

Las nuevas fronteras del estudio del turismo: retos conceptuales y epistemológicos

The new frontiers of the study of tourism: conceptual and epistemological challenges

Antonio Paolo Russo

Profesor agregado del Departamento de Geografía y miembro del Grupo de Investigación de Análisis Territorial y Estudios Turísticos (GRATET), Universitat Rovira i Virgili (Tarragona)
antonio.russo@urv.cat

Resumen: Este artículo introduce los cambios importantes que han experimentado los estudios turísticos en las últimas décadas, descritos como un recorrido desde el margen hasta el centro de las ciencias sociales y en la intersección de sus disciplinas *parientes*. Frente a los múltiples retos no resueltos del desarrollo turístico, y a los nuevos desafíos presentados por una sociedad líquida y móvil –una sociedad de viajeros, expertos y conectados–, la academia se ha volcado en nuevos paradigmas que, de un lado, permiten diseñar nuevas preguntas básicas sobre el turismo, desplazando el foco de la investigación desde el turista y la industria hacia sus prácticas, la materialidad del espacio donde actúan, así como la red de relaciones que tejen en la construcción del lugar como turístico; y, del otro lado, se articulan en un abanico de nuevos métodos analíticos. En este artículo se repasan y exploran los respectivos matices de estos paradigmas, y se propone un menú de temas de investigación y sus derivados.

Palabras clave: turismo, estudios turísticos, paradigmas, epistemologías, intersticios, aproximaciones transdisciplinares

Abstract: *This article introduces the significant changes tourism studies has undergone in recent decades, describing its path from the margins of the social sciences to the centre and a place at the intersection of its parent disciplines. To face the numerous unresolved issues of tourism development and the new challenges presented by a liquid, mobile society – a society of travellers, experts and connected persons – academia has turned to new paradigms. On the one hand these allow new fundamental questions about tourism to be asked, displacing the focus of the research from the tourist and the industry to their practices, the material nature of the space in which they act, and the network of relations that they weave when creating a tourist site, while on the other hand a range of new analytical methods are articulated. This article re-examines and explores the respective nuances of those paradigms and proposes a menu of research subjects and issues arising from them.*

Key words: : tourism, tourism studies, paradigms, epistemologies, interstices, transdisciplinary approaches

Los últimos 15-20 años han sido un período excitante para el pequeño mundo de los estudios de turismo. A mitad de los años noventa del siglo pasado, la academia parecía incapaz de producir nuevos desarrollos conceptuales y metodológicos para enfrentarse a los problemas, cada día más evidentes, causados por el modelo turístico moderno. Sabíamos –y hemos educado consecuentemente a varias generaciones de emprendedores turísticos y *destination manager*– cómo atraer turistas, cómo hospedarlos y cómo asegurarles una experiencia turística satisfactoria; sabíamos también que no todo reluce para los residentes de los destinos afectados por altas tasas de crecimiento turístico, especialmente desde el punto de vista de la calidad de la vida, de la justicia social, así como del estado medioambiental de su entorno. Pero poco se ha sabido hacer para paliar estos problemas y asegurar que la apuesta por el turismo pueda desembocar en una *win-win situation* para todos los actores implicados: viajeros, industria y comunidades anfitrionas. Tal vez, las recetas producidas por la afirmación del paradigma de la sostenibilidad como pilar analítico del turismo moderno hayan sido muy inferiores a su portada conceptual: «una montaña que parió un ratón»; tal vez, hayan sido muy poco realistas, ya que han tenido en escasa consideración las relaciones de agencia y de poder, las estructuras de gobernanza, la multiplicidad de agentes implicados y la extrema complejidad de las condiciones del desarrollo turístico.

Asimismo, de los estudios de caso, tanto de éxito como de fracaso (real o potencial) –en los que se ha fundado mucha parte del desarrollo de la disciplina–, lo sabemos casi todo; pero no hemos podido hacer que se extiendan (los de éxito) y se resuelvan (los de fracaso). Sabemos, por ejemplo, que Venecia –y, hoy en día, otras innumerables ciudades con un gran patrimonio– corre peligro debido a un modelo de crecimiento turístico que «se come a sí mismo», dejando el paisaje –otrota tan atractivo– que este mismo modelo activó en su momento, en un estado ruinoso en cuanto a arraigo social y capacidad de preservación. No obstante, aunque conocemos todo esto desde hace décadas, estos problemas se han mantenido sin solución. Sabemos que el enfrentamiento cultural en países a los que se les ha vendido el turismo como la salida fácil hacia el desarrollo está sobrepasando rápidamente el nivel de alerta, creando distorsiones importantes en estructuras sociales e institucionales fundamentales para la gestión de la pobreza y la emancipación de género; y sin embargo, el turismo se sigue vendiendo muy bien. Se reconoce públicamente que la movilidad turística a gran escala es uno de los principales responsables del problema del cambio climático y, al mismo tiempo, triunfa el modelo de los vuelos *low cost*. Sabemos qué factores –a menudo intangibles y socialmente contruidos– han hecho que ciudades como Berlín, Barcelona o Manchester, antes poco visitadas, se hayan ido imponiendo en el mapa del turismo global; pero estas mismas condiciones se han demostrado muy difíciles de replicar en otros contextos y, al mismo tiempo, estas mismas ciudades empiezan a mostrar las primeras grietas por el exceso de «maquillaje turístico» que se les ha aplicado para rentabilizar sus éxitos.

En pocas palabras, a diferencia de otros ámbitos de las ciencias sociales, la teoría ha podido interpretar (aunque a menudo racionalizando *ex post*) lo que el turismo moderno supone para los lugares turísticos, pero pocas veces ha servido para elaborar modelos prescriptivos y recetas de gestión de valor y aplicabilidad universal.

