque dispares. En el caso de las Américas, su crecimiento interanual 2021-2022 en llegadas en el período enero-julio fue de 103%, y de un 65% respecto a los niveles del año 2019. En África, las llegadas tuvieron una variación interanual 2021-2022 (enero-julio) de 171%, alcanzando el 60% del nivel observado en 2019. Y, por último, la región de Asia y Pacífico evidenció un crecimiento interanual del 165%, manteniéndose aún por debajo de los niveles del año 2019 respecto al cual consiguió el 86% de llegadas internacionales.

Una mirada sobre las subregiones y destinos

Varias subregiones alcanzaron entre el 70% y el 85% de las llegadas que recibían antes de la pandemia durante el período enero-julio de 2022. Sólo unas pocas subregiones se acercaron a los niveles anteriores a la pandemia en 2019, como fueron el Caribe (-5%), la Europa Meridional y Mediterránea (-6%) y América Central (-8%).

Durante el período enero-julio de 2022, sólo unos pocos destinos superaron los niveles prepandémicos según los datos comunicados sobre llegadas de turistas internacionales. Algunos ejemplos de ellos fueron: las Islas Vírgenes de Estados Unidos (+32% con respecto a 2019), Albania (+19%), Sint Maarten (+15%), Etiopía y Honduras (ambos +13%), Andorra (+10%), Puerto Rico (+7%), Emiratos Árabes Unidos y República Dominicana (ambos +3%), San Marino y El Salvador (ambos +1%) y Curaçao (0%).

Por otra parte, para el mismo período los destinos que presentaron datos acerca de sus ingresos por turismo internacional ubican a Serbia con un aumento del 73%, Sudán del 64%, Rumania 43%, Albania 32%, Macedonia del Norte 24%, Pakistán 18%, Türkiye, Bangladesh y Letonia 12%, México y Portugal 8%, Kenia 5% y Colombia 2% superando los niveles anteriores a la pandemia.

Los nuevos retos del sector

El período de recuperación que viene transitando el sector puede observarse en el gasto del turismo emisor de los principales países emisores. Por ejemplo, el gasto de los turistas franceses se incrementó durante enero-julio de 2022, sin embargo, se encuentra un 12% por debajo del mismo período de 2019. Mientras que el gasto de los turistas alemanes en el exterior quedó un 14% por debajo que en el mencionado año. En términos generales, el nivel de gasto del turismo internacional entre los períodos enero-julio de 2019 y de 2022 se situó en un -23% en Italia y en un -26% en Estados Unidos.

También se registró un sólido comportamiento en el tráfico aéreo internacional de pasajeros, con un aumento del 234% en enero-julio de 2022 (un 45% por debajo de los niveles de 2019) y

una recuperación que lo situó en julio al 70% del nivel de tráfico anterior a la pandemia, según la IATA.

Una demanda mayor de lo previsto ha generado, por otra parte, importantes retos operativos y de personal en las empresas e infraestructuras turísticas, especialmente en los aeropuertos. Además, la situación económica, agravada por la agresión de la Federación de Rusia contra Ucrania, representa un importante riesgo para que dicha demanda se retrotraiga.

La combinación del aumento de los tipos de interés en las principales economías, el incremento de los precios de la energía y de los alimentos y las crecientes perspectivas de una recesión mundial, tal como indica el Banco Mundial, son las principales amenazas para la recuperación del turismo internacional para el año 2023 y la posible ralentización en la recuperación del sector.

Fuentes consultadas

e-UNWTO (2020). *Panorama del turismo internacional*, Edición 2020. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422746>

González, J. L. N., Sánchez, I. M. R., Muñoz, D. B., & Paulova, N. (2016). El turismo a nivel mundial. *International journal of scientific management and tourism*, 2(1), 129-144. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665915>

Ministerio de Industria y Turismo (s/f). Cooperación y competitividad. Estadística. Recuperado de: <https://turismo.gob.es/cooperacion/omt/Paginas/estadistica.aspx>

ONU Turismo (2021). 2020: el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales>

Ámbito (18 de enero de 2022). El turismo creció un 4% en 2021 según el primer barómetro publicado este año por la OMT. Recuperado de: <https://www.ambito.com/economia/turismo/el-crecio-un-4-2021-segun-el-primer-barometro-publicado-este-ano-la-omt-n5353654>.

ONU Turismo (2022). El turismo internacional se sitúa al 60% de los niveles anteriores a la pandemia en enero-julio de 2022. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-se-situa-al-60-de-los-niveles-anteriores-a-la-pandemia-en-enero-julio-de-2022>

ONU Turismo (s/f). *Barómetro OMT del Turismo Mundial*. <https://www.unwto.org/es/barometro-del-turismo-mundial-de-la-omt>

ONU Turismo (s/f). *Sobre ONU Turismo*. <https://www.unwto.org/es/acerca-de-onu-turismo>

CAPÍTULO 3

Regionalización Turística a partir de la clasificación realizada por la OMT

Fabrizio Gliemmo y Diego Eduardo Barrios

En este capítulo se presentan algunas condiciones generales de las diferentes regiones turísticas a nivel internacional. El objetivo es el de sistematizar los espacios turísticos regionales en relación a condiciones socioculturales e identitarias, condiciones ambientales, fortalezas y debilidades de la práctica turística; así como también, la identificación de modalidades turísticas y número de llegadas por turismo internacional.

Tabla 3.1. Región Turística América Anglosajona

Características socioculturales e identitarias	-Desarrollo económico avanzado con supremacía industrial. -Primera potencia militar (Estados Unidos), -Importante concentración de riqueza por la generación de una cuarta parte de la producción mundial. -Cuenta con una de las rentas per cápita más elevadas del mundo. -Territorio rico en recursos naturales; enormes reservas de recursos energéticos; -Sociedad norteamericana plenamente urbanizada e inserta en lo que algunos identifican como sociedad postindustrial. -Pobreza elevada especialmente en los estados del sur y las áreas centrales de las ciudades, vinculada socialmente con las minorías étnicas y afroamericanos y comunidades migrantes del país.
Condiciones naturales	-Desde la frontera del río Grande hasta frontera del Polo Norte. -Superficie total de 19,3 millones de km²: Canadá (9.976.000 km²) y Estados Unidos (9.363.000 km²). -Severas restricciones a la ocupación de una buena parte del territorio canadiense, particularmente por lo que se refiere a las regiones del Gran Norte. -Tres grandes unidades morfoestructurales: cadenas terciarias de gran altura al oeste (Montañas Rocallosas); amplias llanuras en el centro y sur; y macizos antiguos al este y norte (Apalaches y Escudo Canadiense). -Climas cálidos en el Golfo de México y sectores de California; climas templados en latitudes intermedias; climas fríos al norte. Más allá de los diversos factores que modifican la altura como la altura, influencia oceánica, distribución de vientos, etc.
Práctica turística Fortalezas	-Sociedad de consumo. Cultura del negocio y desarrollo de la cultura del marketing. -Servicios de transporte modernos. -Centros Urbanos especializados. -Diversidad regional, circuitos y rutas turísticas de primer nivel internacional.

Práctica turística Debilidades	-Territorio amplio con grandes distancias, dependencia del transporte aéreo para cubrir o integrar los países de escala “continental”. -Desequilibrios territoriales. -Climas extremos en algunas regiones. -Visados y permisos de permanencia para algunos viajeros.
Modalidades turísticas imperantes	-Turismo de negocios en grandes urbes y megalópolis (N.Y.; Chicago, L.A.). -Turismo de naturaleza en áreas montañosas, bosques y lagos (Rocosas, Apalaches, etc.) -Turismo de compras (N. Y. Miami, etc.) -Turismo cultural (Costa Este, Oeste, grandes urbes, etc.) -Turismo de eventos y espectáculos: grandes shows musicales, deportivos, de impacto global. -Turismo gastronómico multi étnico, paraíso del fast-food, etc.
Países con mayor cantidad de llegadas de turistas (ONU Turismo, 2019)	Estados Unidos: 79,4 millones Canadá: 22,1 millones

Nota. Fuente: elaboración propia; ficha de cátedra “Geografía Turística Mundial” año 2024

Tabla 3.2. Región Turística Europa	
Características socioculturales e identitarias	-Excepcional posición del continente en la historia de la civilización; consolidado por la etapa de expansión colonial y el “Eurocentrismo” -Pueblos Helenos y Latinos concentrados alrededor del Mediterráneo. -Lenguas grecolatinas, germánicas, eslavas, y otros grupos menores. -Catolicismo romano, en Europa del sur y central; religiones ortodoxas en el sureste; protestantismo al norte; judaísmo disperso y en los Balcanes islamismo, difundido por migraciones. -Importancia histórica de grandes revoluciones técnicas, industriales, sociales, movimientos políticos, etc. -Consolidación de las políticas de integración: Unión Europea. -Libertad de circulación en países de la unión.
Condiciones naturales	-Gran diversidad de ambientes y climas. -Europa como una gran península de la masa continental euroasiática; y otras placas importantes: Escandinava, Itálica, Ibérica, Balcánica. -Extensa longitud de costas e islas. -Relieves variados, más antiguos en el arco mediterráneo, cordilleras y montañas al sur; mesetas más antiguas al oeste y centro, y llanuras desde el centro hacia el este. -Climas de variación térmica de norte a sur descienden las temperaturas. -Clima ártico al norte en Escandinavia y extremo norte. -La hidrografía jugó un papel fundamental en la ocupación y desarrollo poblacional y económico del continente.
Práctica turística Fortalezas	-Gran trayectoria de la práctica del turismo. -Consolidación de destinos tradicionales. -Distancias más cortas en comparación con otras regiones turísticas. -Excelente interconectividad y multimodalidad del transporte. -Moneda única en muchos países. -Elevada calidad de los servicios turísticos.

	-Tratado de Schengen; libre circulación de personas.
Práctica turística Debilidades	-Elevada capacidad de carga en destinos urbanos y de playa. -Proceso de turistificación y de gentrificación acelerada de algunos destinos. -Alta probabilidad de ocurrencia de actos terroristas. -Externalidad del modelo de transporte y de costos de energía. -Tensión con procesos migratorios y de políticas de circulación interna en países de la unión.
Modalidades turísticas imperantes	-Turismo religioso: templos, peregrinaciones, sitios emblemáticos en catedrales e iglesias centenarias. -Turismo cultural, sitios patrimoniales e históricos de trascendencia mundial -Turismo de “sol y playa” en el arco Mediterráneo e islas. -Turismo de negocios, políticos, en grandes ciudades y capitales europeas. -Grandes escenarios de espectáculos, eventos deportivos, etc.
Países con mayor cantidad de llegadas de turistas (ONU Turismo, 2019)	Francia: 90,9 millones España: 83,5 millones Italia: 64,5 millones Alemania: 39,6 millones Reino Unido: 40,8 millones

Nota. Fuente: elaboración propia; ficha de cátedra “Geografía Turística Mundial” año 2024

Tabla 3.3. Región Turística Oriente Medio	
Características socioculturales e identitarias	-Civilización islámica inconfundible, con diversas culturas o sub-civilizaciones. -Acervo cultural milenario, grandes civilizaciones del Tigris y Éufrates, Nilo, etc. -Asiento de religiones monoteístas: Islam, Judaísmo y Cristianismo. -Encrucijada entre oriente y occidente y entre África y Europa. Rutas comerciales. -Característica común de la lengua árabe y la religión islámica. La base será el núcleo histórico del Islam. -La aparente riqueza, motivada por el enorme mercado mundial con la exportación de petróleo y otras materias primas, ha incidido poco en el cambio de las estructuras sociales.
Condiciones naturales	-Desiertos árabe-iraníes y norteafricanos, sobre mesetas, plataformas de sedimentación horizontales y afloramientos del zócalo que ocupan la mayor extensión. -Posición intermedia encontramos las fosas de hundimiento como las del Jordán y la mesopotámica por la que discurren los ríos Tigris y Éufrates, o las llanuras del Nilo. -La economía y la organización social y espacial se asientan sobre un medio árido, de desiertos, estepas y montañas mediterráneas. -Presión humana no es muy importante y está ligada a la presencia de oasis y los valles de los grandes ríos.

Práctica turística Fortalezas	-Inconmensurable patrimonio histórico y religioso. -Localización de sitios de peregrinación masiva y gran importancia para las tres religiones mayoritarias. -Grandes escenarios naturales como desiertos, cadenas montañosas, oasis. -Existencia de mercados tradicionales en urbes milenarias
Práctica turística Debilidades	-Inestabilidad política y religiosa. -Tensiones entre naciones y grupos religiosos y étnicos. -Conflictos armados. -Terrorismo internacional -Dificultad de visados y pasaportes entre algunas naciones. -Conflicto árabe-israelí -Estados teocráticos, falta de democratización en la región -Débil participación de las mujeres. -Dificultad en la circulación y conectividad interna.
Modalidades turísticas imperantes	-Turismo religioso: ej.: Tierra Santa y La Meca. -Turismo cultural en ciudades milenarias, El Cairo, Beirut, Petra, Bagdad, etc. -Turismo de negocios -Turismo de lujo y de ciudades hiperrealistas: Dubái, Qatar, etc.
Países con mayor cantidad de llegadas de turistas (ONU Turismo, 2019)	Emiratos Árabes: 21,5 millones Arabia Saudí: 17,5 millones Egipto: 13 millones Jordania: 5,3 millones Líbano: 1,9 millones

Nota. Fuente: elaboración propia; ficha de cátedra “Geografía Turística Mundial” año 2024

Tabla 3.4. Región Turística Asia-Pacífico	
Características socioculturales e identitarias	-Región de grandes diversidades. -Región más poblada del globo. Más de la mitad de la humanidad. -Potencias modernas y milenarias -Composición étnica también es la más variada, desde mongoloides en el centro, chinos y japoneses al este; vietnamitas, birmanos, tais, camboyanos, en indochina; caucásicos o indoarios en india y Pakistán, Afganistán a Irán; y malayos al sudeste -Politeísmo predomina en el oriente, hinduismo, budismo, taoísmo, sintoísmo... -Historia milenaria de sus pueblos y culturas. -Extensos y famosos imperios pasados -En la actualidad gran crecimiento de ciudades, y a su vez significativa parte de su población se despliega por las áreas rurales, como población campesina
Condiciones naturales	-Contrastes entre las áreas más pobladas del planeta (indochina, india, java.) y las más despobladas y desérticas, Mongolia, Tíbet, zona central australiana. -Se reconocen los extremos geográficos: desde las mayores alturas (Everest), hasta las grandes depresiones, máximas profundidades en fosas marinas, mayores desiertos, a la vez que se encuentran las temperaturas más bajas del planeta. -Tierras emergidas del Pacífico, inmenso y variado conglomerado de archipiélagos: Australasia; Micronesia; Melanesia; y Polinesia. Atolones y barreras de coral.

Práctica turística Fortalezas	-Diversidad étnica y cultural -Amplios y diversos paisajes naturales -Crecimiento económico, -Pragmatismo político y económico -Desarrollo de grandes y modernas infraestructuras que conviven con espacios arcaicos y subdesarrollados. -Oferta de mano de obra barata. -Apertura económica
Práctica turística Debilidades	-Grandes distancias -Tensión con el mundo occidental -Barreras culturales e idiomáticas -Visados y permisos de viajes
Modalidades turísticas imperantes	-Turismo de negocios (Hong Kong, China, Japón, Corea del Sur, etc.) los denominados Tigres Asiáticos. -Turismo religioso -Turismo cultural -Destinos exóticos -Intercambio cultural, turismo experiencial, -Rutas de cruceros sudeste asiático -Turismo en busca de las culturas e imperios milenarios.
Países con mayor cantidad de llegadas de turistas (ONU Turismo, 2019)	China: 65,7 millones Tailandia: 39,8 millones Japón: 31,8 millones Malasia: 26,1 millones Hong Kong: 23,7 millones

Nota. Fuente: elaboración propia; ficha de cátedra “Geografía Turística Mundial” año 2024

Tabla 3.5. Región Turística África	
Características socioculturales e identitarias	-Cuna de la humanidad, evolución desde los homínidos africanos hasta hoy, desde 1,5 millones de años. -Elementos patrimoniales de gran valor civilizatorio: grandes imperios africanos. -Implantación del modelo colonial -Ocupación costera del continente Quiebre de las sociedades tribales -Ruptura de relaciones culturales entre pueblos -Inestabilidad política -Conflictos armados -Continente más joven del mundo, edad promedio más baja.
Condiciones naturales	-Posee una masa continental de aprox. 30 millones de km². -Se reparte casi simétricamente entre los dos hemisferios atravesada por el paralelo mayor del ecuador. -Posee una forma compacta, posee pocas entradas oceánicas, como el golfo de Guinea. -El clima es más uniforme que, en cualquier otro continente, posición en zonas intertropicales. -Próximas a sus costas se encuentran grupos de islas de importancia, Madagascar, Comoras, Seychelles, Mauricio. -Impactantes paisajes naturales, reservas faunísticas, recursos naturales, etc.

Práctica turística Fortalezas	-Optimismo en diversas naciones por el crecimiento en el sector. -Modernización en diversas áreas. -Nuevos destinos, sitios poco conocidos, baja capacidad de carga en general. -Mayor visibilidad internacional en algunos destinos -Importantes recursos humanos y naturales
Práctica turística Debilidades	-Escasos recursos financieros -Debilidad de los sistemas de transporte interno y entre regiones y países, -Escasa trayectoria en turismo -Tensión étnica e interétnica -Guerras civiles -Conflictos internacionales -Corrupción -Migraciones forzadas
Modalidades turísticas imperantes	-Turismo de naturaleza -Safaris fotográficos -Parques Nacionales y Reservas de fauna -Turismo cultural, diversidad étnica
Países con mayor cantidad de llegadas de turistas (ONU Turismo, 2019)	Marruecos: 12,9 millones Sudáfrica: 10,2 millones Túnez: 9,4 millones Nigeria: 5,3 millones Argelia: 2,3 millones

Nota. Fuente: elaboración propia; ficha de cátedra “Geografía Turística Mundial” año 2024

Los datos expuestos en “Países con mayor cantidad de llegadas de turistas” fueron obtenidos del Dashboard de datos turísticos de ONU Turismo correspondiendo al año 2019. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

Además, para profundizar en ciertos aspectos generales vinculados al espacio territorial de las diversas regiones del mundo se recomienda la consulta de los libros de Méndez, R., y Molinero, F. (1997) “Espacios y Sociedades; introducción a la Geografía Regional del mundo”¹² y de Barrado, D. A., y Calabuig, J. (2009) “Geografía mundial del turismo”¹³. Si bien la regionalización que se utiliza en ambos libros difiere de la implementada por ONU Turismo en su informe “Panorama mundial del turismo”, los mismos permitirán tener una aproximación a la configuración territorial y ambiental de las regiones turísticas que se trabajan en la cátedra.

¹² Méndez, R., y Molinero, F. (1997) Espacios y Sociedades; introducción a la Geografía Regional del mundo. Barcelona, editorial. Ariel.

¹³ Barrado, D. A., y Calabuig, J. (Eds.). (2009). *Geografía mundial del turismo*. Síntesis.

SEGUNDA PARTE

Estudios de caso

CAPÍTULO 4

Disneyización y tematización en destinos turísticos, ¿un fenómeno postturístico?: el caso Las Vegas (Nevada)

Sofia Mirabelli

La Lic. Sofia Mirabelli, egresada de la Licenciatura en Turismo de la FCE-UNLP, nos invita a reflexionar sobre los conceptos de hiperrealidad, disneyización y tematización a través de un relato histórico-descriptivo del caso de estudio abordado. Las Vegas y sus hoteles temáticos a partir de su tesis de grado titulada “El rol de los hoteles temáticos en la atraktividad de los destinos

Nombre Oficial del País	Estados Unidos de América
Capital	Washington D.C.
Población¹⁴	333,2 millones de habitantes (2022)
Superficie¹⁵	9.831.510 km ² (2021)
Lengua	Inglés (oficial)
Principales ciudades	Nueva York, Los Ángeles, Washington, Boston, Houston, Chicago, Atlanta, Dallas.
Región turística según OMT	América del Norte
Llegada de Turistas Internacionales¹⁶	79.441.595 (ONU Turismo, 2019)
Ingresos por Turismo Internacional¹⁷	USD 199.000 millones (ONU Turismo, 2019)

turísticas. Estudio de caso: Las Vegas (Nevada, Estados Unidos)” (2021)¹⁸.

¹⁴Banco Mundial (s/f). *Población total. Todos los países y economías.* <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

¹⁵Banco Mundial (s/f). *Superficie (kilómetros cuadrados). Todos los países y economías.* <https://datos.bancomundial.org/indicador/AG.SRF.TOTL.K2>

¹⁶ ONU Turismo (s/f). *Dashboard de datos turísticos de la OMT.* Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

¹⁷ Idem anterior.

¹⁸ El presente capítulo toma algunos de los aportes que la Licenciada Mirabelli realiza en su tesis de grado en virtud de los contenidos que la cátedra desea exponer para el dictado de la materia.

Mapa 4.1. Localización de los casos de estudio en Estados Unidos



Nota. Fuente: elaboración Mg. Gabriel Losano: Qgis 3.30

Caracterización general de la región turística

La denominada América Anglosajona, región que se condice con la denominación que recibe desde los organismos internacionales, como por ejemplo desde la ONU-Turismo, reparte su superficie entre dos estados: Canadá y los Estados Unidos de América. Esta se extiende desde la frontera del río Grande hasta las proximidades del Polo Norte, comprendiendo una superficie total de 19,3 millones de kilómetros cuadrados repartidos casi por mitad entre Canadá (9.976.000 km²) y Estados Unidos (9.363.000 km²). En este punto es de destacar la existencia de importantes contrastes entre ambos países, siendo el primero de ellos la posición latitudinal, que impone severas restricciones a la ocupación de una buena parte del territorio canadiense, particularmente por lo que se refiere a las regiones del Gran Norte en los dominios de la región polar.

Si se analizan los flujos turísticos de la región, pensando en la unidad geográfica de la denominada América del Norte, estos países y la inclusión de México tienen a uno de sus vecinos como principal cliente, ya sea los Estados Unidos en el caso de México y Canadá (al ser la mayor potencia económica y demográfica, y presentar una extensa frontera con ambos) o este último país para Estados Unidos. Comprensiblemente la explicación radica en la cercanía geográfica, lo que al menos en las zonas fronterizas, dado el enorme tamaño de estos tres estados, facilita

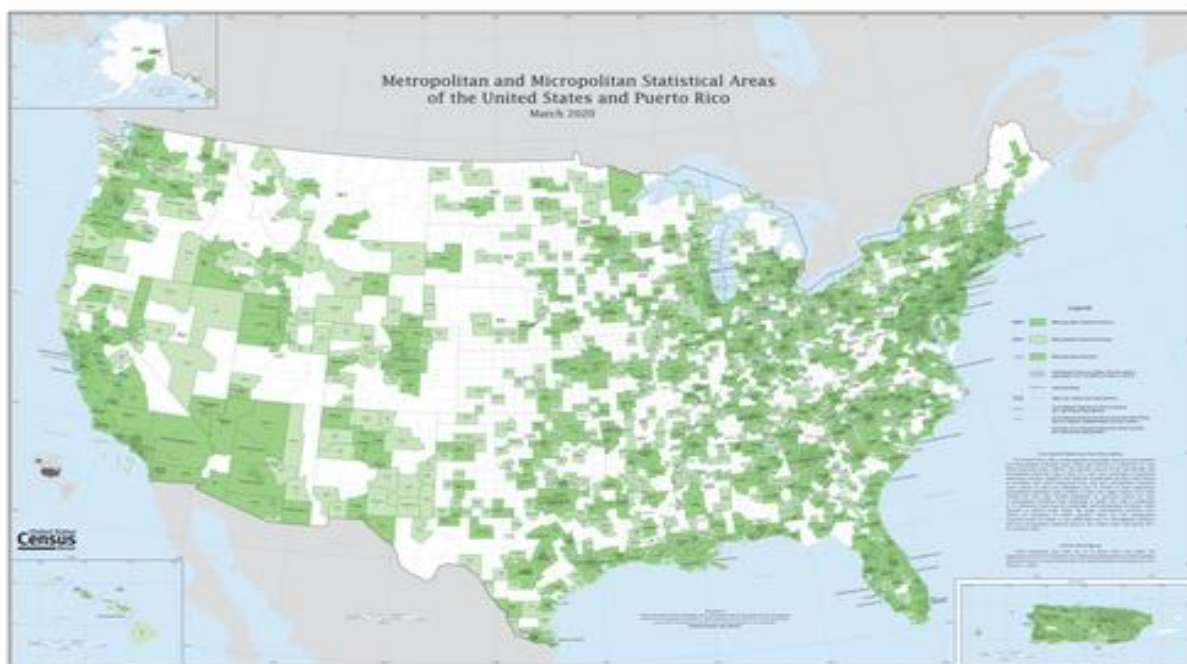
los flujos turísticos. Sin embargo, hay que tener también presentes las intensas relaciones económicas que estos mantienen desde hace décadas mediante el “Tratado de Libre Comercio de América del Norte” (TLCAN) a inicios de la década de los `90, la cual constituye una zona de libre comercio que permite reducir los costos para promover el intercambio de bienes entre los tres países. Desde el 2018 se negocia el nuevo acuerdo que va a reemplazar el TLCAN con el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC o USMCA por sus siglas en inglés).

Si bien Norteamérica es un conjunto relativamente unitario desde el punto de vista físico, lo cierto es que histórica, sociocultural y económicamente existen importantísimas diferencias entre los dos colosos del norte y México. Estados Unidos y Canadá atravesaron por un modelo de colonización muy distinto al del resto del continente, que supuso una ocupación y explotación del territorio por los colonos europeos de forma paralela al exterminio de la población autóctona, asimilaron de forma muy rápida la Revolución Industrial en el siglo XIX, lo que les ha convertido finalmente en dos de las principales potencias económicas y tecnológicas del mundo (Méndez y Molinero, 1994).

En relación con el tipo de modelo de organización político-territorial, resultan esclarecedores los aportes que realizan Méndez y Molinero (1994):

Un carácter dominante se reafirma al considerar que aquí se genera aproximadamente casi un tercio de la producción mundial. A la vez que se consume una proporción similar de la energía y se emite una cuarta parte del dióxido de carbono enviado a la atmósfera, lo que equivale a decir que esta región mantiene un nivel de actividad que exige utilizar una parte importante de los recursos disponibles. En consecuencia, Estados Unidos y Canadá se constituyen hoy en ejemplo paradigmático del modelo de desarrollo capitalista que ha presidido su evolución en el último siglo y medio; el primero de ambos Estados, en particular, simboliza los vicios y virtudes de un sistema hoy hegemónico en la práctica totalidad del mundo, que encuentra aquí su máximo valedor y exponente. (Méndez y Molinero, 1994, p. 241)

Sin dudas la evolución de la población urbana de Estados Unidos se ha convertido en una característica dominante de la vida norteamericana. Siguiendo esta definición, su población urbana ha variado desde un estado de equilibrio entre las poblaciones rural y urbana en 1920 (51,2 % de la población urbana) a una situación de claro predominio urbano en 1950 (64,2%). Esta representa actualmente algo más del 75% de la población (Colomer y Matsson, 1981). “Al tiempo, la sociedad norteamericana se muestra hoy plenamente urbanizada e inserta en lo que algunos identifican con la sociedad postindustrial, concomitante con la expansión del capitalismo global” (Méndez y Molinero, 1998, p. 242). La formación de grandes aglomeraciones, conocidas como «*Standard Metropolitan Statistical Areas*» por la Oficina del Censo en Estados Unidos, se definen como centros rectores donde se gestan las decisiones políticas y económicas, y máximo exponente de las contradicciones de esta sociedad, es, por tanto, un elemento esencial en cualquier análisis sobre su realidad actual.

Imagen 4.1*Áreas estadísticas metropolitanas de Estados Unidos**Nota.*

Fuente:

[https://en.wikipedia.org/wiki/File:Metropolitan_and_Micropolitan_Statistical_Areas_\(CBSAs\)_of_the_United_States_and_Puerto_Rico_Mar_2020.png](https://en.wikipedia.org/wiki/File:Metropolitan_and_Micropolitan_Statistical_Areas_(CBSAs)_of_the_United_States_and_Puerto_Rico_Mar_2020.png)

La denominada Oficina de Gestión y Presupuesto de los Estados Unidos define un conjunto de áreas estadísticas básicas (CBSA) en todo el país, que se componen de condados y equivalentes de condado. En el mapa se pueden observar la disposición de las 939 áreas estadísticas centrales (CBSA) de los Estados Unidos y Puerto Rico a partir del año 2020; los 384 MSA se muestran en verde medio.

Las CBSA se delimitan sobre la base de un área central contigua de densidad de población relativamente alta, conocida como área urbana. Los condados que contienen el área urbana central se conocen como los "condados centrales" de la CBSA; estos se definen como aquellos que tienen al menos el 50% de su población viviendo en áreas urbanas de al menos 10.000 habitantes. Se pueden incluir condados circundantes adicionales, conocidos como "condados periféricos".

La expresión máxima de este predominio se halla en lo que Jean Gottman denominó megalópolis o conurbación. Un caso clásico de megalópolis se registra en el sistema Atlántico comprende Nueva York, Filadelfia, Boston Washington y Baltimore con una población que supera los 40 millones de habitantes. El sistema de los Grandes Lagos (ChiPitts) comprende Milwaukee, Chicago, Detroit, Cleveland y Pittsburgh; ésta totaliza aproximadamente los 30 millones de habitantes. En California la población metropolitana de Los Ángeles, San Francisco, San Diego y San Bernardino alcanza un total de más de 25 millones de habitantes, cerca del 75% de la población del Estado. (Colomer y Mattsson, 1981, p. 182).

Uno de los problemas existentes en el espacio urbano norteamericano es que la expansión de las ciudades hacia las áreas suburbanas y periféricas ha sustituido a la renovación urbana de áreas centrales ya construidas; entre otros factores el desarrollo del sistema automotor, privilegiando la movilidad particular, que exige una eficiente estructura para el tráfico interno y sobre todo la expansión lineal-horizontal hacia áreas suburbanas y/o periféricas de las grandes urbes.

Breve caracterización ambiental

El territorio continental del país presenta múltiples relieves y accidentes geográficos. Desde la costa este hacia el oeste, la llanura costera del litoral Atlántico le da lugar a los bosques caducifolios y a la meseta del piedemonte (un área fértil atravesada por varios ríos), que se ve interrumpida por los Apalaches. Esta última es una cadena montañosa separa la costa oriental de los Grandes Lagos y de las praderas del Medio Oeste, o las Grandes Llanuras.

Desde el punto de vista de las estructuras físicas de los Estados Unidos, estas se vertebran a partir de cuatro grandes dominios estructurales: a) el escudo canadiense, precámbrico, que aflora, al norte, entre los lagos Superior y Michigan, y que subyace en profundidad hacia el sur y el sureste; b) la región apalachiana, macizo antiguo rejuvenecido por la erosión diferencial; c) las tierras altas del oeste, y estructura consolidada en el área secundaria, y d) las cordilleras del pacífico de consolidación terciaria (Colomer y Mattson, 1981, p. 134).

El país presenta una diversidad de terrenos que van desde la costa este hasta la oeste. En la región occidental, resaltan las montañas Rocallosas, una cadena montañosa que cruza el país de norte a sur, alcanzando altitudes de más de 4.300 metros en Colorado. Aunque, el pico más alto se encuentra en Alaska: el monte Denali, con una altitud de 6.194 metros, que lo convierte en el punto más elevado del país y de toda la región norteamericana. Por otro lado, el punto más bajo se sitúa en California, en el Valle de la Muerte, con una altitud de -86 metros.

En cuanto a las unidades climáticas, es una región de contrastes, así como la de su cubierta vegetal. Las variaciones climáticas de un país de escala continental resultan comprensibles si se consideran las variaciones en latitud desde el paralelo 49 grados de latitud norte (exceptuando Alaska) hasta las proximidades del trópico de Cáncer. Esta variación estática se complica aún más por la dinámica de las tres masas de aire dominantes: a) polar continental, b) polar marítima y c) tropical marítima; y, además, por la influencia de las principales corrientes oceánicas: la deriva del Pacífico norte, o corriente del Japón (corriente de Alaska y de California) y la corriente de Florida, vinculada con la corriente cálida del Golfo (México) (Colomer y Mattson, 1981, p. 135).

Hacia el oeste, la aridez aumenta y las praderas orientales y centrales van dejando lugar a la estepa de formación herbácea empobrecida de suelos salinos poco fértiles y zonas desérticas resultado de la escasez de lluvias que no permiten la formación de suelos. Por otra parte, se encuentran volcanes activos a lo largo de Alaska, además de Hawái formada sólo por islas

volcánicas. También debe mencionarse, el gran volcán ubicado debajo del Parque Nacional Yellowstone en las Montañas Rocosas, la formación volcánica más grande del continente.

En relación con la temperatura, puede decirse que las más elevadas se registran en los desiertos subtropicales de la región como por ejemplo, el Valle de la Muerte en el estado de California con una máxima que ha alcanzado los 57°C.

Los climas templados en la costa oeste presentan dos ambientes, uno desierto costero al norte y otro de tipo templado subtropical, con veranos de temperatura media superior a los 20°C e inviernos con temperaturas medias superiores a 10 °C. A su vez, en las zonas próximas a los polos, el clima es oceánico, con vientos húmedos que permiten el desarrollo de precipitaciones y amplitudes térmicas bajas.

Además, a medida que la latitud aumenta en sentido sur-norte, las bajas temperaturas y la cercanía al círculo polar ártico, dan lugar a los bosques de coníferas y grandes árboles de hojas perennes. Más hacia el norte, cuando las temperaturas medias no superan los 10°C estos bosques van dejando lugar a la tundra, bioma que presenta suelos con exceso de agua que, la mayor parte del año se encuentra helada o congelada, también llamado permafrost.

En relación con su hidrografía, se destaca la cuenca de los ríos Mississippi-Missouri, el cuarto sistema fluvial más largo del mundo, que recorre de norte a sur el centro del país. Su presencia da lugar a una pradera llana y fértil conocida como las Grandes Llanuras, las cuales se extienden hacia el oeste, interrumpidas por la cordillera de las montañas Rocallosas.

Introducción al territorio cultural e identitario

Estados Unidos de América se encuentra en la región norte del continente americano, también conocida como América Anglosajona (Méndez y Molinero, 1994), haciendo referencia a las diferencias que posee con Latinoamérica respecto de su poblamiento y su cultura dominantes.

En este sentido, el poblamiento de este territorio se remonta a 20 mil años atrás, cuando la presencia humana en Norteamérica comienza a expandirse desde el estrecho de Bering y en dirección al sur. A partir de ello, se estima que las densidades de población se mantuvieron muy bajas, alrededor de 1,5 millones de habitantes al finalizar el siglo XV.

En los siglos XVI y XVII, se produjo el establecimiento de las primeras colonias de europeos en la costa atlántica, demarcando una primera división del territorio en áreas de influencia. En un primer momento, los españoles dominaron hacia el sur un vasto territorio desde Florida a California. Los franceses ocuparon la región del Quebec y de Louisiana. Y, por su parte, los británicos, que eran más numerosos, con la fundación de Virginia en 1607 se asentaron en los sectores centrales de la costa este, desde la desembocadura del San Lorenzo hasta el actual estado de Georgia, algunos asentamientos incluso al norte de los Grandes Lagos, próximos a la bahía de Hudson.

Durante el siglo XVIII, esta configuración de dominación se fue modificando, sobre todo tras el Tratado de París de 1763. A partir de ello, Francia cedió a Gran Bretaña sus derechos sobre el territorio de Canadá y aquellos situados al este del río Mississippi. De la misma manera, España cedió la región de Florida a cambio de Louisiana.

Por otra parte, las trece colonias británicas de la costa este en 1776 (Nuevo Hampshire, Massachusetts, Rhode Island, Connecticut, Nueva York, Nueva Jersey, Pennsylvania, Delaware, Maryland, Virginia, Carolina del Norte, Carolina del sur y Georgia) comenzaron a gestar su independencia de la corona británica en 1776. De esta manera se inició una guerra que se prolongó hasta 1783 y derivó en la independencia de los Estados Unidos de América, la permanencia de las colonias al norte del río San Lorenzo bajo dominio británico y la pérdida del control español sobre la región de la Florida en el sur.

La sociedad se constituye esencialmente como agraria. En el norte los asentamientos se caracterizaban por ser pequeños núcleos relativamente próximos e interconectados y presentar un predominio de pequeños propietarios que principalmente practicaban una agricultura de subsistencia, con minoría de comerciantes y banqueros, generalmente británicos, que mantenían contactos con la antigua metrópoli. Mientras que, en el sur, el tipo de organización social y económica se daba por el predominio de grandes plantaciones donde se explotaba gran cantidad de mano de obra traída desde África.

Durante el siglo XIX, se produjeron dos fenómenos esenciales para el devenir del país, la revolución industrial desencadenada en la primera mitad del siglo contemporánea a la producida en Europa noroccidental, y una expansión territorial del país, sobre todo hacia las costas del Pacífico y del golfo de México, que permitió integrar definitivamente el territorio nacional hacia fin del siglo. Debe destacarse que una parte de dicha expansión se realizó por la compra de tierras a Francia en 1803 (Louisiana), a España en 1819 (península de Florida) y a Rusia en 1867 (Alaska). Además, fue muy importante la contribución del ferrocarril para el frente pionero hacia el oeste, sobrepasando los montes Apalaches, las grandes llanuras centrales y el desierto, luego de la Guerra de Secesión (1861-1865).