Nuevos retos: del turismo de masas al posturismo

Paralelamente, el propio modelo turístico moderno que llamamos «de masas» –la producción industrial de experiencias de movilidad vacacional para el consumo de las clases medias (sobre todo occidentales) fundada en un modelo productivo fuertemente intermediado, un modelo social centrado en el ocio, la relajación y la desconexión, y un modelo de desarrollo basado en la construcción de infraestructuras a gran escala– se ha ido también poniendo en cuestión. El viajero contemporáneo es un viajero conectado, empoderado, concienciado, proactivo, experto y capaz de saltarse las normas estrictas del modelo vacacional de antaño; prefiere el ocio culto y las incursiones en la cotidianidad de los destinos a las burbujas de los estereotipos turísticos; desconfía de la *autoridad* de la industria y de los prescriptores profesionales para la organización de su movilidad, pero consulta con interés a los miembros de redes y comunidades, tanto físicas como virtuales, de las que forma parte. Es tan trascendente esta transformación que la misma singularidad *antropológica* del turista, que está en la base de muchas lecturas modernas del turismo –desde los trabajos de Valene Smith (1989), Dean MacCannell (1976), Erik Cohen (1974), etc.–, y las oposiciones de calado estructuralista en que se funda –origen/destino, ocio/trabajo, Norte/Sur, etc.– se van cuestionando, hasta el punto de que varios autores utilizan el término de posturismo, tanto para caracterizar la esfera simbólica y cognitiva en que se inscribe el turismo contemporáneo (Feifer, 1985), como para remarcar la liquidez de sus prácticas dentro de los entornos cotidianos que contribuyen a co-construir (y ya no a simplemente «visitar») (Baerenholdt *et al.*, 2004).

Sería absurdo afirmar que en este nuevo marco ontológico el turismo de masas haya desaparecido; de hecho, ahí tenemos las deslumbrantes cifras sobre los mercados emergentes que alimentan estos contingentes. De igual modo, tampoco podemos dejar de observar que su capital cognitivo, sus formas de moverse y de vivir la experiencia de los lugares que visitan, así como las mismas tecnologías, empresas e informaciones que sustentan (e influncian) su movilidad hoy en día, se han transformado (o, más bien, diversificado) hasta tal punto que pensar en gestionar sus impactos tal como se hacía hasta una etapa tan reciente como son los años noventa del siglo pasado –y con tan poco éxito– sería un error considerable.

Una vez más, la academia ha ido un paso por detrás, captando estos cambios fundamentales con cierto retraso, o asumiéndolos, pero sin llegar a la conclusión de que el estudio del turismo, hoy en día, tiene que ser algo diferente a lo que era en la época previa a la globalización y a la informatización de la sociedad; y que los corolarios en términos de gestión turística nos desplazan hacia un plano bastante diferente del de las *políticas turísticas*. Afortunadamente, desde los márgenes de los estudios turísticos y en los intersticios de sus disciplinas *parientes* (la geografía, la sociología, los estudios culturales, etc.), una nueva generación de investigadores sociales ha empezado a airear el estudio del turismo y del viaje, extendiendo al ámbito del turismo algunos conceptos rompedores que se han ido afirmando en las ciencias sociales y abrazando ciertas innovaciones epistemológicas y metodológicas. Sus trabajos surgen de la exigencia de replantear cuestiones fundamentales, como la naturaleza del turismo contemporáneo como práctica social y económica, el objeto

La transformación de la sociedad moderna y de sus patrones de movilidad exige una revisión de las categorías ontológicas en que se basa el estudio del turismo y de sus métodos investigativos.

de estudio del turismo, y para qué o para quién lo estudiamos; así, se han apartado de los enfoques positivistas que habían caracterizado la disciplina en favor de aproximaciones posdisciplinarias y críticas. Estos desarrollos apuntan a un verdadero proceso de

reposicionamiento de la disciplina, desde el margen hasta el centro de las ciencias sociales. La faceta más interesante de este cambio puede que sea el hecho de que, si el estudio del turismo moderno trataba de lo *excepcional* y efímero en la vida de las personas, hoy en día el turismo –y la movilidad en general– se considera una dimensión fundamental de la cotidianidad.

Oposiciones y liquidez

El estudio del turismo moderno se ha caracterizado por una aproximación fundada en el *dualismo* en cuanto a relaciones geográficas, semánticas y de poder: la clase media de los países occidentales –y de las regiones industrializadas de cada país–, buscando descanso y aventura en las «periferias del placer» de sus respectivos *Sures*, y la industria del desarrollo turístico, re-creando en esas zonas lugares a medida de la imaginación y de las posibilidades de consumo de los viajeros (ambas limitadas). Se trata de un patrón que distingue en el sistema turístico los centros de la periferias a diferentes escalas –la de los flujos origen-destino y la de los destinos mismos en el sentido de la oposición entre zonas turísticas y zonas residenciales– y que sugiere un poder «colonizador» de la industria turística (Britton, 1982; d’Hauteserre, 2004),

que abre espacio a los poderosos turistas, a menudo a costa de los autóctonos, relegados (y representados) como servidores y actores secundarios en el espectáculo de ficción del «lugar turístico» (Salazar, 2009). Es una visión que, casi naturalmente, se presta a una epistemología estructuralista según la cual hay una *entidad objetiva* –el lugar–, que existe y se significa independientemente de su activación a través del turismo, y un *agente exógeno de cambio* –el turismo– que, al ser atraído a este lugar, altera sus cualidades, para bien o para mal. Esta epistemología desemboca en una aproximación normativa a la gestión turística que fomenta el desarrollo en etapas de crecimiento y palia los impactos negativos en etapas avanzadas, o –según una visión más integral y holística– busca el desarrollo sostenible considerando las diferentes dimensiones (físicas y ecológicas, socioeconómicas, culturales) que enmarcan las trayectorias de desarrollo de los destinos. Son pautas que se han ido cuestionando –como muchos otros axiomas de las ciencias sociales– a medida que la sociedad industrial ha ido dando paso a la sociedad postindustrial de la época de la globalización, del conocimiento y de la movilidad.

Hoy en día, todos viajan, desde cualquier lugar y hacia cualquier otro sitio, por motivaciones en las que la componente del ocio se entrelaza de forma «líquida» con otros factores, ya sean culturales, sociales e incluso profesionales. Además, cuando viajan, las personas van buscando algo que se sitúa en un punto intermedio difícil de fijar entre «hacer cosas nuevas» –que de alguna forma fortalecen y expanden su capacidad de hacerse cargo de un día a día cada vez más dinámico e imprevisible– y «replicar ámbitos de cotidianidad» que les ayuden a conectarse rápidamente y sin problemas a los nuevos parajes (Hannam, 2009). Así, el turismo y, consecuentemente, los estudios turísticos se ocupan cada día más de la cotidianidad y la (re)construyen a diferentes escalas. Esta constatación –en cierta medida fruto de los nuevos patrones de movilidad contemporánea, pero también de nuevas miradas sobre lo que siempre ha existido– conlleva que sea imposible comprender la sociedad actual sin hablar de su movilidad. En otras palabras, como sugieren Minca y Oakes (2011), el turismo se ha convertido en un poderoso «marco analítico» que permite que se llegue a conocer, en la época de la información y de la movilidad, cómo se construyen los lugares y la cotidianidad se desvincula del «territorio». Además, el análisis del turismo moderno –apuntando a la iniquidad de las relaciones que este establece entre agentes (el turismo como dinámica extractiva y hegemónica)– funciona bien como poderosa crítica al capitalismo avanzado y cognitivo; y la constatación de que en la actualidad el turismo se mueve y se organiza de forma cada día más compleja, imprevisible y asimétrica también apunta a nuevas brechas que se abren dentro del paradigma capitalista dominante, como ilustra el gran éxito del turismo colaborativo, al menos a nivel discursivo –aunque no falten sus críticos, como Arias y Quaglieri (2016)–.

Como consecuencia, en muchos ámbitos de las ciencias sociales, a través de fronteras disciplinares antes impenetrables, se ha empezado a mirar al turismo

con renovado interés, y no solo desde el ámbito de los negocios o de los estudios medioambientales. Esto puede explicar el volumen sin precedentes de nuevas revistas y publicaciones, así como la inundación de programas educativos y de investigación en universidades de todo el mundo. Rápidamente, el turismo se ha convertido en un campo de estudio más amplio, diferente y, posiblemente, más *sexy* que nunca.

Nuevos paradigmas, nuevas epistemologías

Entre los desarrollos fundamentales que han resituado los estudios turísticos (estudios críticos y radicales, poscoloniales, de género, etc.), mencionaremos los tres que posiblemente han tenido la mayor transcendencia.

El primero, y probablemente el que ha tenido los efectos más profundos en la disciplina, es el «giro de las movilidades» (*mobilities turn*). Esta aproximación al

La comprensión del fenómeno turístico contemporáneo se funda en la superación de muchos dualismos en qué se ha basado su construcción conceptual, planteando el fin de su «excepcionalidad» y situándolo en el centro del estudio de la sociedad.

estudio del turismo, que debe mucho al trabajo de John Urry (2000 y 2011; Sheller y Urry, 2004, entre otros), se fundamenta ante todo en un cambio de paradigma en las ciencias sociales. En un mundo en el que la movilidad de personas y objetos ha llegado a estructurar cualquier ámbito de vida humana, este autor sugiere que no

podemos seguir analizando la sociedad como si fuera «sedentaria» o tuviera una relación de estabilidad con el lugar. Necesitamos estudiar –y, en consecuencia, ordenar– a las personas en un estado de movilidad continua y multidimensional, que trasladan espacios y lugares en sus vidas móviles, y reorganizan sus vivencias en un estado de flujo permanente. Además, este paradigma considera como objetos de estudio también las otras movilidades, tanto físicas como intangibles –vehículos, mercaderías, tecnología, dinero, información, etc.–, que de alguna forma están vinculadas a la movilidad humana, ya sea porque la facilitan, la obstaculizan, etc. Cuando esta perspectiva epistemológica se aplica al ámbito del turismo –como en muchos trabajos del mismo Urry (2000), de algunos de sus colaboradores (Hannam, 2008; Larsen, 2001; Sheller y Urry, 2004) o de otros académicos consolidados (Hall, 2005) y de un número creciente de otros jóvenes autores–, este se ve como una forma más de movilidad, de naturaleza heterogénea, que interactúa e interfiere con muchas otras. No se entienden los procesos de construcción del lugar y las dinámicas sociales (tanto móviles como localizadas) sin hacer incursiones en un ámbito *líquido* de la movilidad como es el turismo, donde las motivaciones estrictamente culturales (el tiempo de

ocio) se confunden con los mecanismos de funcionamiento y acumulación de la sociedad contemporánea; y, al mismo tiempo, no se puede estudiar el turismo de forma aislada respecto a todo ello.

En base a los trabajos seminales del sociólogo italiano Guido Martinotti (1993), la construcción social de los lugares se puede entender como una convergencia y superposición de movilidades diferentes. En este sentido, la literatura de las *mobilities* representa un paso adelante genuino en los estudios sobre turismo, ya que estos se centran en personas y objetos en un estado de movilidad y consideran los lugares como espacios «porosos» a tales movilidades heterogéneas –tal como propone Amin (2002)– y conectados a través de ellas. En este ámbito, algunos métodos *móviles* nuevos han empezado a ser adoptados como herramientas de investigación y el objeto de estas se ha extendido progresivamente a las agencias múltiples de movilidad, también móviles, como el capital y la tecnología.