La ocupación de todo este territorio se vio impulsada por una inmigración masiva desde comienzos del siglo XIX y hasta la I Guerra Mundial, período en el que se registraron más de 40 millones de llegadas. Este proceso permitió elevar la población del país desde unos 4 millones en la etapa independentista, hasta 23 millones a mediados de siglo XIX y 76 millones al finalizar dicho siglo. Si bien en las primeras etapas de las migraciones los colonos eran principalmente de origen británico e irlandés, junto a esclavos africanos, desde la segunda mitad del siglo XIX, el predominio pasó a ser de migrantes europeos de los países mediterráneos y balcánicos, una variedad étnica que se vio ampliada con la llegada de contingentes asiáticos y la inmigración latinoamericana ya en el siglo XXI.

De la misma manera, en la actualidad, la sociedad norteamericana se encuentra plenamente urbanizada e inserta en lo que algunos identifican como una etapa postindustrial, consecuente a la expansión del capitalismo global (Méndez y Molinero, 1994).

Resulta esclarecedor en este punto el aporte que realiza Cohen (2005) en su artículo “Principales tendencias en el turismo contemporáneo”, sobre el tema “La búsqueda de la fantasía”, el autor sugiere que:

Esta búsqueda está convirtiéndose, en un mundo homogeneizado, en un sustituto para el turista que persigue la autenticidad «objetiva», por encima de los grandes estratos sociales contemporáneos, la «fantasía» es capaz de provocar un sentido lúdico de «autenticidad existencial» en el individuo, incluso aun cuando dicho individuo sea plenamente consciente de la naturaleza «irreal» de la fuente de dicha fantasía. El argumento de MacCannell con respecto al turismo y a la modernidad puede reformularse para adaptarla a las circunstancias posmodernas (p. 18).

Breve introducción al marco teórico del caso

El marco teórico utilizado en este caso de estudio involucra diversos conceptos. En primer lugar, cabe mencionar el concepto de autenticidad, referido fundamentalmente a experimentar hechos o fantasías pasadas con significado personal, ya sea en términos materiales o simbólicos (Delyser, 1999; en Wells, 2010). Esta noción se vincula con lo real, lo genuino, lo auténtico y lo original, un atributo objetivo inherente a los elementos y experiencias (Jones, 2010). En otras palabras, se construye sobre ideas y significados, así como sobre la conexión emocional y experimental del individuo con su entorno.

En términos generales, puede hablarse por un lado de una autenticidad objetiva sobre un objeto o experiencia cuando la misma está definida y no da lugar a cuestionamientos. Mientras que, por otro lado, la autenticidad que depende de la construcción social y está sujeta a modificaciones en virtud del contexto donde se encuentra el elemento o se desarrolla la experiencia, es conocida como autenticidad constructiva (Wang, 1999; en Robinson, Heitmann y Dieke, 2011).

En el ámbito del turismo, la autenticidad se emplea simbólicamente para satisfacer las expectativas del turista y puede ser desglosada en diversas formas según su percepción y construcción social. En este sentido, la autenticidad puede dividirse en regiones “frontales” preparadas para el disfrute del visitante, en tanto se trata de espacios escenificados donde se da el encuentro entre turistas y anfitriones; y regiones “traseras”, aquellas no accesibles para el turista, donde el local desarrolla su vida sin escenificaciones, es decir, se trata de espacios con mayor grado de autenticidad (MacCannell, 1976; en Di Paola, 2015).

Un segundo concepto abordado es el de “hiperrealidad”, que puede definirse como una simulación de lo inexistente, diseñada para inducir a los individuos hacia el consumo y el entretenimiento, presentando lo falso como auténtico (Baudrillard, 1994; en G. Martinez, 2010). Los lugares hiperreales presentes, por ejemplo, en una ciudad fusionan diferentes culturas y momentos históricos, creando una experiencia donde los límites entre lo real y lo representado

se difuminan, dando lugar a una nueva realidad que puede eclipsar lo genuino. Este fenómeno desafía la distinción entre lo real y lo irreal, elevando incluso lo falso a una categoría más auténtica que lo auténtico mismo (Eco, 1990; en Martínez, 2010). Además, los sitios hiperreales, buscan fomentar una experiencia participativa donde la línea entre lo real y lo representado se desdibuja, llevando a una percepción distorsionada de la realidad (Martínez, 2010).

Otro concepto que se vincula a la temática abordada es el de Disneyzación, vinculado a los intensos procesos de tematización que sufren las ciudades, sitios y destinos turísticos. Dicha noción, considera a estos espacios como "no lugares", es decir, espacios carentes de conexión con la historia geográfica circundante y contruidos a partir de la fantasía (Augé, 1993; Relph, 1976; en Kaden 2010). La relación entre la Disneyzación y la falta de identidad, denominada "placelessness", es destacada, ya que evidencia cómo los destinos turísticos pierden su autenticidad al volverse uniformes y caóticos (Relph, 1976; en Solomon, 2015). Este fenómeno surge de la combinación de diversos factores, como el interés empresarial, la mercantilización excesiva, los cambios en las preferencias de los turistas y la pérdida de la conexión histórica y geográfica de los destinos (Solomon, 2015).

Vinculado a esto último se encuentra la noción de tematización, la cual implica la proyección de imágenes, en este caso, de centros urbanos genéricos para crear espacios temáticos, despojando a los elementos de su identidad territorial original (Buchanan, 2005; en Kraler, 2018). Este proceso conlleva a la reterritorialización, donde los elementos pueden representar el territorio perdido (Deleuze y Guattari, 1987; en Kraler, 2018).

Por otra parte, cabe destacar la relevancia de los signos y símbolos en la configuración del espacio turístico, puesto que responden al imaginario colectivo de los visitantes. Este imaginario -producto de la combinación de imágenes y recuerdos-, se materializa a través de, por ejemplo, la arquitectura, dotando a las estructuras de significado para crear experiencias espaciales persuasivas (León, 2016).

Dichos signos y símbolos son utilizados para otorgar sentido y significado a la estructura arquitectónica, ya que esta última carece de significado por sí misma. Por eso, estos elementos deben poder ser entendidos por el individuo que los observa (León, 2017).

Además, estos elementos, fundamentales en la sociedad postmoderna, transforman las ciudades en espacios simbólicos donde lo real y lo imaginario se entrelazan. La arquitectura se convierte en una anticipación de la realidad, fusionando lo ficticio con lo tangible (Baudrillard, 1994; en Kulhanek, 2012). En este sentido, el imaginario -como construcción social y subjetiva (Cordero, A., y van Duynen Montijn, 2002)-, se manifiesta también en el turismo, donde la búsqueda de la felicidad, la evasión, el descubrimiento y el retorno a la naturaleza son fundamentales en la planificación de viajes (Hiernaux-Nicolas, D., Cordero, A., y van Duynen Montijn, 2002).

En relación con el paradigma de la posmodernidad, cabe mencionar el surgimiento del término "posmoderno" en el campo de la arquitectura y su evolución hacia un concepto cultural más amplio. De esta manera, las ciudades posmodernas se caracterizan por su fragmentación, eclecticismo y uso de símbolos culturales diversos (Charles Jencks, 1973; Philippe Lyotard,

1979). Además, se presenta al "post turista" como un tipo de viajero consciente de la artificialidad y el simulacro presentes en los destinos turísticos contemporáneos. Este tipo de turista busca experiencias novedosas y lúdicas, aceptando la inautenticidad y la hiperrealidad como parte integral de su experiencia de viaje (Rojek, 2003; en Solomon, 2015; Robinson, Heitmann y Dieke, 2011).

Las Vegas, ciudad posmoderna

La ciudad de Las Vegas fue fundada en 1905. En sus inicios fue un lugar de descanso y de paso para los viajeros que se dirigían hacia el norte del país (Richard, 2018). Uno de los grandes impulsos al territorio se dio con la construcción de la Presa Hoover entre los años 1931 y 1936, debido a la necesidad de California de obtener grandes cantidades de agua. La presa brindó a la ciudad la posibilidad de desarrollar nueva infraestructura, provocando movimiento en su economía y en los negocios, e incluso desarrollando un turismo incipiente en la zona (Rothman, 2002). El incremento de la actividad turística en Las Vegas incentivó la formación del crimen organizado, factor por el cual la ciudad adquirió gran fama y a partir del cual surgió el primer hotel-casino. Esto dio lugar a un patrón que marcaría el desarrollo de las dos siguientes décadas en Las Vegas, la compra o la construcción de hoteles-casinos en la ciudad por parte de las redes de mafiosos o apostadores ilegales que participaban (Schumacher, 2012; en Richard, 2018).

Sin embargo, la ciudad requirió un cambio respecto al origen de los fondos invertidos en ella. Así fue como la transformación de Las Vegas, de una ciudad dominada por las mafias a una influenciada por las corporaciones y entes legítimos se fue desarrollando a partir de dos hechos. El primero la llegada del millonario Howard Hughes, empresario que decidió mudarse desde California hacia Las Vegas en 1966 por su deseo de establecerse en un estado con menor presión impositiva, luego de cobrar 547 millones de dólares por la venta de sus acciones en Trans World Airlines. Este empresario adquirió diversos hoteles que hasta el momento habían pertenecido a las mafias. Mientras que el segundo hecho fue la eliminación de un requerimiento que obstaculizaba administrativamente las inversiones corporativas en la ciudad (Rothman, 2002; Land y Land, 1999, y Schumacher, 2012; ambos en Richard, 2018).

Imagen 4.2

Antigua calle principal de Las Vegas, Fremont Street en la década de 1940



Nota. Fuente: <https://lasvegassun.com/photos/2009/apr/08/28593/>

En lo que refiere al ámbito turístico, el siguiente paso fue la construcción de lujosos hoteles-casinos temáticos sobre la calle The Strip. Esto produjo una revitalización de la ciudad, otorgándole más glamour y un estilo más exorbitante que impulsó el desarrollo del juego y dio lugar a los grandes hoteles como el Bellagio, el Wynn, el Mirage, el Caesars Palace, el MGM Grand Hotel, entre otros (Richard, 2018).

The Strip, la calle de los hoteles-casinos y resorts

Como plantea Al (2010), el “Strip” es la calle más emblemática de Las Vegas, que posee hoteles-casinos cuyas imágenes son reconocidas globalmente. Se trata de un espacio en constante movimiento y reinención, influenciado por una economía que resalta el uso de símbolos, íconos e imágenes y la batalla que se produce entre ellos para atraer consumidores o, en este caso, turistas. El uso de dichos símbolos e imágenes no sólo se orientó a brindar a los individuos experiencias, emociones y sentimientos, sino que además buscó crear un imaginario espacial que permitiera a Las Vegas desarrollarse rápidamente como un destino turístico internacional donde el turista pudiera, al caminar por el Strip, apreciar simultáneamente representaciones de la antigua Roma, de Egipto, Venecia o París (Miller, 2014). Ante este escenario, los hoteles temáticos de Las Vegas tienen una vida útil muy breve, ya que luego del

auge de su lanzamiento al mercado inevitablemente será reemplazado por otro hotel novedoso (Al, 2010).

Por otra parte, Al (2010) identifica tres grandes momentos en el desarrollo de “The Strip”. El primero se caracterizó por un gran cambio en la estructura del Strip dado por la transformación de los hoteles-casinos en casinos y resorts entre las décadas de 1940 y de 1960. Esta transformación devino en que hoteles simples y de tamaño pequeño, pasarán a ser considerados como ciudades miniaturas, donde los huéspedes no sintieran la necesidad de salir de ellos debido a la diversidad y espectacularidad de servicios y espacios de entretenimiento que brindaban. De esta manera, la primera temática implementada por los resorts fue la de “Wild West”, ligada a la imagen del lejano oeste y al vínculo preexistente con Las Vegas cuya historia involucra actividades como la minería, los ranchos o haciendas y el ferrocarril.

Con el fin de la Segunda Guerra Mundial, el Strip tuvo una nueva transformación. La posguerra atrajo a muchos soldados que, con sus bolsillos llenos de dinero como veteranos, llegaron a la ciudad y cayeron en el consumo y el ocio que ésta ofrecía. Sin embargo, aquella temática del lejano oeste, pronto se vería reemplazada por una nueva vinculada al espacio exterior, dado el comienzo de la Guerra Fría, la carrera espacial y las pruebas nucleares cuyas pruebas y explosiones se realizaban en el estado de Nevada y podían apreciarse desde Las Vegas.

En esta nueva etapa, la construcción de los nuevos resorts tuvo relación al crecimiento de la mafia y de los apostadores, que instalaron definitivamente el juego y los casinos como actividad central de los hoteles. Los nuevos diseños de los resorts se vieron influenciados por la arquitectura y la estética presentes en Los Ángeles.

Un caso para destacar es el del hotel-casino Flamingo, donde su estructuración giraba en torno al casino. En este sentido, el Flamingo sería un nuevo modelo para los futuros resorts, dado que su diseño y construcción está inspirado en el Beverly Hills Hotel. En cuanto a la disposición del establecimiento, el casino se ubicó en el centro del hotel, como estrategia para que el individuo tuviera que pasar inevitablemente por éste sin importar a qué sector del hotel se dirigiese pasaría inevitablemente por el casino. Además, a partir de una arquitectura de desorientación, en el interior del casino se implementó una serie de características para generar desorientación en las personas; sin relojes ni ventanas, para que las personas pierdan noción del tiempo y no distingan entre el día y la noche. De esta manera, se pretendía que las personas se encuentren perdidas en tiempo y espacio, incentivando su deseo de consumo.

El segundo gran momento del Strip se caracterizó por mutar hacia un estilo más moderno y el desarrollo de mega resorts de mucha altura entre la década de 1960 y la de 1980. Además, surgen ciertos elementos que comienzan a predominar en el paisaje del Strip. Se trata de los letreros, luces de neón y skylines, cuya utilización generó una fuerte competencia entre los resorts por tener los más grandes y llamativos. De esta manera, el Strip fue concebido como un espacio con formas postmodernas.

El tercer momento, involucra el concepto de “Disneyización”, cuando en el Strip comienza a desarrollarse una arquitectura de fantasía, coincidiendo con un enfoque nacional cuya estrategia

colocaba a la imagen como aspecto central en la creación de lugares para la atracción de turistas. De esta manera, Las Vegas modificó los prejuicios en torno a los juegos de azar y casino, apoyándose en la extravagancia de la apariencia de sus hoteles, corriendo del foco al juego y dando lugar a la noción de parque temático de los resorts como aspecto relevante, otorgando valor a los resorts que se transformaron en atractivos turísticos en sí.

Imagen 4.3

Vista de The Strip con sus hoteles-casinos y resorts



Nota. Fuente: <https://travelnevada.com/tours-cruises/las-vegas-strip-scenic-byway/>

En suma, Las Vegas es un destino reconocido globalmente, que ofrece experiencias acompañadas de lujo, extravagancia, sorpresa y exorbitancia, cuyo éxito puede vincularse al uso de la tematización y la hiperrealidad potenciadas por el fenómeno de la Disneyización, hicieron de Las Vegas más que un parque temático. Podría decirse que Las Vegas es un destino turístico donde diferentes culturas y comunidades se integran e interactúan entre sí dándole a la ciudad sentido de autenticidad y atractivo.

Fuentes consultadas

- Al, S. J. (2010). The Strip: Las Vegas and the Symbolic Destruction of Spectacle (UC Berkeley). Recuperado de: <https://escholarship.org/content/qt3jm6702w/qt3jm6702w.pdf>
- Augé, M. "De los lugares a los no lugares" en Los No Lugares. Gedisa. Barcelona, 1993.
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. Política y Sociedad, 2005, Vol. 42 Núm. 1, p. 11-24.

- Colomer, J.M. y Mattson, K. (1981). *Formación social central: Los Estados Unidos de América*. Secc I pág. 5-247; Cap V La hegemonía mundial de Estados Unidos. Pág. 215-246. En: Geografía de la Sociedad Humana. Barcelona, Ed. Planeta. Tomo III. 1981.
- Di Paola, P. E. (2015). Tematización, autenticidad y turismo de fantasía. (Tesis Doctoral, Universidad Nacional de La Plata). Recuperado de: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/72166/Documento_completo.%20Tematizaci%C3%B3n.pdf-PDFA.pdf?sequence=1
- Hiernaux-Nicolas, D., Cordero, A., y van Duynen Montijn, L. (2002). Imaginarios sociales y turismo sostenible. San José de Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Jencks, C. (1981). El lenguaje de la arquitectura posmoderna. Barcelona: Gustavo Gili.
- Jones, S. (2010). Negotiating authentic objects and authentic selves: Beyond the deconstruction of authenticity. *Journal of material culture*, 15(2), 181-203.
- Kaden, J. (2010). Architectural collages: Urban images in Las Vegas hotel/casinos and their production of place (Doctoral dissertation, University of Missouri--Columbia). Recuperado de: <https://mospace.umsystem.edu/xmlui/bitstream/handle/10355/9280/research.pdf?sequence=3>
- Kraler, K. (2018). CityCenter, Las Vegas: 'De-Theming' in the Neoliberal City. *Media Theory*, 2(1), 266-280.
- Kulhanek, I. (2012). Hyperreality in post-tourism (Doctoral dissertation, uniwienn). Recuperado de: http://othes.univie.ac.at/18960/1/2012-02-29_0209062.pdf
- León, B. B. (2016). ¿Decorated Sheds?: La publicidad como ornamento en la ciudad posmoderna. El ejemplo de Las Vegas. *ASRI: Arte y sociedad. Revista de investigación*, (11), 7.
- León, B. B. (2017). Urban theory in postmodern cities: Amnesiac spaces and ephemeral aesthetics. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 7(1), 57-65.
- Lyotard, P. (1987). La condición posmoderna. Informe sobre el saber. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Méndez, R., y Molinero, F. (1984). Espacios y sociedades: introducción a la geografía regional del mundo.
- Martínez, A. G. (2010). Heaven or Las Vegas: an excursion after Hyperreality (Doctoral dissertation). Recuperado de: <https://scholarship.rice.edu/bitstream/handle/1911/62057/1486094.pdf?sequence=1>
- Méndez, R y Molinero, F. (1994). Espacios y sociedades, introducción a la geografía regional del mundo. Capítulo 13. Barcelona: Ariel.
- Miller, R. (2014). The Construction of Spatial Imaginaries: Luxury, Spectacle, Cosmopolitanism, and the Formation of the Casino-Resort. Recuperado de: https://digitalscholarship.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1033&context=occ_papers
- Richard, B. (2018). Las Vegas: past, present and future. *Journal of Tourism Futures*. Vol. 4 No. 3, pp. 182-192. <https://doi.org/10.1108/JTF-05-2018-0027>
- Rothman, H. (2002). Neon metropolis: How Las Vegas started the twenty-first century. Psychology Press.

- Robinson, P., Heitmann, S., & Dieke, P. U. (Eds.). (2011). Research themes for tourism. CABI.
- Solomon, A. (2015). Authenticity and Simulation in Post-Tourism. *Synergy*, 11(1), 41-53.
- Soppelsa, J (1973). *Los Estados Unidos*. Editorial Ariel, Barcelona.
- Wells, J. C. (2010). Authenticity in more than one dimension: Reevaluating a core premise of historic preservation. In *Forum Journal* (Vol. 24, No. 3, pp. 36-40).

Posicionamiento turístico a partir de la industria cinematográfica y los imaginarios. Caso Nueva York (NY)

Camila Bardon

La Lic. Camila Bardon, egresada de la Licenciatura en Turismo de la FCE-UNLP, es autora de la tesis de grado “La industria del cine como impulsor del turismo en un destino. Caso de estudio: ciudad de Nueva York del año 2010 al año 2019” (2022). A partir de dicho trabajo nos invita a reflexionar sobre la vinculación entre el turismo y la industria cinematográfica, considerando el imaginario que se construye sobre las locaciones como factor motivador para la llegada de turistas.¹⁹

Origen de los grandes espacios urbanos norteamericanos

Tal como se ha visto en la presentación y análisis del caso Las Vegas²⁰, las disparidades demográficas de la población de Estados Unidos se caracterizan por diferencias regionales acusadísimas. Estas disparidades regionales se traducen en un aplastante predominio de los estados del Atlántico coincidiendo el proceso de ocupación de tierras y consolidación del estado moderno durante el siglo XIX, “conquista del oeste”; al mismo tiempo el contexto natural, fue un obstáculo por sus condiciones orográficas, climáticas y edafológicas, que aquí actúan de manera determinante con igual fuerza que las condiciones históricas de ocupación de los estados de la Unión (Soppelsa, 1973, p. 197).

En este sentido, Soppelsa (1973) expresa:

En una obra fundamental el profesor Jean Goodman aclaraba las características generales de este medio geográfico del “Middle Atlantic”, litoral el centro Atlántico que se prolonga nada menos que a lo largo de 850 km y que se ha dado en llamar megalópolis (...) En efecto, del Potomac al

¹⁹ El presente capítulo toma algunos de los aportes que la Licenciada Bardon realiza en su tesis de grado en virtud de los contenidos que la cátedra desea exponer para el dictado de la materia.

²⁰ Cabe aclarar que la exposición sobre el proceso de ocupación de espacio norteamericano, sus características más sobresalientes, así como la presentación general y rasgos ambientales y culturales del espacio han sido presentadas en el caso de “Las Vegas” en el presente capítulo.

Massachusetts se suceden en el paisaje de manera casi continua una serie de grandes urbes: 5 eran ya millonarias en 1850 mientras 13 oscilaban entre los 200 y 800 mil habitantes (...) La definición del profesor Goodman: “espacio urbanizado en estructura de nebulosa” sigue siendo hoy esencialmente correcto; de Washington a Boston reina sobre todas las cosas la urbanización. Pero la ciudad clásica desaparece literalmente en bullida engullida a lo largo de las vías de comunicación, por monstruosos procesos de generación casi diríamos que espontánea un tanto caóticos y complejos tanto en su morfología como en su función. (p. 295)

El predominio de esta gran megalópolis americana continuó su proceso de consolidación y preeminencia urbana hasta la Segunda Guerra Mundial, la denominada “Gran calle de la nación americana” aunque conserva sus importantes posiciones en el ámbito industrial se ha tercerizado sensiblemente. Desde entonces, sus esferas de influencia se han desarrollado hasta coincidir con los límites del territorio americano metropolitano. El contexto histórico y la evolución en la segunda mitad del siglo XX han contribuido a homogeneizar el medio geográfico de la megalópolis. En el primer plano, múltiples rasgos comunes unen la región desde Washington hasta los confines de Nueva Inglaterra (Soppelsa, 1973, p. 297)

Estas características generales explican en parte la rivalidad que opuso a lo largo de los siglos a los tres núcleos principales de la actual megalópolis: Filadelfia en el mejor emplazamiento fundada en 1682; Nueva York asentada en un lugar menos favorable pero beneficiaria más tarde de la construcción del canal Erie, y Baltimore la más joven (1729), salida de la vía de comunicación más directa a través de los Apalaches. Dicha rivalidad se refleja en parte con la creación de una capital geográficamente marginal, Washington D.C.; a su vez, esta se tradujo rápidamente en términos de especialización y de complementariedad. La megalópolis nació con el puente de Brooklyn (1883) complementariedad reforzada de nuevo por la creación de una infraestructura viaria casi única en el mundo (Soppelsa, 1973).

En el proceso continuo de crecimiento y urbanización de los Estados Unidos de América se fue dando en diversas etapas. Cabe señalar que, en las primeras décadas del siglo XX, se fueron añadiendo rasgos propios de integración a esta gigantesca región Atlántica del nordeste: la enorme migración de ultramar que se produjo durante casi un siglo ininterrumpidamente, desde los inicios del siglo XIX, con casi 30 millones de inmigrantes europeos, aunque no exclusivamente, se instalaron en los barrios y suburbios de las grandes ciudades que demandaban mano de obra y ofrecían una dinámica económica muy atrayente. A la vez que se consolidaba su influencia determinante sobre el medio rural, cada vez menos agrícola. El agotamiento relativo del dinamismo económico durante la crisis de la década de los años '30, el desempleo, etc., aceleró una serie de transformaciones en la fisonomía urbana.

El quiebre demográfico del centro de la ciudad, destinadas ahora al comercio, las oficinas, etc. sumado a los guetos de las minorías de color en provecho de los suburbios residenciales en expansión que nacen amparados en formas perfectamente geométricas. Esto genera una interdependencia de los núcleos de la megalópolis y marca una aceleración de flujos migratorios

diarios semanales estacionales y cada célula del organismo se adscribe progresivamente a una familia de funciones muy delimitadas (Soppelsa, 1973; Colomer y Mattson, 1981).

Breve introducción al marco teórico del caso

El turismo cultural es una modalidad turística donde la motivación del visitante se vincula a un aprendizaje, descubrimiento, experimentación y consumo de atractivos, productos y experiencias culturales en un destino turístico. Dicho esto, cabe pensar al turismo cinematográfico como una rama que se desprende del turismo cultural debido a que producen una revalorización de paisajes, costumbres, tradiciones, sitios históricos, etc.

A partir de ello, debe recordarse que la cultura es objeto de mercantilización, respondiendo a las tendencias y flujos de visitantes que reciben algunos destinos y en pos de la diversificación del turismo. En este sentido, la idea central de la mercantilización es identificar aquellos bienes que poseen valor de cambio y asignarles valor de cambio, para ser comercializados en el mercado del turismo.

Sin embargo, dicha mercantilización no es llevada a cabo por los gobiernos locales a través de políticas públicas, ni consultada con los habitantes, sino que es el sector privado quien puede generar un negocio sobre este tipo de elementos que se encuentran en el lugar sin un valor definido para la población local (Santillán y Guardado, 2010).

El consumo cultural surge para satisfacer un deseo, pudiendo segmentar en tantos diferentes tipos como grupos de intereses tengan los turistas consumidores. De esta manera, el consumo cultural puede definirse como un conjunto de procesos socioculturales a partir de los cuales se realiza la apropiación y el uso o disfrute de los elementos asociados a éste (García Canlini, 1999).

Ahora bien, cuando ocurre un desplazamiento de intereses desde lo patrimonial hacia lo artístico, comienza a tomar relevancia los medios audiovisuales en la difusión de ciertos recursos turísticos (Rodríguez Campo et al, 2012).

Esto involucra al turismo cinematográfico, modalidad en la que los turistas luego de consumir una película sienten la necesidad de viajar para conocer los lugares, las costumbres que en ellas se presentan (Gonzales Conde, Araújo Vila y Rodríguez Campo, 2015).

Así, la industria cinematográfica tiene la capacidad de influir en la construcción de la identidad, la imagen y las representaciones culturales de un país. Por ello, las películas que retratan hechos reales -y aun ficciones- conforman parte del conocimiento cultural para las personas que lo consumen (Rodríguez Campo et al, 2012). En este sentido, cabe destacar que según datos de *Travelsat Tourism Competitive Index*, en el año 2012, unos 40 millones de turistas eligieron su destino por haberlo visto en una película.

El cine resulta una industria cultural con gran potencial de internacionalización, donde una serie de actores –que involucra a creadores, compañías productoras, distribuidoras y exhibidoras

cinematográficas – operan para que las películas lleguen a los espectadores en diversas partes del mundo.

En torno a la distribución de los largometrajes para su exhibición en salas, se destaca que las películas más taquilleras a nivel mundial suelen ser distribuidas y patrocinadas por compañías estadounidenses. Entre dichas compañías se identifican Buena Vista (filial de *Walt Disney Company*), *Sony Pictures Releasing*, *Twentieth Century-Fox*, *Universal Pictures*, *Warner Brothers* y *Paramount Pictures*, firmas que ocupan una posición dominante en distintas regiones del mundo concentrando la distribución tanto películas exitosas y taquilleras de Hollywood como películas producidas localmente con potencial de convertirse en éxitos comerciales en sus respectivos mercados.

Por último, vale citar el concepto de disneyización, la cual se refiere a la transformación de un lugar o de un destino turístico en una especie de parque temático, donde se busca ofrecer una experiencia estandarizada y predecible para los turistas. Esto puede incluir la teatralización de los contenidos y la creación de una imagen idealizada del lugar. En el contexto del turismo, la disneyización puede tener efectos tanto positivos como negativos, ya que puede atraer a más turistas y generar ingresos económicos, pero también puede tener un impacto negativo en la cultura y el patrimonio del lugar, así como en la calidad de la experiencia turística (Córdoba y Ordóñez, 2009).

La industria cinematográfica en las ciudades: caso ciudad de Nueva York

Desde que el cine es reconocido como un instrumento para contar historias, es utilizado como un medio de expresión artística. De esta manera, el cine se nutre, entre otras cosas, de una idea y un lugar que representar. Los productores cinematográficos, deben ocuparse de varios aspectos, uno de ellos es la locación real o ficticia que se va a utilizar en el film.

Si bien el centro de producciones cinematográficas más grande de Estados Unidos se encuentra en Los Ángeles, los inicios del cine se dieron en Nueva York.

En líneas generales, el cine norteamericano es una de las principales herramientas para la globalización de la cultura norteamericana, siendo un elemento intermediario en el incremento de turistas en Estados Unidos (García, 2010).

Al detenerse en la ciudad de Nueva York, debe señalarse que esta posee cinco distritos, Manhattan, Brooklyn, Queens, Bronx y Staten Island, en los cuales existen más de 60 barrios, muchos de los cuales sus nombres resultan conocidos por haber sido parte de series y películas.

En el siglo XIX, Nueva York experimentó un crecimiento importante vinculado a las construcciones de rascacielos, siendo en la actualidad un rasgo característico de la ciudad. Este crecimiento produjo que lugares, monumentos y edificaciones puntuales de la ciudad de Nueva York sean protagonistas en varias películas.

Cosmopolita en su población, su vocación y sus actividades económicas, la aglomeración y neoyorquina es igualmente abigarrada en su morfología. Su emplazamiento inicial (plaza defensiva de Nueva Ámsterdam, en la isla de Manhattan) favoreció desde un principio la fragmentación de la ciudad: tres ríos el Hudson, el Passaic y el Harlem, recortan la franja costera en penínsulas e islas (Long Island, Manhattan y Staten Island). En 1898, se incorporaron cinco boroughs o distritos para constituir la entidad administrativa “Nueva York City”, de los cuales uno solo, el Bronx, al norte, está situado en el continente; por su parte la isla de Manhattan se prolonga a lo largo de unos 20 km, Brooklyn y Queens, se extienden en el extremo occidental de Long Island. Richmond, por último, ocupa Staten Island en el centro de la bahía de Nueva York. (Beaujeu-Garnier; en Soppelsa, 1973, p 301)

Uno de los distritos más importantes de la ciudad es Manhattan, posee tres áreas Downtown, Midtown y Uptown, y suele ser el epicentro de las películas más famosas de Nueva York, pudiendo encontrar lugares icónicos como el *Empire State Building*, el *Time Square* y los teatros de Broadway que se reflejan en la mente de las personas a través de escenas trascendentales en el cine. Algunas de las escenas transcurridas en este distrito involucran las siguientes películas:

- “*Home Alone 2*”, rodada en el año 1992, donde una de las últimas tomas del rodaje es en el Rockefeller Center.
- “*Spiderman*”, grabada en 2002, donde algunas de las escenas reveladoras ocurren en lo alto de los jardines de Rockefeller y en el Flatiron Building.

El distrito más poblado de los cinco es el de Brooklyn al cual, años atrás, la única forma de llegar era a través de un ferry, cruzando el río East. Esta situación cambió a partir de la construcción del emblemático puente de Brooklyn en 1883 que adquirió gran fama por ser el puente colgante más largo del planeta. Esta fama, además, le permitió ser locación de varias películas famosas.

- “*Fiebre de sábado por la noche*”, estrenada en el año 1977, tiene como escenario principal en toda la película este famoso puente.
- “*Soy Leyenda*”, estrenada en el año 2007, registra escenas donde hubo que cerrar algunos sectores de la ciudad para convertirlo en un escenario postapocalíptico y donde, mediante efectos digitales, dicho puente es destruido.

Queens, por su parte, es considerado como uno de los condados más periféricos, según un artículo del sitio web Turismo en Nueva York. Sin embargo, presenta diversos vecindarios urbanos y distritos comerciales, pudiendo encontrar el rascacielos Citicorp como uno de sus principales atractivos. En este distrito se destacan la filmación de escenas de la película “*Iron Man 2*”, del año 2010.

El cuarto distrito es el Bronx que, en los últimos años, ha tomado fuerza por su cultura y sus costumbres vinculadas al rap y al hip hop, llamando la atención de miles de visitantes. Sin embargo, el distrito posee zonas muy conflictivas, donde las peleas entre pandillas generan inseguridad tanto a la población como a los visitantes. Es quizás por esto que el distrito es de los

más elegidos a la hora de producir películas de gangsters y de tramas de drama o conflictos entre bandas. Algunas de las películas que transcurren en El Bronx son:

- *Quisiera ser grande* (1988), Tom Hanks tocando un piano gigante en una juguetería muy famosa del distrito que en el año 2018 cerró, pero se abrió una nueva en el Rockefeller Center.

- *Una historia del Bronx* (1993),

- *The Challenger* (2015),

El quinto y último distrito es el de Staten Island, el que menos flujo de turistas tiene y, por ende, el menos conocido, donde su principal atractivo es el ferry de Staten Island. Esta zona de Nueva York fue la locación principal de la película “*Escuela de Rock*”, del año 2003, más precisamente en el Wagner College.

Cada distrito tiene sus particularidades y características, con los que se diferencian tanto las costumbres como el estilo de vida de sus poblaciones. Por ello, más allá de la trama de cada film, de la historia de los personajes y del género, se busca a través de las escenas que el espectador no solo pueda ver, sino también sentir cómo se vive en esos lugares pudiendo crearse una imagen para ir en busca de lo mismo que se vio a través de la pantalla cuando exista la oportunidad de visitar el destino.

En más de una película se ha visto a los personajes paseando por Central Park, recibir el año nuevo en el Times Square, así como también caminando por calles donde se producen peleas y los disturbios en películas de gángsters.

A partir de estos imaginarios es que se han creado, en la ciudad de Nueva York, varios tours guiados sobre el cine, algunos específicos de una película y otros que recorren varias zonas donde se filmaron escenas de distintas películas.

Algunos ejemplos de estos son:

- Tour guiado de *Sex and the city*: recorrido por Greenwich Village, Fuente Pulitzer, Magnolia Bakery y la entrada al edificio donde vivía Sarah Jessica Parker.

- Tour guiado en el Central Park donde se filmaron escenas de famosas películas como: la pista de hielo donde transcurre una de las escenas de “*Love story*”, el lugar donde Macaulay Culkin le daba de comer a las palomas en “*Home Alone 2*”, el famoso café que está a orillas del parque donde se filmó una parte “*When Harry meets Sally*”

- Tour a pie de los Superhéroes en Nueva York en el cual se pueden recorrer todos los lugares que formaron parte de *Superman*, *Batman*, *Daredevil* o *Iron Man*.

- Tour de luces navideñas y sitios de películas: los atractivos se encuentran ambientados en la época navideña por los que han pasado los personajes de las películas más taquilleras.

Reflexiones finales

Estados Unidos posee una gran diversidad, tanto en sus características geográficas y ambientales dadas por su extensión territorial. En términos geográficos, presentando elementos de diverso tipo desde la costa este hasta la costa oeste, con llanuras costeras, bosques

caducifolios, la meseta del piedemonte atravesada por ríos, la gran llanura central y las cadenas montañosas. Y, en términos climáticos, desde desiertos subtropicales en el suroeste hasta climas templados en la costa oeste, con clima continental templado en las Grandes Llanuras centrales de inviernos fríos y veranos cálidos, y la influencia del clima polar del Ártico hacia el norte con bosques de coníferas y la tundra.

Pero la diversidad no sólo se restringe a la faceta geográfica, también puede observarse en la multiculturalidad e identidad de la población, que se ha visto enriquecida por los procesos de poblamiento y de llegada de migrantes. La población de Estados Unidos ha experimentado un crecimiento significativo debido a la inmigración desde el siglo XIX, pasando de 4 millones en la independencia a 76 millones a finales del siglo XIX. Las ciudades son el núcleo de la sociedad, albergando aproximadamente el 75% de la población en solo el 2% del territorio.

Las mencionadas características, son elementos que otorgan cierta particularidad que son aprovechadas por el cine, utilizado como un medio importante para globalizar la cultura estadounidense y atraer turistas. Es el caso de Nueva York que, con sus cinco distritos, ha sido un lugar emblemático en muchas películas. Manhattan, reconocida por sus rascacielos; Brooklyn con su famoso puente colgante; Queens con el rascacielos Citicorp como atractivo; el Bronx con su historia de gangsters y cuna del rap y hip hop, y el Staten Island, la menos visitada, pero famosa por su ferry. Cada distrito tiene su propio encanto, y las películas han contribuido a crear una imagen de Nueva York que atrae a los turistas dando lugar, incluso, a tours guiados que exploran locaciones cinematográficas en la ciudad y ofrecen a los visitantes la oportunidad de experimentar lo que han visto en la pantalla.

Fuentes consultadas

- Bardon, C. (2022). La industria del cine como impulsor del turismo en un destino. Caso de estudio: ciudad de Nueva York del año 2010 al año 2019. [Tesis de Grado] Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Obtenido de: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/147497/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Colomer, J.M. y Mattson, K. (1981). *Formación social central: Los Estados Unidos de América*. Secc I pág. 5-247; Cap V La hegemonía mundial de Estados Unidos. Pág. 215-246. En: Geografía de la Sociedad Humana. Barcelona, Ed. Planeta. Tomo III. 1981.
- Córdoba y Ordóñez, J. (2009). Turismo, desarrollo y disneyzación: ¿Una cuestión de recursos o de ingenio? *Investigaciones Geográficas*, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, Núm. 70, 2009, pp. 33-54. México.
- García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía.