El segundo «giro» –relacionado fuertemente con el paradigma de las movilidades, pero enfocado más explícitamente en los procesos materiales de construcción de lugar– es el «giro performativo», que ha sido introducido en la geografía del turismo por autores como Tim Edensor (2008), Michael Crang y Nigel Thrift (2000), Jørgen Ole Baerenholdt *et al.* (2004) y Adrian Franklin (2003), entre otros. A partir de la crítica de MacCannell (1976), y siguiendo la aproximación relacional a la construcción de lugar propuesta por Massey (1994) y el papel que juegan en ella las «geometrías de poder», este marco teórico concibe la construcción del lugar turístico de forma muy diferente a la definida por los dualismos ontológicos entre visitante (sujeto) y lugar (objeto); y eso inevitablemente asume una connotación simbólica –lo turístico como inmanentemente diferente de lo local y mundano, el turismo como agente de transformación del lugar en algo diferente– que permea gran parte de los modelos analíticos y prescriptivos consolidados en la época del turismo de masas (empezando por la popular teoría de ciclo de vida de Richard Butler¹). El giro performativo no es que reniegue explícitamente de la validez de estas aproximaciones, pero más bien las considera irrelevantes: no le interesa saber qué le pasa *al* turismo, sino qué pasa *en torno al* turismo. Es por ello que desplaza el foco de atención hacia las conexiones entre el turismo como práctica dentro de un marco de cotidianidad, la multiplicidad de los actores que intervienen en ello y la fisicidad de sus actuaciones (Urry y Larsen, 2011: 194, citados en Mansfeldt, 2014). Se reclama pues un desplazamiento epistemológico desde la «objetividad» del turismo hacia sus «encarnaciones» –constituídas por relaciones, tecnologías y actuaciones

1. Teoría cuyo recorrido y aplicaciones son ilustrados en Butler (2006).

materiales—, por encima de los ámbitos simbólicos, ideológicos y discursivos (Haldrup y Larsen, 2009, citados en Molz, 2012a: 165), en un terreno movedizo (*ungrounded*) por el cual turismo —turistas— y destinos se co-determinan hasta el punto de que el turismo se ve como parte integral de procesos más generales de desarrollo económico y político, e incluso constitutivos de vida cotidiana (Edensor, 2007; Franklin, 2003; Hannam, 2008).

En relación con este giro también se han producido avances fundamentales en la manera de estudiar el turismo y los turistas, al privilegiar un análisis técnico que se fija principalmente en la materialidad de las actuaciones e interrelaciones del turismo con el entorno físico, y que «supone una desautorización del pensamiento binario, una comprensión topológica del espacio, y la idea deleuziana de conexiones» (Estévez Villarino, 2012). Entre las aproximaciones epistemológicas que derivan de la *non-representational theory* (desarrollada principalmente por Nigel Thrift, 2007), se ha afirmado especialmente la teoría actor-red (ANT, *actor-network theory*), introducida en este campo por autores como Van der Duim (2005), Jóhannesson (2005) y Ren (2011). La ANT invita a «explorar el universo de posibilidades» determinadas por la miríada de relaciones híbridas que constituyen el espacio (Van der Duim *et al.*, 2012), mapeando conexiones que son simultáneamente materiales (entre objetos) y semióticas (entre conceptos), y desplazando el foco de la investigación en turismo desde «el turista» hacia las personas, animales, objetos, máquinas y acontecimientos que a través de sus relaciones múltiples determinan el lugar en que los turistas actúan.

El tercer desarrollo o giro de envergadura que ha tenido lugar en los estudios de turismo y que ha contribuido a establecer nuevas agendas de investigación es el «giro creativo». Fundamentado en los trabajos sobre la economía de la experiencia (Pine y Gilmore, 1999) y sobre la espacialidad del capitalismo cognitivo —especialmente presente en la literatura sobre las «ciudades creativas» (Landry, 2000; Hannigan, 2005)—, este concepto ha sido forjado y popularizado por Greg Richards (Richards y Raymond, 2000; Richards, 2011) y adoptado por otros autores como Brouder (2012), Evans (2007), Maitland (2010) y Pratt (2008). De forma más pragmática que en el caso de los giros anteriores, el turismo creativo recoloca el turismo cultural como encuentro, relación y negociación dentro del ámbito cultural-simbólico en destinos turísticos. Esto tiene relación con las modalidades de organización y promoción de las experiencias turísticas, enfocándose en los actores del paisaje cultural y su interacción en un proceso de intercambio. Sin embargo, este giro también apunta a los procesos de reestructuración de los procesos del lugar turístico y critica las prácticas de desarrollo fundadas en una visión exclusivamente comercial (lugares y productos significativos para los turistas y que atraen consumo turístico), que inevitablemente conducen a un paisaje *banalizado* y a experiencias estereotípicas. En cambio propone que la *creatividad*—como esencia del acto

cultural en que los turistas están implicados— sea un «antídoto a la reproducción serial de culturas y lugares» (Richards y Wilson, 2007).

El giro creativo tiene un número de consecuencias tanto para la investigación en turismo como para la planificación de destinos y las políticas de gestión del turismo:

- La connotación de cualquier lugar como destino potencial (en el que se pueden fomentar relaciones cognitivas en el marco de un acto de «conexión cultural»), en oposición a la representación (y maquillaje) de determinadas categorías de lugares como atracciones para el turismo cultural (por ejemplo, ciudades reconocidas como Patrimonio de la Humanidad y centros históricos, iconos arquitectónicos y eventos).
- El énfasis en la dimensión intangible de la (re)producción cultural, accesible a través de la práctica, el conocimiento y el compromiso, por encima de los «objetos culturales» para «ver».
- El poder de las manifestaciones de la cultura, espontáneas, cacofónicas y «desde abajo», sobre las narraciones legitimadas, autorizadas y «pacificadas» del lugar.
- La importancia de los espacios mundanos, donde la vida cotidiana representa un contexto para el establecimiento de relaciones cognitivas, por encima de los espacios especializados que no tienen —o han sido vaciados— de su tejido social y han perdido la capacidad de establecer estas conexiones. Estas relaciones se fundamentan en actividades y acontecimientos (gastronomía, *performance* colectivas, movilidad), espacios de intercambio (espacio público, empresas, equipamientos culturales, casas particulares), o pueden ser immanentes a la construcción social de un lugar *cosmopolita* y de sus rituales colectivos (consumo, vida nocturna, rituales sociopolíticos).