- González Conde, A.; Araújo Vigo N. y Rodríguez Campo, L. (2015). Turismo cinematográfico: la conquista online de nuevos mercados. *ROTUR, Revista de Ocio y Turismo*, 9: 17-34. <http://www.rotur.es>.
- López Arata, R. (2021). *Las representaciones de los atributos patrimoniales geográficos y culturales de destinos turísticos argentinos en la industria cinematográfica estadounidense* [Tesis de grado] Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Recuperado de: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/119738/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Méndez, R., y Molinero, F. (1984). *Espacios y sociedades: introducción a la geografía regional del mundo*.
- Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (s/f). *Fichas de países*. Recuperado de: <https://www.exteriores.gob.es/es/Comunicacion/Paginas/Ficha.aspx>
- Organización Mundial del Turismo (2020). *Panorama del turismo internacional 2019*. Obtenido de: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422746>
- Rodríguez Campo M. L., Fraiz Brea J. A., y Alén González M. E. (2012). La trama y las imágenes en el cine como promoción turística de un destino. Evaluación del caso Vicky, Cristina, Barcelona. *Papers de Turisme* N° 51 Pp. 133-146.
- Santillán, Á. A. L., y Guardado, G. M. (2010). Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones Estudios de Historia y Sociedad*, 31(123).
- Soppelsa, J (1973). Los Estados Unidos. Editorial Ariel, Barcelona.

CAPÍTULO 5

Motivaciones de la Generación Z: Turismo sustentable y *Working Holiday* en Australia

Agustín Ottone y Lara Morel

Nombre Oficial del País	Commonwealth of Australia
Capital	Canberra
Población²¹	26.005.540 de habitantes (2022)
Superficie ²²	7.741.220 km² (2021)
Lengua	Inglés (oficial)
Principales ciudades	Sídney, Melbourne, Brisbane, Perth, Adelaida.
Región turística según OMT	Asia y Pacífico
Llegada de Turistas Internacionales²³	9.470.000 (ONU Turismo, 2019)
Ingresos por Turismo Internacional ²⁴	USD 45.500 millones (ONU Turismo, 2019)

Agustín Ottone y Lara Morel, ambos alumnos avanzados de la Licenciatura en Turismo de la FCE-UNLP, indagan acerca de las motivaciones que las nuevas generaciones presentan a la hora de practicar turismo. A partir de este trabajo, de carácter exploratorio, abordan el caso de los programas de *Work and Holiday* implementados por Australia y el rol de la generación Z en el aprovechamiento de este como oportunidad de viaje para conocer el país del continente oceánico.

²¹ Banco Mundial (s/f). Población total. Todos los países y economías. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

²² Banco Mundial (s/f). Superficie (kilómetros cuadrados). Todos los países y economías. <https://datos.bancomundial.org/indicador/AG.SRF.TOTL.K2>

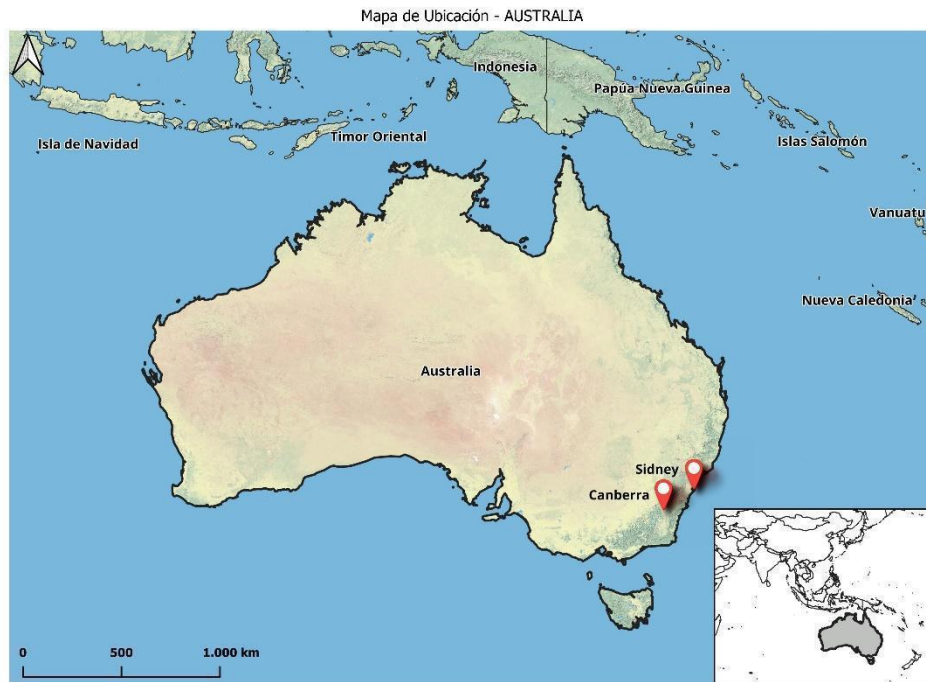
²³ ONU Turismo (s/f). Dashboard de datos turísticos de la OMT. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

²⁴ Idem anterior.

Región turística según OMT	Asia y Pacífico
Llegada de Turistas Internacionales²⁵	9.470.000 (ONU Turismo, 2019)
Ingresos por Turismo Internacional²⁶	USD 45.500 millones (ONU Turismo, 2019)

Mapa 5.1

Localización de Australia



Nota. Fuente: elaboración Mg. Gabriel Losano: Qgis 3.30

Introducción

El objetivo de este caso de estudio es abordar diversas cuestiones que se relacionan con el fenómeno turístico desde las motivaciones que poseen las nuevas generaciones a la hora de viajar, y cómo el avance de las nuevas tecnologías intervienen en el turismo.

Como futuros profesionales del sector resulta necesario tener en cuenta estas cuestiones e ir repensando la actividad turística para su crecimiento y desarrollo; así como también, reconocer que la organización de dicha actividad ayuda a la prevención de posibles impactos negativos.

²⁵ ONU Turismo (s/f). *Dashboard de datos turísticos de la OMT*. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

²⁶ Idem anterior.

A lo largo de este capítulo se define a la denominada generación Z y sus motivaciones. Luego, se retoman esas ideas adaptadas al “*Working Holiday*” en Australia e iremos relacionándolo con temas abordados en la cursada, como la globalización, la intervención de las nuevas tecnologías, el imaginario turístico, la sustentabilidad, la importancia de culturas, entre otros.

Turismo Joven: Generación Z

Baltescu (2019) define a la Generación Z o *Centennials* como el grupo de personas que nacieron entre los años 1995 y 2010. Estas personas son nativos digitales desde su infancia y han estado expuestos a internet, sistemas móviles y a las redes sociales. Los más jóvenes, al momento de buscar datos e información, prefieren utilizar internet, ya que lo consideran como el medio más rápido, barato y que permite obtener lo que buscan.

Estos jóvenes consideran el consumo como una forma de acceder y expresar su propia identidad, además de desarrollar preocupaciones éticas vinculadas a hábitos sostenibles como el reciclaje, el uso adecuado de alimentos y su desperdicio (Goh y Jie, 2019). Por esta razón, este grupo también es conocido como generación R, del término responsable (Uysal, 2022), se caracteriza por una apertura mental y sensibilidad frente a la protección del medio ambiente (Haddouche y Salomone, 2018).

Southan (2017) identifica cuatro características importantes en esta generación: i) tienen interés en nuevas tecnologías, ii) el uso de estas tecnologías no les resulta difícil, iii) se sienten seguros al momento de utilizarlas y iv) desean escapar de la realidad temporalmente. Junto a estas características, el autor agrega que al momento de querer viajar, los motivos se relacionan con la relajación y el descanso fuera de la rutina diaria. Además, los teléfonos inteligentes y las tecnologías de comunicación juegan un rol importante ya que, a través de estos, reciben publicidades y planifican su viaje. Junto a la utilización, facilidad y comodidad en las tecnologías, Ortega Cachón y Vilanova (2016) agregan que esta generación posee como particularidad la aceptación o consideración a otras culturas, opiniones y estilos de vida, entre otras características.

La Generación Z posee ciertas particularidades respecto al consumo de servicios y productos turísticos. Haddouche y Salomone (2018) señalan que las motivaciones turísticas de este grupo se asocian a características que generan una dificultad de ser retenidos como clientes por las empresas de viajes y servicios.

Según los últimos estudios, la "Generación Z" será el segmento fundamental para la reactivación turística post pandemia.

Aunque los “Millennials” todavía tienen un poder adquisitivo significativo, su condición de adultos jóvenes ha sido eclipsada por una nueva generación, una que no conoce un mundo sin Internet y que será fundamental para la recuperación de la industria de viajes post pandemia.

Para captar la atención (y el dinero) de la Generación Z, los proveedores de viajes deben comprender cómo las distintas preferencias y actitudes de la generación influyen en su planificación de viajes y sus hábitos de gasto.

Casi dos tercios de los viajeros de la Generación Z, definidos como los nacidos entre 1997 y 2021 (Expedia Group, 2017), están planeando un "viaje de revancha" para compensar los viajes perdidos en medio de la crisis del COVID-19. Para planificar sus viajes, la compañía encuentra que los consumidores de la Generación Z están recurriendo a fuentes online, específicamente agencias de viajes, un 31% más que antes de la pandemia.

Los viajeros de la Generación Z no solo tienen hábitos únicos de planificación y reserva, sino que también tienen prioridades y preferencias de viaje distintas.

Según Expedia Group, temas como la inclusión y la diversidad, así como una conciencia sustentable, son cada vez mayor y forman parte importante de la conversación sobre viajes entre los consumidores más jóvenes.

Los turistas de dicha generación también quieren ver a los lugareños en el destino que están visitando y valorar estos ideales.

Entonces, podemos decir que, para este grupo, a diferencia de las generaciones anteriores, viajar no está relacionado con el destino elegido, sino con la experiencia. Estos desean conocer el destino en su totalidad. Además, esta generación tiene en cuenta su presupuesto en la planificación del viaje (Whitmore, 2019).

Por todas las cuestiones anteriormente mencionadas podemos enfocar la investigación en Australia como un principal destino turístico para el turismo joven y sustentable, donde se ven reflejadas las motivaciones de esta generación y su deseo de vivir una experiencia única como es el working holiday.

Con una extensión de más de 7.500.000 de kilómetros cuadrados, Australia es la isla más grande del mundo y el sexto país con mayor superficie del planeta. Está situada entre el Océano Pacífico y el Océano Índico. Australia es un país de gran superficie. Por esta razón, dispone de numerosas zonas climáticas y geográficas totalmente distintas. En el interior tenemos el outback, que está formado en su mayor parte por desiertos. En el norte el clima es tropical y podemos encontrar selvas y lluvias monzónicas. También hay puntos elevados con nieve repartidos por la isla, como en las montañas de Victoria o las de Nueva Gales del Sur. Y, en el sureste posee una gran cordillera que se desarrolla paralela a la costa, precisamente aquí se concentran la mayor parte de ciudades y la población de Australia, ya que la presencia de esta cordillera permite disfrutar de temperaturas más templadas durante todo el año. En líneas generales, el país está escasamente poblado y su interior prácticamente deshabitado.

Mientras los amantes del submarinismo podrán embelesarse buceando en la gran barrera de Coral, el mayor arrecife del planeta, los más surferos podrán surcar las olas australianas en otra de las actividades más auténticas para aquellos viajeros más intrépidos y amantes de las maravillas naturales del país. Australia es un país joven y eso se deja ver en la arquitectura de sus ciudades y el carácter de sus habitantes, alegre y festivo. Sidney y su famosa ópera son el reflejo de una sociedad dinámica que mira a occidente sin perder su propia esencia.

Es importante destacar lugares donde observar y disfrutar de la rica fauna del país. Sidney guarda en sus zoos uno de sus grandes atractivos, sobre todo para los más pequeños y los curiosos. El *Sea Life Sidney Aquarium*, con sus tiburones de arrecife y sus peces tropicales, es

uno de los acuarios más reconocidos del planeta. Sin embargo, el Mogo Zoo no tiene nada que envidiarle, con algunos ejemplares de leones albinos, o la Reserva Wombeyan Karst Conservation, donde ver a sus canguros portando a sus crías, sin olvidarse del Zoo Wildlife Hospital, donde ver koalas y otras especies salvajes en rehabilitación, o el Taronga Zoo, al que se llega en ferry.

Desarrollo turístico en Australia

Las ciudades más populares en Australia para los viajeros internacionales son Sídney y Melbourne.

Para los turistas de todo el mundo, "Down-Under" tiene una buena reputación constante. Los viajes se consideran poco complicados y seguros en todo el país. Con sus grandes ciudades, sus costas, sus desiertos y su variada flora y fauna, el país es apto para casi todos los públicos. La mayoría de los visitantes proceden de la cercana Nueva Zelanda. Les siguen los chinos, los británicos, los estadounidenses y los japoneses.

A diferencia de la mayoría de los destinos internacionales, el grupo objetivo de los australianos tiene una característica especial: alrededor del 40% de todos los turistas proceden del grupo de edad de menores de 30 años. Una gran parte de ellos son mochileros que recorren el país durante varios meses. El gobierno australiano aprovecha este potencial e incluso ofrece un "visado de vacaciones de trabajo" especial para determinados países de origen, con el que los mochileros de entre 18 y 30 años pueden viajar por el país durante un máximo de 12 meses. En el camino, se les permite ganar dinero para viajar haciendo trabajos temporales. Sin embargo, es un requisito previo que el motivo principal de la entrada sea de carácter turístico.

Los destinos más visitados en Australia son las seis ciudades principales de Sídney, Melbourne, Canberra, Brisbane, Perth y Adelaida. Con su llamativa arquitectura, sus imponentes edificios y sus numerosas instalaciones de ocio atraen a millones de turistas cada año. Además, todos ellos están situados en la costa oeste o sur, ofreciendo así amplias playas y un clima más fresco que en el interior.

Australia como un destino sustentable

Algunas de las razones por las que Australia se considera un país de ecoturismo avanzado se deben no sólo a las áreas únicas, los animales y las especies de plantas, sino también a la cantidad de apoyo gubernamental brindado para garantizar la preservación continua y la sostenibilidad de ello. Australia sigue las estrictas pautas de bioseguridad para evitar la

introducción de plagas o enfermedades dañinas que podrían afectar a las personas, la vida silvestre o los hábitats naturales.

Como el gobierno de Australia promueve activamente los esfuerzos y las actividades de ecoturismo en el país, existe un claro sistema de certificación, que facilita el reconocimiento de las empresas de ecoturismo confiables o de buena reputación. Esto es un recurso valioso para ahorrar tiempo para cualquier persona interesada en el ecoturismo.

Ecotourism Australia señala los siguientes puntos sobre compañías de viajes, compañías de turismo locales y ecolodges que se centran en el ecoturismo:

Tabla 5.1

Puntos orientados a la práctica del ecoturismo

- Cuidar el medio ambiente natural
- Producir experiencias más profundas, como explicar las vistas en el recorrido
- Apoyar o colaborar con las comunidades locales
- Trabajar para reducir la huella de carbono y el impacto ambiental
- Proteger especies de animales y plantas endémicas y en peligro de extinción
- Contribuir a la protección del medio ambiente
- Apoyar la preservación de la cultura de los pueblos indígenas
- Proporcionar experiencias memorables de alta calidad

Nota. Fuente: Ecotourism Australia.

En lo que respecta al sistema de certificación, existen tres categorías de turismo relevante que se incluyen en el marco de la certificación: turismo de naturaleza, ecoturismo y ecoturismo avanzado.

Algunos ejemplos de prácticas sustentables son:

- Energías renovables: las ciudades de Sídney, Canberra y la isla de Tasmania se alimentan en su totalidad de energías renovables. El suministro energético proviene principalmente de una variedad de granjas eólicas y solares instaladas en diferentes partes del país.
- Desechos plásticos: la ciudad de Kwinana estableció un sistema simple de filtración de residuos sólidos en sus drenajes. El sistema consiste en colocar redes reutilizables del tipo comercial a la salida de los drenajes que capturan los desechos sólidos antes de que estos

lleguen a fuentes de agua naturales. La basura recolectada es luego separada en reciclable y no reciclable y tratada acorde.

- Plantación de árboles: El proyecto consiste en utilizar drones para dispersar semillas de árboles nativos en las zonas afectadas y así regenerar la flora autóctona y poder recrear el hábitat perdido para las especies sobrevivientes.

- Jardines comunitarios: A lo largo de todo el país, tanto en ciudades como en pequeños pueblos, hay jardines comunitarios que reúnen a muchos entusiastas de las plantas y el medio ambiente.

- Compras zero waste: Existen diversos locales alrededor del país que venden sus productos a granel. En ellos uno puede acercarse con sus propias bolsas o contenedores reutilizables y comprar desde arroz, harina y especias hasta jabón líquido para lavar la ropa, detergente y shampoo.

- En caso de no tener a donde llevar los productos, estos locales ofrecen una variedad de contenedores de materiales eco-friendly como vidrio, metal o bolsas de papel.

Tren solar: El Byron Bay Train no depende de otra cosa más que de la luz solar para funcionar. Es un viejo tren que antes funcionaba con un motor diésel y que ahora depende de placas fotovoltaicas y de baterías para marchar, reduciendo casi por completo su huella de carbono.

Diferencias entre Working Holiday y Work and Travel

Las visas *Working Holiday* tienen como objetivo principal brindar a jóvenes de entre 18 a 30/35 años la posibilidad de permanecer de vacaciones en un país determinado por un período mayor al del tiempo de turista, que suele ser de solo 3 meses.

Además, estas visas dan la posibilidad de conseguir trabajos temporales cuando cada uno lo desee, con el fin de solventar los gastos de estadía o ahorrar para poder seguir viajando por otros países al final de la visa.

Dependiendo del país al que se quiera viajar, los requisitos pueden variar, pero en la mayoría de los países no se exige contar con estudios ni con idiomas, pero sí se deben demostrar fondos para poder solventar al menos el primer tiempo de estadía.

Por su parte, los programas *Work and Travel* fomentan el intercambio cultural para que jóvenes estudiantes universitarios o terciarios puedan tener una experiencia laboral en otro país, mientras practican y mejoran el idioma nativo del mismo.

A estos programas se puede acceder sólo a través de agencias oficiales habilitadas para venderlos. Es decir, es necesario adquirir un paquete *Work and Travel*, el cual no incluye el costo del trámite de visa.

El trabajo es el foco principal de un *Work and Travel*, y para poder viajar y obtener la visa correspondiente es necesario ya tener un empleo asegurado en el país de destino.

Estar cursando algún estudio terciario o universitario de manera regular y tener manejo del idioma del país de destino son requisitos. En cuanto a la edad, este tipo de programas apuntan a jóvenes de entre 18 y 29 años, aunque puede variar según la agencia.

Work and travel en Australia

Imagen 5.1

Vista de la Bahía de Sídney



Nota. Fuente:

https://www.asegurativiaje.com.ar/images/Work_and_travel_trabajar_en_Australia.jpg

La Visa de Trabajo y Vacaciones (Subclase 462) es para jóvenes de 18 a 30 años que deseen viajar y trabajar hasta 12 meses en Australia. Esta visa le permite suplementar el costo de sus vacaciones mediante períodos de empleo temporal o informal. El programa de Visa de Trabajo y Vacaciones ha sido diseñado para promover el intercambio cultural y estrechar los lazos entre países con los cuáles Australia ha establecido un acuerdo.

¿Qué permite hacer esta visa?

El otorgamiento de una visa de Trabajo y Vacaciones permite:

- Ingresar a Australia en cualquier momento dentro de los 12 meses posteriores a la fecha de otorgamiento de la visa.
- Permanecer en Australia hasta 12 meses a partir de la fecha de su primera entrada.

- Salir de Australia y entrar nuevamente las veces que desee, dentro de los doce meses siguientes a la fecha de su primer ingreso.
- Trabajar en forma temporal en Australia, hasta seis meses con cada empleador.
- Realizar una estancia educativa por un período de hasta cuatro meses.

Sin embargo, hay un límite anual sobre el número de visas de primera clase de trabajo y vacaciones disponibles para cada período anual que dura el programa (del 1 de julio al 30 de junio). Esta limitación aplica para aquellos solicitantes que tengan pasaporte de los países siguientes: Argentina, Austria, Brasil, Chile, República Checa, Ecuador, Grecia, Hungría, Indonesia, Israel, Luxemburgo, Malasia, Mongolia, Nueva Guinea, Perú, Polonia, Portugal, San Marino, Singapur, República Eslovaca, Eslovenia, España, Suiza, Tailandia, Turquía, Uruguay y Vietnam. Una vez que se haya completado el límite, no se podrán presentar más solicitudes hasta el próximo año del programa. No hay límite en la segunda o tercera visa de Trabajo y Vacaciones.

Reflexiones finales

La motivación original del trabajo fue el de abordar algunas cuestiones que incumben a los jóvenes que pertenecen a la Generación Z, y que tienen muy incorporado el uso de las tecnologías, la globalización, las redes sociales, el internet, el deseo de explorar y vivir experiencias nuevas. A partir de allí, se evidencia que a medida que la sociedad avanza, las actividades también deben cambiar y adaptarse a nuevas necesidades, como, por ejemplo: el turismo, en el caso de que los pasajes o los hospedajes se pueden obtener con tan sólo un “click” en una página web y que la diversificación de destinos tiene que cubrir las diferentes preferencias y motivaciones del turista, dependiendo de su generación, por ejemplo.

También observamos que Australia es un destino totalmente idealizado, donde el imaginario turístico se basa en las aventuras, el ganar dinero rápido, los hermosos paisajes y las deslumbrantes playas. Si bien este imaginario tiene mucha verdad, no se tiene en cuenta las dificultades de vivir en otro país, de estar lejos de los seres queridos, de hablar otro idioma y enfrentarse a otra cultura.

Se observa que el gobierno de Australia impulsa el *working holiday* con el fin de un intercambio cultural entre los valientes que se animan a vivir la experiencia, pero esto lleva a pensar: ¿Se invisibiliza la cultura local? ¿Se genera un choque de culturas? ¿Los extranjeros se adaptan a dicha cultura o la transforman imponiendo sus costumbres? No están las respuestas a estas dudas, pero resulta valioso empezar a cuestionar y desnaturalizar muchos asuntos. Se invita al lector reflexionar el desarrollo de la actividad turística, para poder potenciar, planificarla, aprender de los errores del pasado para mejorar en el futuro, así como también tomar los aciertos del presente como modelo para reproducirlos en todos los destinos, un claro ejemplo, son las prácticas sustentables que llevó a cabo Australia.

Fuentes consultadas

- Baltescu, C. (2019). Elements of tourism consumer behaviour of Generation Z. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series V: Economic Sciences*, 12(61-1), 63-68. <https://doi.org/10.31926/but.es.2019.12.61.1.9>
- Berna (22 de febrero de 2024). 5 diferencias entre "Work and Travel" y "Working Holiday". Yo me animo. <https://www.yomeanimo.com/5-diferencias-entre-work-and-travel-y-working-holiday>
- Carrique, M. (2023). *¿Por qué viajan a donde viajan los turistas de la Generación Z? Un análisis desde el modelo psicográfico. Caso de estudio: Generación Z de la Ciudad de La Plata*. [Tesis de Grado, Universidad Nacional de La Plata] Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de La Plata. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/155571/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Datos Mundial (s/f). Turismo en Australia. Datos Mundial. <https://www.datosmundial.com/australia/australia/turismo.php#:~:text=Australia%20gener%C3%B3%20alrededor%20de%2017,en%20Australia%20y%20Nueva%20Zelanda>.
- Destinos irresistibles Travel Fine (s/f). *Australia en el Mapa, Ubicación, Geografía y Divisiones Estatales*. Travel Fine. <https://travelfine.es/australia-en-el-mapa/>
- Ecotourism World (10 de marzo de 2020). *Australia, el maravilloso destino para el ecoturismo*. Ecotourism World. <https://ecotourism-world.com/es/australia-el-maravilloso-destino-para-el-ecoturismo/>
- Embajada de Australia en Argentina (s/f). *Visa de trabajo y vacaciones (Work and Holiday) - Argentina* (Subclass 462). Embajada de Australia en Argentina. https://argentina.embassy.gov.au/baircastellano/W_H_Visa_General_info.html
- Expedia (2017). *American Multi-Generational Travel Trends: Travel Habits and Behaviors of Generation Z, Millennials, Generation X, and Baby Boomers* [Diapositivas de Power Point]. https://veilletourisme.s3.amazonaws.com/2017/10/American_Multi-Generational_Travel_Trends.pdf
- Goh, E., & Jie, F. (2019). To waste or not to waste: Exploring motivational factors of Generation Z hospitality employees towards food wastage in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 126-135. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.02.005>
- Haddouche, H. y Salomone, C. (2018). Generation Z and the tourist experience: tourist stories and use of social networks. *Journal of Tourism Futures*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-12-2017-0059/full/pdf?title=generation-z-and-the-tourist-experience-tourist-stories-anduse-of-social-networks>

CAPÍTULO 6

Impacto del terrorismo en las llegadas internacionales por turismo: caso España

Belén Rojo

La Licenciada en Turismo Belén Rojo es egresada de la carrera de Licenciatura en Turismo de la FCE-UNLP, en su tesis de grado titulada “Impacto del terrorismo internacional en el turismo a partir del 11-S” (2017) nos invita a reflexionar sobre los riesgos a los que está sometida la actividad turística a causa del terrorismo, considerando los cambios a nivel global que provocaron los atentados ocurridos el 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos. En su trabajo, la autora repasa el caso de España y los atentados del 11-M ocurridos en Atocha, Madrid.²⁷

Nombre Oficial del País	España
Capital	Madrid
Población²⁸	47,8 millones de habitantes (2022)
Superficie²⁹	505.965 Km ² (2021)
Lengua	Español (oficial)
Principales ciudades	Barcelona, Valencia, Sevilla, Bilbao, Coruña
Región turística según OMT	Europa
Llegada de Turistas Internacionales³⁰	83.510.000 (ONU Turismo, 2019)
Ingresos por Turismo Internacional³¹	USD 79.700.000.000 (ONU Turismo, 2019)

²⁷ El presente capítulo toma algunos de los aportes que la Licenciada Rojo realiza en su tesis de grado en virtud de los contenidos que la cátedra desea exponer para el dictado de la materia.

²⁸ Banco Mundial (s/f). *Población total. Todos los países y economías.* <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

²⁹ Banco Mundial (s/f). *Superficie (kilómetros cuadrados). Todos los países y economías.* <https://datos.bancomundial.org/indicador/AG.SRF.TOTL.K2>

³⁰ ONU Turismo (s/f). *Dashboard de datos turísticos de la OMT.* Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

³¹ Ídem anterior

Breve caracterización ambiental

A modo de realizar un primer acercamiento al tema propuesto, se invita al lector a repasar algunas de las características más sobresalientes del continente desde el punto de vista ambiental; sin la pretensión de realizar un detalle pormenorizado del mismo, se presentan algunos temas generales.

Europa es una masa continental relativamente “pequeña” y rodeada, en gran parte, por el mar. Su territorio no es compacto, ya que está formado por numerosas penínsulas de gran tamaño y por algunas islas.

En realidad, no forma un continente sino solamente la extremidad occidental de una enorme y maciza masa continental llamada Eurasia. Sus límites convencionales no son fáciles de precisar por el sur se distingue netamente de África de la que está separada por el mar Mediterráneo. Islandia situada a mitad de camino entre Europa y América prolonga el continente hacia el oeste mientras que por el norte penetra en el mundo Ártico con las islas noruegas.

Hacia el oriente dos estados se extienden, a la vez, en Europa y Asia, se trata de Turquía; ésta se localiza sobre ambas márgenes de los estrechos que unen el mar Mediterráneo con el mar Negro y Rusia. Entre Asia y la gran planicie rusa que prolonga las llanuras de Europa central hacia el oriente los límites no son estrictos. Es por convención que tradicionalmente se acostumbra a extender a Europa hasta los montes Urales.

El relieve presenta formas de distinta antigüedad, que fueron modeladas por diferentes agentes originando una multiplicidad de paisajes. En términos generales, se puede caracterizar dos sectores en el norte y este de Europa, donde predominan las montañas bajas y de mediana altura, y las llanuras que se destacan por ser las más extensas del continente.

La mayor parte de Europa se halla situada en la franja de las latitudes intermedias. Esta posición y la influencia del océano provocan un predominio de los climas templados. Las reducidas dimensiones del continente y sus costas recortadas permiten que la acción moderadora del mar atenúe los rasgos de continentalidad, que se limitan a las regiones más orientales y a las planicies rodeadas por masas montañosas.

El relieve de Europa sufrió la acción de poderosos plegamientos, grandes hundimientos y ascensos con abundantes erupciones volcánicas y un largo proceso de erosión en el norte de Europa. Las llanuras son inmensas, las montañas son poco elevadas y los macizos presentan un perfil suave con formas regulares. En el sur las cadenas montañosas ocupan mayor superficie que las llanuras y su altura sobrepasa, en general, a la de las montañas septentrionales. Las llanuras se encuentran subdivididas, a menudo son pequeñas y están separadas por cordones montañosos y altas cumbres.

Por otra parte, desde el océano provienen los vientos cargados de humedad que, debido a la falta de barreras orográficas, penetran sin dificultad en el continente. Se pueden distinguir tres tipos climáticos más importantes: oceánico, continental y mediterráneo. Europa está

profundamente penetrada por los mares destacándose el Mar Blanco, el Báltico, el mar del Norte, el Cantábrico, el Tirreno, el Adriático, el Egeo y el Negro.

Europa tiene gran número de ríos cortos y de poco caudal en comparación con los grandes ríos de otros continentes. No obstante, han sido intensamente utilizados, de acuerdo con su régimen, como vías navegables, como fuente de energía hidroeléctrica y de agua para riego. Muchos de ellos están conectados por canales y constituyen una importante red de transporte y comunicación. El mejor ejemplo es la cuenca del río Rhin, conectada a la vez con la del río Danubio mediante el canal Europa.

Breve introducción al marco contextual del caso

El turismo mundial no sólo responde a la coyuntura económica global, sino que también a las diversas tensiones internacionales que se producen, dentro de las cuales se encuentra el terrorismo.

Cuando Maslow planteó el esquema piramidal de las necesidades del ser humano, incluyó entre ellas a la seguridad que involucra el instinto de supervivencia y cuestiones vinculadas al miedo de perder el manejo de la vida propia o a volverse vulnerable (Feist y Feist 2006). Estos mismos miedos se vuelven un factor a tener en cuenta por los potenciales turistas al momento de afrontar una decisión de viaje (Grunewald, 2010). Seleccionar un destino turístico para visitar depende de diversas cuestiones: originalidad, calidad, precio y seguridad. Cuando un destino o sitio turístico carece de seguridad, es muy probable que la decisión del viajero se incline hacia destinos alternativos (Cabrer Borrás e Iranzo Pérez, 2005).

Por esta razón, quienes gestionan el turismo deben brindar soluciones en materia de seguridad en lo que respecta al control y gestión de riesgos.

A medida que la globalización fue avanzando, se creía que esta facilitaría e incrementaría los flujos turísticos, sin embargo, la misma globalización que ha llevado prácticas beneficiosas a lo largo y ancho del mundo, también ha diseminado por todo el planeta prácticas no tan deseadas. Los atentados terroristas como los del 11-S en Estados Unidos o el 11-M en España, son muestra de ello (Blanco Herranz, 2004). La escalada de actos terroristas ha involucrado miles de víctimas en muchos lugares del mundo, provocando que los turistas evitasen ciertos destinos turísticos (Méndez, 2012).

Ante ello, en la actualidad se ha vuelto un aspecto central en la gestión de los destinos turísticos enfocarse en brindar seguridad en el ámbito turístico (Korstanje, 2012) ante un terrorismo internacional que emerge como una de las mayores amenazas a la seguridad mundial, en general, y al desarrollo de la actividad turística, en particular.

El paso de un terrorismo tradicional a un terrorismo global se ha dado como oposición al sistema económico y cultural imperante (García Lodeiro, 2004). Los grupos terroristas dejaron atrás estructuras organizativas piramidales rígidas que se volvieron ineficaces a la hora de actuar y adoptaron una estructura en red configurada en grupos autónomos que se mueven con

mínimas comunicaciones y están desconcentrados en distintos espacios. Además, ha cambiado el ámbito de actuación de estos grupos, pasando de acciones al interior de un país a grupos terroristas que actúan en cualquier parte del mundo. Esta nueva escala geográfica responde al interés de los grupos terroristas por difundir su accionar para generar un impacto en la sociedad considerando fundamental su trascendencia en los grandes medios de comunicación (Orti Pérez, 2005; Ranieri, 2016).

Según el Índice de Terrorismo Global elaborado por el Instituto para la Economía y la Paz, el terrorismo es un tipo de violencia que ocurre en determinados países y es cometida por unos pocos grupos. Entre los países que mayor impacto han sufrido por terrorismo están: Irak, Afganistán, Nigeria, Pakistán y Siria, concentrando el 72% del total de muertes por terrorismo durante 2015. Mientras que, cuatro fueron los grupos terroristas que se han adjudicado cerca del 74% del total de muertes por terrorismo, siendo estos ISIS, Boko Haram, talibanes y Al Qaeda³².

Terrorismo en España

Al hablar de terrorismo en España, se destacan dos cuestiones. Por un lado, los actos cometidos por la organización terrorista independentista Euskadi Tu Askatasuna (ETA) entre 1958-2011 y, por otro, el atentado yihadista de marzo de 2004.

La ETA fue creada en 1958 por un grupo de jóvenes nacionalistas. El objetivo era conseguir la independencia para el territorio formado por el País Vasco y Navarra, recurriendo a la violencia como principal instrumento de actuación pública. La actividad del grupo terrorista tuvo sus inicios en la etapa final de la dictadura de Francisco Franco y su cese en 2011. Su máxima intensidad se dio durante la década de los años '90, cuando la organización diseñó una estrategia terrorista para callar las voces de aquellos que se mostraran contrarios a la independencia para el País Vasco (Avilés, 2003; Domínguez, 2009).

Para el sector turístico español, la ETA fue una gran amenaza. De hecho, esta organización realizó desde el año 1979 campañas veraniegas de atentados en zonas turísticas españolas provocando que importantes países emisores de turismo como Reino Unido, consideren a España un país peligroso para sus turistas, desaconsejando su visita a sus ciudadanos.

Luego de casi dos décadas de conflicto, en 1998 la ETA comunica una tregua unilateral que duró 14 meses. Durante ese período, el turismo en el País Vasco tuvo altibajos. Sin embargo, fue recién para 2002 que la actividad registró una cifra de 1.7 millones de visitantes que supuso el primer año de crecimiento turístico desde el armisticio de ETA. Además, el principal centro emisor interno era la Comunidad Autónoma de Madrid, mientras que entre los focos internacionales se reconocen Alemania, Gran Bretaña, Italia, Francia y Portugal. Un hecho que cabe mencionar es que gran parte de estos visitantes pernoctaban en regiones limítrofes al País

³² Institute for Economics and Peace (2016). Índice de Terrorismo Global. Disponible en: <https://www.economicsandpeace.org/wp-content/uploads/2016/11/Global-Terrorism-Index-2016.2.pdf>

Vasco. Sin embargo, las acciones de ETA fueron más allá de la región vasca, logrando afectar al sector turístico español en general y en la costa mediterránea en particular.

En materia de lucha antiterrorista, las fuerzas y cuerpos de seguridad del estado han intervenido en distintas acciones para buscar garantizar la seguridad de ciudadanos y turistas. Un ejemplo de ello ha sido la disposición de un refuerzo policial de vigilancia y el control preventivo en las zonas de especial incidencia turística, entre los meses de junio y septiembre, calificando además como zona de alto riesgo a todo el litoral Mediterráneo y focalizando su atención en las vías férreas.

La segunda cuestión destacada en torno al terrorismo en España se vincula al terrorismo yihadista. El 11 de marzo de 2004, una célula de terrorismo de tipo yihadista fue el autor del mayor atentado en la historia de España. El hecho, conocido como 11-M, fue la perpetración de un ataque sobre cuatro trenes de la red de Cercanías de Madrid y consistió en el uso de trece mochilas bomba que desencadenaron una serie de explosiones detonadas por control remoto.

En primera instancia, y vinculado a lo anteriormente visto, los cuerpos de seguridad adjudicaron a ETA la autoría del atentado (el Consejo de Seguridad de Naciones Unidas aprobó por primera vez en su historia una resolución de condena de un atentado en España y de ETA). Sin embargo, días después se comprobó que la responsabilidad recaía sobre un comando islamita.

Como consecuencia de este atentado el Parlamento Europeo declaró el día 11 de marzo como Día Europeo de las Víctimas del Terrorismo.

Si bien la Unión Europea (UE) había logrado grandes avances en la lucha contra el terrorismo desde los ataques del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos, fue luego del 11-M que se dieron pasos trascendentes en la materia.

En este sentido, los ministros del interior de la UE acordaron afianzar la cooperación internacional, los controles fronterizos y el intercambio de información, así como también la prevención de atentados, por ejemplo, a partir de impedir la financiación del terrorismo.

Por otra parte, tras el 11-M se ejecutó un plan especial de seguridad, en el que se incluyeron cometidos para diferentes instituciones del estado, la Guardia Civil, el Cuerpo Nacional de Policía, y las Fuerzas Armadas, asignando a cada una de ellas objetivos de protección de instalaciones y puntos sensibles, especialmente en la vigilancia de los centros estratégicos de interés para la defensa como son las fronteras, los centros de energía, y los espacios aéreos y marítimos.