Todos estos giros o desarrollos no se excluyen mutuamente, sino que apuntan a formas nuevas y diferentes de observar el turismo, de estudiarlo, y de transferir el conocimiento adquirido hacia agendas normativas y aproximaciones éticas que no se acaban en la frontera de «lo que es turístico», sino que abarcan la sociedad en su complejidad y todos los elementos constitutivos del lugar. Se diferencian posiblemente (pero con muchos puntos de conexión) en el objeto y el objetivo de la mirada: los viajeros y los vehículos de la movilidad —en el caso del *mobilities turn*— que llega (en los últimos trabajos de Urry) a considerar las consecuencias culturales y económicas de la movilidad sobre las formas de funcionar de la sociedad; el cuerpo, sus expresiones y su interacción con el lugar —en el caso del *performative turn*— que se plantea sobre todo analizar y criticar las formas de expresión del poder; y, por último, la creación y el disfrute de la cultura —en el caso del *creative turn*— que asigna al turismo una función de enriquecimiento universal.

Los intersticios del lugar turístico: una nueva agenda de investigación

Estos giros, en todo caso, invitan a no dar nada por sentado: aquello a lo que generalmente se le atribuye la etiqueta de «turístico» –a menudo en oposición al ámbito de lo «local»– es, de hecho, continuamente negociado y reconfigurado en el marco de dimensiones escurridizas que determinan en qué consiste exactamente el turismo en un lugar. En su tesis doctoral, Mansfeldt (2014) utiliza estas y otras aproximaciones innovadoras para desarrollar una reflexión sobre el concepto de *inbetweenness*, un término originalmente introducido por Baerenholdt *et al.* (2004) que identifica lo que es «no

**La afirmación de los «giros» de las movi-
lidades, relacional/performativo, y cultural/
creativo en las ciencias sociales apuntan a
una nueva agenda de investigación sobre
el turismo que discute y critica la natura-
leza del lugar turístico como co-construida
por múltiples actuaciones.**

turístico», en el sentido de que está desvinculado de la producción formal de experiencias turísticas, pero que finalmente influye en ellas: no se trata del hotel o la atracción, sino del tránsito entre los dos; no del tiempo de la visita, sino del descanso entre una visita y otra; no de la experiencia turística previsible

y programada, sino de lo que se convierte en significativo para el turista por la actuación espontánea de personas y objetos. Mansfeldt extiende esta idea al ámbito espacial, analítico, relacional y simbólico del turismo, desmantelando la característica oposición dicotómica entre «turístico» y «no turístico» e ilustrando el poder de los intersticios entre categorías formales. En este sentido, Quaglieri Domínguez y Russo (2010) sitúan diferentes colectivos intersticiales en el espacio urbano y analizan sus relaciones y co-evoluciones; y Smith y Zátori (2016) estudian las narraciones compartidas engendradas por un paisaje cultural «intersticial» como el barrio judío de Budapest. Estos giros, como se sugería antes, no solo han contribuido al reposicionamiento del turismo desde el margen de sus disciplinas parientes hasta sus nodos de interrelación, sino que además proponen una nueva agenda de investigación turística que, en definitiva, converge hacia las grandes cuestiones de las ciencias sociales y del urbanismo contemporáneo.

¿Cuáles son los colectivos determinantes para la generación y transformación del espacio? Por lo que se ha dicho antes, hoy en día se reconoce que el espacio –y sobre todo un espacio complejo como el urbano, donde actúan y se interrelacionan diferentes colectivos y movi-
lidades– se forja y se transforma

en un campo de fuerzas múltiple, poroso y maquínico (términos introducidos por Amin y Thrift, 2002), más allá de las categorías *duales* de turista y residente, y de la idea estructuralista de una intervención que actúa sobre un paisaje. En este marco analítico no es difícil ver cómo actores intersticiales tienen un peso relevante en la afirmación de lo «turístico», si bien no alejado de, más bien totalmente integrado en, el ámbito específico de sus «cotidianos». Por ejemplo, un papel fundamental en la ciudad cosmopolita lo juegan los inmigrantes, los cuales son, por un lado, ciudadanos y emprendedores generadores de paisajes «extraordinarios» con respecto a la identidad cultural autóctona del lugar, en una contraposición líquida que se convierte a su vez en señal identitaria global y que, según se mire, puede considerarse «capital creativo» que permite la afirmación de experiencias turísticas complejas, o elemento de banalización del paisaje (las omnipresentes *Chinatown*, *Little Italy* y *French Quarters*); y, por otro lado, fuerza de trabajo, a menudo a bajo coste e irregular, que en última instancia resulta fundamental para la competitividad turística de muchos destinos (Bianchi, 2000).

Mientras que, en los estudios turísticos, la cuestión del espacio y vivencias segregadas de los colectivos nacionales –especialmente los propietarios de segundas residencias en las «periferias del placer» (véanse Williams y Hall, 2000; Haug *et al.*, 2007)– ya tiene cierto recorrido; en los estudios del turismo en conexión con la movilidad residencial están adquiriendo cierta importancia los denominados «inmigrantes de estilo de vida» y la clase creativa o trabajadores expatriados de alto poder adquisitivo, con un poder determinante de *estandarizar* el espacio urbano en torno a las señas y rituales del cosmopolitismo (la *café culture*, la *smart city*, las marcas internacionales, etc.). Entre estos, un carácter intersticial asumen los estudiantes internacionales, generadores y víctimas del éxito de los barrios *creativos* a menudo en los intersticios de las estrategias de regeneración urbana (Russo y Capel Tatjer, 2007; Russo y Arias, 2009), antiguos turistas «formales» y futuros residentes potenciales de estas ciudades según el análisis de Quaglieri y Russo (2010).