Muchas de estas medidas adoptadas siguieron la misma línea: incrementos presupuestarios, mayor especialización en la materia para el personal ligado a su prevención y actuación, la unificación del mando de la Guardia Civil y el Cuerpo Nacional de Policía en situaciones correspondientes. Además, se dieron una serie de normativas que posibilitaron avanzar en cuestiones como blanqueo, inmigración y financiación del terrorismo, que posibilitaron una prevención del fenómeno terrorista con una visión global.

En el ámbito turístico, los trágicos sucesos vinculados al 11-M incidieron seriamente en la confianza y la seguridad de los ciudadanos madrileños, así como también sobre las expectativas de consumidores, inversores y turistas.

De hecho, uno de los efectos inmediatos que se observó fue la caída de la actividad de empresas relacionadas con el turismo, como la hotelería, el ocio y los seguros.

A pesar de ello, según la Encuesta de Movimientos Turísticos de Fronteras (FRONTUR), España recibió 85,7 millones de visitantes internacionales a lo largo del año 2004, mostrando un crecimiento del 4,6% respecto al año anterior. No obstante, este mismo instrumento evidencia ciertos cambios en el comportamiento de los turistas.

Según el Banco de España, los indicadores económicos de febrero a mayo de 2004 evidencian un importante efecto en dos sectores: turismo y transporte de pasajeros. Entre los sectores más vulnerados se destacaron las agencias de viajes, siendo también las de más rápida recuperación de su nivel de actividad habitual. De acuerdo con una encuesta elaborada por Exceltur entre el 15 de marzo y el 8 de abril de 2004, supuso que sólo un 17,7% del total de las empresas turísticas españolas encuestadas percibió los efectos del ataque, pasadas tres semanas, y prácticamente todas ellas concentradas en Madrid. Sin embargo, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas, esta ciudad logró superar los efectos negativos de los ataques cinco meses después de su ocurrencia.

Por su parte, según el Departamento de Calidad de Desarrollo Turístico de la OMT, los sucesos del 11-M no tuvieron efectos desfavorables sobre el sector turístico español ni para la imagen de España como país turístico. De la misma manera, desde la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas y la Asociación Mayorista de Viajes en España, sostuvieron que los incidentes tuvieron una baja incidencia en el sector turístico, siendo que los resultados no favorables eran más atribuibles a la competencia de otros destinos.

Los días posteriores a la tragedia se registraron disminuciones en la actividad turística, por la incertidumbre y la pérdida de confianza, con cancelaciones y caídas de reservas que se concentraron principalmente en los productos de fin de semana, turismo de negocios, espectáculos y eventos culturales. Sin embargo, esta situación presentó una paulatina recuperación con relativa rapidez.

Para conocer más sobre el Índice de Terrorismo Global se recomienda visitar la web del Instituto para la Economía y la Paz <https://www.economicsandpeace.org/reports/>

Por otra parte, la problemática abordada nos invita a reflexionar sobre:

¿De qué manera inciden los conflictos armados y el terrorismo internacional en destinos consolidados de Europa?

¿Cómo se desarrollará la actividad turística ante los desafíos de los actuales conflictos en Ucrania y Franja de Gaza?

¿Qué otros estados se encuentran en alerta ante los posibles escenarios del terrorismo global?

¿Se encuentra Latinoamérica exenta a este tipo de violencia?

Fuentes consultadas

- Avilés, J. (2003) El terrorismo en la transición democrática española. La transición a la democracia y el reinado de Juan Carlos I, ed. Javier Tusell (Madrid: Espasa-Calpe), 631-55.
- Blanco Herranz, F. (2004). Reflexiones sobre seguridad, poderes públicos y actividad turística. Instituto de Estudios Turísticos. *Estudios turísticos* N° 160. Pp. 5-29.
- Cabrer Borrás, B e Iranzo Pérez, D. (2007) El efecto de los atentados del 11-S en España. *Estudios de Economía Aplicada*, Vol.25, no1, pp. 365-385.
- Feist, J y Feist, G (2006) *Theories of personality*. New York: Mc Grow Hill. 6ta edición.
- García Lodeiro, JC (2004). *Incidencia del terrorismo sobre el Turismo*. Ministerio de Defensa. Centro Superior de Estudios de la Defensa Nacional.
- Grunewald, L. (2010). *La Seguridad en la Actividad Turística. La percepción desde la óptica de la demanda*. Grunewald, L. (Comp.) Municipio, Turismo y Seguridad. Edición digital. Recuperado de https://www.oas.org/en/sedi/pub/turismo_seguridad_s.pdf
- Korstanje, M. (2012). ¿Se puede ponderar la seguridad turística? Un ensayo conceptual. *Turismo y Sociedad*. Vol. 5. Pp 368-390.
- Korstanje, M. (2012). Filosofía del Riesgo: Crónica de la Modernidad. Nómadas. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Vol. 33 (1).
- Méndez, N. (2012, Julio). El Impacto del Terrorismo y Otras Formas de Violencia en el Turismo Internacional del Siglo XXI. El Caso de Argentina. *Boletín de ALAADA*, pp. 34-104.
- Orti Pérez, J. (2005). *Terrorismo internacional: enfoques y percepciones*. Monografía del CESEDEN.
- Ranieri, G. (2016). *ISIS, Terrorismo Islámico y el reclutamiento como herramienta de conquista*. [Tesis de grado, Universidad Católica de La Plata] Argentina.

Transformaciones Territoriales a partir de la “Gentrificación”, “Turistificación” y “Overtourism”: casos en ciudades europeas

Emilia Cortina Martinez y Fabricio Gliemmo

A partir del caso desarrollado en la tesis de grado de la licenciada Emilia Cortina Martinez denominada La Plata Soho ¿Un proceso de gentrificación en marcha? Incidencia de los actores sociales en las transformaciones urbanas y la valorización turística” (2023), en el presente capítulo, se pone en valor el trabajo realizado. Se propone reflexionar sobre el análisis y posterior reflexión sobre las particulares relaciones entre la práctica del turismo y las comunidades locales, sobre todo, en ámbitos urbanos. A partir de allí, en relación con los intereses de la materia “Geografía Turística Mundial”, se realiza un recorte conceptual y práctico tanto de la tesis como de otros documentos abordados a lo largo de la cursada; se parte desde los antecedentes de estos procesos: Gentrificación, Turistificación, “Overtourism”; los cuales se despliegan en muchos centros históricos y ciudades europeas. El análisis no es completo, sino que presenta y define las interacciones entre actores del territorio, los procesos que allí se desarrollan y algunos de los impactos medibles.

Aportes teóricos sobre el turismo

Ya desde los años setenta se evidencia el surgimiento de una etapa de diversidad geográfica y pluralismo en el análisis de las actividades de ocio. Se aborda e interpela al espacio turístico, considerándolo como un producto social, resultado de las complejas relaciones y decisiones humanas. Como destaca Gómez sobre el abordaje disciplinar “son muy grandes las dificultades que se presentan al que pretende resumir en unas breves páginas la riqueza y la complejidad de los problemas existentes en las investigaciones llevadas a cabo, en múltiples países, sobre el ocio” (1987, p. 10).

El Territorio como producto de una construcción social, dada por sujetos, con sus lógicas y racionalidades, a partir de múltiples relaciones sociales identificables según instancias de un proceso de organización que se materializa en un lugar del espacio, en relación con los diferentes acontecimientos temporales. En el caso del “territorio turístico” incorporamos la valorización que los diferentes actores realizan desde sus propias necesidades, expectativas e imaginarios, estos resignificados desde el presente y poniendo en relación el lugar de origen y destino en sus

dimensiones materiales y simbólicas; este territorio se organiza en torno a atractivos (históricos-culturales y naturales) que no son atributos “per se” del lugar, sino que son el resultado de un proceso social de construcción de atraktividad, el cual selecciona y jerarquiza ciertos atributos, al tiempo que otros se dejan de lado (Bozzano, 2009, 2012; Bertonecello, 2002, 2006).

Las lógicas sociales, desplegadas por diversos actores, que estructuran el territorio turístico deben analizarse en relación con la capacidad de éstas de definir y resignificar el espacio apropiado material o simbólicamente mediante la práctica turística, pues es allí donde estas se materializan, definen su uso, apropiación, y a su vez interactúan, compiten y cooperan con otros usos posibles (Gliemmo Mansanta, 2021). La dimensión espacial cobra relevancia y es allí donde se despliegan tensiones territoriales (sinergias y conflictos). Como decíamos antes: el lugar se redefine siempre (Bozzano, 2009), cuestión que retomaremos en las particularidades del área investigada.

Como se ha señalado todos los continentes son susceptibles al fenómeno turístico. Cada caso, posee diversas trayectorias y comportamientos según la región turística, dependiendo de diversos factores: grado de desarrollo alcanzado, organización del territorio, condiciones de vida y empleo, movilidad de la población, desarrollo tecnológico, legislación, grado de apertura política y económica, seguridad social y ciudadana, conflictos internos y factores naturales, vulnerabilidad y catástrofes ambientales, etc.

La región de Europa capta el 50 por ciento del turismo internacional, seguido por Asia Pacífico con el 25%; Las Américas el 16%; y África el 5% y Medio Oriente el 4% (OMT, 2020)

El turismo puede ser entendido como un desplazamiento territorial temporal por motivos de ocio y recreativos, donde el lugar de destino cuenta con una serie de recursos aptos para satisfacer las necesidades de los turistas. Estos recursos de los destinos, también llamados “atractivos turísticos” son puestos en valor para o por el turista (Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006).

Dado que la práctica turística está en constante transformación por la fuerte competitividad de los destinos y las exigencias cambiantes en los turistas, algunos lugares se transforman, cambian, se revalorizan en función a las nuevas necesidades sociales (Cammarata, 2006). Esto ocasionando que la condición de atractivo de los recursos esté socialmente construida, dado que solo se valorizan como atractivos si responden a las demandas de los turistas (Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006).

De este modo, el conjunto de recursos que pueden utilizarse para satisfacer necesidades turísticas y recreativas no es estático, cambia en función del contexto social, cultural, económico y político vigente, generando una mayor o menor valoración por parte de la población local y de los turistas (Cohen y Bensley, 2016).

En definitiva, no importa cuán destacados o únicos sean los recursos de un determinado destino, porque solo se valorizan como atractivos turísticos si logran coincidir con las demandas presentes en los turistas (Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006). En la sociedad actual el turismo no es solo un movimiento de personas de un lugar de residencia permanente a otro temporal, sino que es un fenómeno social complejo, con múltiples dimensiones que involucran la esfera de

lo económico, lo social-cultural y lo ambiental del lugar de origen y destino (Gliemmo Mansanta, 2021).

Su evolución ha sido un crecimiento casi ininterrumpido aumentando en periodos de auge económico, moderando su crecimiento en periodos de recesión y recuperando rápidamente su elevado ritmo de crecimiento tras un periodo de crisis económica. Lo que da a entender que la práctica turística está influenciada por el crecimiento económico (OMT). Pero en esta evolución también hay que considerar que los turistas son cada vez más sofisticados, debido a que cada vez tienen más experiencia previa y comienzan a generar nuevas exigencias. Bajo este contexto están creando nuevas condiciones en el mercado y configurando un nuevo paradigma empresarial, las cuales buscan nuevos métodos para subsistir en un entorno cada vez más competitivo y pasan de ser generalistas a ofrecer productos específicos a distintos segmentos de clientela. La transformación de la práctica turística recreativa se relaciona con la búsqueda de nuevos productos orientados a dicha demanda (Cammarata, 2006).

Antecedentes

Para poder abordar el reciente fenómeno de la gentrificación, se reconocen en las últimas décadas importantes aportes desde diferentes disciplinas científicas como arquitectos, geógrafos, urbanistas, especialistas en turismo, entre otros. En el continente europeo se destacan los casos de Venecia (Italia), Berlín (Alemania) y Barcelona (España) son ciudades que han sufrido una importante transformación por este fenómeno y se trata de casos que son referenciados mundialmente. Se toma como ejemplo los aportes de Crespi-Vallbona y Mascarilla-Miró (2018) quienes analizan uno de los barrios más significativos de la ciudad de Barcelona (España): la Barceloneta. Los autores identifican que su capacidad para atraer turismo ha generado cambios importantes en su estructura social y económica, donde las transformaciones y regeneraciones de los espacios urbanos generalmente se acompañan de procesos de gentrificación. Por otro lado, López-Gay (2018) destaca el papel clave de las migraciones y de la movilidad residencial en Barcelona para entender el aumento de los cambios en la composición de la población y además los múltiples procesos a escala local (como la gentrificación, desplazamiento, exclusión) que acaban generando una transformación intensa en la configuración metropolitana, alejando territorialmente a los diferentes grupos sociales.

Desde los estudios realizados por especialistas en turismo, se encuentran trabajos del reciente Coloquio Internacional en Conflictos Urbanos (2023)³³, en donde se presentaron ponencias y paneles de exposición de investigaciones en curso que considerando las dinámicas de renovación y (re)valorización de los centros urbanos en las últimas décadas, reflexionando sobre las diferentes formas en que las políticas urbanas y el capital inmobiliario están generando procesos de desplazamiento, gentrificación y turistificación en ciudades iberoamericanas, así

³³ El encuentro forma parte de la Red Iberoamericana de Investigación en políticas, conflictos y movimientos urbanos. Celebrado en La Plata, Buenos Aires, Argentina (12 al 15 de abril de 2023).

como también las estrategias de resistencia o reapropiación que se vienen desarrollando para desafiarlos. Entre los expositores se encuentran los trabajos de: Cocola-Gant, Estevens y Pavel (2023) analizando el rol de Estado en la turistificación de Lisboa; Palumbo (2023) quien estudia en Argentina los procesos de gentrificación contemporáneos haciendo principal hincapié en las políticas urbanas, valorización inmobiliaria y desarrollo urbano desigual; Hernández Cordero (2023) trabaja la gentrificación en un barrio de Ciudad de México a partir de los efectos de verticalización y el desplazamiento de los residentes; Cáceres-Seguel (2023) trabaja la gentrificación y la turistificación en Valparaíso, analizando los efectos en el desplazamiento y transformaciones socioespaciales. Todos estos aportes, si bien referencian casos de estudio de ciudades con distintos contextos económicos, políticos y sociales al de este trabajo, sirven como antecedentes válidos sobre el cual basar esta investigación al aportar distintas visiones para el análisis de la gentrificación, desde el desplazamiento, la presión inmobiliaria, cooperación Estado-actores privados, transformaciones del territorio, etc.

El Turismo Urbano y las ciudades

El denominado ‘turismo urbano’ ocupa hoy un lugar destacado en el sistema turístico internacional, son muchas las ciudades que han buscado generar el interés de los turistas a lo largo del tiempo y que hoy destinos turísticos consagrados, como sucede con París o Roma (Bertoncello y Iuso, 2016). Aun así, la práctica turística no siempre fue en busca de las ciudades. En 1850 con Thomas Cook³⁴, quien había iniciado la época del turismo masivo en el continente europeo, las ciudades se promovían más como centros industriales que de cultura. Eran tenidas en cuenta más a menudo por su sobrepoblación de clase trabajadora y problemas sociales que por sus tesoros arquitectónicos y culturales (Hall, 1996 en Judd, 2003).

En el caso de los centros históricos latinoamericanos, en su etapa colonial existió una convivencia de varias clases sociales en ese mismo espacio. Sin embargo, los grupos pudientes fueron abandonando estos centros debido a la actividad económica de la ciudad, porque comenzaron a tener más acceso al comercio y actividades de ocio lo que, consecuentemente, propiciaba aún más el desinterés de las clases pudientes por las áreas centrales (Hiernaux y González, 2014). Posteriormente, uno de los impulsores de este tipo de turismo fue Cook en ciudades europeas a ofrecer paquetes turísticos, haciéndose cargo de “embellecer” sitios históricos y atracciones culturales, disponiendo el alojamiento y proveyendo información y asistencias necesarias (Urry, 1990 en Judd, 2003).

El turismo urbano es el resultado de procesos contemporáneos de reestructuración espacial llevados a cabo en economías capitalistas avanzadas tras el declive de la vieja industria y el crecimiento del sector servicios, la crisis de la desindustrialización conllevó la conversión de

³⁴ Thomas Cook fundó la primera agencia de viajes con la que logró revolucionar el sector turístico, creando los viajes “todo incluido” y dejó de ser un lujo únicamente para los de la élite. Comenzó con viajes por Inglaterra y más adelante organizó viajes dirigidos a la clase media a Italia, Suiza, Estados Unidos y Egipto.

ciudades en espacios de ocio (Cocola-Gant, 2019). Hoy, la práctica turística es producto de una cultura globalizada donde las transformaciones en las formas de trabajo (la fragmentación de los tiempos vacacionales), la economía mundial, equipamiento e infraestructura, el abaratamiento y eficiencia de los sistemas de transporte, la homogeneización de bases tecnológicas (Bertoncello y luso, 2016).

Frente a este contexto, el desarrollo y expansión de la práctica turística se ve beneficiada y sobre todo, el turismo de estancias cortas en áreas urbanas (Hiernaux y González, 2014). Así es como las ciudades comienzan con un período de concentración de servicios y atractivos, para convertirse en destinos turísticos. En ellas existen hábitos y costumbres que pueden ser convertidos en atractivos turísticos capaces de atraer la atención de potenciales turistas, motivándolos a visitarlas. Esto genera una amplia y variada oferta de servicios comerciales y personales, y de industrias culturales (museos, espectáculos), también contribuyen a consolidar esta condición de destinos turísticos que ‘vale la pena conocer’ mediante el viaje turístico (Bertoncello y lusa, 2016).

Sin embargo, la intensidad de este proceso de consumo en las ciudades ha generado grandes transformaciones urbanas a partir de la producción estética de los paisajes, (Cammarata, 2006). Cuentan con equipamientos e infraestructura que son beneficiados por inversiones para reposicionarlas a escala global en el sistema turístico. Lo que implica reconocer que existen cambios en el lugar de destino, en las formas de apropiación y consolidación del territorio (Hiernaux y González, 2014) que serán trabajados a continuación.

Overtourism y Turismofobia: el lado “B” del turismo”

Tal como diversos especialistas en el tema aseveran, los conceptos de overtourism y turismofobia se relacionan directamente con la creciente evolución de las prácticas poco sostenibles del turismo masivo. “Cabe destacar que el boom del uso del término turismofobia se explica en el uso, tal vez impreciso, que los medios de comunicación han empleado para referirse a la manifestación de un malestar social contra la presión turística” (Milano. 2017, p. 5). Dichas manifestaciones de malestar dependen de prácticas específicas entre las que se pueden mencionar principalmente cinco (Milano. 2017, p. 5):

1. La privatización del espacio público
2. La congestión del espacio público en las ciudades
3. El creciente aumento del turismo de crucero y con ello la temporalidad del excursionista y la congestión que conlleva en determinadas temporadas
4. El aumento de los precios de la vivienda (alquiler y metro cuadrado)
5. La pérdida del poder adquisitivo por parte de los residentes en los destinos

Hoy en día existe una particular atención sobre este fenómeno a escala local, en diversos municipios o alcaldías, con la necesidad de articular acciones concretas entre ciudadanos y gobiernos locales.

Diferentes destinos urbanos alrededor del mundo han empezado a enfrentarse y a ver el turismo como un problema social. A mediados de la década de los noventa ya se registraron reacciones locales contra el turismo de masas en diferentes contextos europeos como España, Italia, Malta y Francia (Boissevain, 1996).

Actualmente, diferentes urbes se han encontrado cara a cara con lo que el sector académico suele llamar *overtourism*. Algunos ejemplos que sobresalen son los siguientes (Milano, 2017, p, 6):

1. Las protestas antigentrificación en Berlín
2. La alerta de las asociaciones vecinales en Lisboa
3. Las concentraciones de varios colectivos locales en las islas Baleares
4. El referéndum contra los cruceros en la laguna de Venecia
5. Las propuestas de zonas de tráfico limitado de turistas en algunas ciudades italianas
6. Las reivindicaciones contra el turismo de compra chino (también conocidos como locust schoppers en Hong Kong)
7. Las protestas contra el aumento de los precios de la vivienda en ciudades como New Orleans o Toronto
8. La crítica de la reconversión de la ciudad de Nueva York en un producto de marca turística y la emergente especulación inmobiliaria como primera fuerza impulsora de la economía

El Síndrome de Venecia

La expresión “El síndrome de Venecia”³⁵ a menudo es utilizada para referirse a fenómenos de saturación turística y al éxodo de locales hacia centros urbanos periféricos. Bajo este propósito, resulta emblemático observar la evolución de las pernoctaciones de turistas internacionales en la última década (ver gráfico 2), tomando en cuenta que el municipio de Venecia cuenta con aproximadamente de 261,680 habitantes y su centro histórico, que es el más visitado, con 55.583 habitantes. Resulta significativo comparar estas cifras con el número de pernoctaciones (10.182.829 millones) que se han registrado en la ciudad en el año 2015 (Milano, 2017).

³⁵ “The Venice Syndrome” es un documental del 2012 de Andreas Pichler, que muestra la hiperturistificación de la ciudad lacustre, el gran éxodo y la progresiva desaparición del tejido social veneciano

“Bye Bye Barcelona”³⁶

A nivel nacional analizaremos el caso de Barcelona. El análisis de la ciudad de Barcelona, que desde hace más de una década ha empezado a sufrir lo que llamamos presión turística u *overtourism*, ofrece un espacio de debate ideal para observar un fenómeno que cada día afecta más aspectos de su cotidianeidad. Sin duda, la situación actual de malestar en torno a la actividad turística en Barcelona se debe al creciente número de visitantes en la ciudad y en Cataluña. Según el Anuario Estadístico de Cataluña (IDESCAT) la región ha llegado a recibir más de 17 millones de pernoctaciones turísticas en el 2016 (Milano, 2017).

Transformaciones Territoriales como un Proceso de Gentrificación

La práctica turística, como toda práctica social, hace uso de un territorio construido socialmente (Cammarata, 2006) participa en el desarrollo de la práctica y, a la vez, es transformado por ella (Cohen y Benseny, 2016). Por esto, en esta investigación se abordará al territorio como aquel que contiene a las prácticas cotidianas, las relaciones socioeconómicas y las manifestaciones culturales, convirtiéndose en un espacio donde la comunidad encuentra su sistema de referencias (Carvalho y Guzmán, 2011). El territorio funciona como un “espejo” de una sociedad en un determinado tiempo y espacio (Moscoso, 2013) porque es definido y resignificado por las prácticas sociales realizadas en ese entorno, constantemente adaptándose a las necesidades de los grupos sociales que lo habitan (Cammarata, 2006). Esto quiere decir que, el territorio no es fijo, sino que se encuentra bajo una constante dinámica de cambios (Moscoso, 2013), ocasionados a medida que cambia el contexto social, cultural, económico, político (Hiernaux en Cohen y Bensley, 2016).

Actualmente las transformaciones mundiales y la velocidad de los cambios aumentan las posibilidades de los impactos sobre las estructuras territoriales (Cammarata, 2006). Muchas ciudades son las que comienzan a competir en este panorama, llevan adelante programas de revitalización que ponen énfasis en las funciones vinculadas con los servicios y la gestión, aceptando que el turismo puede ser una alternativa económica viable. Frente a esto, promocionan sus ventajas y adaptando las estructuras y funciones del territorio para transformarse en símbolos de consumo y focos de no solo atracción social, sino también de inversiones porque son las que permiten satisfacer necesidades turísticas y ubicarlas en el mercado global (Baer, 2010; Hiernaux y González, 2014; Bertencello y Luso, 2016).

En estas transformaciones territoriales es donde comienza a evidenciarse un proceso de gentrificación definido por Delgadillo (2015) como un proceso de reestructuración urbana y de sustitución de clase social, en donde un fuerte capital se invierte en un territorio para realizar

³⁶ Bye Bye Barcelona es un documental dirigido por Eduardo Chibás Fernández en 2014. En él se describen los efectos negativos de la masificación turística analizando algunos casos específicos de barrios como la Barceloneta, la Sagrada Familia y el Park Güell.

negocios privados y destinar esos sitios al consumo de una población de más ingresos que los antiguos residentes y usuarios.

Este proceso genera un incremento en los precios del suelo y ocasiona, en muchos casos, el desplazamiento de la población residente por el encarecimiento del estilo de vida. La gentrificación es considerada un fenómeno relativamente reciente, empleado para describir un proceso de cambio social presentado en un barrio de la ciudad de Londres en 1964. A partir de este momento se han escrito innumerables estudios acerca del concepto de gentrificación. Sobre todo, los estudios fueron realizados principalmente en Estados Unidos, Canadá y algunas ciudades europeas, a partir de la década de los ochenta. Pero los autores Michael Janoschka, Sequera y Salinas (2014) destacan que los estudios sobre este proceso en América Latina son escasos y que difieren del discurso dominante anglosajón.

El autor Cocola-Gant (2019) desarrolla dos escenarios donde la gentrificación turística normalmente tiene lugar, en economías capitalistas avanzadas y en economías periféricas. En el primero, el turismo y la gentrificación tienden a coexistir y, además, ambos procesos se alimentan mutuamente. Esto se debe a que la gentrificación proporciona un paisaje que se torna apetecible para el consumo turístico, las estrategias de revitalización urbana se han centrado en generar nuevos servicios para consumidores de clase media y, de esta manera, han producido espacios turísticos y gentrificados al mismo tiempo (Cocola-Gant, 2019).

El desarrollo del turismo en las ciudades está relacionado con el incremento de paisajes gentrificados que crea espacios agradables para el turismo al ofrecer áreas más atractivas, higienizadas, oportunidades para el consumo y una sensación de lugar para una clase media (Cocola-Gant, 2019). Este tipo de turismo requiere de una masa significativa de hoteles, restaurantes, eventos culturales, galerías de arte y tiendas de objetos representativos. De esta forma, el turista se convierte en un agente de transformación territorial que influye en los programas de revitalización de centros urbanos (Hiernaux y González, 14 2014).

Por ende, el turismo urbano se da en paralelo con el proceso de gentrificación, dado que, el turismo en áreas gentrificadas acelera la presión de la gentrificación porque la llegada de visitantes aumenta la demanda de servicios, además de hacer que aumente el valor de propiedades inmobiliarias, tanto comerciales como residenciales (Cocola-Gant, 2019). En segundo lugar, el autor plantea que la gentrificación turística es particularmente importante en economías periféricas que dependen del turismo como crecimiento económico.

Aquellos lugares donde la precariedad laboral y la debilidad de la clase media local limitan las posibilidades de una gentrificación clásica, sino que la llegada de consumidores es la que abre la posibilidad a nuevas inversiones inmobiliarias. Esto conlleva un proceso de urbanización turística, donde se “rehabilitan” zonas históricas. Debido a que los consumidores que llegan a estos países tienen un capital económico más alto que los habitantes locales, son altamente deseados por el Estado y el sector privado para estimular economías periféricas, porque crean posibilidades de inversión en lugares donde no habrían existido con la mera demanda local. Frente a esto, resulta necesario incorporar a los actores sociales en el marco conceptual de esta

investigación, debido a que las transformaciones territoriales ocasionadas por la gentrificación no se dan por sí solas y vienen influenciadas por intereses y actores específicos.

Actores Sociales en la Gentrificación

Detrás de la ciudad y la urbanización encontramos realidades sociales heterogéneas, con actores que corresponden a universos muy diferentes, ya sean económicos, sociales, étnicos, de género, cultural o políticos. Estos actores sociales son ejecutores de decisiones que inciden en la realidad local. Son parte de la base social y, además, están sometidos a condiciones culturales, étnico-culturales, políticas y territoriales (Pírez, 1995). Entender la ciudad como una sociedad local, significa que se diferencia de la sociedad a escala nacional, como un recorte. Lo que la caracteriza es su particular relación con el territorio, donde lo que ocurra en esta sociedad local dependerá de las decisiones y acciones de los actores que inciden en ella. En segundo lugar, implica que esas decisiones surgen a partir de las relaciones concretas entre actores particulares, quienes deciden sobre la ciudad dentro en un contexto global de la realidad (nacional e internacional). Como indica el autor Pírez (1995) caracteriza a tres tipos de procesos y actores: aquellos con: a) lógica de obtención de una ganancia, b) lógica política y c) lógica de necesidad (Gliemmo Mansanta, 2021).

Junto a esas tres lógicas y tipos de actores, el autor identifica un cuarto actor guiado por la lógica del conocimiento: conocimiento científico, técnico, ideológico. Funciona como una lógica subordinada a las otras tres, debido a que no genera procesos autónomos de toma de decisiones y de acciones sobre la ciudad, sino que contribuyen a las decisiones de los anteriores e introducen perspectivas que forman parte de esas decisiones.

Se pueden definir en tres polos sociales distintos: académico, gubernamental y técnico-privado. Junto con el resto de las prácticas sociales, la práctica turística también es protagonista, en distintos grados e intensidades (Gliemmo Mansanta, 2021). Estos actores se los puede representar en una mesa, donde cada actor conforma las cuatro patas que sostienen a un territorio -la tabla de la mesa- (Bozzano et al. 2009 en Gliemmo Mansanta, 2021).

Según sus distintas percepciones, intereses o lógicas de pensamiento, dan como resultado acciones de poder político y económico sobre el territorio (Cammarata, 2006) que pueden reconfigurarlo y re-definirlo constantemente (Moscoso, 2013). En relación con esto, se redefine también el poder de acción de los actores involucrados en el desarrollo urbano. El Estado, fue relegando su participación en la planificación territorial al transferir a las empresas privadas gran parte de la prestación de infraestructura y servicios urbanos. Frente a esto, a través de acciones tendientes a regular los espacios centrales y volverlos atractivos, el sector público dispone políticas gentrificadoras (Hiernaux y González, 2014) reforzando la desigualdad socioterritorial preexistente de las ciudades.

Estas políticas habilitan que grandes de los cambios morfológicos y funcionales de las ciudades ahora los produzca el sector privado. Las inversiones privadas se volcaron sobre todo

a la construcción de nuevas modalidades habitacionales, complejos comerciales, los edificios inteligentes de oficinas, los hoteles de alta gama, los parques de diversiones, las grandes cadenas de cines y los diferentes tipos de urbanizaciones cerradas (Baer, 2010). Ocasionando un incremento rápido de la renta del suelo, por el valor simbólico originado del uso potencial del suelo para un consumo de clase alta. Finalmente, se genera una reapropiación que se genera en el territorio por los nuevos residentes de otro perfil, de mayores ingresos y capital que los actuales (Hiernaux y González, 2014).

Los actores económicos de mayor peso internacional, orientan sus inversiones a ciudades con condiciones económicas, políticas y de infraestructura que garanticen al máximo la rentabilidad y al mínimo los riesgos de inversión (Baer, 2010). La gentrificación pasa a ser la consecuencia de la implementación de políticas públicas alentadas por la alianza del Estado con sectores empresariales nacionales y foráneos que inciden en la transformación morfológica del territorio en algo que muchas veces no se contrasta con la realidad territorial. El desarrollo turístico también puede llegar a transgredir la realidad cotidiana del territorio en favor de lo novedoso, de lo efímero, alentando la privatización de calles y plazas para el comercio privado, y forzando a los residentes a desplazarse ante el encarecimiento del estilo de vida.

Reflexiones preliminares

En un plano conceptual sobre los principales conceptos de la investigación: las transformaciones territoriales, los actores sociales y los impactos en la práctica turística; se intenta evidenciar a partir de este análisis cómo, actualmente, el desarrollo y expansión del turismo urbano produce que muchas ciudades tengan el interés en atraer turistas readaptando constantemente sus estructuras y funciones del territorio para transformarlo en símbolos de consumo, de atracción social y, también, de inversiones. La implicancia de las transformaciones territoriales en las ciudades desde estos fenómenos relativamente modernos, de *overtourism*, gentrificación, etc, no es exclusivo de una ciudad europea, sino que pueden verse múltiples casos en otras urbes del mundo e incluso en Argentina, implicando un fenómeno que se reproduce a nivel global. Debido a que se trata de un tema actual, se elaboró un apartado de antecedentes donde se plasman los diversos estudios en ciudades europeas como latinoamericanas quienes evidencian, en las últimas décadas, los efectos de las transformaciones territoriales producto de la gentrificación en sus territorios.

La gentrificación en diversos casos de estudio es un proceso inconcluso, en donde pueden continuar viéndose efectos a corto plazo dignos de ser analizados. Es por esto por lo que admite continuidad desde otras perspectivas o enfoques en particular; los profesionales del turismo podrán aportar una mirada en valor, desarrollo y planificación de esta área, así como también profesionales desde multidisciplinas como arquitectura, planificadores, geógrafos, sociólogos, economistas, etc.

Algunos interrogantes a modo de reflexión sobre los temas abordados

- ¿Qué rol ocupan actualmente las ciudades en el contexto de la práctica turística moderna?
- ¿Cuáles son los impactos que la práctica del turismo genera en centros históricos y áreas residenciales de las ciudades con amplio desarrollo turístico?
- ¿Cuáles son las herramientas que disponen las comunidades locales como para enfrentar los procesos de gentrificación, turistificación, etcétera?
- ¿Qué rol les cabe a los gobiernos locales en la gestión y planificación del turismo abordar en relación a estos temas?
- ¿Cuál es el comportamiento que deben tener los turistas y visitantes hoy en los centros históricos consolidados turísticamente?

Referencias Bibliográficas

- Almirón, A; Bertoncello, R; Troncoso, C (2006). Turismo, Patrimonio y Territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 15, núm. 2, pp. 101-120 Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina
- Baer, L. (2010). Transformaciones urbanas y de la estructura social de un barrio de la ciudad de Buenos Aires. Economía, sociedad y territorio, 10 (33), pp. 283-325.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. Aportes y transferencias, 6(2), 29-50.
- Bertoncello, R (2006). Turismo, territorio y sociedad. El 'mapa turístico de la Argentina'. En América Latina: cidade, campo e turismo. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo.
- Bozzano, Horacio (2009) Territorios posibles. Procesos, lugares y actores. Buenos Aires: Lumiere.
- Bozzano, H; Girardot, JJ; Cirio, G; Barrionuevo, C; Gliemmo, F. (2012) Inteligencia Territorial. Teoría, Métodos e iniciativas en Europa y América Latina. La Plata: Universitaria. de La Plata.
- Bozzano et al. (2009) en Gliemmo Mansanta, F. (2021) La práctica turística, valorización de lugares y gestión ambiental. Hacia la construcción de territorios turísticos posibles. El caso Lavalleja (Uruguay). [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Mar del Plata] <https://librosfaud.mdp.edu.ar/EbooksFaud/catalog/book/tgadu-gliemmo>
- Cáceres-Seguel, C. (12-15 de abril de 2023) Turistificación en Valparaíso: transformaciones socioespaciales, desplazamiento y desposesión en la ciudad Unesco [Resumen de presentación en Coloquio]. Tercer Coloquio Internacional en Conflictos Urbanos, La Plata, Buenos Aires, Argentina.
- Cammarata, E.B. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. En A.I Geraiges de Lemos; M. Arroyo y M.L., Silveira (Eds.), "América Latina: cidade, campo e turismo" (pp. 351-366). CLACSO.

- Carvalho, K. D., y Guzmán, S. J. M. (2011). El turismo en la dinámica territorial ¿Lógica global, desarrollo local? *Estudios y perspectivas en turismo*, 20 (2), pp. 441-461.
- Cocola-Gant, A. (2019). Gentrificación turística. En E., Cañada y I. Murray (eds.), "Turistificación global: perspectivas críticas en turismo" (pp. 291-308).
- Cocola-Gant, A., Estevens A. y Pavel, F. (2023) El papel del Estado en la turistificación de Lisboa [Resumen de presentación en Coloquio]. Tercer Coloquio Internacional en Conflictos Urbanos, La Plata, Buenos Aires, Argentina.
- Crespi-Vallbona M. y Mascarilla-Miró O. (2018). La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona). *EURE*, 44 (133), pp. 51-70. *Cronos Noticias* (19 de Marzo del 2019) Mirá cómo comenzaron las obras para La Plata Soho, a metros de la Gobernación bonaerense <https://infocronos.com.ar/nota/9970/mira-como-comenzaron-las-obras-para-la-plata-so-ho-a-metros-de-la-gobernacion-bonaerense/>
- Cohen, C. y Benseny, G. (2016). Turismo y territorio. Un abordaje teórico desde los conceptos: recursos territoriales y atractivos turísticos. En Lan, Diana (Ed.), *Geografías en diálogo. Aportes para la reflexión*, 1, pp. 35-41.
- De Leao Dornelles, L. (2017). El surgimiento de la preocupación por la preservación patrimonial. La Plata en el contexto de su Centenario Fundacional. *Estudios del hábitat*, 15 (2), pp.1-14.
- De Rito, F. A. (2019). Cadena de valor del sector turístico de la ciudad de La Plata: Identificación y comportamiento de los subsectores de servicios que la componen. [Tesis de Grado, Universidad Nacional de La Plata]
- Delgadillo, V. (2015). Patrimonio urbano, turismo y gentrificación. "Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina", (pp. 113-132). UNAM. *Diario El Día* (5 de Abril del 2009) El legendario Pasaje Rodrigo será reabierto como shopping. <https://www.eldia.com/nota/2009-4-5-el-legendario-pasaje-rodrigo-sera-reabierto-como-shopping>
- Gliemmo Mansanta, F. (2021). La práctica turística, valorización de lugares y gestión ambiental. Hacia la construcción de territorios turísticos posibles. El caso Lavalleja (Uruguay). [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Mar del Plata] <https://librosfaud.mdp.edu.ar/EbooksFaud/catalog/book/tgadu-gliemmo>
- Hiernaux, D. y González, C. I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, (58), pp. 55-70
- López-Gay, A. (2018). Cambio en la composición social y gentrificación en Barcelona: una mirada a través de los flujos migratorios y residenciales. *Papers, Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament*, (60), pp. 80-93.
- Milano, C (2017) Overtourism y Turismofobia: Tendencias globales y contextos locales. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality.
- Moscoso, F. (6 de diciembre de 2013). El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico. Congreso El Turismo y los Nuevos Paradigmas Educativos. Ushuaia, Argentina.