Otros trabajos analizan las estrategias de vida y relacionales de niños, mujeres, colectivos LGTB, etc., todos grupos «no turísticos», pero indispensables para la afirmación del paisaje «poroso» de la ciudad como seguro, *lento*, verde, excitante, tolerante e inclusivo². Son también los espacios y entornos de actuación de estos colectivos los que tienden a convertirse en objeto de interés para los estudios turísticos, a menudo alejados de la producción formal del lugar turístico y en los

2. Véase una amplia reseña sobre este tema en Hollinshead (2004).

intersticios de las oposiciones turístico/residencial y público/privado, que atraen turistas a raíz de su poder identitario y su naturaleza *abierta* (Franck y Stevens, 2013): desde el espacio público como lugar de tránsito, ocio y representación, pero también controlado y *expropiado* por agentes públicos y privados (Atkinson, 2003); los espacios comerciales privados, como tiendas, *malls*, estadios, recintos de eventos, etc. (Zukin, 1998); los espacios productivos de las industrias culturales, de la educación y del conocimiento, de las manufacturas y sus conexiones históricas, y la agricultura (Pratt, 2011; Russo y Van den Borg, 2010; Degen y García, 2012); los espacios de pobreza y marginalidad, analizados por muchos autores (véase, entre otros, Frenzel y Koens, 2012), pero también generadores de oportunidades desde su capital creativo (Russo, 2012); hasta, finalmente, el ámbito de lo privado por *excelencia*, lo doméstico, que se negocia como espacio turístico debido a la afirmación del turismo colaborativo –una negociación,

Una nueva epistemología del turismo ya no mira al turismo como fenómeno disjunto de lo local, que produce su transformación, sino a la transformación de todo lugar «en torno» a las movibilidades, y analiza críticamente las estructuras de relación y poder que determinan el éxito de estas transformaciones, tanto en los aspectos materiales como en los simbólicos.

por cierto, nada banal como ilustran autores como Arias y Quagliari (2016), Bialski (2012a), Molz (2012b) o Byung-Chul (2014)–.

Finalmente, nos preocupan los procesos de construcción de espacio, y de nuevo la lógica «intersticial» que se deriva de la afirmación de los giros conceptuales analizados con anterioridad nos lleva a mover el foco de atención desde la rela-

ción clásica de producción turística –fundada en la oposición formal entre turista y empresa o trabajador– hasta procesos más líquidos en los que el turista es co-creador del espacio³ o trabajador –remunerado, como en el caso de los *expats* que se dedican a ofrecer servicios turísticos y a mediar la experiencia urbana con sus compatriotas, o no, como en los estudios sobre el «voluntourism» (Benson, 2010)–. También se pueden estudiar las actuaciones y *performance* colectivas (Edensor, 2000), las comunidades de hospitalidad e intercambio de casa (Bialski, 2012b; Russo y Quagliari, 2014), o la participación política y afinidad ideológica (Owens, 2008; Li, 2008) como bases de la «experiencia turística», obviamente incidiendo tanto en la esfera simbólica de estas formas de expresión como en el paisaje físico en que estas se suelen desarrollar.

3. Véase una larga reseña sobre la co-creación en Pappalepore y Smith (2016).

Conclusiones

Este artículo posiciona los estudios turísticos dentro de los varios «giros» ontológicos, epistemológicos y metodológicos que han emergido en las ciencias sociales en las últimas dos décadas, a través y más allá de fronteras disciplinares antes inexpugnables. Se propone que hoy, como quizá nunca antes, el turismo está en el centro de los modelos de comprensión de la sociedad, para convertirse, como proponen Minca y Oakes (2011) en un marco analítico privilegiado. Por ejemplo, actualmente se hace muy complicado entender lo que es una ciudad y los retos a los que se enfrenta sin considerar su «condición turística», entendiendo aquí el turismo como un sistema ordenado y ordenador de materialidades, prácticas, relaciones y movilidades, y ya no solamente como «sector económico»; y los turistas como parte de la población urbana o ciudadanos temporales, con una fuerte capacidad de actuación sobre la transformación y re-significación del espacio, y ya no como meros «clientes».

Uno de los postulados más interesantes de estas nuevas aproximaciones es que parece ser que la complejidad del fenómeno turístico y su estrecho entrelazamiento con las formas de vida, producción y consumo de la sociedad contemporánea impiden que se busquen «modelos ideales» del lugar turístico; más bien empujan a fijarse críticamente en las controversias generadas por el turismo y, a raíz de ellas, descifrar las relaciones de poder y autoridad que rigen el funcionamiento de la sociedad contemporánea y la construcción incluso política de sus espacios de vida. En este sentido, el objetivo de este estudio ha sido ofrecer ejemplos de los campos, temas y aproximaciones en los que se ha insertado la investigación turística contemporánea, enriqueciendo las oportunidades de demostrar que, si bien de forma algo trivial se afirma hoy en día que «todo es turismo», quedan muchos ámbitos de las ciencias sociales donde la investigación y la enseñanza del turismo pueden encontrar un nuevo y renovado interés, ya no desde el «margen» sino a través de las fronteras disciplinares establecidas. Esta reorientación de los estudios turísticos es sin duda un gran reto para la academia, en un momento en el que crece el número de investigadores que se interesan por la «cuestión turística» en sus articulaciones locales y globales; y lo es para quienes tendrían que aprovechar estas nuevas avenidas de conocimiento, como los que diseñan, planifican y gestionan los destinos turísticos.