- Palumbo, J. (12-15 de abril de 2023) Procesos de gentrificación contemporáneos y el complejo gubernamental-inmobiliario: políticas urbanas, valorización inmobiliaria y desarrollo urbano desigual en Argentina [Resumen de presentación en Coloquio]. Tercer Coloquio Internacional en Conflictos Urbanos, La Plata, Buenos Aires, Argentina.
- Pérez P. (1995). Actores sociales y gestión de la ciudad. [Resumen de presentación de la conferencia]. Congreso XX de la Asociación Latinoamericana de Sociología, Ciudades latinoamericanas: modernización y pobreza, México.

CAPÍTULO 7

El gigante asiático y el futuro del turismo internacional

Samanta Solari

Este estudio de caso parte del trabajo de la Lic. Samanta Solari, quien en su tesis de grado para la Licenciatura en Turismo de la UNLP (2016) nos invita a reflexionar sobre el papel de la República Popular China y sus políticas turísticas en el turismo internacional, mostrando las diversas etapas transitadas para abrir sus puertas a la salida de sus ciudadanos al mundo convirtiendo al gigante asiático en uno de los países líderes del turismo mundial³⁷.

Nombre Oficial del País	República Popular (de) China
Capital	Pekín (Beijing)
Población³⁸	1.412.360.000 (2021)
Superficie³⁹	9.596.900 km ²
Lengua	Chino mandarín (oficial)
Principales ciudades	Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Hong Kong, Wuhan, Chengdu
Región turística según OMT	Asia y Pacífico
Llegada de Turistas Internacionales⁴⁰	170.611.000
Ingresos por Turismo Internacional⁴¹	USD 187.553 millones

³⁷ El presente capítulo toma algunos de los aportes que la Licenciada Solari realiza en su tesis de grado en virtud de los contenidos que la cátedra desea exponer para el dictado de la materia.

³⁸ Banco Mundial (s/f). Población total. Todos los países y economías. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

³⁹ Banco Mundial (s/f). Superficie (kilómetros cuadrados). Todos los países y economías. <https://datos.bancomundial.org/indicador/AG.SRF.TOTL.K2>

⁴⁰ ONU Turismo (s/f). *Dashboard de datos turísticos de la OMT*. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

⁴¹ Ídem anterior

Mapa 7.1**Localización de la República Popular China**

Nota. Fuente: elaboración Mg. Gabriel Losano: Qgis 3.30

Breve caracterización ambiental

El relieve y el clima son dos elementos que producen un profundo contraste dentro de China. Es por ello que desde el Gran Xingan de Manchuria hasta los montes Sichuán, en dirección NE-SO, se extiende una franja que permite distinguir entre una China oriental y una China occidental.

De esta manera, al este se identifica un territorio con mayor presión demográfica, grandes llanuras y montañas medias y bajas; mientras que, al oeste, se observa un espacio con baja densidad poblacional, altas montañas y regiones desérticas y semidesérticas.

De la misma manera, pueden identificarse contrastes y diferencias entre el norte y el sur del país. Hacia el norte, en la frontera con Mongolia, se extiende el macizo de Altair, una cordillera del Asia Central -formada por la presión tectónica entre las placas India y Asiática- que abarca también a Rusia y Kazajistán, y sobre la cual se desarrolla el desierto de Gobi, el tercero en extensión en el mundo. Es de destacar que los grandes desiertos en China se encuentran en el norte y noroeste del país, entre los cuales cabe mencionar el de Ordós. En lo que respecta a las condiciones climáticas, la región norte del país, desde la cadena Qinlingshan hasta la provincia de Shandong, se caracteriza por poseer un clima continental con inviernos rigurosos.

En tanto, hacia el sur del país se observan climas subtropicales y tropicales, cuyas condiciones varían entre húmedas y suaves al Este -sobre todo en las zonas litorales- y climas fríos y áridos al oeste. En las regiones costeras se caracterizan por colinas bajas y llanuras aptas para la práctica agrícola, además de concentrar la mayor densidad poblacional del país.

En relación a los ríos que recorren el país, el Yangtsé, el río Amarillo y el río de las Perlas son los principales de la región sureste, desembocando en el océano Pacífico.

El río Yangtsé es el más importante de China y el tercero de mayor longitud del mundo (luego del Nilo y del Amazonas), teniendo su desembocadura hacia el océano Pacífico se da en las cercanías a la ciudad de Shanghái. Con su extensión de más de 6.300 km provee de agua a casi el 40% del territorio chino y al menos al 70% de los campos de producción de arroz. Además, el Yangtsé es un río navegable en gran parte de su extensión.

Breve caracterización histórico-cultural

Al introducirse en la cultura y sociedad china, puede observarse que sus pilares y raíces se apoyan fuertemente en un conjunto de ideas y pensamientos que datan de miles de años. En este sentido, suele considerarse a Confucio como el primer filósofo de China, cuya filosofía se basa en una serie de principios regidos que dirigen la vida de los ciudadanos chinos en sociedad. Uno de estos principios está vinculado al respeto sobre la figura paterna y los antepasados familiares.

En líneas generales, la historia de China se basa en la sucesión de distintas dinastías. Desde la prehistoria hasta la época moderna, el territorio fue regido por 13 dinastías, incluso formando parte del imperio mongol al mando de Gengis Kan. En la China del Periodo Imperial -alrededor del 1100 a. C.- se conformaron las líneas básicas por las cuales se construiría la forma de gobierno que prevalecería en la actualidad en China. El imperio se erige como estructurador del orden público, centralizando el poder y procurando la unión del territorio.

La última dinastía china fue la Qing, que dominó China entre los siglos XVII y XX. Esta es considerada una dinastía opresora que consolidó la expansión territorial del imperio conquistando Pekín y anexando a su dominio los territorios de Taiwán, Tíbet, Xinjiang y Mongolia.

A pesar de su fortaleza, el Imperio de la dinastía Qing, debió enfrentar rebeliones internas y conflictos comerciales con algunas de las potencias occidentales de la época. Un ejemplo de esto último fueron las conocidas guerras del Opio del Siglo XIX, en las que China tuvo enfrentamientos con Inglaterra y Francia. Sin embargo, la decadencia de la dinastía Qing se dio luego de la derrota en la Guerra Chino-Japonesa librada entre 1894 y 1895 por el dominio sobre Corea, que significó la pérdida de Taiwán y otras islas que pasaron a manos de los nipones. A partir de dicha derrota, la dinastía Qing vio debilitado su dominio interno dando lugar a distintos movimientos que exigían el fin del imperio y la instauración de una república. Así, en 1912 se produjo la revolución de Xinhai que culminó con el derrocamiento de los Qing, última dinastía de la China Imperial.

La etapa siguiente fue la instauración de la república que, sin embargo, en sus inicios debió afrontar dos conflictos. El primero de ellos interno, vinculado a la inestabilidad social y al fraccionamiento político interno, donde el Partido Comunista Chino presionaba para establecer un régimen comunista. Mientras que el segundo conflicto, de carácter internacional, se vincula a un nuevo enfrentamiento bélico con Japón en 1931 que derivó en la pérdida -por parte de China- de la región de Manchuria y que para 1937 tenía a Japón controlando el norte de China luego de vencer en la Segunda Guerra Chino-Japonesa. Esta situación, tuvo un cambio de rumbo durante la Segunda Guerra Mundial cuando EE.UU se involucró en dicho conflicto, lo que significó una presión para los ejércitos japoneses que debieron orientar su atención a las tensiones que supusieron los enfrentamientos con las fuerzas estadounidenses en el océano Pacífico. Además, una vez terminada la Segunda Guerra Mundial, la U.R.S.S con su creciente poder intervino en la región de Manchuria y de Taiwán terminando con el dominio japonés y dando lugar al posicionamiento y consolidación del comunismo en China y el surgimiento en 1949 de la República Popular China con Mao-Tse -Tung como primer presidente y una batería de cambios dentro de lo que se denominó como "Gran Revolución Cultural Proletaria", conocida simplemente como "revolución cultural".

Posteriormente, durante la presidencia de Deng Xiaoping, entre 1970 y 1980, se llevaron adelante una serie de transformaciones económicas que permitieron al país posicionarse como la segunda potencia económica mundial. A partir de ello, China dejó atrás su aislamiento exterior erigiéndose en una potencia con intereses globales.

Consideraciones conceptuales para el abordaje del caso

La política es una actividad humana orientada a regir el comportamiento de las personas en su vida en sociedad, es decir, se ocupa de armonizar las relaciones humanas y las prácticas sociales. Por su parte, la política pública es una herramienta que se diseña desde el estado como programa de acción que oriente el funcionamiento en un sector de la sociedad o espacio territorial determinado (Meny y Thoenig, 1989, p.130; en Velasco 2011, p. 960).

Siguiendo esta idea, y partiendo de que el turismo puede ser entendido como aquellas "actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros" (OMT, 1998, p. 46), una política turística es una política pública diseñada para orientar acciones que fortalezcan un modelo de gestión que permita implementar reglas de juego en la relación entre turistas, comunidades locales y actores involucrados (públicos y privados) en pos de maximizar la contribución que el turismo brinda en las diferentes dimensiones de una sociedad.

Es por ello por lo que una política turística persigue por objetivo la producción de experiencias diferenciadoras y su promoción, la maximización de la calidad de las experiencias y de la

satisfacción de los actores involucrados, el posicionamiento y consolidación de los destinos turísticos (Fayos Sola, 2004).

Al centrarse en la idea de calidad, esta puede ser entendida como el “grado en que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos”⁴². Al ser el turismo una actividad que combina una serie de diversos servicios, la calidad es el resultado de la percepción que el cliente tiene sobre la experiencia vivida con el servicio recibido (Lizurek, 2014).

En este sentido, en la actualidad existen ciertos modelos a partir de los cuales se valida y reconoce el grado de formalización y gestión de calidad adoptado por las organizaciones. La forma más común en que esto se implementa es a través de la obtención de un “Certificado”, “Sello”, “Bandera” o “Marca” (Ontiveros, 2011).

China como centro de turismo emisor

Entre 1966 y 1976, durante la Revolución Cultural, China se caracteriza por ser un país pobre y centralizado (Arita, et al, 2014). En dicho período la política turística del país se caracterizó por ser cerrada, excepto por algunos países con los que China mantenía relaciones diplomáticas. Sin embargo, hacia la década de 1950, se comenzaron a autorizar viajes de entrada al país, limitados a los chinos ultramarinos y a los visitantes provenientes de los países considerados “amigos” (Breda, 2004). Así, surgen los organismos gubernamentales destinados a realizar la recepción y el control de estos visitantes.

Antes del año 1978, los viajes de ocio no estaban permitidos en la República Popular China, los viajes al exterior estaban restringidos a diplomáticos, estudiantes y/o por trabajo (Arita et al, 2012). Cuando en 1978 Deng Xiaoping llega al poder en el Partido Comunista Chino, se da un período de apertura que desencadena una serie de reformas económicas y políticas de “puertas abiertas”. De esta manera, el Estado chino comienza a reconocer al turismo como un sector que contribuiría al desarrollo, al crecimiento económico y promover el desenvolvimiento del país (Breda, 2004; Lim C. y Wang, 2005). Ese mismo año, Xiaoping lanzó su programa de las Cuatro Modernizaciones (agrícola, defensa nacional, industria y ciencia, y tecnología) y creó las Zonas Económicas Especiales (ZEE), localizándolas en la costa sureste del país lo que permitió la entrada de capital extranjero a China (Sevares, 2015).

En lo que refiere al turismo, el desarrollo de dicho sector tuvo diversas etapas. En primer lugar, se dio lugar al ingreso del turismo extranjero como herramienta de obtención de divisas rápidamente. En segundo lugar, se fomentó el turismo interno, es decir, los desplazamientos dentro del país para la población local. Finalmente, se permitió la salida de turistas chinos al exterior. Dicho gradualismo en la apertura del sector respondería a la conservación del mercado de divisas que permitiera financiar el desarrollo del país (Arita et al, 2014).

⁴² Norma ISO 9000:2015.

En lo que respecta al turismo emisor chino, algunos autores (Arita et al, 2012; Lim y Wang, 2005; Arlt y Acerves Leyva, 2011; UNWTO, 2008, y Qun y Jie, 2001) sostienen que el desarrollo de dichos flujos comenzó a principio de la década de 1980 y se dio por etapas: la primera etapa implicó los viajes a Hong Kong y Macao; la segunda incluyó los viajes fronterizos y a Regiones de Asia; y la tercera permitió los viajes de ultramar, es decir, más allá de Asia.

Para que esto sucediera, se fueron dando algunos cambios en las ideas sociales sobre el consumo, un número cada vez más grande de personas que deseaban visitar países extranjeros (Don Qun y Dou Jie, 2001) y un aumento de la renta promedio en la población (Banco Mundial).

De esta manera, hacia el año 1995 la China National Tourism Administration (CNTA) implementó el Sistema de Destino Aprobado (ADS), instrumento de política cuyos propósitos son “controlar la movilidad de los ciudadanos chinos, proteger el sector turístico nacional y limitar la salida de divisas” (OMT, 2003, p.20). En otras palabras, puede decirse que el ADS es un acuerdo bilateral en materia turística, donde el gobierno chino selecciona agencias de viajes para que preparen los paquetes a sus ciudadanos (Nasolomampionona, 2014).

Imagen 7.1

Turistas chinos



Nota. Fuente: Pulso Turístico (2016)⁴³.

Por el lado de la demanda de los ciudadanos chinos, la implementación de este sistema permitió acortar los tiempos de tramitación de las visas y pasaportes, uno de los principales obstáculos para realizar los viajes a ultramar. De la misma manera, por el lado de la oferta, sólo los países adheridos al acuerdo de ADS estaban habilitados a promocionar sus destinos en la República Popular China y, por ende, a recibir ciudadanos chinos (Zhang y Lew, 1997).

Por otra parte, el Sistema de Destino Aprobado, contaba con una estructura de niveles de distancia cultural, la cual medía la percepción de diferencia cultural entre el viajero y la comunidad receptora del destino (Arlt, 2007). El primer nivel se enfoca dentro de las fronteras de China. El segundo nivel involucra a aquellos países del sudeste asiático. Por último, el tercer nivel abarca al resto de los países del mundo.

⁴³ “Cada vez hay más turismo chino en Argentina” 1 de marzo de 2016. Pulso Turístico. Recuperado de: http://www.pulsoturistico.com.ar/mas_informacion.asp?id=10163&titulo=Cada-vez-hay-mas-turismo-chino-en-Argentina#google_vignette

El crecimiento de los destinos turísticos habilitados fue acompañado por un aumento explosivo de la clase media china debido, probablemente, al incremento de la tasa de alfabetización de la población. En este sentido, la clase media se compone por personas con ingresos entre 25.000 y 100.000 yuanes y cuyo número asciende a 109 millones de personas entre 2005 y 2010 (Serra André, 2014; en Nasolomampionona, 2014).

Imagen 7.2

Crece la clase media china



Nota. Fuente: https://www.abc.es/economia/abci-casi-500-millones-chinos-seran-clase-media-2030-201611210143_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Feconomia%2Fabci-casi-500-millones-chinos-seran-clase-media-2030-201611210143_noticia.html

En este sentido, según la CNTA (2007)⁴⁴, durante el año 2006 viajaron al exterior 40.954.000 de ciudadanos chinos, teniendo como principales destinos a Hong Kong, Macao, Japón, Corea del Sur, Vietnam, Rusia, Tailandia, Estados Unidos, Singapur y Malasia.

El desarrollo del ADS contribuyó a que China celebre asociaciones con distintos organismos y apertura de mercados.

Tabla 7.1

Asociaciones comerciales de la República Popular de China a partir de la política ADS

- China- ASEAN: en el 2008 China se une a la Asociación de Naciones del Sudoeste Asiático (ASEAN) conformada por un grupo de 10 estados miembros: Malasia, Indonesia, Brunéi, Vietnam, Camboya, Laos, Birmania, Singapur, Tailandia y Filipinas, cuyos principales objetivos son: acelerar el crecimiento económico, fomentar la paz y la estabilidad regional.
- La nueva ruta de la Seda (Asia- Europa): se trata de un ferrocarril transcontinental (Euroasiático) y puente terrestre que establece una ruta de transporte para el movimiento de mercancías y de

⁴⁴ CNTA (2015) Los Ministros del país de Silk Road se unen para impulsar el turismo. Recuperado de: http://en.cnta.gov.cn/News/localnews/201507/t20150707_722410.shtml [último acceso 10 de enero 2018]

pasajeros entre los puertos del Pacífico, en el Lejano Oriente ruso y chino y los puertos marítimos en Europa. El proyecto fue iniciado en 2013 por el líder chino Xi Jinping.

- World Tourism Alliance (WTA): proyecto iniciado por China en 2017 como organismo internacional sin fines de lucro abocado al turismo, cuyos objetivos son promover el desarrollo, reducir la pobreza, fomentar la paz a través del turismo mediante la ampliación del consenso, compartir experiencias y profundizar la cooperación para impulsar el desarrollo sostenible e inclusivo de la industria turística mundial.

Nota. Fuente: Solari (2016)

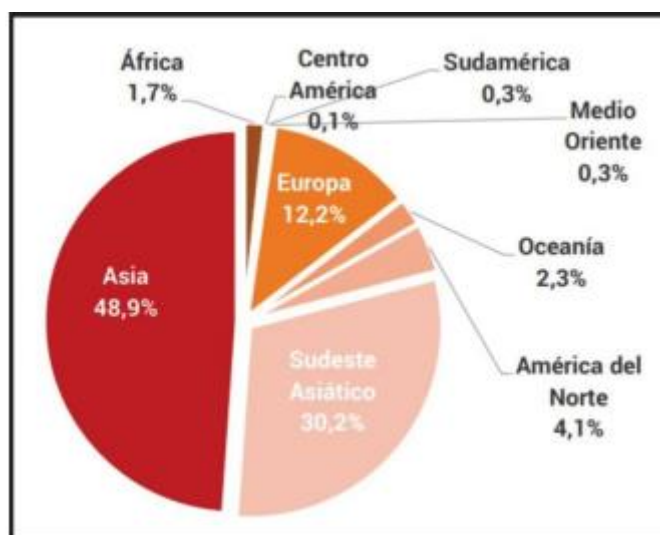
El mayor crecimiento en el número de autorizaciones ADS se dio entre los años 2002 y 2004, pasando de 20 a 63 destinos autorizados. El acuerdo que contrajo la mayor suma de destinos fue en 2004 con la Unión Europea (UE), que logró incorporar 22 destinos autorizados.

La incorporación de destinos autorizados permitió que, para el año 2005, China escalara a la séptima posición entre los países que más gasto turístico generan en el extranjero, ascendiendo a 21,8 millones de dólares según la OMT (2006).

Según Arita et al (2014), entre 2011 y 2012, China poseía acuerdos ADS con la mayoría de los más reconocidos destinos turísticos del mundo en 128 países, pasando a liderar el ranking de países con mayor mercado emisor de turismo a nivel mundial, pasando de 10 millones de turistas chinos viajando por el mundo en el año 2000 a 83 millones en el año 2012. La Figura N° 2 muestra la participación del turismo emisor chino por región para el año 2015.

Imagen 7.3

Turismo emisor chino al mundo. Porcentaje de participación por región en la llegada de turistas chinos. Año 2015



Nota. Fuente: GAET, 2017. Informe de mercado estratégicos. China. Abril 2017.

Durante la primera mitad del año 2017 alrededor de 62 millones de ciudadanos chinos viajaron al exterior, lo que refiere un aumento interanual del 5% (Yang, 2017). El año nuevo chino de

2018, que se celebra en el mes de febrero, significó un aumento del 40% de los turistas salientes respecto a la misma fecha del año anterior, cuando la cifra ascendió a 17 millones⁴⁵.

A largo plazo, con miras al año 2030, las tendencias esperan que ingresen 480 millones de ciudadanos chinos a la clase media (es decir, al 35% de la población), estimando que éstos alcancen una capacidad de gasto anual de U\$D10.000, siendo que en la actualidad sólo el 10% de la población (132 millones de ciudadanos) puede afrontar un gasto de tal magnitud. Por lo cual, se espera ver reflejado este crecimiento en el consumo en general y en el turismo en particular. Al respecto, cabe agregar que, según Arlt (2011), el aumento previsto de 700 millones de viajeros globales entre los años 2020 y 2030 serán provenientes principalmente de China.

En relación al perfil del turista chino, la OMT destaca -en su Informe Global sobre Turismo de Compras del año 2015- que la motivación de este está fuertemente relacionada con el estatus social, dada por una clase media que está en constante crecimiento. En cuanto a las preferencias, dichos turistas visitan tantos lugares como sea posible, comprando productos exclusivos. Su pretensión es realizar un turismo diversificado marcado por una imagen de prestigio y glamour con gran afición por salidas a shoppings para adquirir productos que tienen altos costos de entrada a su país y se hospedan en hoteles de 4 y 5 estrellas.

El ciudadano chino se caracteriza por ser muy tradicional y espera en el destino sentirse como en su país. Por ejemplo, si bien les atrae degustar platos típicos de los destinos que visita, aguarda encontrar sus comidas típicas como así también tener espacio para disfrutar de su propia cultura en el lugar de destino. Además, no buscan practicar turismo de sol y playa.

Los períodos en que suelen desplazarse coinciden con el año nuevo chino (entre enero y febrero), con las festividades nacionales del mes de octubre y en los meses de abril y mayo.

Fuentes consultadas

- Arita S., La Croix, S. y Edmonds, C. (2014) Effect of approved destination status on Mainland Chinese travel abroad. *Revista Asian Economical Journal*. Volumen 28, Nº 3. Pág. 217-237.
- Arita S., La Croix, S. y Mak, J. (2012). How Big? The Impact of Approved Destination Status on Mainland Chinese Travel Abroad. *Working paper* 2012-3. UHERO, The economic research organization at the university of Hawai'i.
- Arlt W. G. y Acerves Leyva A. B. (2011) *El auge del turismo emisor de China: ¿Qué buscan y cómo se comportarán 100 millones de nuevos turistas?* Barcelona Centre for International Affair. Anuario Asia-Pacífico. Obtenido de: https://www.cidob.org/articulos/anuario_asia_pacifico/el_auge_del_turismo_emisor_de_china_que_buscan_y_como_se_comportaran_100_millones_de_nuevos_turistas [última acceso 22 de agosto del 2017.]

⁴⁵ "China experimenta un boom en turismo hacia el extranjero". 5 de noviembre del 2017. El Economista. Recuperado de: <http://www.eleconomista.es/economia/noticias/8723453/11/17/China-experimenta-un-boom-en-turismo-hacia-elextranjero.html>

- Arlt, W. G. (2007). "Chinese tourists in „Elsewhereland”: Behavioural differences in mainland Han Chinese tourists at different destinations". In: J. Cochrane (Ed.): Asian Tourism: Growth and Change. Amsterdam (Elsevier).
- Arlt, W. G. (2006). *China's Outbound Tourism*. Editorial Routledge Taylor & Francis Group. New York.
- COTRI (2017). *Market Report, Autumm 2017*. Recuperado de :<http://chinaoutbound.com/wp-content/uploads/2017/12/CMR-Autumn-2017-Outlook-Sample.pdf> [último acceso 3 de enero de 2018]
- Fayos Solá, Eduardo (2004). "La política turística en la era de la globalización". *Publicaciones Cajamar. Mediterráneo Económico*, N°5. pp. 215-232.
- Ferrero, J. A. (2015). *La china actual. Geoestrategia en su Entorno Geopolítico (I parte)*. IEEE. Instituto Español de Estudios Estratégicos. https://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_marco/2015/DIEEEM09-2015_China_Actual_JAlbert.pdf
- Grupo de Análisis Económico de Turismo (GAET) (2017). *Informe de mercados estratégicos. China Abril 2017*, versión preliminar. Ministerio de Turismo Presidencia de la Nación.
- Lizurek Marian I. (2014). La calidad como factor de competitividad. Universidad de Quilmes. Argentina.
- Nasolomampionona, R. F (2014) Profile of Chinese Outbound Tourists: Characteristics and Expenditures. *American Journal of Tourism Management* 2014, 3(1) pp.17-31
- OMT – SANCHO, A. (dir.), 1998. *Introducción al turismo*. Madrid.
- OMT. (2020). *Panorama del turismo internacional. Edición 2020*. Organización Mundial del Turismo. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422746>
- Qun D. y Jie D. (2001) A study of Mainland China Outbound tourism markets. *Tourism Review*, Volumen 56 Iss ½ pp. 44-47
- Solari, S. (2018). *La política pública ADS (destino turístico aprobado) de la República Popular China con Argentina: CABA como caso de estudio* [Tesis de Grado, Universidad Nacional de La Plata]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de La Plata.
- Vázquez Torronteras, A. (2018). La identidad cultural en la R.P. China y su influencia en la enseñanza de ELE. *Revista Electrónica de Didáctica Del Español Lengua Extranjera*, 30.
- Velasco, M. (2011). La Política Turística. Una Arena de Acción Autónoma. *Cuadernos de Turismo*, (27), 953-969. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/140301/126541>
- Yang, E (2017) "Ctrip y Baidu lanzan servicio de traducción para turistas chinos en el extranjero". Spanish China. Recuperado de:http://spanish.china.org.cn/txt/2017-08/06/content_41360357.htm [último acceso 3 de enero 2018]

Lecturas recomendadas

Sosa Barrón, L. A. (2015). La Revolución Cultural China: Una aproximación al movimiento político y cultural. PIROCROMO - Revista Estudiantil De La Licenciatura En *Letras Hispánicas*, (10), 15–24. Recuperado a partir de <https://revistas.uaa.mx/index.php/pirocromo/article/view/1080>

Los invitamos a consultar el Barómetro confeccionado por ONU Turismo, para analizar cómo ha sido la evolución de China a través del tiempo y con respecto a países de la misma región.

CAPÍTULO 8

El origen de prácticas gastronómicas-religiosas hindúes que adopta el turismo en la actualidad

Jimena Oroná

En el presente capítulo la autora Jimena Oroná, alumna avanzada de la Licenciatura en Turismo de la FCE-UNLP, nos invita a explorar la construcción de un turismo cultural a partir de la consideración del patrimonio intangible de la República de Barath (India).

Nombre Oficial del País	República de la India (Barath)
Capital	Nueva Delhi
Población⁴⁶	1.428 millones de habitantes (2023)
Superficie⁴⁷	3.287.595 km ²
Lengua	Hindi e inglés (oficiales)
Principales ciudades	Mumbai, Kolkata, Bengaluru, Chennai, Hyderabad, Ahmedabad y Surat.
Región turística según OMT	Asia-Pacífico
Llegada de Turistas Internacionales⁴⁸	17.900.000 (ONU Turismo 2019)
Ingresos por Turismo Internacional⁴⁹	USD 30.000.000.000 (ONU Turismo 2019)

El trabajo, de carácter exploratorio, pone el foco en la relación mística-religiosa del legado gastronómico-cultural y su influencia en el contexto político, social y económico del mencionado país.

⁴⁶Banco Mundial (s/f). Población total. Todos los países y economías. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

⁴⁷Banco Mundial (s/f). Superficie (kilómetros cuadrados). Todos los países y economías. <https://datos.bancomundial.org/indicador/AG.SRF.TOTL.K2>

⁴⁸ONU Turismo (s/f). *Dashboard de datos turísticos de la OMT*. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

⁴⁹ Ídem anterior

Mapa 8.1*Localización de la República de India*

Nota. Fuente: elaboración Mg. Gabriel Losano: Qgis 3.30

Introducción

A modo de contextualizar el destacado rol que juega en la actualidad el país, tanto en los escenarios económicos, políticos, tecnológicos- científicos, turísticos, etc., y sobre todo, su peso demográfico, vale la pena remontarse hacia mediados del siglo XX cuando la India obtenía su anhelada independencia el 15 de agosto de 1947 de los territorios que fueran una de las joyas del imperio Británico.

Si el pueblo hindú constituye una de las sociedades integradas más antiguas del mundo. Los hindúes han sido un pueblo desde hace más de 2500 años, y puede decirse que tuvieron un sistema social organizado, cuyas principales características fueron las mismas desde los montes del Himalaya hasta el cabo Comorín. (Panikkar, 1963, p. 11)

A inicios de la década de los años '60, Panikkar en su célebre libro *La Sociedad India en la Encrucijada*, escribía en su introducción, a propósito del momento de tratamiento legislativo, sobre temas de estructura social del hinduismo:

Hoy la sociedad hindú no se encuentra ya en la encrucijada. (...) el pueblo hindú ha hecho su elección y ha decidido marchar por el camino del progreso. (...) se trataban los proyectos que intentaban promover a la sociedad hindú de leyes uniformes en asuntos tan importantes como el casamiento y la sucesión. El gran debate continuaba, pero la decisión, aunque nunca en duda, no se había tomado finalmente. Hoy estos cambios que, bien puede decirse, revolucionaron la sociedad hindú, han sido incluidos en la Constitución sin crear ningún trastorno social o político (1963, p. 11)

Hoy es un milagro de la historia que, aunque débilmente estructurada, la sociedad hindú haya sobrevivido más de 2500 años y se mantenga en la actualidad una activa y vigorosa comunidad lista para tomar su lugar en el proceso histórico. Su actividad y vigor y su prontitud para marchar con el resto del mundo son resultado de 100 años de resurgimiento social y de la actividad política de los últimos 12 años. La sociedad hindú heredada por el siglo XIX era muy activa, como lo demostraron los muchos movimientos reformistas, pero su organización social como totalidad estaba en decadencia (1963, p. 12)

Hoy el cambio más espectacular que trajo la India independiente fue la abolición de la intocabilidad. El cambio fue estatuido por una prohibición constitucional. Pero aún de mayor resignación que la prohibición constitucional fue la promulgación de la Ley Penal contra la intocabilidad que entró en vigencia el primero de junio de 1955 en toda la isla India (1963, p. 12)

Dejando atrás un exónimo, es decir su denominación puesta durante el colonialismo, la República de la India intentó cambiar su nombre colonial por uno nativo, la República del Bharat. Esta nueva denominación tiene un significado simbólico muy importante para el país, ya que se utiliza en su denominación oficial en hindi, "*Bharat Ganarajya*", que se traduce como "República de la India". Con esta elección se pretende resaltar la importancia de la historia y la cultura en la identidad del país, la cual fue marginada durante la etapa colonial europea.

El país es reconocido por su legado cultural, la diversidad en sus paisajes y los valores religiosos, elementos que constituyen una base fundamental para su formación y proyección en el ámbito turístico. Walle (1998) dice que se está desarrollando un reconocimiento creciente de la herencia cultural como un fuerte instrumento para la industria del turismo. También cita, en una conferencia de "*Travel and Tourism*" en los Estados Unidos de América, a la Senadora Jane Alexander, la cual había afirmado que "La cultura es un imán para fomentar el turismo".

Bharat cuenta con las características necesarias para que se pueda desarrollar en él la práctica del turismo cultural, entendida como una práctica donde el turista se somete al encuentro

y al intercambio con los residentes de información, en búsqueda de nuevas experiencias que satisfagan sus necesidades.

En el presente trabajo haremos foco en dos rasgos culturales distintivos que ayudan a definir las prácticas turísticas que se desarrollan en el territorio y las miradas e imaginarios que se crean del destino. Haremos foco en la construcción de un turismo cultural a partir del análisis de patrimonios intangibles del país. Vamos a hacer énfasis en la relación mística-religiosa para entender la construcción de su legado gastronómico-cultural.

Bharat en el contexto del Turismo Alternativo

El presente trabajo tiene como objetivo hacer un análisis sobre la construcción del turismo actual en relación a la historia religiosa y gastronómica que tiene el país, es decir comprender la formación del acervo cultural de la “República de Bharat”. Se pretende identificar dos elementos del patrimonio intangible para entender cómo influye en el producto turístico cultural actual.

En primera instancia se realizará un análisis de las diferentes concepciones y términos a implementar. Se citarán autores para comprender los conceptos a utilizar. Luego, se identificarán las características económicas-sociales del país. Finalmente, se abordará el objetivo de este capítulo; el análisis de las prácticas turísticas actuales en la “Republica del Bharat”, a partir de su legado místico-religioso. Se indagará en cómo fue influyendo la religión en relación con las prácticas gastronómicas que realizaba la sociedad, y se analizará cómo las mismas mutaron hasta llegar a convertirse en la gastronomía típica del país. Para así intentar entender cómo las dinámicas turísticas se desarrollan en el país alrededor de estos ejes culturales, cómo se genera el fenómeno turismo abordando la globalización y los intercambios culturales.

Consideraciones y conceptos teóricos preliminares

En este punto resulta oportuno hacer énfasis en algunas definiciones y sus diferentes acepciones que emergen como importantes señales para poder comprender a fondo el análisis del trabajo.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) proporciona dos definiciones esenciales que se relacionan directamente con el análisis que se abordará. La primera define la cultura como "el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social". Esta definición destaca la diversidad y la complejidad de la cultura, que abarca tanto aspectos tangibles como intangibles de la vida de una sociedad. La segunda definición se refiere al patrimonio como "el legado que recibimos del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a futuras generaciones". Esta descripción subraya la importancia del patrimonio como un legado cultural y natural que conecta el pasado, el presente y el futuro.

Se entenderá que el patrimonio es uno de los ejes claves que tiene el turismo en la actualidad, por eso se realizará un análisis según el SECTUR, el cual habla de la existencia de tres tipos de patrimonio; el Patrimonio Natural, el Histórico Monumental y el Cultural, donde este último se compone de conjuntos y expresiones de la vida colectiva, que se manifiestan en las costumbres y tradiciones.

La OMT define el turismo gastronómico como un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida, productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina.

Según Telias (2010) el turismo místico “es aquel relacionado con la necesidad del viajero por experimentar un hecho trascendental, entendiéndolo como tal vivir una experiencia que le permita elevarse, encontrarse consigo mismo, conocer la relatividad de la realidad cotidiana, desprenderse del ego, entre otros” (Telias, 2010, 34).

Si se tomara un enfoque del turismo desde una mirada social, es un conjunto de tipificaciones. En las mismas se involucra la relación entre el anfitrión y el turista, las acciones y los significados que se construyen social e históricamente, que se van a reproducir en la interacción entre estos individuos.

Entonces se podría decir que el turismo está relacionado con una comunidad receptora, que acoge al sector turístico, conformada por una identidad, rasgos, historia y cultura, al que vamos a denominar anfitrión. Y, por otra parte, el actor social, el turista que se desplaza de su lugar de origen para conocer y descubrir lo diferente.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos/productos materiales e inmateriales de un destino turístico. Estos atractivos/productos guardan relación con un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad, entre ellos las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas, con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones.

Hiernaux Nicolás, en su artículo "Imaginarios sociales y turismo sostenible" (Hiernaux Nicolás, Cordero y van Duynen Montijn, 2002), aporta la noción del imaginario turístico. El concepto de "imaginario" puede ser definido como el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado. El “imaginario turístico”, es entonces aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico, es decir, a las numerosas manifestaciones del proceso societario de viajar.

Localización y caracterización de La República del Barath

La República de la India es la séptima región con mayor superficie del planeta y, según estimaciones, es el segundo país más poblado del mundo, con un aproximado de 1,408 millones de habitantes, casi el 20% de la población mundial. Su capital, Nueva Delhi, caracterizada por su arquitectura antigua, centro nacional de la política, el comercio y la cultura, es la segunda ciudad más poblada del país, seguida de Mumbai.

El país se encuentra ubicado en el sur de Asia y limita al norte con China, Nepal y Bután, al este con Bangladesh y Birmania, al oeste con Pakistán y al sur con el océano Índico. Es un subcontinente en sí mismo debido a su vasta extensión y diversidad geográfica. Cuenta con una amplia diversidad paisajística. Al norte del territorio se encuentra la cordillera del Himalaya, la cual alberga algunas de las montañas más altas del mundo, como el monte Everest. Esta región es conocida por su belleza escénica y por la posibilidad de realizar prácticas como senderismo y montañismo. Consecuente a la cordillera se encuentran las llanuras indo-gangéticas, que se extienden a lo largo del río Ganges. Esta zona se caracteriza por ser una de las áreas más fértiles y su utilización para la agricultura. Al noroeste, se encuentra el desierto de Thar, que abarca partes de Rajasthan y Gujarat, es el más grande de la India. Sobre el océano Índico se extiende una extensa costa, con hermosas playas, como Kerala, Puducherry y Goa. Además del Ganges, el territorio cuenta con ríos cruciales para la agricultura, como el Yamuna, el Brahmaputra y el Indo. La India experimenta una amplia variedad de climas debido a su tamaño y topografía, desde climas tropicales en el sur hasta regiones montañosas con nieve en el norte.

Este territorio se distingue por su diversidad cultural. Tiene una gran cantidad de grupos étnicos, idiomas, religiones y tradiciones culturales. Es el lugar de origen de varias religiones importantes, incluyendo el hinduismo, el budismo, el sijismo y el jainismo, las cuales se analizarán más adelante para comprender su origen. También es hogar de comunidades musulmanas, cristianas y otras minorías religiosas. Se caracteriza por la multiplicidad de idiomas que cuenta, más de 1.600, sin embargo, el hindi y el inglés son los idiomas oficiales. Otros idiomas importantes incluyen el bengalí, el telugu, el marathi, el tamil y el urdu. Su economía está caracterizada por la agricultura, la industria y los servicios.