Referencias bibliográficas

- Amin, Ash. «Spatialities of globalisation». *Environment and planning A*, vol. 34, n.º 3 (2002), p. 385-399.
- Amin, Ash y Thrift, Nigel. *Cities: reimagining the urban*. Cambridge: Polity Press, 2002.
- Arias Sans, Albert y Quaglieri Domínguez, Alan. «Unravelling Airbnb: Urban Perspectives From Barcelona», en: Russo, Antonio Paolo y Richards, Greg (eds.). *Reinventing the local in tourism*. Clevedon: Channel View, 2016, p. 209-228.
- Atkinson, Rowland. «Introduction: misunderstood saviour or vengeful wrecker? The many meanings and problems of gentrification». *Urban Studies*, vol. 40, n.º 12 (2003), p. 2.343-2.350.
- Baerenholdt, Jørgen Ole; Haldrup, Michael; Larsen, Jonas y Urry, John. *Performing tourist places*. Aldershot: Ashgate Publishing Ltd., 2004.
- Benson, Angela M. (ed.). *Volunteer tourism: Theoretical frameworks and practical applications*. Londres: Routledge, 2010.
- Bialski, Paula. «Technologies of hospitality: How planned encounters develop between strangers». *Hospitality & Society*, vol. 1, n.º 3 (2012a), p. 245-260.
- Bialski, Paula. *Becoming intimately mobile*. Frankfurt: Peter Lang, 2012b.
- Bianchi, Raoul V. «Migrant tourist-workers: exploring the “contact zones” of post-industrial tourism». *Current Issues in Tourism*, vol. 3, n.º 2 (2000), p. 107-137.
- Britton, Stephen G. «The political economy of tourism in the Third World». *Annals of tourism research*, vol. 9, n.º 3 (1982), p. 331-358.
- Brouder, Patrick. «Creative outposts: tourism's place in rural innovation». *Tourism Planning & Development*, vol. 9, n.º 4 (2012), p. 383-396.
- Butler, Richard (ed.). *The tourism area life cycle*. Clevedon: Channel View Publications, 2006.
- Byung-Chul, Han. «Why Revolution Is Impossible: On The Seductive Power Of Neoliberalism». *Süddeutsche Zeitung International*, 2014 (en línea) [Fecha de consulta: 17.10.2015] <http://international.sueddeutsche.de/post/97371820645/why-revolution-is-impossible-on-the-seductive>
- Cohen, Erik. «Who is a tourist? A conceptual clarification». *Sociological Review*, vol. 22, n.º 4 (1974), p. 527-555.
- Crang, Mike y Thrift, Nigel J. *Thinking space*. Londres: Routledge, 2000.
- d’Hauteserre, Anne-Marie. «Postcolonialism, colonialism, and tourism», en: Hall, Colin Michael; Lew, Alan y Williams, Allan M. (eds.). *A companion to tourism*. Oxford: Blackwell Pub., 2004, p. 235-245.
- Degen, Mónica y García, Marisol. «The transformation of the “Barcelona model”: an analysis of culture, urban regeneration and governance». *International journal of urban and regional research*, vol. 36, n.º 5, 2012, p. 1.022-1.038.

- Edensor, Tim. «Staging tourism: Tourists as performers». *Annals of Tourism Research*, vol. 27, n.º 2 (2000), p. 322-344.
- Edensor, Tim. «Mundane mobilities, performances and spaces of tourism». *Social & Cultural Geography*, vol. 8, n.º 2 (2007), p. 199-215.
- Edensor, Tim. *Tourists at the Taj: Performance and meaning at a symbolic site*. Londres: Routledge, 2008.
- Estévez Villarino, Brais. «La idea de espacio público en geografía humana. Hacia una conceptualización (crítica) contemporánea». *Documents d'anàlisi geogràfica*, vol. 58, n.º 1 (2012), p. 137-163.
- Evans, Graeme. «Creative spaces, tourism and the city», en: Richards, Greg y Wilson, Julie (eds.). *Tourism, Creativity and Development*. Londres: Routledge, 2007, p. 57-72.
- Feifer, Maxine. *Going places*. Londres: MacMillan, 1985.
- Franck, Karen y Stevens, Quentin (eds.). *Loose space: possibility and diversity in urban life*. Londres: Routledge, 2013.
- Franklin, Adrian. *Tourism: An Introduction*. Londres: Sage, 2003.
- Frenzel, Fabian y Koens, Ko. «Slum tourism: developments in a young field of interdisciplinary tourism research». *Tourism geographies*, vol. 14, n.º 2 (2012), p. 195-212.
- Haldrup, Michael y Larsen, Jonas. *Tourism, Performance and the Everyday: Consuming the Orient*. Londres: Routledge, 2009.
- Hall, Colin Michael. *Tourism: Rethinking the social science of mobility*. Harlow: Prentice Hall, 2005.
- Hannam, Kevin. «Tourism geographies, tourist studies and the turn towards mobilities». *Geography Compass*, vol. 2, n.º 1 (2008), p. 127-139.
- Hannam, Kevin. «The end of tourism? Nomadology and the mobilities paradigm», en: Tribe, John (ed.). *Philosophical issues in tourism*. Clevedon: Channel View Publications, 2009, p. 55-70.
- Hannigan, John. *Fantasy city: Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. Londres: Routledge, 2005.
- Haug, Bente; Dann, Graham MS y Mehmetoglu, Mehmet. «Little Norway in Spain: From tourism to migration». *Annals of Tourism Research*, vol. 34, n.º 1 (2007), p. 202-222.
- Hollinshead, Keith. «Tourism and third space populations», en: Coles, Tim E. y Timothy, Dallen J. (eds.). *Tourism, Diasporas and Space*. Londres: Routledge, 2004, p. 33-49.
- Jóhannesson, Gunnar Thór. «Tourism translations: Actor–Network theory and tourism research». *Tourist Studies*, vol. 5, n.º 2 (2005), p. 133-150.
- Landry, Charles. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Londres: Earthscan, 2000.