La construcción de legado histórico hindú: Religión y Gastronomía

En este artículo se busca determinar cómo se construye, por medio de valorizaciones intangibles las prácticas religiosas y culturales, la gastronomía tradicional; y cómo se transforma en uno de los atractivos turísticos culturales más importantes de la nación.

La gastronomía tradicional se ha convertido en un elemento indispensable para conocer la cultura y el modo de vida de un territorio. Es un elemento cultural que incide fuertemente como un atractivo para el turismo del país. Al descubrir la cultura gastronómica se empieza a asociar

tendencias, tradiciones, prácticas sociales que se identifican a través de un plato. La gastronomía representa una oportunidad para dinamizar y diversificar el turismo, ayuda a impulsar el desarrollo económico local e implicar también a diversos sectores como productores, cocineros, mercados que no se incluyen tradicionalmente en la oferta turística.

La comida india es famosa por su sabor y por su amplia variedad. Se valoriza esta actividad a partir de preconceptos que se consumen, imágenes de calles con mercados hindúes, donde se ven intensos colores, frutas, pescados y sedas; videos en redes sociales donde se puede presenciar el proceso de preparación de estos platos, y su manipulación; muy diferente a la nuestra. Pero ¿Cómo se genera la amplia variedad gastronómica del país?

Orígenes de la gastronomía típica

El comienzo de la agricultura en esta región, se remonta a miles de años atrás, donde los cereales, como el arroz y el trigo, eran los pilares fundamentales en la dieta local desde hace más de 8.000 años. Hacia el año 3.300 a.C., nace Harpan, una de las primeras civilizaciones urbanas del mundo, ubicada en el Valle del Indo, en la región noroeste del subcontinente Indio. Esta civilización estableció sólidas rutas comerciales tanto terrestres como marítimas hacia Asia Central, Mesopotamia y la Península Arábiga. Aunque no contaban con un sistema monetario, se dedicaban activamente al intercambio de bienes mediante trueques, exportando una amplia gama de productos que incluían cebada, algodón, sésamo, lino, madera, hierro, gemas, cobre y oro. La dieta cotidiana de la población consistía en comidas sencillas a base de trigo o cebada, acompañadas de legumbres, algunas verduras y, ocasionalmente, pescado o carne, (una práctica alimentaria que guarda similitudes con las de hoy en día). Uno de los pilares de su dieta era el pan, del cual se distinguieron más de 200 variedades. Durante este período, también se inicia el uso generalizado de leche de búfala para producir ghee (mantequilla clarificada). Sin embargo, la cultura antigua del Valle del Indo comenzó a desintegrarse entre los siglos XIX y XIII a.C., dando paso a la dispersión de la población y la formación de nuevas entidades políticas.

Hacia el año 2000 a.C., emergieron los indoarios, quienes dieron forma a las características icónicas de la sociedad india, como el sistema de castas, la veneración de la vaca y el uso extendido de productos lácteos tanto en la alimentación como en los rituales religiosos. La cría y posesión de vacas se convirtió en una de las principales preocupaciones de la élite, ya que la cantidad de ganado poseído simbolizaba estatus y riqueza. La vaca era reverenciada como un símbolo cósmico y fuente de vida, donde sus productos lácteos se utilizaban en rituales religiosos. Los utensilios de cocina estaban hechos de barro, madera, piedra y metal, y era costumbre comer sentados en el suelo, haciendo una distinción de género durante las comidas. La hospitalidad se consideraba una virtud importante en la sociedad indoaria. El sistema de castas estaba estrechamente vinculado con ideas de pureza y contaminación, donde los Brahmanes eran considerados los más puros y los Dalits los menos. Dentro de las castas existían severas restricciones con respecto al matrimonio, la alimentación y las interacciones sociales entre personas de diferentes castas, bajo la amenaza de ostracismo, expulsión o incluso muerte.

Con el surgimiento de nuevas religiones, como el jainismo y el budismo, hacia el año 500 a.C., empezaron a tomar forma conceptos como el vegetarianismo, entendido como una práctica ética y moral. Este movimiento promovía ideas como, la no violencia (Ahimsa) y la compasión hacia todos los seres vivos. El jainismo, por otro lado, fundado por Mahavira, se basaba en principios de no violencia y compasión hacia todos los seres vivos. Los jainistas creían en la inmortalidad del alma y la interconexión de toda la naturaleza, y seguían estrictas reglas en su dieta que prohibía el consumo de carne, pescado, huevos, alcohol, miel e incluso ciertas frutas, verduras y alimentos con levadura. Muchos seguidores practicaban el ascetismo, renunciando a la posesión de bienes materiales y llevando una vida de austeridad.

Por otro lado, el budismo, fundado por Siddhartha Gautama, se centraba en el camino hacia la eliminación del sufrimiento humano. Se predicaba la igualdad de todas las castas y la importancia de seguir un camino medio entre la indulgencia y la autonegación. Los budistas practicaban la meditación y seguían un conjunto de principios éticos, incluida la no violencia y la compasión. El budismo ha tenido una gran influencia en la cultura y la filosofía india, así como en otras partes del mundo, y ha dado lugar a numerosas escuelas y prácticas diferentes a lo largo de los siglos. Tanto el jainismo como el budismo han dejado una marca duradera en la India y continúan siendo importantes tradiciones religiosas en la actualidad.

Se aprecia cómo ambos movimientos introdujeron cambios significativos en las prácticas religiosas y alimentarias de la India antigua, promoviendo la moderación en la dieta y la abstención de la violencia, lo que influía en las elecciones alimentarias y en la forma en que llevaban a cabo sus prácticas ascéticas⁵⁰. Estas nuevas prácticas abrazaban a personas de todas las castas y géneros, lo que las hacía más inclusivas que las tradiciones anteriores.

Se puede decir que la dieta en la India antigua era diversa, influenciada por una variedad de factores culturales, religiosos y prácticas regionales, se fue conformando a lo largo de la historia y conlleva un legado cultural. Los ingredientes y platos reflejan la disponibilidad de alimentos locales de la época. Sin embargo, al examinar el "*Artha Shastra*", un tratado del siglo III a.C. que aborda diversos aspectos del gobierno, encontramos disposiciones sobre regulaciones alimentarias, comerciales y cuestiones relacionadas con el bienestar de la sociedad, como: garantizar la calidad de los alimentos vendidos en los mercados, proteger a los animales, regular la venta de alcohol y el consumo de arroz, que era la base de los ideales de la sociedad. Esta regulación reflejaba la importancia de la alimentación en la sociedad y la preocupación por la calidad y disponibilidad de los alimentos.

En el año 52 d.C., con la llegada del apóstol Tomás y la comunidad judía a la India, se añadieron nuevas dimensiones espirituales y culturales al panorama religioso de la región. Surgieron nuevos textos religiosos ortodoxos, enriqueciendo aún más la diversidad mística y cultural de la India antigua, dejando una huella duradera en las prácticas alimentarias y religiosas de la región.

⁵⁰ Ascetismo: Práctica donde el individuo se priva a sí mismo, de manera voluntaria, de algo que considera deseable. Es un estilo de vida que persigue la purificación del espíritu a través de la privación de los placeres materiales

En la actualidad, se puede observar cómo estas prácticas religiosas, que surgieron hace milenios, hoy llegan al hemisferio occidental a través de la globalización. Los turistas viajan en busca de desconexión, prácticas budistas, para visitar templos sagrados declarados patrimonios y adentrarse en la cultura a través de su gastronomía. Los turistas se desplazan en busca de una experiencia cultural, que incluye elementos tangibles e intangibles pertenecientes a la India.

Al interpretar el origen de las prácticas culturales, se observará el proceso que atravesó, a lo largo de la historia, y como se siguen reproduciendo en la sociedad. Cómo surge el vegetarianismo, el yoga, dietas, la meditación, entre otras prácticas que conforman la identidad de la India y su patrimonio nacional. El turismo es un elemento importante que hace uso y consumo de las mismas. En la actualidad, notamos como los turistas construyen preconceptos y percepciones previas sobre la cultura de la India antes de realizar el viaje; imaginan la India a través de sus propios imaginarios sociales, formados por representaciones culturales, históricas y mediáticas. Al experimentar la realidad del destino, estos imaginarios pueden confirmarse, ampliarse o incluso modificarse.

Reflexiones finales

A modo de cierre se podría decir que este legado cultural que data de miles de años atrás se ha ido transformando a lo largo del tiempo, influenciado por el contexto político, social y económico. Sin embargo, el turismo en la actualidad se sigue remitiendo al consumo de estas prácticas culturales.

En la República del Bharat, el turismo cultural establece un lazo entre el pasado y el presente de muchas prácticas culturales. Los turistas van en busca de conocimiento y ansias por practicar sus tradiciones. Sin embargo, antes de viajar, los visitantes construyen expectativas formadas por los imaginarios turísticos, a través de películas, libros y relatos de otros viajeros, construyen una visión de la India impregnada de exotismo y misticismo.

Se destacan las dos prácticas más consumidas en el país, por un lado, el turismo místico y por el otro el gastronómico. El primero, relacionado por quienes ansían conectar con lo trascendental, una elevación espiritual, la visita de templos, sagradas ceremonias, la quietud y la meditación. El turismo gastronómico, por otro lado, está vinculado al consumo de la gastronomía local, al descubrimiento de aromas y sabores de platos ancestrales, que conllevan historia y tradición.

El anfitrión, es un elemento de gran importancia para comprender la esencia que tiene el país. El turista que visita la India va a crear un vínculo con el anfitrión, que le va a permitir conocer la cultura y las prácticas de esta. Se va a producir un intercambio, un encuentro entre diferentes sociedades va a influenciar la reproducción del relato para conformar los imaginarios.

La República del Bharat, es una región rica en cultura, con un legado que se transmite de generación en generación, que involucra nuevas acepciones a las prácticas tradicionales, generando un patrimonio dinámico prevaleciendo las prácticas originadas en los años 2000 a.C.

A modo de reflexión, se retoma una cita de Panikkar, cuando refiere a los desafíos futuros que enfrentará la India durante el siglo XX

Hoy un estado legislativo y una sociedad estática son incompatibles. Además, la tremenda revolución económica que se halla en proceso en la India, y cuyas consecuencias son imprevisibles, generará nuevas fuerzas sociales que se reflejarán en la legislación social del futuro y en la ordenación de nuestra nueva sociedad. Para todos debiera resultar evidente que esta renovación de las energías sociales sólo puede conducir a una vida mejor ordenada. Igualmente, claro debería ser que ello ayudará a restablecer el hinduismo en su lugar de honor entre las religiones del mundo (Panikkar, 1963, p. 107).

Algunos interrogantes a modo de reflexión sobre los temas abordados

- ¿Qué tipo de relación existe entre la práctica turística y las religiones?
- ¿De qué manera se relaciona la gastronomía local con el turismo y las religiones?
- ¿Qué rol le cabe a la India actual en el contexto turístico internacional?
- ¿De qué manera se vincula oriente y occidente y en el contexto turístico internacional?
- ¿Qué relación existe entre el turismo místico y la gastronomía?
- ¿De qué manera se relacionan el anfitrión y el visitante en este destino?

Fuentes consultadas

- AFP (31 de Mayo de 2023). PIB de la India registra un sólido crecimiento anual de 7.2%. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/economia/PIB-de-la-India-registra-un-solido-crecimiento-anual-de-7.2-20230531-0039.html>
- Bermúdez Prieto, R. (2018). Turismo emisor de la India: una realidad que debemos conocer. Revista Vinculando, 16(2). https://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/turismo-emisor-de-india.html
- Fernández, R. (2023). Población mundial: países con más habitantes en 2023. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/635123/paises-mas-poblados-del-mundo/>
- Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (s/f). India. IFAD. <https://www.ifad.org/es/web/operations/w/pais/india#:~:text=M%C3%A1s%20de%2096%20millones%20de,pertenecen%20a%20seis%20religiones%20principales>
- García, V. (24 de marzo de 2021). Historia de la gastronomía india (parte 1: cocina muy viejuna). Cocina Sin Receta. <https://www.cocinasinreceta.com/tecnicas/manual-de-instrucciones/historia-de-la-gastronomia-india-parte-1/>
- Gliemmo, F., y Moscoso, F. V. (2022). Geografía turística latinoamericana: Aportes conceptuales y estudios de caso para la comprensión de un escenario en transición. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.

- http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/148712/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Goreau-Ponceaud, A. (2019). Colonialidad y turismo: la fábrica de las identidades y alteridades en India. *Via. Tourism Review*, (16). <https://journals.openedition.org/viatourism/4291>
- Hiernaux-Nicolas D., Cordero A., y van Duynen Montijn L. (2002). Imaginarios Sociales y turismo sostenible. *Cuaderno de Ciencias Sociales* 123, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso). Septiembre, Sede Académica, Costa Rica.
- Chakraborty, M. (20 de enero 2018). *Patrimonio inmaterial*. Media India Group. <https://mediaindia.eu/patrimonio/patrimonio-inmaterial/>
- OMT (2024). *Dashboard de datos turísticos de la OMT*. ONU Turismo. <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>
- ONU Turismo (s/f). *Turismo gastronómico y enológico*. <https://www.unwto.org/es/gastronomia-turismo-enologico#:~:text=El%20Comit%C3%A9%20de%20Turismo%20y,con%20productos%20y%20actividades%20afines>
- Panikkar, K. (1963). *La sociedad India en la encrucijada*. Eudeba. Buenos Aires.
- Quiroz, A. H. (2022). El festival Kumbha Mela en tiempos de pandemia: Naturaleza e imaginario religioso en la India moderna. *Cultura y Representaciones Sociales*, 17(33). Universidad Nacional Autónoma de México. <https://www.culturayrs.unam.mx/index.php/CRS/article/view/963>
- Rodríguez Lopardo, M. S. (2020). *Turismo místico-esotérico en el cerro Piltriquitrón*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata]. Repositorio Institucional de la UNLP. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/109799#:~:text=El%20turismo%20m%C3%ADstico%20Desot%C3%A9rico%20permite,generado%20por%20la%20rutina%20diaria>
- Roldán, M. J. (s/f). *Atracciones y Actividades en la India*. Actualidad viajes. <https://www.actualidadviajes.com/atracciones-y-actividades-en-la-india/>
- Telias, V. R. (s/f). *Diagnóstico estratégico del turismo esotérico y místico en Capilla del Monte para su desarrollo sustentable*. Universidad Abierta Interamericana. <https://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC096768.pdf>
- Tatham, C. (2024). Tradiciones indias en la moda, inspiración de la cultura oriental. *Lib Diz*. <https://libdiz.com/es/libros/disenio-de-moda/1-encontrar-inspiracion/tradiciones-indias>
- Zambón, G. F., y Schenk, A. G. R. (2005). Patrimonio Industrial y Rutas Turísticas Culturales: Algunas Propuestas Para Argentina. *Cuadernos de turismo*, (15), 97-112. <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/1302236.pdf>
- Zilio, M. C. (2018). Colores, olores, contrastes, desastres: Perspectiva geográfica de la India desde la Teoría Social del Riesgo. En *I Jornadas Platenses de Geografía 17-19 de octubre de 2018 La Plata, Argentina*. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Geografía. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/87884/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CAPÍTULO 9

Desarrollo turístico en el Parque Nacional Kruger, Sudáfrica: conservación de fauna y turismo sostenible

Sofía Magalí Cutule

En el presente capítulo la autora nos pone en relación directa con uno de los temas de especial relevancia en la discusión internacional: el rol e importancia de las áreas protegidas en el contexto actual, su relación con la práctica turística, y el desarrollo local. En este caso, se seleccionó a una de las áreas más emblemáticas de África, el Parque Nacional Kruger (*“Kruger National Park” - (Krugerwildtuin)* Sudáfrica. El trabajo, por ahora exploratorio, y en ciernes, nos propone indagar sobre la importancia de los patrimonios naturales en los países no desarrollados, a la vez que los imaginarios sobre el turismo en estos espacios suelen estar cargados de connotaciones muy arraigadas sobre el tipo de sociedades locales, vistas en general como “arcaicas” o “primitivas”, “de poco interés”, etc.

En suma, una serie de preconceptos atribuidos, en este caso, al continente africano en general. Estas y otras miradas equívocas, incompletas, y cargadas de valoraciones negativas, son parte de las estructuras conceptuales y mentales que, desde la materia, se intentan deconstruir. La visibilización de los casos de estudio como este permite ir articulando nuevas miradas sobre lo ya existente. En particular, este trabajo resulta ser un inicio para tales desafíos, como los que presenta el turismo en el continente africano.

Nombre Oficial del País	República de Sudáfrica
Capital	Pretoria (capital administrativa), Ciudad del Cabo (capital Legislativa), Bloemfontein (capital judicial)
Población⁵¹	59.893.890 habitantes (2022)
Superficie⁵²	1.219.090 km ²
Lengua	Inglés, Afrikaans (oficiales)
Principales ciudades	Ciudad del Cabo, Johannesburgo, Port Elizabeth, Durban
Región turística según OMT	África
Llegada de Turistas Internacionales⁵³	10.230.000 (ONU Turismo, 2019)
Ingresos por Turismo Internacional⁵⁴	USD 8.400 millones (ONU Turismo, 2019)

Mapa 9.1

Localización de la República de Sudáfrica



Nota. Fuente: elaboración Mg. Gabriel Losano: Qgis 3.30

⁵¹Banco Mundial (s/f). Población total. Todos los países y economías. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

⁵²Banco Mundial (s/f). Superficie (kilómetros cuadrados). Todos los países y economías. <https://datos.bancomundial.org/indicador/AG.SRF.TOTL.K2>

⁵³ ONU Turismo (s/f). *Dashboard de datos turísticos de la OMT*. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

⁵⁴ Ídem anterior

Introducción

La República de Sudáfrica cuenta con una superficie territorial de 1,219,090 km² divididos en nueve provincias. Limita al norte con Namibia, Botswana y Zimbabwe; al este con Mozambique y Swazilandia; al sur con el Océano Índico, y al oeste con el Océano Atlántico. Lesotho se encuentra enclavado en Sudáfrica. La mayor parte del país se halla a más de 900 m de altitud. El terreno se eleva gradualmente de oeste a este hasta el sistema montañoso de los montes Drakensberg. El clima de Sudáfrica es mediterráneo, con inviernos suaves y lluviosos, y veranos cálidos y soleados. Su costa está sombreada por temperaturas promedias de 14°C como mínimas y 27°C de máximas.

El objetivo del presente capítulo es reflexionar acerca del desarrollo turístico que se da en Sudáfrica, más específico, en el Parque Nacional Kruger. Por lo tanto, a lo largo de este trabajo se brindará información acerca del ya mencionado parque, así como también su impacto en el crecimiento del turismo sostenible. Para lograr una mejor comprensión del tema, se buscará cuestionar: ¿Qué es lo que se vende?, ¿Qué es lo que el turista busca y que es con lo que se encuentra?, ¿Cómo Sudáfrica hace frente al Turismo siendo un país en vías de desarrollo?, ¿Qué papel juega el Turismo Sostenible y los parques nacionales en el crecimiento turístico?, ¿Con qué propósito se crearon dichos parques? A lo largo de este capítulo, intentaremos retomar estos interrogantes e indagar sobre sus posibles respuestas.

¿Qué es el turismo responsable y sostenible?

El turismo responsable y sostenible es una alternativa al turismo tradicional y está basado en los principios de justicia social y económica y en el respeto por el medio ambiente y las culturas. Lo que busca es realizar un bajo impacto sobre el medio ambiente y la cultura local y, al mismo tiempo, generar empleos e ingresos para la población. La base de este tipo de turismo es la responsabilidad de todos los actores implicados en la industria, desde las agencias de turismo, cadenas de alojamiento, ciudadanos y turistas. La actividad turística sostenible es aquella en la que no se sobrepasa la capacidad de carga de una zona de destino. El turismo responsable favorece el intercambio de experiencias gratificantes y que enriquecen tanto al viajero como a las personas del lugar. Algo interesante es que no está regularizado por leyes sino por códigos éticos como guías de comportamiento hacia una nueva cultura y el cuidado del medio ambiente y el respeto al otro. El turismo responsable se divide en cuatro grandes temas: medio ambiente, entorno socioeconómico, turismo, desarrollo urbano.

Parques Nacionales en Sudáfrica

Sudáfrica cuenta con un total de 21 parques nacionales, que ocupan un área de más de 4 millones de hectáreas (40,000 km²), más del 3% del área total del país. El parque más conocido es el parque nacional Kruger, que es también el más antiguo (declarado en 1898) y el más grande, con casi 2.000.000 de hectáreas (20.000 km²). El parque Kruger y el parque nacional Montaña de la Mesa son dos de las atracciones turísticas más visitadas de Sudáfrica. La organización responsable de su gestión es South African National Parks (SANParks), creada en 1926.

Parque Nacional Kruger, santuario de los “cinco grandes” de África

En el corazón de Sudáfrica se extiende el Parque Kruger, que es la reserva más grande y antigua del continente y que cuenta con las especies más buscadas por los amantes de la naturaleza. Se trata de los denominados “*Big Five*”: leones, rinocerontes, elefantes, búfalos y leopardos.

Su nacimiento se remonta a 1898 cuando el entonces presidente sudafricano, Paul Kruger, estableció lo que sería el germen del parque que hoy en día conocemos y que ha sido declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Su objetivo inicial era frenar la llegada de cazadores blancos de Europa y traficantes de marfil a la zona.

Para ello, establece una reserva de unos 4.500 kilómetros cuadrados, que con el tiempo fue ampliándose hasta llegar a las fronteras de Zimbabue y Mozambique. En total, 18.989 kilómetros cuadrados, llegando a alcanzar 350 km de norte a sur y 60 km de este a oeste.

Imagen 9.1

Localización del Parque Nacional Kruger



Nota. Fuente: Wikipedia https://es.wikipedia.org/wiki/Parque_nacional_Kruger

En 1927, el parque abrió sus puertas al público, cobrando una entrada simbólica de una libra. Aquel año, sólo unos pocos afortunados acudieron a visitar el parque.

Pasados los primeros años, para 1935 alrededor de 26.000 personas⁵⁵ traspasaron la entrada. En la actualidad, el número de visitantes asciende a 1,25 millones al año.

La afluencia de turistas es tal que el parque sudafricano es uno de los destinos con más visitantes al cabo del año de todo el continente. Su principal atractivo es que ofrece la posibilidad de contemplar la mayor concentración de mamíferos del planeta.

El paraíso de los “*Big Five*”

Los famosos “*Big Five*” o “*Cinco Grandes*” son cinco de las especies más representativas de África: Leopardo, León, Elefante, Búfalo y Rinoceronte.

Esta curiosa clasificación viene de la caza, ya que estos son considerados como los cinco principales trofeos de África por ser precisamente los cinco animales más peligrosos de cazar. No se sabe muy bien quién fue el primero a quien atribuir este término, pero viene desde ya hace muchos años, desde los primeros safaris de cazadores míticos.

Sobre esta lista de los *Big Five* hay quien discrepa un poco y sustituirá el rinoceronte por el hipopótamo. No en vano el hipopótamo es el animal africano que más muertes humanas provoca a lo largo del año. El rinoceronte, que es un animal potencialmente peligroso, lo es más en su variedad de rinoceronte negro (mucho más escaso) que la del blanco. Para zanjar esta pequeña discusión, hay quien habla de los “*Big Six*”, para así incluir al hipopótamo.

Curiosamente, está fuera de la lista el cocodrilo, que pese a ser otra especie muy peligrosa, no lo es tanto a la hora de cazarlo. También el guepardo, que en contra de lo que mucha gente piensa es prácticamente inofensivo, por ser probablemente el más canino de los felinos.

Hoy en día hay posibilidad de ver a los *Big Five* en un sólo safari en varios países. Probablemente donde sea más sencillo es en Sudáfrica, ya que prácticamente todos los Parques y Reservas están vallados y muchas de estas especies han sido reintroducidas.

Los Cinco Grandes son especies protegidas pero que gozan relativa buena salud en sus poblaciones (menos el rinoceronte, en especial el negro ya mencionado). De hecho, se pueden seguir cazando legalmente con licencias especiales muy limitadas y permisos CITES en algunos países.

En total, aproximadamente 145 especies de mamíferos viven en el Parque Nacional Kruger, entre ellos, los ya mencionados “Cinco Grandes” de África, antaño buscados por cazadores ambiciosos, y ahora cada vez más, los más cotizados por turistas. Las cifras (Kruger⁵⁶ National Park - South African Safari and Tours) estimadas señalan un número aproximado de 2.000 leones, 12.000 elefantes, 25.000 búfalos, 1.000 leopardos y más de 5.000 rinocerontes (entre blancos y negros). Pero, además, es posible ver otras especies tan características como hipopótamos, jirafas, cebras, y muchas más clases de antílopes. Entre los carnívoros, también conviven guepardos, perros salvajes, hienas manchadas y cocodrilos. Los leones están

⁵⁵ Vip Viajes (3 de febrero de 2008). *El Kruger Park de Sudáfrica*. <https://vip-viajes.blogspot.com/2008/02/el-kruger-park-de-sudfrica.html>

⁵⁶ Kruger Park (s/f). *Kruger National Park - South African Safari Tours*. <https://www.krugerpark.co.za/>

esparcidos por todo el parque, aunque principalmente establecidos en las praderas, donde pastan habitualmente las grandes manadas de cebras y ñues, sus presas preferidas.

Por su parte, los elefantes pueden ser observados a lo largo de toda la reserva, normalmente divididos en grupos de hasta 30 individuos. Debido a las rigurosas medidas de conservación de la población de elefantes en Sudáfrica, su número ha crecido de unos 120 ejemplares en 1920, distribuido en sólo cuatro puntos del país a 10.000 en los últimos años en unos 40 lugares de Sudáfrica.

Entre las diversas especies de antílopes, destaca especialmente el impala, ya que hasta 120.000 ejemplares viven en el Kruger. Además de los kudu, antílopes de sable o eland, entre otros.

Su patrimonio de especies salvajes es incluso más amplio en el caso de las aves. Kruger tiene una lista de más de 500 especies, algunas de las cuales no se encuentran en otras partes de Sudáfrica.

Imagen 9.2

Vista fauna en los paseos del parque



Nota.

Fuente:

https://saspecialist.southafrica.net/cache/ce_img_cache/local/a301428413901a45/15_d_Kruger_National_700_415_90auto_s_c1_c_t.jpg

Modernización del parque

En las últimas décadas, con el nacimiento de la nueva Sudáfrica de Nelson Mandela, el país ha llevado a cabo la modernización del parque. En 1991, Robbie Robinson, logró retirar las verjas que separan el borde oeste del parque de los cotos de caza privados, permitiendo que los animales deambulan libremente en esa zona.

Siete años más tarde, en 1998 fue elegido el primer director de raza negra del parque, David Mabunda y en 2002 se inauguró el aeropuerto Kruger Mpumalanga, a unos 63 kilómetros de la entrada más cercana a la reserva, para la mejora de la explotación turística de Kruger.

El parque cuenta con decenas de campamentos donde alojarse, algunos de ellos con todas las comodidades e incluso es complicado hacer una reserva con menos de seis meses de antelación.

Sudáfrica se alista en el turismo sostenible

Los 1.200 millones de turistas que cada año se desplazan por el globo pueden ser un problema o una oportunidad

-Organización mundial del Turismo (OMT)

La cuestión es especialmente compleja y a la vez desafiante para los países africanos que quieren apostar por este sector al alza como base para un desarrollo sostenible, al mismo tiempo que se enfrentan a enormes retos relacionados con la tecnología, la creación de empleo digno, cuidado del medioambiente, y la participación de mujeres y jóvenes.

La organización Comercio Equitativo en el Turismo de Sudáfrica (FTTSA), promueve el desarrollo del turismo sustentable aumentando la toma de conciencia y facilitando el desarrollo de capacidades en el sector. Además, es la que habilita a las agencias de turismo que practican el turismo responsable y las distingue con una etiqueta especial.

Uno de los paquetes que se ofrecen para realizar turismo responsable en Sudáfrica es un viaje al Parque Nacional Kruger para toda la familia. El programa incluye realizar safaris fotográficos a pie, realizar caminatas por el bosque, visitar cascadas, conocer el estilo de vida de los habitantes de Swazilandia, realizar paseos en canoa, actividades nocturnas y dormir en una choza en una reserva ecológica. En este tipo de viajes se trata de minimizar el impacto negativo del turismo realizando pequeños cambios como usar el transporte público (principalmente el tren si es posible), los guías son locales, es decir, se promueve el trabajo de los ciudadanos sudafricanos y se difunden la cultura y la gastronomía del lugar. Además, se realizan visitas a poblaciones pequeñas y se practica senderismo cuidando de no alterar el medio ambiente.

Tabla 9.1*Algunos consejos para realizar turismo responsable y sostenible en Sudáfrica*

- No le des de comer a los animales (pueden tener graves consecuencias en su salud).
- No pagues por realizar paseos en elefante, caballo o en cualquier otro animal. O en carruajes tirados por ellos.
- No participes en actividades que impliquen animales enjaulados o encadenados.
- Evita alojarte en hoteles o comer en restaurantes que pongan en exposición animales salvajes.

Nota. Fuente: Asegura tu viaje (22 de mayo de 2014).

Reflexiones finales

Como ya hemos visto, Sudáfrica es un país que no renuncia al turismo y la riqueza que genera, pero que es a la vez muy consciente de que su naturaleza y su cultura son el atractivo esencial de ese turismo y, por tanto, un bien a preservar. De esta manera, el país se ha convertido en una de las referencias mundiales en turismo sostenible.

Sin embargo, el presente trabajo los invita a reflexionar: Al tratarse de un país subdesarrollado, se encuentra con varios obstáculos y desafíos a la hora de crecer turísticamente. Como se pudo observar, el avistaje de fauna juega un papel fundamental en dicho crecimiento, gracias al surgimiento de parques nacionales, no sólo del Parque Kruger, sino de parques a lo largo de todo Sudáfrica.

Referencias y fuentes consultadas

- Vip Viajes (3 de febrero de 2008). *El Kruger Park de Sudáfrica*. <https://vip-viajes.blogspot.com/2008/02/el-kruger-park-de-sudfrica.html>
- Kruger Park (s/f). Kruger National Park - South African Safari Tours. <https://www.krugerpark.co.za/>
- Aventura África (17 de abril de 2017). *El clima en Sudáfrica*. <https://www.aventurafrica.com/blog/sudafrica/el-clima-en-sudafrica>
- Embajada de México en Sudáfrica (s/f). *Información básica sobre Sudáfrica*. <https://embamex.sre.gob.mx/sudafrica/index.php/mnusudafrica>
- Asegura tu viaje (22 de mayo de 2014). *Turismo responsable y sostenible en Sudáfrica*. <https://www.aseguratuviaje.com.ar/turismo-sustentable-y-responsable-en-sudafrica>

Díaz, A. (3 de abril de 2023). *¿Sabías que Sudáfrica es referente mundial en turismo sostenible? Te contamos por qué.* https://www.lasexta.com/viajestic/destinos/sabias-que-sudafrica-referente-mundial-turismo-sostenible-contamos-que_20230403642af8eaf7cb370001dc5cb4.html#:~:text=Sud%C3%A1frica%20cuenta%20con%20una%20costa%20magn%C3%ADfica%20y%20una,de%20referencia%20en%20los%20World%E2%80%99s%20Responsible%20Tourism%20Awards

CAPÍTULO 10

Tierra Santa: peregrinaciones y turismo

Malena Lay

Este estudio de caso aborda el tema de las peregrinaciones como una tendencia a convertirse en elementos patrimoniales que poseen atraktividad turística. A partir de la compleja relación de patrimonio y turismo, la Lic. Malena Lay, en el marco del desarrollo de su tesis de grado para la Licenciatura en Turismo de la UNLP titulada “Peregrinaciones ¿Hacia el fenómeno de turistificación de las manifestaciones de fe cristianas?” (2016) nos invita a reflexionar sobre el tema a través de una reconstrucción narrativo-histórica de las peregrinaciones⁵⁷.

Nombre Oficial del País	Estado de Israel
Capital	Jerusalén
Población ⁵⁸	9.557.000 habitantes (2022)
Superficie ⁵⁹	20.325 km ²
Lengua	Hebreo (oficial)
Principales ciudades	Tel Aviv-Yaffo, Haifa, Rishon LeZion
Región turística según OMT	Europa
Llegada de Turistas Internacionales ⁶⁰	4.552.000
Ingresos por Turismo Internacional ⁶¹	USD7.600 millones

⁵⁷ El presente capítulo toma algunos de los aportes que la Licenciada Lay realiza en su tesis de grado en virtud de los contenidos que la cátedra desea exponer para el dictado de la materia.

⁵⁸ Banco Mundial (s/f). Población total. Todos los países y economías. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

⁵⁹ Banco Mundial (s/f). Superficie (kilómetros cuadrados). Todos los países y economías. <https://datos.bancomundial.org/indicador/AG.SRF.TOTL.K2>

⁶⁰ ONU Turismo (s/f). *Dashboard de datos turísticos de la OMT*. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

⁶¹ Ídem anterior

Mapa 10.1*Localización del Estado de Israel*

Nota. Fuente: elaboración Mg. Gabriel Losano: Qgis 3.30

Breve caracterización ambiental

Bajo el nombre de Oriente Medio las tierras de Asia, África y Europa se intersectan en este espacio de transición que fuera cuna de las civilizaciones más antiguas de la Tierra.

Este espacio constituye una confluencia de diversos climas y relieves, que favorecen la presencia de paisajes donde el elemento homogeneizador en este caso resulta ser el ambiente desértico caracterizado por la escasez de agua.

Particularmente, en el caso de Israel, el país puede dividirse en cuatro marcadas regiones geográficas, que constituyen tres franjas paralelas que corren en sentido norte-sur y una gran zona árida en el centro-sur del territorio.

La primera de las franjas comprende la planicie costera que corre paralela al Mar Mediterráneo, formada por una costa arenosa que bordea tierras fértiles que se internan hasta 40 km. al interior del país donde se desarrolla la actividad agrícola.

En la zona norte del país, la costa se ve interrumpida por montes escarpados y acantilados de piedra arenisca y calizas hacia el mar. Además, existen algunas cadenas montañosas que atraviesan el país a lo largo. Por ejemplo, al noreste se encuentra la meseta Altos del Golán, una formación basáltica resultado de antigua actividad volcánica. También al norte del país, se erigen los montes de la Galilea, formaciones de calizas y dolomitas que se elevan hasta los 1.200 m sobre el nivel del mar.

En esta región del país, la presencia de cursos de agua y precipitaciones permiten el desarrollo de zonas verdes durante todo el año aptas para la actividad agrícola.

Allí, entre los montes de Galilea y del Golán, aparece el Lago Kinéret (el mar de Galilea), el mayor lago de Israel que se encuentra a 212 m bajo el nivel del mar ocupa una superficie aproximada de 168 km² y sirve de principal reserva hídrica para el país.

En este sentido, una de las zonas más ricas de Israel en materia productiva es el Valle de Jezreel que se ubica entre las montañas de la Galilea y las de Samaria, montes ondulados que junto a los de Judea en Cisjordania conforman un conjunto de cumbres rocosas y valles fértiles caracterizados por la presencia de olivares centenarios y laderas escalonadas en forma de terrazas aprovechadas para la agricultura.

En el centro sur de Israel, se extiende la zona del Néguev, un desierto de llanos y colinas de areniscas que ocupa casi la mitad del país caracterizado por quebradas y cauces secos y que, en temporada invernal, padece inundaciones. Además, en el extremo sur del Néguev, próximo al Mar Rojo, se encuentra una zona de clima más seco con un terreno muy accidentado caracterizado por montes más altos, planicies rocosas y profundos cráteres.

Sobre la franja este del país, corren los valles del Jordán y de la Aravá, que forman parte de la gran depresión sirio-africana. En relación con el primero, el río Jordán -que suele ser angosto y vadeable, salvo en temporada estival- atraviesa esta gran depresión en sentido norte-sur recorriendo unos 300 kms, alimentando la fertilidad del valle homónimo y del Valle del Hula, llegando hasta el Lago Kinéret (Mar de Galilea) y desembocando en el Mar Muerto.

En el caso del Valle de la Aravá se extiende entre el Mar Muerto y el Golfo de Eilat. Se trata de un valle angosto y árido, donde las precipitaciones no superan los 25 mm por año y las temperaturas alcanzan los 40°C en el verano. Además, cabe mencionar que, en el Golfo de Eilat, se caracteriza por sus aguas azul profundo y la presencia de arrecifes de corales y exótica fauna marina.

Por su parte, el Mar Muerto, ubicado al sur del Valle del Jordán, ocupa el punto más bajo de la Tierra, por debajo de los 400 metros del nivel del mar y con la particularidad de que sus aguas presentan la más alta salinidad y densidad del planeta.

En relación con el clima, el país presenta condiciones que van del templado al tropical caracterizado por contar con abundante sol durante gran parte del año. Además, presenta dos estaciones predominantes, una temporada invernal lluviosa comprendida entre noviembre y mayo, y una temporada estival seca de junio a octubre. Asimismo, las precipitaciones pluviales son relativamente altas hacia el norte y el centro del territorio, disminuyendo en el Néguev, y llegando a ser prácticamente nulas en el sur del país.

Sin embargo, las condiciones regionales varían considerablemente. En la costa, por ejemplo, se presentan veranos húmedos e inviernos suaves; en las zonas de montaña, los veranos son secos y los inviernos moderadamente fríos; en el Valle del Jordán, los veranos son muy calurosos y los inviernos agradables; y en el Néguev predominan las condiciones semidesérticas durante todo el año.

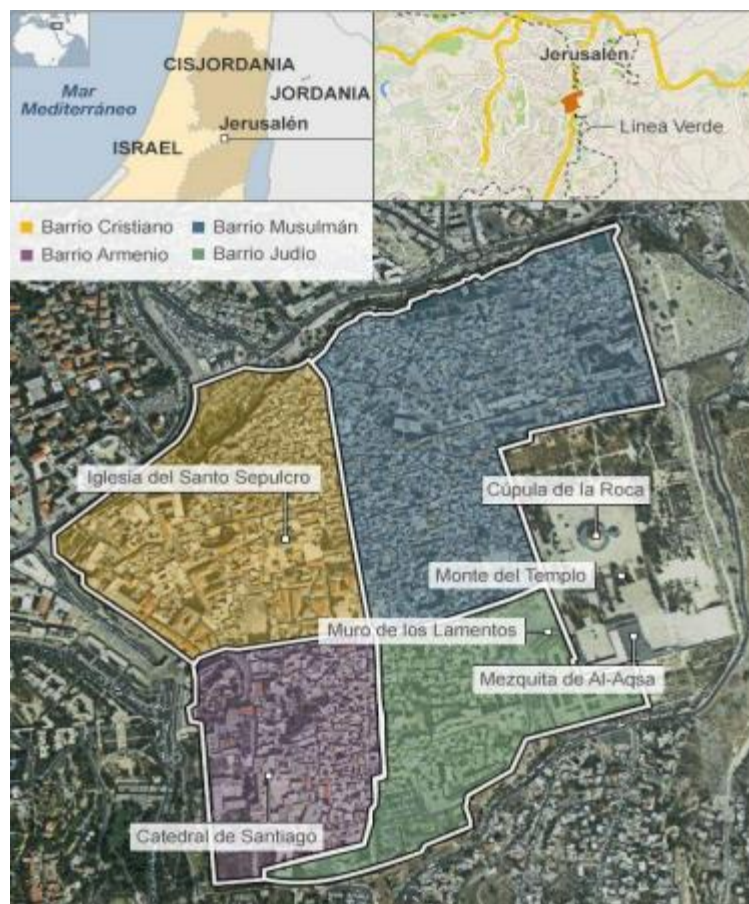
Introducción al territorio cultural e identitario

Desde una mirada occidental, Medio Oriente es visto bajo la perspectiva filosófica hegeliana, por la cual se legitima la dominación política y económica de Occidente sobre otras sociedades consideradas como “atrasadas” y periféricas con respecto a Europa. La mirada del orientalismo sintetiza esta idea dentro de una dinámica por la cual se da una dominación a través de la construcción de conocimiento sobre el Otro, derivado de representaciones literarias, cartografías y ordenamientos territoriales.

Bajo esta lupa, Medio Oriente se presenta como un territorio bárbaro y, sin embargo, imaginado y representado por Occidente como la cuna de sus tradiciones constituyentes, particularmente, en lo que atañe a las creencias religiosas que predominan en él. De esta manera, simbólicamente Medio Oriente es construido en torno a una geografía bíblica imaginada que se encuentra presente en la cosmovisión cristiana de Occidente que motivó el advenimiento de peregrinos, exploradores, predicadores y científicos recorriendo el territorio por el que pasaron figuras bíblicas, explorando las ruinas de un mundo desaparecido al cual reclaman como patrimonio cultural occidental.

En lo que respecta a Israel, su conjunto socioespacial se estructura, por un lado, por la convivencia de las tres principales religiones del mundo, el cristianismo, el Islam y el judaísmo, en una suerte de tensión social constante y dentro de un ambiente que se caracteriza por la escasez de los recursos hídricos. Mientras que, por otro lado, se presentan unas estructuras agrarias comunes no sólo dentro del país sino también en el entorno de los ríos Tigris y Éufrates, y con vastas extensiones de multiformes medios desérticos.

En este contexto natural marcado por la escasez de agua es marcada la existencia de espacios de gran densidad poblacional y presión demográfica, los cuales se concentran en torno a una franja de 100 km de ancho que involucra riberas mediterráneas, cadenas montañosas litorales bien regadas, oasis y valles de grandes ríos. Sin ir más lejos, sólo en la planicie costera se concentra más de la mitad de la población total del país, así como también los principales centros urbanos, puertos de aguas profundas, industria nacional, producción agrícola e instalaciones turísticas.

Imagen 10.1*Lugares sagrados clave en la Ciudad Vieja de Jerusalén*

Nota. Fuente: Lay (2016)

Breve introducción al marco teórico del caso

La Organización Mundial del Turismo define al turismo cultural como: “el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudios, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore, y las peregrinaciones” (Romo, 2000, pp. 45). En esta definición quedan incluidas las peregrinaciones, principal manifestación del turismo religioso, el cual, a su vez, forma parte del turismo cultural, los cuales se relacionan con el patrimonio cultural y religioso principalmente. El patrimonio cultural religioso está compuesto por imágenes, templos, ciudades, creencias, celebraciones, devociones, valores y pensamientos (Fernández, 2010).

El fenómeno de las peregrinaciones nace junto con las religiones y estas se consideran tan antiguas como la humanidad, considerando a la religión como un conjunto de creencias y prácticas que varían en tiempo y en espacio, pero comparten la característica primordial de ser una forma en que el hombre se relaciona con un mundo sobrenatural.

Imagen 10.2*Muro de las Lamentaciones y Cúpula de la Roca*

Nota. Fuente: Lay (2016)

Las instituciones religiosas y el turismo mantienen una relación desde hace miles de años, tornando las peregrinaciones como una de las formas más antiguas del turismo y al turismo como una versión moderna de esas peregrinaciones, en tanto equivalente simbólico y funcional (Sharpley y Sundaram, 2005). Si bien ambas prácticas poseen elementos diferenciadores, sobre todo en las motivaciones, estas pueden coexistir perfectamente.

Los sitios sagrados se han convertido en un punto de encuentro de curiosos turistas y devotos peregrinos, cuestión a la que ha contribuido la comercialización de la religión y la marketinización de las manifestaciones de fe, como podría ser el ejemplo de los souvenirs (Cánoves y Blanco, 2011). El turismo religioso es un producto más dentro del consumo turístico en torno a la búsqueda de cultura y significados espirituales convertidos en atracción turística, que se vincula con los procesos de laicización de las manifestaciones religiosas (Aulet y Hakobyan, 2011).

Actualmente, muchos de estos lugares de peregrinación, son también espacios de atracción turística por configurarse en una nueva experiencia dentro de las tipologías turísticas (Aulet y Hakobyan, 2011; Cánoves, 2006).

El creciente interés por la cultura podría estar vinculado a la globalización, fenómeno que tiende a la universalización de esta (Martín de la Rosa, 2003), otorgando nuevos significados al patrimonio cultural a través de la acción del turismo (Zúñiga, 2014). La existencia de espacios sagrados de distintas épocas y diversas culturas ha consagrado no sólo el resurgimiento de las manifestaciones religiosas sino también su uso turístico apoyado en la significación religiosa y el simbolismo otorgado a aquellos por su reconocimiento popular como sitios de culto.

Los sitios y lugares sagrados, las religiones y las creencias son un rasgo de la humanidad, todos los países y culturas del mundo poseen un sistema de creencias, fuentes de sacralidad o

rituales. No necesariamente esto está sujeto a una religión institucionalizada, a un ser superior o a una fuerza sobrenatural, hoy más que nunca las personas viven su espiritualidad de las más diversas formas. Esta condición hace que lo sagrado se encuentre en los más diversos espacios según la persona y su contexto.

Imagen 10.3

Iglesia del Santo Sepulcro



Nota. Fuente: Lay (2016)

Asimismo, muchos espacios turísticos actuales convivieron o conviven con otras funciones, como son las manifestaciones religiosas. Es el caso de las peregrinaciones y los santuarios, lugares que se ven transformados por el uso turístico ya que no solo aumenta el número de personas que lo utilizan, sino que también redefine su significado, el espacio en sí y la presión sobre valor patrimonial puesto que el turismo puede significar muchas veces una ocupación perjudicial del espacio. Ejemplo de ello son los destinos de peregrinación, que a su vez son grandes destinos turísticos, como Roma o Jerusalén, espacios donde las funciones religiosas, turísticas y civiles conviven (Porcal, 2006). En este sentido, desde el momento en que el pueblo hebreo adoptó un dios único (Jehová), Jerusalén se convirtió en la ciudad santa más reconocida globalmente. Es por ello por lo que a continuación se tomará a Jerusalén como caso de estudio.

Turismo y peregrinaciones en Jerusalén

Jerusalén es la capital actual de Israel, Estado-nación que se ubica a orillas del mar Mediterráneo en la región conocida como Medio Oriente.

Un hecho que generó interés en los peregrinos por los lugares santos de Medio Oriente fue el supuesto hallazgo de un fragmento de la cruz donde fue crucificado Jesucristo, dando lugar a que el viaje a Palestina se vuelva parte de las costumbres de la época (Burbridge, 1992).

Desde la antigüedad, este territorio fue centro de atracción para los fieles que llegaban en forma masiva desde lugares lejanos, así como también epicentro de diversos conflictos.

Se trata de un sitio sagrado para las tres grandes religiones monoteístas del mundo (Cristianismo, Judaísmo e Islam), una cuestión que históricamente ha generado conflictos y tensiones. Jerusalén es la tercera ciudad sagrada en importancia para los musulmanes, después de La Meca y Medina, ya que se presupone que es el lugar donde Mahoma ascendió al cielo, habiendo sido el lugar hacia donde oraban originariamente los primeros musulmanes. En este sitio se encuentra la explanada de las mezquitas y la cúpula de la Roca.

Por su parte, para la comunidad judía, Jerusalén es la ciudad más sagrada, es donde el Rey David estableció la capital del Reino de Israel y donde se encuentra el Muro de las Lamentaciones, parte de las ruinas del templo de Salomón.

Para la religión cristiana, este fue el lugar donde vivió, predicó, fue crucificado y resucitó Jesucristo, siendo los lugares más importantes para los cristianos la Iglesia del Santo Sepulcro, el Cenáculo -donde fue celebrada la última cena-, la Vía Dolorosa, la Iglesia de Santa Ana, donde se presume nació la Virgen María y la iglesia de la Natividad y ruta de peregrinaje a Belén, declarados patrimonio de la humanidad en 2012.

Así, el cristianismo antiguo peregrinaba a los lugares sagrados vinculados a Jesús de Nazaret y a las tumbas de santos y mártires. Esto dio lugar al surgimiento de guías para los peregrinos siendo una de las más interesantes la conocida como Itinerario de Egeria, una descripción del viaje desde Constantinopla hasta Jerusalén entre los años 383 y 385 DC (García, 1987).

A partir de ello, la peregrinación a Jerusalén comenzó a contar con la organización de asistencia y servicios que surgieron para atender a los viajeros, como, por ejemplo, albergues y alojamiento a lo largo de las rutas y destinos de las caravanas de peregrinos (García, 1987).

Para la Edad Media -siglos XII, XIII y XIV-, las peregrinaciones que representaban una manifestación popular mayormente espontánea, y pasa a ser una práctica dirigida, promovida y hasta creada por la cúspide eclesiástica.

Debe tenerse en cuenta que este territorio era habitado casi en su totalidad por los árabes, quienes se beneficiaron del flujo de peregrinos durante siglos a través del comercio. Sin embargo, cuando la afluencia de peregrinos se volvió numerosa, temieron una invasión cristiana y comenzaron a rechazar la llegada de estos. Tal es así que en el año 1010 el califa Al Hakim destruyó el Santo Sepulcro, hecho que se considera motivó el desarrollo de las Cruzadas, consideradas peregrinaciones armadas impulsadas por la Iglesia y los imperios dominantes con el objetivo de recuperar el tránsito de peregrinos y dominio de la zona (Burbridge, 1992).

Las Cruzadas se extendieron durante casi dos siglos, desde 1099 a 1297, cuando se firmó la paz entre las partes y la zona en disputa quedó en manos turcas y árabes hasta 1917 permitiendo un libre acceso de los peregrinos a Jerusalén, Nazaret y Belén (Burbridge; 1992).

Sin embargo, hasta la actualidad los flujos de peregrinos suelen ser irregulares, debido en parte a la inestabilidad política de la zona, marcada por períodos de intolerancia y de persecución (Millán et al.; 2010).

En este sentido, Jerusalén es reconocida como la Tierra Santa y considerada como el principal destino del turismo religioso mundial. Condiciones que, al ser una encrucijada de religiones y una zona de conflictos geopolíticos, generan que los flujos turísticos hacia este territorio se vean alterados periódicamente.

En relación con ello, debe destacarse que, si bien la historia de este pueblo data de miles de años, su proclamación como Estado-nación soberano se produce en 1948, con la declaración de su independencia. Esta situación no fue bien recibida por sus vecinos países árabes Egipto, Jordania, Siria, Líbano e Irak, dando lugar a diversas batallas que se extendieron durante aproximadamente 15 meses hasta la celebración de diversos acuerdos de armisticios que han configurado un complejo entramado territorial que perdura hasta la actualidad.

En estos acuerdos se determinó que la planicie costera, la Galilea y todo el Néguev, quedaran bajo soberanía de Israel, Judea y Samaria (la Cisjordania) bajo control jordano, la Franja de Gaza bajo dominio egipcio, y la ciudad de Jerusalén dividida en dos, la parte oriental controlada por Jordania, incluida la Ciudad Vieja, e Israel el sector occidental. Y, asimismo, la Ciudad Vieja de Jerusalén se divide en cuatro barrios: Judío, Cristiano, Musulmán y Armenio.

Reflexiones finales

Este capítulo busca exponer una aproximación a la rica y compleja historia de Medio Oriente, haciendo hincapié en el caso de Jerusalén, Israel. Una ciudad que ha sido testigo de eventos significativos y que ha desempeñado (y desempeña) un papel central en las tres principales religiones monoteístas. Desde el supuesto hallazgo de un fragmento de la cruz de Jesucristo hasta la destrucción del Santo Sepulcro y las Cruzadas, la narrativa revela cómo la ciudad ha sido no sólo un punto de encuentro espiritual, sino también un escenario de conflictos y tensiones a lo largo de los siglos.

Las peregrinaciones a Jerusalén se presentan como una práctica que ha evolucionado desde manifestaciones populares hasta iniciativas dirigidas por la cúspide eclesiástica en la Edad Media, marcando un incipiente comienzo para la organización de visitas a sus sitios emblemáticos, asistencia y servicios para los viajeros. En el correr del tiempo, este flujo constante de peregrinos no sólo fue un fenómeno religioso, sino también un impulsor para el comercio en la región, beneficiando a la población local, en su mayoría árabe.

Sin embargo, como se ha dejado entrever, la historia de Jerusalén también se vio marcada por momentos oscuros, como la destrucción del Santo Sepulcro y las Cruzadas, que surgieron

como respuesta a la interrupción de las peregrinaciones. La disputa territorial entre árabes y cristianos se prolongó durante siglos, influyendo en el acceso de los peregrinos a la ciudad sagrada.

La declaración de independencia de Israel en 1948 añade un capítulo más a la complejidad de la región, con conflictos entre Israel y sus vecinos árabes. Los acuerdos de armisticio determinaron la división de Jerusalén y la asignación de diferentes áreas a distintos gobiernos, creando una trama territorial que perdura hasta hoy.

En este contexto la actividad turística en Jerusalén, conocida como la Tierra Santa y principal destino del turismo religioso mundial, sigue siendo un crisol de religiones y un epicentro de conflictos geopolíticos. Los flujos turísticos hacia la ciudad son afectados periódicamente por la inestabilidad política, la intolerancia y la persecución. A pesar de su rica historia y su importancia espiritual, Jerusalén se encuentra en una encrucijada, donde las tensiones del pasado siguen resonando en el presente.

Algunos interrogantes a modo de reflexión sobre los temas abordados

- ¿Qué tipo de modelo de destinos turísticos existen en Oriente Medio?
- ¿Cuáles son los principales desafíos que afrontan los destinos turísticos más consolidados de Medio Oriente?
- ¿Puede el turismo internacional aportar a la pacificación de Oriente Medio?
- ¿Existen destinos turísticos exentos de conflictos en Oriente Medio?
- ¿Es posible diversificar las tipologías de turismo en Oriente Medio?
- ¿Se encuentran en peligro los patrimonios mundiales declarados por la UNESCO en esta región?

Fuentes consultadas

- Aulet Serrallonga, S. y Hakobyan, K. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados: Una Propuesta para los santuarios de Catalunya. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, vol. 1, pp. 63-82.
- Barrado, D. y Calabuig, J. (1999). *Geografía mundial del turismo*. Ed. Síntesis. Madrid, España.
- Cuadro, M., y Setton, D. (2020). *Estudios sobre el Medio Oriente desde América Latina Perspectivas desde el Sur*. Buenos Aires: CLACSO.
- Burbridge, H.A. (1992) *Turismo Religioso y Santuarios. Una propuesta para la Argentina*. Comisión Episcopal de Migraciones y Turismo. Secretariado Nacional para la Pastoral del Turismo. Buenos Aires.
- Cánoves Valiente, G y Blanco Romero, A. (2011). Turismo religioso en España: ¿La gallina de los huevos de oro? Una vieja tradición versus un turismo emergente. *Cuadernos de Turismo*, vol. 27, pp. 115-131. Universidad de Murcia, España.

- Cánoves Valiente, G. (2006). Turismo religioso en Montserrat: Montaña de fe, montaña de turismo. *Cuadernos de turismo*, vol. 18, pp. 63-76. Universidad de Murcia. España.
- Embajada de Israel en Costa Rica (s. f.). *LA TIERRA: Geografía y Clima*. <https://embassies.gov.il/>
- Fernández Poncela, A. M. (2010) El Santo Niño de Atocha: patrimonio y turismo religioso. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 8, nº 2, pp. 375-387. Tenerife, España.
- García Iglesias, L. (1987) Las peregrinaciones en la Antigüedad. *Cuadernos de prehistoria y arqueología*. Vol. 13-14, 1986-87, pp. 301-312.
- Lay, M. (2016). *Peregrinaciones. ¿Hacia el fenómeno de turistificación de las manifestaciones de fe cristianas?* [Tesis de grado]. Universidad Nacional de La Plata, Argentina.
- Martín de la Rosa, B. (2003). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: El patrimonio cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 1, nº2, pp. 155-160.
- Millán Vázquez de la Torre, Mª G.; Morales Fernández, E.; Pérez Naranjo, L.Mª. (2010) Turismo religioso. Estudio del Camino de Santiago. *Gestión turística*, vol.13. pp. 9-37.
- Romo Guijarro, J. Á. (2000). *El uso turístico del espacio religioso: El santuario de Loiola en la ruta de Los Tres Templos*. Instituto de Estudios de Ocio. Universidad de Deusto. País Vasco. España.
- Porcal Gonzalo, Mº Cruz (2006). Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las javieradas como caso de estudio. *Cuadernos de Turismo*, vol. 18, pp. 103-134.
- Sharpley, R. y Sundaram P. (2005). Tourism: A Sacred Journey? The Case of Ashram Tourism, India. *International Journal of Tourism Research*, num.7, pp. 161-171.
- Zúñiga Bravo, F. (2014). Nuevos usos del patrimonio arqueológico de El Tajín, a través de los procesos de turistificación, mercantilización y espectacularización". *Anales de Antropología*, vol. 48, nº II, pp.152-183.

CAPÍTULO 11

Inestabilidad social en Medio Oriente: “Primavera Árabe” y turismo en Egipto

Antonella Barbosa

La Licenciada Antonella Barbosa, egresada de la Licenciatura en Turismo de la FCE-UNLP, nos invita a partir de su tesis de grado titulada “El turismo internacional en Egipto, a partir de la “primavera árabe” y los atentados posteriores. La situación del turista argentino” (2022), a explorar acerca de las convulsiones políticas y sociales producidas durante los levantamientos populares englobados en lo que se llamó “Primavera árabe” y su influencia sobre la decisión de viaje de turistas argentinos a Egipto⁶².

Nombre Oficial del País	República Árabe de Egipto
Capital	El Cairo
Población⁶³	102.985.375 habitantes
Superficie⁶⁴	1.001.450 km ²
Lengua	Árabe (oficial)
Principales ciudades	El Cairo, Alejandría, Port Said, Suez
Región turística según OMT	Oriente Medio
Llegada de Turistas Internacionales⁶⁵	13.026.000 (ONU Turismo, 2019)
Ingresos por Turismo Internacional⁶⁶	USD 13.030 millones (ONU Turismo, 2019)

⁶² El presente capítulo toma algunos de los aportes que la Licenciada Barbosa realiza en su tesis de grado en virtud de los contenidos que la cátedra desea exponer para el dictado de la materia.

⁶³ Banco Mundial (s/f). *Población total. Todos los países y economías.* <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

⁶⁴ Banco Mundial (s/f). *Superficie (kilómetros cuadrados). Todos los países y economías.* <https://datos.bancomundial.org/indicador/AG.SRF.TOTL.K2>

⁶⁵ ONU Turismo (s/f). *Dashboard de datos turísticos de la OMT.* Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

⁶⁶ Ídem anterior

Mapa 11.1*Localización de la República Árabe de Egipto*

Nota. Fuente: elaboración Mg. Gabriel Losano: Qgis 3.30

Breve caracterización ambiental

Egipto se encuentra en el extremo noreste de África y forma parte del occidente de Asia (península del Sinaí); limita al norte con el mar Mediterráneo, al este con el mar Rojo e Israel, al sur con Sudán y al oeste con Libia.

Egipto forma parte del gran desierto que se extiende desde la costa atlántica africana hasta orillas del mar Rojo, en el África septentrional. Sin embargo, en su interior, se introduce un elemento determinante: el río Nilo. Este río es uno de los más importantes del mundo por su longitud -unos mil kilómetros- y recorre el país de sur a norte desembocando en forma de delta en el mar Mediterráneo. En su recorrido pueden reconocerse fértiles riberas, con una anchura que varía de uno a veinte kilómetros de acuerdo con los asentamientos humanos que se asientan sobre ellas, concentrando las únicas tierras habitadas del país, un 3,5% de la superficie total.

Su capital, El Cairo, es la ciudad más poblada del continente africano, encontrándose a la vera del río Nilo. Sin embargo, también pueden encontrarse algunas poblaciones de menor relevancia en la costa del mar Rojo al Este del país y otras cercanas a los oasis que apenas rompen con la monotonía del desierto.

El relieve presenta diversos elementos. Al oeste del río se encuentran depresiones con oasis y yacimientos de sal. Es la zona menos accidentada, una meseta cubierta de arenas cuya altitud oscila entre los 200 y 500 metros sobre el nivel del mar. En tanto, las depresiones, que están por debajo del nivel del mar, interrumpen la continuidad del desierto y determinan la presencia de oasis.

Al este del Nilo, el desierto Árábigo forma una unidad estructural con el desierto montañoso de la Península de Arabia, de la cual fue separado por la gran falla que dio origen al mar Rojo.

La Península del Sinaí, en tierra asiática, y separada de Egipto por el Canal de Suez, presenta las mismas características del desierto Árábigo, con altitud superior a los 2.000 m, como el Yébel Katerina (2.641 m).

Por otra parte, Egipto se caracteriza por un clima desértico, con inviernos tibios y veranos muy calurosos. Los veranos registran altas temperaturas que son mitigadas por los vientos que soplan desde el Mediterráneo hacia la zona de bajas presiones del interior de África (vientos etesios). En tanto, durante los inviernos sopla un viento ardiente y cargado de electricidad procedente del sudeste, el khamsin.

Por último, cabe señalar que las precipitaciones son casi nulas y que, por lo común, son de carácter torrencial con una media anual de 180 mm.

Introducción al territorio cultural e identitario

El territorio egipcio es un lugar de gran riqueza cultural e identitaria, que ha sido moldeado por más de treinta siglos de historia y una compleja mezcla de influencias culturales y religiosas. Desde la época de los faraones hasta la actualidad, Egipto ha sido un lugar de gran importancia para la humanidad, y su legado cultural ha dejado una huella imborrable en la historia del mundo.

Imagen 11.1

Vista aérea de las pirámides de Giza y ciudad de El Cairo



Nota. Fuente: Covadonga Sevilla (2019)

En términos culturales, Egipto es conocido por su arte, arquitectura, literatura y religión. La arquitectura egipcia es famosa por sus monumentales pirámides, templos y tumbas, que son considerados algunos de los logros más impresionantes de la humanidad. La literatura egipcia,

por su parte, es rica en mitos y leyendas, y ha sido una fuente de inspiración para escritores y artistas de todo el mundo. La religión egipcia, con sus dioses y rituales, ha sido objeto de fascinación y estudio durante siglos, y ha dejado una huella duradera en la cultura occidental.

En términos identitarios, Egipto es un lugar de gran diversidad étnica y cultural. A lo largo de su historia, el territorio ha sido habitado por una mezcla de pueblos y culturas, incluyendo egipcios, nubios, griegos, romanos, árabes y turcos. Esta diversidad se refleja en la rica mezcla de lenguas, religiones y tradiciones que se encuentran en el país.

A pesar de esta diversidad, sin embargo, Egipto ha logrado mantener una fuerte identidad nacional a lo largo de los siglos. Una identidad que se basa en gran medida en la historia y la cultura del país, así como en su papel como cuna de la civilización.

Como señala Grimal (1996), la civilización egipcia parece surgir completamente formada hacia el 4.000 A.C., pudiendo dividir la historia del Antiguo Egipto en distintos imperios con periodos intermedios destacándose el periodo Predinástico, el Imperio Antiguo, el Imperio Nuevo, la Época Macedónica, la Época Ptolomeica y la Época Romana. Luego, prosiguió una etapa de dominación extranjera, conocida como Egipto Medieval en la que hubo un periodo Bizantino, la invasión árabe y los periodos mameluco y otomano.

Desde la antigüedad, el territorio egipcio fue visitado por mercaderes y navegantes. Un territorio que estaba presente en la memoria de occidente a través de los textos bíblicos. Sin embargo, las fuentes clásicas mostraron una imagen de país diferente derivado de la llegada del cristianismo y la posterior conquista árabe en 640 d.C., que provocaron una pérdida de identidad. En ese contexto, los lugares más frecuentados por los viajeros serían Alejandría y El Cairo, por su ubicación estratégica comercial y sitio de paso para los peregrinos que se dirigían a Jerusalén (Escudero, 2002).

Hacia el año 1547, el país es anexado al Imperio Otomano y la llegada de viajeros europeos se vuelve recurrente. En este sentido, López Grande (2004) explica que, durante este periodo, los egipcios ofrecían protección religiosa y seguridad a dichos viajeros, principalmente de origen francés y catalán, durante sus recorridos. De esta manera, se fueron forjando los relatos de viaje mediante los cuales llegan a los europeos las descripciones de sitios como las ruinas de Alejandría, las pirámides de Guiza, entre otros.

Durante el siglo XVIII, se dio la mayor cantidad de los viajes de exploración del Nilo hasta el Alto Egipto. En ellos, se han identificado, entre otros sitios arqueológicos, la antigua Tebas (actual Luxor) y otros centros religiosos del Antiguo Egipto. Dichos sitios, se dieron a conocer a través de crónicas ilustradas y obras que exponían las aventuras de los exploradores europeos, muchos de ellos ingleses, localizando los monumentos faraónicos, como es el caso del Valle de los Reyes (López Grande, 2004).

Breve introducción al marco teórico del caso

La globalización es un conjunto de diferentes procesos por los cuales los estados se vinculan y conectan entre sí, mediante actores transnacionales, información, consumo y turismo (Beck 1998, como se citó en Dachary, 2004).

En este contexto, el turismo internacional puede ser entendido como las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores (Sancho, 1998).

Así, la naturaleza del turismo se encuentra basada en el encuentro de los actores involucrados en el espacio turístico, por tanto, es fundamental que el respeto y la garantía del derecho a la seguridad asociado a la libertad de movimiento, sea unos de los principales pilares del desarrollo de la actividad.

Como afirma Fernández Ávila (2002), el turismo es el “fenómeno contemporáneo de mayor relevancia y el más grande negocio del mundo que opera de manera óptima bajo condiciones de paz” (p.71). Por ello, cabe pensar al turismo como un fenómeno que se contrae ante eventos y situaciones que impliquen cierto peligro para los turistas como atentados, robos, asesinatos, crímenes o actos de similar naturaleza. El protagonismo actual de la actividad puede verse condicionado por variables que el propio mercado no puede controlar. El consumo, y sobre todo el turístico, es un acto voluntario sensible en gran medida a la publicidad negativa de los destinos. La idea de hacer del viaje un momento memorable y positivo como recuerdo es el factor principal por el cual una persona elige, generalmente, un destino seguro (Schlüter, 2008, como se citó en, Korstanje, 2009).

Breve introducción al desarrollo turístico del destino

De la misma manera, en 1798, la llegada de Napoleón y sus tropas al país, marcó el inicio de una serie de viajes que se podrían vincular a la práctica turística (Escudero, 2002). Esto se debe al grupo de personas que el gobernante francés puso a cargo de estudiar a Egipto, y cuyo resultado derivó en la publicación de la *Description de l'Égypte*, una enciclopedia con 30 volúmenes acerca del país.

Hacia finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, los viajeros occidentales comienzan a llegar al país con mayor frecuencia. En esto ha tenido injerencia, la difusión de guías de viajes destinadas a viajeros, donde se describen y ubican hallazgos arqueológicos y expediciones, que alentaron la fascinación de los viajeros y su deseo de viajar hacia Egipto (López Grande, 2004).

En cuanto al desarrollo moderno del turismo en Egipto, se destacan dos hechos determinantes (Mayans, 2021). Por un lado, la apertura del Canal de Suez en 1869, abriendo un nuevo camino marítimo hacia la India y el lejano Oriente. Y, por otro lado, el inicio de

comercialización de viajes -por Thomas Cook- desde Londres hacia El Cairo y la publicación de la primera guía turística de Egipto.

Por otra parte, en las últimas décadas, el país ha experimentado una ampliación y diversificación de su oferta turística. Más allá del aprovechamiento de los monumentos y sitios arqueológicos, Egipto ha comenzado a diversificar sus experiencias abarcando otras modalidades turismo (aventura, turismo de naturaleza, turismo religioso y turismo de bienestar) (Vignal, 2010).

Otra tendencia importante ha sido la expansión hacia nuevos mercados turísticos. En lugar de depender exclusivamente de los mercados tradicionales de Europa y América del Norte, Egipto ha comenzado a atraer a turistas de otros países, incluyendo China, India y Rusia.

El impacto de la “primavera árabe” sobre el turismo en Egipto

Oriente Medio fue escenario de un estallido sin precedentes donde los árabes comenzaron a exigir reformas a sus gobiernos mediante protestas. Las primeras revueltas se dieron en Túnez en 2010, y se fueron extendiendo a Egipto, Yemen, Bahrein, Libia y Siria (Amnistía Internacional, 2016b).

Algunas de las causas que provocaron estos estallidos fueron la falta de desarrollo económico, el aumento de la desigualdad y la escasez de oportunidades. Además, estas protestas “antiautoritarias”, buscaban instalar una agenda reivindicativa en reclamo de dignidad y justicia social, junto a la caída o reforma de los regímenes (Hernando de Larramendi y Thieux, 2018).

A partir de ello, fueron derrocados varios líderes autoritarios de la región. Uno de ellos es el caso de Hosni Mubarak en Egipto quien, tras 30 años de mandato, fue derrocado en 2011.

Al estallar la revuelta el 25 de enero de 2011, se desató una gran ola de violencia en las calles del país, donde perdieron la vida al menos 840 manifestantes y otros 6.000 resultaron heridos por la irrupción de las fuerzas de seguridad de Egipto, incluyendo la policía antidisturbios, francotiradores de la policía, agentes de seguridad del Estado vestidos de civil y “matones” al servicio del gobernante Hosni Mubarak (Amnistía Internacional, 2016a).

Esto inició un período de inestabilidad nacional que derivó en un golpe de Estado al presidente Mohamed Morsi, asumido en 2012, en julio de 2013. Durante este período, el ejército llevó adelante una brutal campaña de represión contra los detractores del régimen, es decir, contra simpatizantes de Morsi y de la Hermandad Musulmana, principalmente. Durante el gobierno del general Abdel Fatah al Sisi, elegido presidente en 2014, la represión ha continuado.

Imagen 11.2

Plaza Tahrir (o de la Liberación), El Cairo. En la actualidad/Febrero 2011



Nota. Fuente: González (2020).

Este escenario produjo que el país cayera en una profunda crisis económica y una fuerte división de su población entre islamitas y laicos (Álvarez-Ossorio Alvaríño, 2013).

Hacia 2010, las estadísticas de Egipto superaban la media regional, registrando 14 millones de llegadas de turistas internacionales y 12,5 mil millones de USD en términos de ingresos y ocupando el puesto 18 a escala mundial (OMT, 2011). Todo ello, a pesar de actos terroristas durante los años 90 y 2000, demostrando que el territorio árabe posee una posición firme en materia turística internacional. Sin embargo, entre los años 2011 y 2013, esta actividad tuvo un freno y una posterior caída, debido a la “Primavera Árabe”.

Desde las revueltas de enero de 2011, las fuentes de ingresos del país se mantuvieron estables, con excepción del turismo (González del Miño, 2013).

Las estadísticas oficiales de la OMT muestran que para el año 2011, luego que iniciaron las manifestaciones y levantamientos, las cifras llegaron a los niveles más bajos registrados hasta el momento en la historia de Egipto, evidenciando la caída de la actividad en el número de llegadas y en el ingreso por turismo internacional.

Tabla 11.1

Llegadas de turistas internacionales e Ingresos por turismo internacional en la región Oriente medio 2010-2015

Destinos	Serie	Llegadas de turistas internacionales								Ingresos por turismo internacional				
		(1000)				Variación (%)			Cuota (%)	(millones \$EEUU)				Cuota (%)
		2010	2013	2014	2015*	13/12	14/13	15*/14	2015*	2010	2013	2014	2015*	2015*
Oriente Medio		54.699	49.127	52.440	53.330	-2,9	6,7	1,7	100	52.150	46.580	51.566	54.380	100
Arabia Saudita	TF	10.850	15.772	18.260	17.994	-3,4	15,8	-1,5	33,7	6.712	7.651	8.238	10.130	18,6
Bahrein	THS	995	1.069	838	..	5,4	-21,6	..	..	1.362	1.165	1.197	..	..
Emir. Árabes Unidos	THS	7.432	9.990	..	..	11,3	..	..	..	8.577	12.389	13.969	16.038	29,5
Egipto	TF	14.051	9.174	9.628	9.139	-18,1	5,0	-5,1	17,1	12.528	6.047	7.208	6.065	11,2
Iraq	VF	1.518	892	..	..	-19,7	..	..	..	1.660	..	..	..	..
Jordania	TF	4.207	3.945	3.990	3.763	-5,2	1,1	-5,7	7,1	3.585	4.117	4.375	4.065	7,5
Kuwait	THS	207	307	198	..	2,0	-35,4	..	..	290	298	369	499	0,9
Libano	TF	2.168	1.274	1.355	1.518	-6,7	6,3	12,1	2,8	7.995	6.492	6.523	6.857	12,6
Libia	TF	..	..	..	..	..	..	..	..	60	..	..	..	..
Omán	TF	1.441	1.392	1.519	..	12,2	9,1	..	..	780	1.295	1.376	1.540	2,8
Palestina	THS	522	545	556	432	11,3	1,9	-22,3	0,8	667	789	603	..	1,7
Qatar	TF	1.700	2.611	2.826	2.930	11,3	8,2	3,7	5,5	584	3.456	4.591	5.035	9,3
Siria	TF	8.546	..	..	..	..	..	..	..	6.190	..	..	..	..
Yemen	TF	1.025	990	..	..	13,3	..	..	..	1.161	940	1.026	..	..

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©. Para símbolos y abreviaturas, ver página 9.

(Cifras procedentes de la OMT-UNWTO, julio 2016)

Nota. Fuente: OMT, 2016

Este declive en la actividad se debió a una alta dependencia del sector turístico egipcio al mercado europeo, a las situaciones de inestabilidad política y social en el país (pero también en la región) y la difusión de los medios de comunicación del contexto local y regional. Esto condujo a una variación interanual registrada entre el 2012 y el 2013 sufrió un declive del -18,1%.

Entre 2011 y 2013, como se ha mencionado, el país se vio marcado por una serie de eventos políticos y sociales que tuvieron un impacto significativo en la industria turística. En 2011, el número de turistas internacionales tuvo una merma del 33% respecto al año 2010. A pesar del contexto, la única ciudad que mostró un óptimo desempeño fue Hurgada, en las costas del mar Rojo, marcando tasas de ocupación superiores al 65%. En relación con las inversiones de capital en activos turísticos, éstas experimentaron una disminución del 9,7% durante el mencionado período.

En 2012, el turismo receptivo tuvo un crecimiento del 17,9 % (alrededor de 11,5 millones de llegadas de turistas internacionales), mientras que el turismo interno aumentó un 8%. En el ámbito hotelero, El Cairo registró un 40% de ocupación durante el primer semestre, sin embargo, aún se ubicaba un 25% por debajo respecto al año 2010.

Para el año 2013, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 9,1 millones, reflejando una caída del 18,1% interanual respecto a 2012. De la misma manera, la ocupación hotelera en el Mar Rojo cayó de una media de 80% a menos del 35% luego del derrocamiento del presidente Mohamed Morsi. En este sentido, dos de los principales mercados emisores, Rusia e Italia, emitieron advertencias a sus ciudadanos para viajar a Egipto. Además, el Foro Económico Mundial ubicó a Egipto en el puesto 85 en el ranking de Competitividad en Viajes y Turismo de 2013, de acuerdo con criterios de seguridad y protección, cayendo 21 lugares respecto a la clasificación del 2009.