- Larsen, Jonas. «Tourism mobilities and the travel glance: experiences of being on the move». *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 1, n.º 2 (2001), p. 80-98.
- Li, Yiping y Hu, Zhiyi. «Red Tourism in China». *Journal of China tourism research*, vol. 4, n.º 2 (2008), p. 156-171.
- MacCannell, Dean. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Londres: Macmillan, 1976.
- Maitland, Robert. «Everyday life as a creative experience in cities». *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 4, n.º 3 (2010), p. 176-185.
- Mansfeldt, Ole Kjaer. *The Inbetweenness of Tourist Experiences*. Tesis de doctorado, Copenhagen: The Royal Danish Academy of Fine Arts, School of Design, 2014.
- Martinotti, Guido. *Metropoli. Nuova morfologia sociale della città*. Bolonia: Il Mulino, 1993.
- Massey, Doreen B. *Space, Place, and Gender*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1994.
- Minca, Claudio y Oakes, Tim. *Real Tourism: Practice, Care and Politics in Contemporary Travel Culture*. Londres: Routledge, 2011.
- Molz, Jeannie Germann. *Travel connections: Tourism, technology and togetherness in a mobile world*. Londres: Routledge, 2012a.
- Molz, Jeannie Germann. «CouchSurfing and network hospitality: 'It's not just about the furniture'». *Hospitality & Society*, vol. 1, n.º 3 (2012b), p. 215-225.
- Owens, Lynn. «From tourists to anti-tourists to tourist attractions: the transformation of the Amsterdam squatters' movement». *Social Movement Studies*, vol. 7, n.º 1 (2008), p. 43-59.
- Pappalepore, Ilaria y Smith, Andrew. «The Co-Creation of Urban Tourism Experiences», en: Russo, Antonio Paolo y Richards, Greg (eds.). *Negotiating the local in tourism*. Clevedon: Channel View, 2016, p. 87-99.
- Pine, B. Joseph y Gilmore, James H. *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Cambridge, MA: Harvard Business Press, 1999.
- Pratt, Andy C. «Creative cities: the cultural industries and the creative class». *Geografiska annaler: series B, human geography*, vol. 90, n.º 2 (2008), p. 107-117.
- Pratt, Andy C. «The cultural contradiction of the creative city». *City, Culture and Society*, vol. 2, n.º 3 (2011), p. 123-130.
- Quaglieri Domínguez, Alan y Russo, Antonio Paolo. «Paisajes urbanos en la época post-turística. Propuesta de un marco analítico». *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. xiv, n.º 323 (10 de mayo de 2010) (en línea) <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-323.htm>
- Ren, Carina. «Non-human agency, radical ontology and tourism realities». *Annals of Tourism Research*, vol. 38, n.º 3 (2011), p. 858-881.

- Richards, Greg. «Creativity and tourism: The state of the art». *Annals of Tourism Research*, vol. 38, n.º 4 (2011), p. 1.225-1.253.
- Richards, Greg y Raymond, Crispin. «Creative tourism». *ATLAS News*, vol. 23 (2000), p. 16-20.
- Richards, Greg y Wilson, Julie (eds.). *Tourism, Creativity and Development*. Londres: Routledge, 2007.
- Russo, Antonio Paolo. «Branding Brazilian slums through “freeware” cultural production: the case of Rio de Janeiro», en: Go, Frank y Govers, Robert (eds.). *International Place Branding Yearbook 2012: Managing Smart Growth and Sustainability*. Basingstoke-Nueva York: Palgrave Macmillan, p. 174-186.
- Russo, Antonio Paolo y Arias Sans, Albert. «Student communities and landscapes of creativity: how Venice – “the world’s most touristed city” – is changing». *European Urban and Regional Studies*, vol. 16, n.º 2 (2009), p. 175-189.
- Russo, Antonio Paolo y Capel-Tatjer, Laura. «From citadels of education to cartier latins (and back?). The changing landscapes of student populations in European cities». *Geography Compass*, vol. 1, n.º 5 (2007), p. 1.160-1.189.
- Russo, Antonio Paolo y Quaglieri Domínguez, Alan. «La lógica espacial del intercambio de casas: una aproximación a las nuevas geografías de lo cotidiano en el turismo contemporáneo». *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. XVIII, n.º 483 (2014) (en línea) <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-483.htm>
- Russo, Antonio Paolo y Van der Borg, Jan. «An urban policy framework for culture-oriented economic development: lessons from the Netherlands». *Urban Geography*, vol. 31, n.º 5 (2010), p. 668-690.
- Salazar, Noel B. «Imaged or Imagined? Cultural representations and the ‘tourismification’ of people and places». *Cahiers d’études africaines*, vol. XLIX, n.º 193-194 (2009), p. 49-72.
- Sheller, Mimi y Urry, John. *Tourism mobilities: places to play, places in play*. Londres: Routledge, 2004.
- Smith, Valene L. (ed.). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.
- Smith, Melanie K. y Zatori, Anita. «Re-Thinking Host-Guest Relationships In The Context Of Urban Ethnic Tourism», en: Russo, Antonio Paolo y Richards, Greg (eds.). *Negotiating the local in tourism*. Clevedon: Channel View, 2016, p. 129-150.
- Thrift, Nigel. *Non-representational theory: Space, Politics, Affect*. Londres: Routledge, 2007.

- Urry, John. *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the twenty-first century*. Londres: Routledge, 2000.
- Urry, John y Larsen, Jonas. *The Tourist Gaze 3.0*. Londres: Sage, 2011.
- Van der Duim, René. «Tourismscapes: an actor-network perspective». *Annals of Tourism Research*, vol. 34, n.º 4 (2007), p. 961-976.
- Van der Duim, René; Ren, Carina y Jóhannesson, Gunnar Thór (eds.). *Actor-Network Theory and Tourism: Ordering, Materiality and Multiplicity*. Londres: Routledge, 2012.
- Williams, Allan M. y Hall, Colin Michael. «Tourism and migration: new relationships between production and consumption». *Tourism Geographies*, vol. 2, n.º 1 (2000), p. 5-27.
- Zukin, Sharon. «Urban lifestyles: diversity and standardisation in spaces of consumption». *Urban studies*, vol. 35, n.º 5-6 (1998), p. 825-839.