Los siguientes años hasta 2019 inclusive, pese a los altibajos ocasionados por las repercusiones de la Primavera Árabe y una serie de atentados de índole religiosa que condujeron a medidas restrictivas para viajar al país, la situación se había estabilizado.

Reflexiones finales

El caso tuvo como objetivo proporcionar una visión introductoria sobre tres puntos: la cultura e identidad de Egipto, su actividad turística y los impactos de la "Primavera Árabe" sobre dicha actividad.

En primer lugar, se hizo referencia al acervo cultural e identitario de Egipto, desarrollado a lo largo de miles de años siendo de gran influencia en la historia de la humanidad. Desde la arquitectura de las pirámides hasta la rica literatura y la antigua religión, Egipto ha influido en la cultura global de maneras significativas. Es un recordatorio de cómo la historia y la cultura pueden ser una fuente de identidad y orgullo para una nación.

Además, en el caso resalta la diversidad étnica y cultural de Egipto. A lo largo de los siglos, ha acogido a una variedad de pueblos y culturas, lo que ha dado como resultado una mezcla de lenguas, religiones y tradiciones. Esta diversidad es un testimonio de la capacidad de un país para adaptarse y evolucionar a lo largo del tiempo.

Por otra parte, se ha abordado brevemente el desarrollo turístico de. A lo largo de los siglos, los viajeros europeos contribuyeron a la creciente fascinación por Egipto, especialmente después de la publicación de la "Description de l'Égypte" -realizada por las tropas de Napoleón- y de los tours organizados por Thomas Cook. El turismo se convirtió en una fuente importante de ingresos para el país, teniendo gran impulso luego de la apertura del Canal de Suez en 1869.

Ya en el siglo XXI, se observó cómo los eventos de la "Primavera Árabe" tuvieron impacto no sólo en términos sociales sino también sobre la industria turística de Egipto. Las protestas y la inestabilidad política -luego del derrocamiento del régimen de Mubarak- llevaron a una disminución drástica en el número de turistas internacionales que visitaban el país. Esto deja entrever el peso de los acontecimientos políticos y el impacto directo que pueden tener en la economía de un país y, en particular, en una industria tan importante como el turismo.

A pesar de los desafíos provocados por la "Primavera Árabe", Egipto logró estabilizarse en los años siguientes y diversificar su oferta turística. También atrajo a turistas de mercados no tradicionales, lo que demuestra su capacidad para adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado.

Fuentes consultadas

- Álvarez-Ossorio Alvariño, I. (2013). La transición egipcia: crónica de una revolución fracasada. Ferrol Análisis. *Revista de Pensamiento y Cultura*, 28,61-69. Recuperado de https://www.academia.edu/7079184/La_transici%C3%B3n_egipcia_cr%C3%B3nica_de_una_revoluci%C3%B3n_fracasada
- Amnistía Internacional (14 de marzo de 2016b). *La “Primavera Árabe” 5 años después*. Recuperado de <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/reportajes/primavera-arabe-5-anos-despues/>
- Amnistía Internacional (13 de enero de 2016a). *La “Primavera Árabe” cinco años después*. Recuperado de <https://www.amnesty.org/es/latest/campaigns/2016/01/arab-spring-five-years-on/>
- Barbosa, A. (2022). El turismo internacional en Egipto, a partir de la “Primavera Árabe” y los atentados posteriores. La situación del turista argentino. [Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de La Plata.
- César Dachary, A.C (2004). Globalización y turismo. ¿Dos caras de una misma moneda? *Estudios y perspectivas en turismo*, (13), 303-315. Recuperado de <https://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n3-4a07.pdf>
- Covadonga Sevilla (2019). Pirámides de Egipto en Giza: leyendas que cuentan su origen e historia. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-antigua/20191031/471280759968/piramides-egipto-leyendas.html>
- Escudero, L (2002). La moda en Egipto. El nacimiento del turismo. Sociedad Geográfica Española. Boletín 13 SGE. Recuperado de <https://sge.org/actualidad/noticias/viajes-2019/enigmas-faraones/egipto-turismo/>
- Erquicia, A. (20 de enero de 2020). Oriente Medio destaca en medio del auge del turismo global. *Atalayar*. <https://www.atalayar.com/articulo/economia-y-empresas/oriente-medio-destaca-en-medio-del-auge-del-turismo-global/20200120133822144171.html>
- Fernández Ávila, V. (2002). El impacto del terrorismo en las llegadas de turismo internacional - algunos ejemplos-. *Turismo y Sociedad*, 1,70-79. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5127384>
- González, R. (14 de diciembre de 2020). "Primavera árabe": diez años de un sueño que se convirtió en pesadilla. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/primavera-arabe-diez-anos-sueno-se-covirtio-nid2539895/>
- González del Miño, P. (2013). La incierta transición en Egipto. Expectativas en el contexto de la post-primavera árabe (2011-2013). *Revista de Relaciones Internacionales de la UNAM*, 139.
- Grimal, N (1996). *Historia del antiguo Egipto*. Madrid (España): Editorial Akal.
- Hernando de Larramendi y M. Thieux, L (2018). Protestas en la periferia. Contestación y desequilibrios en el Magreb. *Notes Internacionales*. Barcelona Centre for International Affairs. Recuperado de

- https://www.cidob.org/es/publicaciones/serie_de_publicacion/notes_internacionals_cidob/n1_203/protestas_en_la_periferia_contestacion_y_desequilibrios_en_el_magreb
- Korstanje, M.E. (2009). Comprender el 11 de septiembre ¿Y su impacto en el turismo? *Nómadas*. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, 21.
- López Grande, (2004). El viaje a Egipto: primeros viajeros españoles y primeras miradas de la investigación española hacia las tierras del Nilo. *Cuadernos de Prehistoria y Arqueología*, 30. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/41126078_El_viaje_a_Egipto_primeros_viajeros_espanoles_y_primeras_miradas_de_la_investigacion_espanola_hacia_las_tierras_del_Nilo
- Mayans, C. (2021). Thomas Cook y el boom del turismo en Egipto. *National Geographic*. Recuperado de https://historia.nationalgeographic.com.es/a/thomas-cook-y-boom-turismo-egipto_16183
- OMT (2 de junio de 2011). El turismo, clave para la recuperación económica de Egipto. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2011-06-02/el-turismo-clave-para-la-recuperacion-economica-de-egipto>
- Redacción Tourinews (19 de diciembre de 2019). Egipto consigue salir del top 10 de los países más afectados por el terrorismo. *Tourinews*. https://www.tourinews.es/resumen-de-prensa/notas-de-prensa-destinos-turismo/egipto-sale-top-10-paises-afectados-terrorismo_4458190_102.html
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid (España): Editorial OMTWTO-BTO 1a edición.
- Varo, L. J. (26 de septiembre de 2014). Para el turismo árabe, la primavera es el invierno. *Diario El País*. https://elpais.com/elpais/2014/09/05/icon/1409920980_683761.html
- Venzalá, C. R. (5 de julio de 2018). El Sinaí, oasis del yihadismo. *El Orden Mundial*. <https://elordenmundial.com/el-sinai-oasis-del-yihadismo/>
- Vignal, L (2010). The new territories of tourism in Egypt: ¿a local-global frontier? *Cybergeog: European Journal of Geography*. Espace, Société, Territoire, 509. Recuperado de <https://journals.openedition.org/cybergeog/23324#quotation>

CAPÍTULO 12

Desde la ciencia ficción a la realidad Turismo espacial, ¿una tendencia en auge?

Hernán González Ghirimoldi

El Lic. Hernán González Ghirimoldi (FCE- UNLP) a través de su tesis de grado en la licenciatura en turismo, nos invita a indagar sobre el crecimiento de una tipología turística que viene desarrollándose rápidamente, el Turismo Espacial. Desde una mirada a partir de la sostenibilidad el licenciado González Ghirimoldi nos invita a observar los posibles efectos negativos que el crecimiento de esta tipología podría tener en el ambiente terrestre.⁶⁷

Breve introducción al marco teórico del caso

Indagar sobre el turismo espacial implica abordar ciertas particularidades desde la perspectiva turística. A modo de reflexión inicial resulta oportuno reconocer que los viajes hacia el espacio exterior, tripulados o no, desde mediados del siglo XX, aproximadamente, estaban vedados a las áreas de los gobiernos vinculadas con áreas estratégicas militares y de investigación espacial. Tal es el caso de la denominada “carrera espacial” desatada entre las potencias de aquel entonces, la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) y los Estados Unidos de América (USA). Aquel despliegue de cuantiosos presupuestos en investigación básica y aplicada en áreas de transporte, comunicaciones, nuevos materiales, armamentos, espionaje, etc., se justificaba por la permanente tensión entre ambas potencias durante un período que se denominó la “Guerra Fría”, desplegada en un mundo “Bipolar”.

Dicho esto, también cabe señalar que toda esta tensión irresuelta era acompañada por enormes aparatos de propaganda oficial que direccionan sendos discursos ideológicos políticos en favor de su propio interés. Tal es así que, esta situación para el ciudadano común le adiciona un halo de “fantasía” asociado al despliegue de enormes muestras de una infraestructura logística-espacial, de comunicaciones y de potenciales impactos a escala global.

⁶⁷ El presente capítulo toma algunos de los aportes que el Licenciado González Ghirimoldi realiza en su tesis de grado en virtud de los contenidos que la cátedra desea exponer para el dictado de la materia.

En relación con la posibilidad de ser parte de una expedición al espacio exterior, tal ilusión quedaba restringida a la imaginación infinita de los más pequeños. Muchas generaciones de niños y adolescentes crecieron bajo estos fuertes imaginarios extendidos en relación con los viajes hacia el espacio exterior, la posibilidad de la existencia de vida en otros planetas, etc. En fin, con la posibilidad concreta de los que hasta ese entonces solo la literatura o el cine fantástico posibilitaban.

Transcurridas algunas décadas, de la finalización de la etapa de la Guerra Fría, por el desmembramiento de la URSS, surgieron nuevos actores y escenarios relacionados con la carrera espacial, los viajes tripulados y lo que en definitiva nos convoca en la presentación acotada de la tesis de grado del autor: el turismo espacial.

Entre tantas dimensiones que se fueron abriendo en relación con el tema, una de ellas son los problemas ambientales que pueden surgir como consecuencia del desarrollo de la actividad de vehículos espaciales para transporte.

Por ello este capítulo centra su atención en las principales problemáticas que se generarían ante el desarrollo de esta tipología turística de manera masiva.

El primer concepto que se hace necesario abordar es el de desarrollo sostenible. En el año 1987, la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y Desarrollo publica el denominado Informe Brundtland, en el cual se hace mención a dicho término como aquel modelo de desarrollo que “posibilite satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin poner en riesgo la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas”, es decir, el concepto responde al propósito de planificar un crecimiento económico que no afectara al ambiente de manera irreversible (Bengochea et al., 2006; González Ghirimoldi, 2019).

Posteriormente, hubo dos hechos que consolidaron esta primera conceptualización. En primer lugar, la Cumbre de Río de Janeiro en 1992 cuyo producto, la Declaración de Río, determinó el establecimiento de 27 principios rectores del desarrollo sostenible y la confección de la Agenda 21, la cual enumera una serie de aportes prácticos a la Declaración (Rossi, 2015) e incorpora los factores social y ambiental a la primera noción de desarrollo sostenible enunciada en el Informe Brundtland (Bengochea et al., 2006).

En segundo lugar, se destaca la reunión de más de 150 líderes mundiales en la sede de Organización de Naciones Unidas en Nueva York en el año 2015, que dio lugar al plan denominado “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” (Organización de las Naciones Unidas, 2015), el cual incluía una declaración, 17 objetivos de desarrollo sostenible y 169 metas (Imagen 12.1). Dicho plan persigue como objetivo la búsqueda de nuevas formas para mejorar la calidad de vida, erradicar la pobreza, promover prosperidad, proteger el medio ambiente y luchar contra el cambio climático⁶⁸. Posteriormente a la celebración de esta reunión, se produjo la Conferencia de París sobre el Cambio Climático (COP21) y la firma del Acuerdo de París. Dicho acuerdo está ratificado actualmente por 194 países y establece tres grandes objetivos a largo plazo como guía para todas las naciones (Tabla 12.1).

⁶⁸ Organización de las Naciones Unidas. Recuperado el 23/04/2024 <https://www.un.org/es/conferences/environment/newyork2015>

Imagen 12.1*Objetivos de Desarrollo Sostenible*

Producido en colaboración con TROLLBACK + COMPANY | TheGlobalGoals@trollback.com | +1.212.529.1010
Para cualquier duda sobre la utilización, por favor comuníquese con: dpcampaigns@un.org

Nota. Fuente: Organización de las Naciones Unidas (25 de septiembre de 2015)

Tabla 12.1*Tres objetivos guía del Acuerdo de París 2015*

- | |
|---|
| <p>a) Reducir sustancialmente las emisiones de gases de efecto invernadero para limitar el aumento de la temperatura global en este siglo a 2 °C y esforzarse para limitar este aumento a incluso más de tan solo el 1,5 °;</p> <p>b) Revisar los compromisos de los países cada cinco años;</p> <p>c) Ofrecer financiación a los países en desarrollo para que puedan mitigar el cambio climático, fortalecer la resiliencia y mejorar su capacidad de adaptación a los impactos del cambio climático.</p> |
|---|

Nota. Fuente: Organización de las Naciones Unidas (s/f)

Por otra parte, resulta de importancia destacar la creación del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) con el objetivo de brindar una fuente de información científica objetiva. En este sentido, a partir del Informe de Evaluación que dicha entidad elabora, se ha determinado categóricamente que el cambio climático es real y tiene como principales causas las actividades humanas (González Ghirimoldi, 2019).

De esta forma, la noción de desarrollo sostenible se refiere a una interacción de suma importancia vinculada a la preservación de la naturaleza y a las prácticas ecológicas.

Otro concepto importante para considerar es el de sostenibilidad ecológica, que forma parte de las dimensiones del desarrollo sostenible junto con la sostenibilidad ambiental, la sostenibilidad social y la sostenibilidad política (Guimarães, 2003).

Según expresa Guimarães, la dimensión de la sostenibilidad ecológica del desarrollo podría definirse como el soporte físico que permite el crecimiento vinculado, además, al uso responsable de los recursos naturales dentro de las etapas productivas. Así, los recursos naturales pueden clasificarse en recursos renovables y recursos no renovables. En el primer caso, se trata de recursos cuya tasa de consumo debe ser menor o igual a su tasa de recomposición. Mientras que, los recursos no renovables son aquellos cuyo consumo debería ser menor o igual a la tasa de sustitución de estos en virtud de su perspectiva de agotamiento (Rossi, 2015).

Asimismo, cabe mencionar una segunda dimensión, de importancia para este capítulo, la dimensión ambiental, la cual hace referencia a la capacidad de absorción y regeneración del ecosistema a partir de los desechos producidos por la actividad humana. De esta forma, la tasa de consumo de estos recursos debería ser menor o igual a la capacidad de absorción y recomposición del ambiente (Gallopín, 2003; en Rossi, 2015).

A partir de lo expuesto es posible hablar de un turismo sostenible como aquel que satisface las necesidades actuales de los turistas y de la comunidad receptora sin comprometer la satisfacción de las necesidades de ambos grupos en el futuro. De esta manera, este modelo de desarrollo turístico busca un manejo de recursos compatible entre la satisfacción de las necesidades de índole económica, estética y social, y la preservación de la diversidad biológica y el respeto de la cultura y de los sistemas que sustentan la vida (OMT, 1999).

Repasados los anteriores conceptos, se aborda el turismo ecológico o ecoturismo, el cual se refiere a la rama del turismo cuya serie de actividades se realizan en respeto de los recursos naturales los cuales, además, son el principal atractivo para los turistas que practican esta modalidad (Bengochea et al., 2006).

Por último, se hace referencia al turismo espacial como aquellos viajes suborbitales o en el límite entre la atmósfera terrestre y el espacio exterior, cuya motivación gira en torno a la búsqueda de novedad, la recreación, el ocio y el conocimiento sobre el espacio (Chang, Y. W. 2015). Según Toivonen (2017) el turismo espacial implica una serie de actividades de diversa índole que se resumen en la Tabla 11.2.

Tabla 11.2

Actividades alcanzadas por el Turismo Espacial

- Turismo espacial terrestre: visita a sitios de turismo espacial en la Tierra, como por ejemplo recorridos en las instalaciones del Centro Espacial Kennedy en los Estados Unidos, y sitios no relacionados con el turismo espacial como pueden ser juegos virtuales, viajes vinculados con películas relacionadas al espacio, viajes por eclipses, entre otros.

- Turismo espacial atmosférico: vinculado a los vuelos de jets a grandes alturas, por encima de los 20 kilómetros, como son los vuelos con el MIG ruso y vuelos para experimentar ingravidez con la compañía Zero G.
- Astroturismo: modalidad que se desarrolla tanto dentro de la órbita terrestre como fuera de la misma, por ejemplo, viajes a la Estación Espacial Internacional.

Nota. Fuente: elaborado en base a Toivonen (2017)

El presente capítulo se enfoca en los vuelos suborbitales, siendo la modalidad de viajes más factible a realizarse con fines turísticos ya que alcanza los 100 km de altura, alcanzando el límite entre la atmósfera terrestre y el espacio exterior en la llamada línea de Kármán (Rueda Carazo, 2015).

Inicios del turismo espacial

La invención de una máquina voladora por parte de los hermanos Wright en 1903, marcó el inicio de los esfuerzos del ser humano por volar. A partir de ese momento, primero con la industria aeronáutica, la humanidad comenzó por conquistar los cielos, uniendo distintos puntos del planeta hasta llegar a desarrollar una industria aeroespacial para abandonar la atmósfera terrestre y adentrarse en el espacio exterior.

En relación con esto último, Webber (2013) explica que en 1962 se da el primer viaje al espacio de la historia, cuando la URSS envía al piloto Yuri Gagarin en la nave espacial Vostok, completando una órbita completa de la Tierra. Sin embargo, estos primeros vehículos espaciales, llamados de primera generación, como el Vostok o la cápsula estadounidense Mercurio, no tenían posibilidades de pilotaje una vez que estaban en órbita y sólo podían transportar un pasajero. Con el avance de la tecnología, se diseñaron sistemas de control para maniobrar las naves, de acoplamiento entre naves, de propulsión más eficientes y se fue aumentando la capacidad de las naves para transporte de personas.

Hacia la década de 1990, se produjeron los primeros vuelos por turismo espacial, siendo nueve los viajeros que realizaron vuelos orbitales, primero a la estación espacial Mir y luego a la Estación Espacial Internacional. Entre estos vuelos y el primero de Yuri Gagarin sólo hubo 29 años de diferencia (Webber, 2013).

En este sentido, el primer turista espacial comercial fue el periodista japonés Tayohiro Akiyama en el año 1990, quien pagó 25 millones de dólares estadounidenses por visitar la estación espacial rusa MIR durante 8 días. Sin embargo, el viaje que tuvo más trascendencia en los medios de comunicación fue el del multimillonario estadounidense Dennis Tito en 2001, quien llegó a un acuerdo con el gobierno ruso a bordo de la nave espacial Soyuz para visitar la Estación Espacial Internacional. La realización de este viaje fue motivo de críticas debido a que la estancia

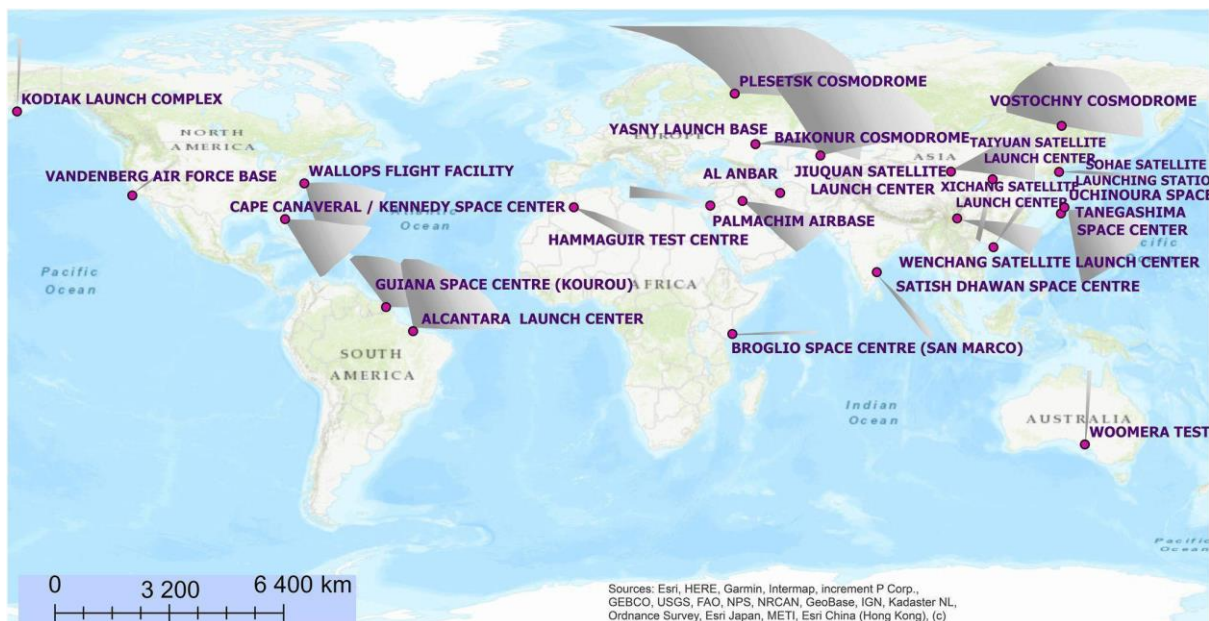
se llevó a cabo en una estación espacial que no pertenece exclusivamente a ningún Estado (Arribas Fernandez.s.f.) (Seedhouse, 2014).

La oferta en el turismo espacial

Ya en el siglo XXI, según Young (2015), se produce un hito para la historia del turismo espacial, el primer vuelo espacial no gubernamental desarrollado por una empresa privada. Se trata de la empresa *Scaled Composites* que en 2004 diseñó y realizó pruebas de lanzamiento de la aeronave *SpaceShipOne* para luego, en 2005, aliarse con la empresa *Virgin Group* formando las compañías *SpaceShip* -de producción de aeronaves- y *Virgin Galactic* -empresa de servicios de viajes suborbitales al espacio- ambas con base de operaciones en Mojave, California en Estados Unidos. Su primer vuelo transportando un pasajero civil se concretó recién en 2019.

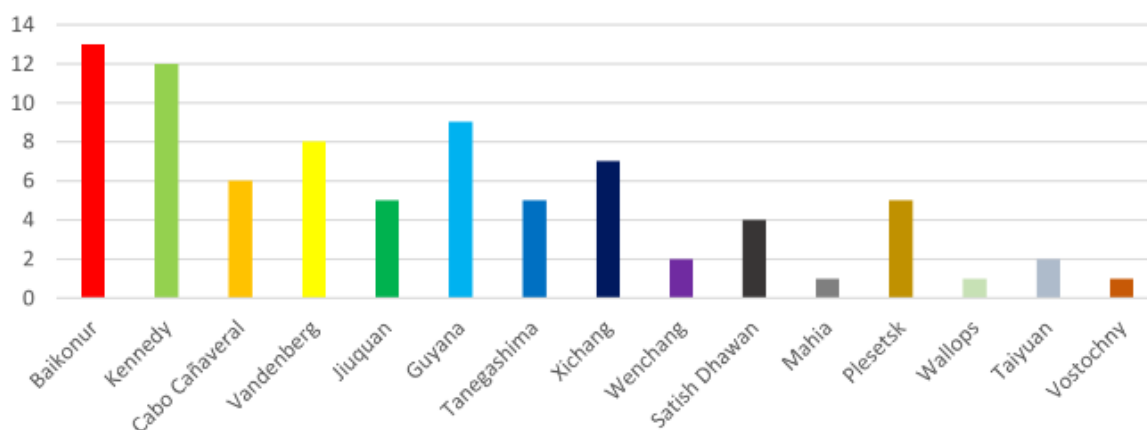
Si bien estas empresas han sido las pioneras en el desarrollo de una oferta vinculada al turismo espacial, a lo largo de los últimos años se han sumado varias más. Como marca Young (2015) hay dos casos que caben mencionar son el de *SpaceX* y el de *Blue Origin*, ambas de Estados Unidos. En el caso de *SpaceX* el desarrollo de sus vehículos y cápsulas se vio potenciado por el apoyo de la Agencia Espacial de Estados Unidos (NASA) que premió a la empresa por el desarrollo de la cápsula Dragon, la cual dicha agencia ha utilizado para llevar cargamento y tripulación a la Estación Espacial Internacional en ambos sentidos. En el caso de *Blue Origin*, la empresa ha sabido trabajar con proveedores de servicios de lanzamiento que trabajan con el gobierno estadounidense, logrando acuerdo para el desarrollo de nuevos y potentes motores para mejorar la eficiencia de los vehículos y cápsulas espaciales (Young, 2015).

Por otra parte, cabe destacar los Centros Espaciales existentes alrededor del mundo y que bien podrían servir como soporte para las pruebas y lanzamientos de vehículos espaciales. Como puede observarse en la Imagen 12.2, que mayor desarrollo de infraestructura en términos de potencial aeroespacial son Estados Unidos, Rusia y China, los cuales son los que poseen mayor capacidad de enviar vuelos tripulados al espacio (Goehlich, 2014). De la misma manera, cabe señalar que las agencias que muestran mayor actividad son la Agencia Rusa, la Agencia Estadounidense, la Agencia Europea y la Agencia China.

Imagen 12.2**Centros Espaciales**

Nota. Fuente: Koroleva et al. (2021)

A modo de referencia sobre la capacidad de operación de las estaciones espaciales, la Imagen 12.3 nos muestra la cantidad de lanzamientos producidos en 14 de los centros espaciales presentados en la anterior imagen.

Imagen 12.3**Cantidad de lanzamientos por Centro Espacial durante el año 2017**

Nota. Fuente: González Ghirimoldi (2019)

Como puede observarse, tanto la Agencia Espacial rusa como la estadounidense controlan los dos centros espaciales con mayor cantidad de lanzamientos espaciales. Por el lado de Rusia, el Centro Espacial de Baikonur en la República de Kazajstán con 13 lanzamientos. Y, por el lado de Estados Unidos, el Centro Espacial Kennedy, en el estado de Florida con 12 lanzamientos.

Reflexiones finales

A modo de reflexión final, cabe señalar que la modalidad de turismo espacial cuenta con un potencial cierto de crecimiento. La existencia de infraestructura como soporte y la aparición de empresas privadas que apuestan a invertir en el segmento, parecen indicar que la oferta de vuelos al espacio y suborbitales con tecnología reutilizable es más cercana de lo que creemos.

Como ya se ha comentado en este escrito, las prácticas de las empresas que se perfilan como los principales oferentes de Turismo Espacial pueden considerarse más sostenibles en comparación, por lo que sus impactos serían mucho menores en relación a otros vehículos como el Space Shuttle en términos de ahorro de energía, el Protón en términos de afectación de la salud de seres vivos y al Soyuz en términos de emisión de CO₂, como se ve detalladamente en este apartado.

A lo largo de la tesis se mencionó el caso de la empresa *Blue Origin*, la cual utilizará una plataforma reciclada que contribuye enormemente a reducir el impacto ambiental, posee vehículos con tecnología reutilizable, por lo que la caída de fragmentos a la tierra se vería solucionada, y al mismo tiempo, no emite gases de efecto invernadero como Metano o Dióxido de Carbono a la atmósfera, produciendo únicamente vapor de agua. En este caso de *Blue Origin*, se ve como los principales problemas ambientales que se vienen analizando en este escrito ya poseen una solución que incluso ya está puesta en práctica por empresas de Turismo Espacial.

Cabe entonces adentrarse en la posibilidad de pensar las prácticas turísticas relacionadas al espacio exterior de una manera sostenible. En un principio, el turismo espacial formaba parte de un ambiente donde sólo los gobiernos y las actividades militares tenían lugar y del cual surgen dificultades legales que deberán ser resueltas rápidamente o abordadas de manera voluntaria (Toivonen, 2017). Estas dificultades incluyen el manejo de los residuos espaciales, el acceso equitativo y el uso de la Órbita Geoestacionaria que comúnmente es utilizada para los satélites comerciales, lo que requerirá que exista una regulación en los flujos de objetos espaciales que transitarán el espacio exterior próximo a la Tierra (Toivonen, 2017).

Siendo las políticas ambientales y las decisiones son fundamentales para evaluar el impacto ambiental, social y cultural, Toivonen (2017) menciona que la legislación y la planificación están en su punto inicial en el Turismo Espacial, por lo que representa una oportunidad inmejorable para que el desarrollo de este sector sea siguiendo criterios de sostenibilidad.

En relación con la legislación, en el Turismo Espacial ya existen medidas voluntarias implementadas como por ejemplo con relación a la seguridad operacional. Asimismo, acuerdos internacionales, como lo es el tratado de París en relación con el cambio climático. Sin embargo, desde la visión de Toivonen (2017) hace falta un marco normativo que abarque asuntos fundamentales como lo es la definición del espacio exterior y la delimitación de la zona para las actividades espaciales y las de aviación, las cuales se rigen por distintos dictámenes legales, pero no por un régimen globalmente consensuado.

Quizás valga preguntarse si este tipo de viajes logrará alcanzar una escala masiva, ¿qué pasará con América Latina respecto al desarrollo de esta modalidad?, ¿podrá incorporarse más pronto que tarde?

Fuentes consultadas

- Arribas, G.F. (s.f.), *El Turista Espacial y su consideración en el derecho internacional público*. Associação Brasileira de Direito Aeronáutico e Espacial. Recuperado de <https://sbda.org.br/wp-content/uploads/2018/10/1811.pdf>
- Bengochea, A., Magadan, M., y Rivas, J. (2006). *Actividad turística y medio ambiente* (No. 338.48). e-libro, Corp.
- Goehlich, R. A. (2014). Space Tourism: Hurdles and Hopes. *International Journal of Aviation Systems, Operations and Training (IJASOT)*, 1(1), 17-34.
- González Ghirimoldi, H. (2019). *Turismo Espacial y sus potenciales impactos sobre el ambiente terrestre* [Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata].
- Guimarães, R. P (2003). “Desarrollo Sustentable en América Latina y el Caribe entre las Conferencias de Rio en 1992 y Johannesburgo en 2002: Avances, Retrocesos y Nuevos Retos Institucionales, ¿Es Sustentable la Globalización en América Latina? Debates con Manuel Castells, Fernando Calderón, (coord.), Vol 1. La Globalización y América Latina: Asignaturas Pendiente, Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica, 2003, pp. 245-282.
- Koroleva, T. V., Semenov, I. N., Sharapova, A. V., Krechetov, P. P., y Lednev, S. A. (2021). Ecological consequences of space rocket accidents in Kazakhstan between 1999 and 2018. *Environmental Pollution*, 268.
- ONU Cambio Climático (s/f). *El Acuerdo de París*. Recuperado de <https://unfccc.int/es/acerca-de-las-ndc/el-acuerdo-de-paris>
- Organización de las Naciones Unidas (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Nueva York, 2015.
- Organización de las Naciones Unidas (s/f). *Acción por el clima. El Acuerdo de París*. Recuperado de <https://www.un.org/es/climatechange/paris-agreement>
- Organización Mundial del Turismo (1999). “*Guía para administraciones locales: Desarrollo turístico sostenible*”. OMT, Madrid.
- Organización de las Naciones Unidas (25 de septiembre de 2015). *La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Rossi, E. (2015). *Indicadores territoriales de sustentabilidad socio-ambiental aplicados al turismo. Implementación de una metodología participativa para el diseño de indicadores territoriales de sustentabilidad socio-ambiental aplicados a la actividad turística con la comunidad que*

- habita en la Reserva de Biosfera "Parque Costero del Sur", ubicado en el partido de Punta Indio, Provincia de Buenos Aires.* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Mar del Plata].
- Rueda Carazo, A. (2015). *El impacto medioambiental del turismo espacial: Una perspectiva jurídica.* (Trabajo Final de Grado, Universidad de Jaén).
- Seedhouse, E., 2014. *Tourists in Space.* Springer, Cham.
- Toivonen, A., 2017. Sustainable planning for space tourism. *Matkailututkimus*, 13(1-2), pp.21-34.
- Webber, D., 2013. Space tourism: Its history, future and importance. *Acta Astronautica*, 92(2), pp.138-143.
- Young, A., 2015. *The twenty-first century commercial space imperative.* Springer International Publishing.

Los autores

Coordinadores

Gliemmo, Fabricio

Profesor y Licenciado en Geografía (UNLP). Magister en Gestión Ambiental del Desarrollo Urbano, Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP). Profesor Titular en la Facultad de Ciencias Económicas (UNLP); cátedras de: “Geografía Turística Argentina y Latinoamericana” y profesor Adjunto con titularidad a cargo en la cátedra de “Geografía Turística Mundial” de la Licenciatura en Turismo (FCE). Investigador, Instituto de Investigaciones en Turismo (FCE). Miembro fundador de la “Red Latinoamericana Territorios Posibles. Praxis y Transformación” (UNLP y universidades asociadas. Miembro asociado de la Comunidad de Profesionales e Investigadores en Turismo (C’PIT), Universidad del Valle del Cauca, Colombia. Se especializó en territorio, turismo, ambiente; temas de gestión y transformación. Participó de numerosos proyectos y estudios en el ámbito público para ministerios, secretarías, direcciones provinciales y nacionales y estudios de investigación-acción con diversas comunidades.

Barrios, Diego Eduardo

Licenciado en Turismo (UNLP). Candidato a Especialista en Gestión del Desarrollo e Innovación Turística (Universidad Nacional de San Luis - UNSL). Maestrando en Administración de Empresas (UNLP). Integrante del Instituto de Investigaciones en Turismo (FCE-UNLP) como Investigador colaborador. Adscripto graduado en la cátedra de Geografía Turística Mundial. Integrante del Equipo Técnico del Ente Municipal para la Actividad Turística (EMATUR) de la ciudad de La Plata. Sub-director en Hotel Amau de la UNLP.

Autores

Bardón, Camila Daniela

Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP. Autora de la tesis de grado “La industria del cine como impulsor del turismo en un destino. Caso de estudio: ciudad de Nueva York del año 2010 al año 2019”.

Cortina Martinez, Emilia

Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP.

Cutule, Sofía Magalí

Estudiante avanzada de la Licenciatura en Turismo Facultad de Ciencias Económicas (UNLP).

González Ghirimoldi, Hernán

Licenciado en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP. Post especializaciones en Marketing Digital y Hotelería. Realizó investigaciones, presentaciones en congresos y trabajos conjuntos en temáticas de Turismo Aeronáutico Espacial con investigadores del Departamento de Aeronáutica de la Facultad de Ingeniería (UNLP). Desempeñó diversos roles en el ámbito turístico en diferentes empresas privadas en Argentina, Estados Unidos, Italia y Países Bajos. Actualmente desempeñando el rol de Supervisor de Reservas en el Grupo Hotelero Vía en Ámsterdam, Países Bajos.

Lay, Malena

Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP. Estudiante del Máster en Relaciones Internacionales IRI – UNLP. Participó de numerosos proyectos de extensión e investigación relacionados al turismo inclusivo y sustentable.

Mirabelli, Sofía

Licenciada en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas (UNLP).

Morel, Lara Denisse

Estudiante avanzada en la Lic. de Turismo, Facultad Ciencias Económicas (UNLP).

Oroná, Jimena

Estudiante avanzada de la carrera Licenciatura en Turismo, de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP. Con formación en artes culinarias, en el Instituto Argentino de Gastronomía. Participación en proyectos de intercambio cultural.

Ottone, Agustín

Estudiante avanzado de la carrera Licenciatura en Turismo Facultad de Ciencias Económicas (UNLP).

Rojo, Belén

Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP.

Solari, Samanta

Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP. Candidata a Magíster en Relaciones Internacionales (IRI-UNLP) y Profesora Universitaria (Universidad del Este). Investigadora en Centro de Estudios Chinos (CeChino - IRI, UNLP). He participado como

investigadora y miembro de equipos técnicos en diversos proyectos públicos y privados en diversos municipios.

Gliemmo, Fabricio

Geografía turística mundial : aportes y reflexiones ante los desafíos actuales del fenómeno turístico a escala global / Fabricio Gliemmo ; Diego Eduardo Barrios ; Coordinación general de Fabricio Gliemmo ; Diego Eduardo Barrios. - 1a ed. - La Plata : Universidad Nacional de La Plata ; La Plata : EDULP, 2026. Libro digital, PDF - (Libros de cátedra)

Archivo Digital: descarga
ISBN 978-950-34-2696-8

1. Geografía. 2. Turismo . 3. Globalización. I. Barrios, Diego Eduardo II. Gliemmo, Fabricio, coord. III. Barrios, Diego Eduardo , coord. IV. Título. CDD 900

Diseño de tapa: Dirección de Comunicación Visual de la UNLP

Universidad Nacional de La Plata – Editorial de la Universidad de La Plata
48 N.º 551-599 / La Plata B1900AMX / Buenos Aires, Argentina
+54 221 644 7150
edulp.editorial@gmail.com
www.editorial.unlp.edu.ar

Edulp integra la Red de Editoriales Universitarias Nacionales (REUN)

Primera edición, 2026
ISBN 978-950-34-2696-8
© 2026 - Edulp

S
sociales


EDITORIAL DE LA UNLP



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA