

*El turismo y sus espacios**

María Levalle**

Resumen

El turismo está siendo pensado a partir de variadas perspectivas. Aquí proponemos observarlo de la mano de autores que observaron el espacio de manera integrada con la sociedad que lo habita y lo conforma. A partir de esas miradas, pretendemos arriesgar algunas metas en el diseño de propuestas turísticas que se parezcan más a las comunidades que las generan. El espacio público aparece, entonces, como instancia central a la hora de planificar un turismo que surja de la comunidad, a partir de cómo esta se cuenta a sí misma y, desde allí, invita a los visitantes.

Palabras clave: turismo, espacio público, comunidad

Abstract

Tourism is being conceptualized from a variety of perspectives. Here, we propose examining it through the lens of authors who viewed space as integrated with the society that inhabits and shapes it. Based on those perspectives, we aim to venture certain objectives in designing tourism proposals that more closely reflect the communities that create them. Public space thus emerges as a central element when planning tourism that arises from within the community itself, grounded in how the community narrates its own story and, from there, invites visitors.

Keywords: tourism, public space, community

Resumo

O turismo vem sendo pensado sob variadas perspectivas. Neste trabalho, propomos observá-lo a partir de autores que analisaram o espaço de forma integrada com a sociedade que o

* Recibido: 12-09-2025. Aceptado: 29-10-2025

** Licenciada en Ciencia Política, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. U.N.R., Rosario, Argentina. Correo electrónico: maria.levalle@fcpolit.unr.edu.ar

habita e o conforma. Com base nessas abordagens, pretendemos arriscar algumas metas no desenho de propostas turísticas que se assemelhem mais às comunidades que as originam. O espaço público se apresenta, então, como instância central ao planejar um turismo que surja da própria comunidade, a partir de como ela se narra a si mesma e, a partir daí, convida os visitantes.

Palavras-chave: turismo, espaço público, comunidade

Las preguntas

En el presente escrito nos proponemos realizar una primera mirada sobre algunas posibilidades de la oferta turística, teniendo como objetivo posterior el análisis en localidades específicas; intentando indagar sobre las diferentes maneras de realizar esa oferta turística nos preguntamos: ¿Quiénes diseñan las actividades turísticas de una localidad? ¿Quién o quiénes declaran que un sitio es plausible de ser turístico o no? ¿Qué rol tiene la comunidad local en el diseño de propuestas turísticas? ¿Podemos pensar una oferta turística pública y surgida desde el territorio, desde la comunidad? ¿Puede el turismo ser una oportunidad para que una comunidad se pregunte a sí misma sobre su identidad?

Para comenzar, tomaremos en consideración la noción de *espacio* planteada por Doreen Massey (2007), según la cual, el mismo es, a la vez, un producto social, plausible de ser transformado y también (y, en consecuencia) una cosa en juego de la política. Esto último nos lleva a visualizar al espacio como un terreno de disputa donde existe la conflictividad entre distintos actores basada en la construcción de sentido y de significado de ese espacio. Pensamos al espacio, entonces, no solamente como un lugar donde estas disputas se llevan a cabo, sino que también es, él mismo, algo a disputar por los diferentes actores que lo dotan de sentido a partir de sus intereses y determinaciones.

Massey (2007) realiza, también, tres observaciones centrales para estudiar el espacio: El espacio es fruto de la interrelación. El espacio es la esfera de la posibilidad de la multiplicidad. El espacio siempre está en proceso de formación, devenir abierto. Desde su perspectiva el espacio nunca está cerrado ni acabado. La autora parte de una concepción relacional del mundo. El espacio no está por fuera de las subjetividades políticas, sino que forma parte de ellas. Por la misma razón produce y es producto de las identidades que lo

componen y que no están libres de complejidades y mucho menos de negociaciones en su seno.

Concebimos entonces lo espacial en los términos que plantea Massey, lo cual implica, de alguna forma no terminar de definirlo, porque el espacio es generado y genera procesos identitarios que nunca son estáticos, porque el espacio produce y es producto de interrelaciones y porque lejos de ser un contenedor vacío o una superficie inmodificable, produce multiplicidad, diversidad.

Corboz (2004) analiza esa relación colectiva que se genera entre la comunidad y el territorio, llamando la atención sobre la relevancia que tienen los significados que le otorgan las poblaciones a los diferentes espacios en que conviven: “Al ser un proyecto, el territorio está semantizado. Es susceptible de discurso. Tiene un nombre. Proyecciones de todo tipo se vinculan al mismo, y éstas lo transforman en sujeto.” Podemos ver cómo a partir de las acciones el territorio enuncia, se posiciona, ocupa un lugar en el relato de la población sobre sí misma. Y existe un anhelo de hacer que las instituciones se parezcan cada vez más a las personas que las componen y que las necesitan, no sólo como depositarios de beneficios o derechos sino como hacedores de sus propios lugares y expresiones. Podemos ver también con este autor, lo dinámico del espacio, el movimiento que plantea a la hora de observarlo como un proceso, no está dado, es plausible de ser modificado y eso ocurre de manera continua.

En el turismo el lugar que es visitado y que se ofrece para hospedar esa visita es fundamental porque no sólo hospeda, sino que también tensiona con otros espacios que, por diversas razones no son destinos turísticos y, mucho más, ese espacio turístico se transforma desde que comienza a proponerse como tal. Pensamos que a partir de que un espacio se piensa para la exhibición cambia radicalmente, este cambio puede ser sutil y gradual o puede también transformar completamente ese espacio para la espectacularización impuesta por la cultura de consumo. Ofreciendo en el mercado productos o mercancías en lugar de creaciones, realizando una simulación de sus símbolos, esta espectacularización puede generarse cuando una localidad es muy visitada por ciertas características culturales y las mismas comienzan a ser teatralizadas por sus habitantes con el único objetivo de vender cierto servicio o producto. La disputa por el sentido no deja de estar presente en estos lugares

y es por ello que elegimos analizarlos con los conceptos que iremos planteando. Podríamos acompañar los dichos de Massey adjetivando su noción de espacio con la característica de “turísticos”: El espacio turístico es un producto social y una cosa en juego de la política porque en él se expresan y dirimen (o no) los conflictos e intereses de una comunidad y sus visitantes y, de nuevo, es el espacio turístico algo a dirimir, a disputar en sí mismo.

Los sitios turísticos pueden ser de origen público o privado, nos concentraremos en los espacios públicos, en primer lugar. Específicamente, el espacio público es un terreno donde la disputa se da (es arena de conflicto) pero también es, y quizás con mucha más claridad que otro tipo de espacios, el objeto que se disputa. Sabemos que el espacio público en la ciudad es el lugar de encuentro de los y las habitantes, que en el espacio público se expresan reivindicaciones políticas de los sectores populares, que se producen las manifestaciones públicas de las demandas sociales y económicas. El espacio público es un espacio político y podemos decir que es uno de los territorios donde se expresa la cultura, la idiosincrasia o la identidad de una comunidad. Pero no debemos olvidar que en el espacio público también se dirimen y se proyectan intereses privados muy diferentes (o incluso, opuestos) a esa identidad. El espacio público para ser un lugar de encuentro debe reunir ciertas características mínimas como la accesibilidad, la seguridad, el equipamiento adecuado para que las personas que acceden puedan permanecer confortablemente. El espacio público debe ser receptivo y abierto para que las relaciones entre los miembros de la sociedad se puedan llevar a cabo allí. Esta receptividad podemos extenderla hacia los y las visitantes de una ciudad para compartir con ellos lo que la sociedad visibiliza de sí misma a través de los espacios.

El diseño de los espacios públicos es relevante pero siempre ocurren hechos y tipos de relaciones que no fueron planeados, la comunidad dota de sentidos a los lugares por vivir en ellos y por transitar sus experiencias le imprime símbolos nuevos. Y un espacio público abierto, debería estar diseñado para ser permeable a eso. Porque es la gente en la calle, en la plaza la que termina de diseñarlo, por las actividades que se realizan y los vínculos que se generan.

Como mencionamos al comienzo, un espacio público no sólo es un lugar de encuentro de los y las habitantes de una ciudad, sino que también es el lugar de encuentro de esa comunidad con los y las visitantes: turistas.

¿Quién o quiénes deciden qué hacer en cada espacio? ¿Y si hablamos de espacio público? Más específicamente: ¿Cómo se definen y diseñan los espacios de recreación y tiempo libre en las ciudades? Pensamos en los espacios de descanso, recreación y reunión de los ciudadanos y ciudadanas, pero también nos atrevemos a pensar en esos espacios compartidos y preparados para recibir a turistas. ¿Son los mismos? Y, de nuevo ¿Quién o quiénes los diseñan? Si el espacio es producto de relaciones ¿Cómo se marca el ritmo de la relación turista-morador? Debemos tener en cuenta que es una relación compleja por sus múltiples dimensiones: la mercantil o comercial, la cultural, la social, que en todos los casos se da entre personas que no comparten, necesariamente, la misma cultura.

Observando por un momento a quienes viajan, queremos mencionar que existe cierto tipo aventura turística en la cual el espacio parecería una *superficie a cubrir o punto del mapa para pinchar*. En este tipo de viajes los turistas *cubren* los lugares a donde *hay que ir*, por dar un ejemplo: Se toman la fotografía, visitan la catedral, el monumento, el bar emblemático, el mirador y ya están listos para pasar a la ciudad siguiente. Podemos ver que aquí sólo importa la perspectiva del viajero y se silencia (para igualarla a otras) la perspectiva del morador. ¿Cómo es esa mirada? ¿Se ubica, acaso, por encima de los y las que viven en ese lugar? Probablemente si le preguntamos a ese turista sobre las distintas localidades que visitó de ese modo, tenga dificultades para ubicar qué catedral estaba en cuál ciudad, porque esa mirada igualó los espacios visitados de manera superflua. No nos detendremos aquí en la mirada del turista ya que conlleva un estudio más profundo sobre sus características, pero la propuesta turística que queremos lograr debería desincentivar viajes como los que acabamos de describir, invitando a vivir otras experiencias.

La sospecha

Nos arriesgamos a afirmar que el turismo puede ser una oportunidad para el desarrollo, pero ¿qué desarrollo? Creemos necesario detenernos un momento en el concepto de Desarrollo para luego compararlo con nuestras consideraciones. Hemos visto que la noción de desarrollo

fue refutada por muchos autores. La Teoría del desarrollo se basaba en la reproducción de ciertos pasos a seguir por parte de los países *en vías de desarrollo* para llegar a la meta, planteada desde el poder, resumida en el crecimiento económico del país en cuestión. Como vimos, estos pasos a seguir ignoraban, a sabiendas, todas las características particulares de las sociedades donde se instalaban, planteando la misma receta en todos los países. Las consignas de desarrollo impuestas por organismos de Crédito internacional y potencias mundiales, se basan en que hay una receta a seguir por los países *en vías de desarrollo*, hay un camino marcado por los que triunfaron, desarrollándose. Esas recetas, como tales no toman en consideración las realidades de las sociedades y comunidades en donde pretenden instaurarse porque están pensadas desde lugares de poder hegemónico occidental para perpetuar esa hegemonía, no hay en ellas ningún afán de que los países *en vías de...* lleguen, alguna vez, a desarrollarse, porque en esa cima hay lugar para pocos y esos pocos requieren ser sostenidos por una masa de dependientes que pretendan hacer bien las cosas y llegar, algún día a esa cima. En síntesis, la fórmula de este desarrollo no sólo no funcionó, sino que se basó en falacias para instalarse en el continente.

Ya se ha afirmado, si partimos de una teoría ajena y surgida en otros lugares, los conceptos siempre van a resultar extraños cuando intentemos aplicarlos en nuestros territorios y harán parecer fallidas a nuestras realidades porque nunca podrán adaptarse a conceptos lejanos, en todo sentido. Pretendemos pensar nuestras realidades desde nuestro lugar, abandonar las categorías importadas y tomar las que han sido creadas y pueden seguir creándose desde aquí, con nuestra impronta. Por eso elegimos pensar con Kusch (2012) y suscribimos a sus aciertos y preguntas sobre la cultura. ¿Somos capaces de pensar por (y desde) nosotros mismos? ¿Podremos trasladar la pregunta sobre el desarrollo hacia otros conceptos? Esto es: ¿Hay sólo un camino a seguir, una receta para el éxito en cualquier ámbito de la vida política y social?

El desarrollo es planteado como un recorrido con pasos a seguir y una meta clara basada en el crecimiento económico dentro del sistema capitalista, según esta teoría/receta, hay países que no siguen correctamente estos pasos y países que sí. Lo llamativo es que la receta es la misma para cualquier país, para cualquier sistema político, para cualquier realidad. Entendemos que utilizar el término desarrollo implica un sinfín de aclaraciones y

notas al pie que no haremos en este caso, pero vale la pena preguntarnos por lo que es mejor para cierta sociedad, anclada en tal territorio, expresada por tales (múltiples) costumbres.

¿Puede el turismo constituirse en una herramienta para mejorar la vida de una sociedad? Y aquí es donde surge la tentación de trasladar las preguntas que nos hicimos sobre desarrollo. ¿Hay una sola manera de plantear las actividades turísticas? ¿Hay una receta para desarrollar la propuesta turística de una localidad?

Pretendemos pensar a la propuesta turística de una localidad como un modo de hacer, como una manera de contarle a otros y otras lo que esa localidad *es*, o mejor, *va siendo*. una propuesta que respete las lógicas comunitarias de cada territorio. Y para que esas lógicas sean tenidas en cuenta es necesario que la comunidad esté organizada para poder expresarse.

Para que el turismo no sea una empresa extractiva de culturas que aniquile las diferencias y convierta a todos los destinos en una misma cosa homogénea con los mismos servicios, actividades y paisajes, es imprescindible que la comunidad local pueda participar de su propuesta turística.

Se puede pensar el turismo como una actividad diseñada desde los centros más importantes del turismo, desde las ciudades en las que se desarrolla la actividad turística desde hace mucho tiempo y desde las empresas expertas en la materia. Entonces las comunidades que se proponen comenzar a desarrollar la oferta turística, deberían esperar las recetas exitosas para reproducir en sus localidades lo que ya ha funcionado en otras. Hay empresas turísticas que, realmente, plantean esto: calcar la oferta turística para realizarla en varios lugares por igual. Basta con pensar en alguna cadena hotelera internacional, en cómo diseñan los edificios de sus hoteles: todos iguales, sin importar el lugar donde se instalen. ¿Qué le está contando ese edificio a los turistas del lugar en donde está emplazado? ¿Importa dónde se ubica? y más aún ¿Qué aportan esos lugares a la comunidad local? Lo mismo ocurre con los casinos, con los cruceros, con los complejos *all inclusive*. A muchos de estos emplazamientos, Marc Augé (2000) los llamaría No Lugares, es decir, espacios vacíos de relaciones interpersonales que trascienden lo comercial, despojados de la cultura del lugar, iguales entre sí aunque se ubiquen en lejanos puntos del mundo. Los No lugares proliferan en estos tiempos y son una amenaza para todo intento de conexión de una comunidad con su origen, o mejor, con lo que le es propio. Estos no lugares dejan afuera a todo lo que se

relacione con lo telúrico, lo hacen formar parte de un entorno que no los afecta ni los modifica. Están diseñados y pensados desde los lugares de poder y no dejan intersticios para las expresiones sociales locales.

Son variadas y complejas las problemáticas que atraviesan las localidades que asumen como principal actividad económica a la turística. Por lo que ocurre con sus espacios y con los vínculos que se construyen a partir de la oferta turística. Es una problemática para las grandes ciudades y lo es también para las pequeñas localidades. Son muchas las aristas a tener en cuenta, como detalla Xosé Constenla Vega (2018):

Además, de los núcleos propiamente urbanizados de la actividad turística, se podrían incluir aquí, aquellos espacios naturales que cuentan con un fuerte poder de atracción. Playas, archipiélagos, montañas o complejos dunares que en los últimos tiempos han sufrido las consecuencias del aumento de la presión de visitantes. Muchos de ellos, en ocasiones, cuentan con figuras de protección, que con la excusa de su preservación y conservación, han acabado por musealizar aún más esos paisajes naturales y culturales.

Todo, hoy, es plausible de convertirse en un objeto de consumo, aunque sea de consumo cultural. El desafío, entonces, es torcer esa lógica sin, necesariamente, negarla. Podemos vincular esta idea de musealización con la que mencionábamos al principio de espectacularización. Aquello que se dispone para ser mostrado siempre cambia, el tema es si ese cambio llega hasta su raíz y lo convierte en otra cosa, en una pantalla de lo que alguna vez fue.

Encontramos dos extremos, entonces, o quizás dos manifestaciones negativas para una propuesta turística: Aquellas que se desarrollan en torno a complejos iguales y dispuestos únicamente para la cultura consumista con emplazamientos de lujo en comunidades pequeñas, con hoteles en Parques Nacionales, con excursiones de una hora que sólo invitan a mirar. Y aquellas que, exaltando algún rasgo cultural característico (como una danza, un ritual) lo convierten en una puesta en escena para los turistas, mostrando lo que, en teoría, los visitantes quieren ver.

Podemos afirmar con Xosé Constenla Vega (2018) que las relaciones humanas en los espacios que hoy impone el capitalismo ya no son tan naturales ni complejas ni diversas, porque todo se ha ido homogeneizando, asimilándose las ciudades entre sí, asimilándose los

espacios de ocio y también los lugares de trabajo. Esta homogeneización anula, o mejor, pretende anular la diversidad de expresiones de las identidades culturales, pasándolas a todas por el tamiz del consumo y construyendo “nuevas” identidades superfluas, alejadas de su raíz, de su origen. De esta manera, los ciudadanos y ciudadanas corremos el riesgo de perder de vista aquello que nos une, que nos lleva a juntarnos unos con otros. Al perderse la complejidad se pierde la identidad.

Llamando la atención acerca de estas manifestaciones, nos proponemos insistir en que el turismo puede ser un catalizador para que una comunidad pueda preguntarse de verdad ¿Quiénes somos? ¿Qué nos hace lo que somos? Preguntas que siempre están en el fondo de nuestros pensamientos o sentimientos pero que rara vez nos animamos a realizarnos. Quizás entonces, con una excusa, con una posibilidad de convidar a otros y otras los que sentimos que somos, podemos como comunidad hacernos esas preguntas.

El mensaje

Desde nuestra perspectiva planteamos considerar al turismo como un derecho en sentido amplio, derecho de los y las que trabajan (remuneradamente o no) y/o estudian a moverse de un espacio a otro, a salir por un determinado tiempo de su domicilio para conocer otros. Pero también pretendemos que la actividad turística se constituya como un derecho de las y los moradores a expresar su cultura.

Es muy importante que los moradores de las localidades que suelen ser visitadas por sus características particulares, puedan manifestar en su propuesta turística su impronta sin tener que repetir formatos de cualquier destino turístico pensados fuera de ese territorio, sino más bien, encontrando el propio.

La composición de una propuesta turística de una localidad puede ser una oportunidad para que los y las habitantes de la misma se pregunten por sus costumbres, se cuestionen sus monumentos, su historia y decidan de manera colectiva qué es lo que quieren contar de su lugar y su cultura y cómo lo quieren contar. Para que esto ocurra es necesario un proceso participativo con representantes del Estado, de las organizaciones sociales y culturales, de las vecinales o las expresiones colectivas que haya en esa localidad. No podemos pensar en una propuesta turística que colabore a la mejora de la vida de esa gente si es, exclusivamente,

desde el Estado o desde el mercado, sin consultar y sin variar de una localidad a otra lo que se ofrece a los visitantes.

Podemos pensar el turismo, no como una reproducción del *hacer* sino como una continuación del *estar* si nos preguntamos e invitamos a cada localidad a que se imagine a sí misma, a que sus moradores se cuestionen: ¿Qué es lo nuestro? ¿Qué nos identifica? ¿Qué nos diferencia del resto? ¿Qué queremos convidar? ¿Qué es lo que más nos une? ¿Y lo que nos aleja? A partir de estas y más preguntas podemos realizar desde nuestro lugar una estrategia turística propia, veraz y realista.

Referencias bibliográficas

Augé, M. (2000). *Los no lugares. Espacios de anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa.

Constenla Vega, X. (2018). El colapso territorial como solución espacial del capitalismo: Paisajes post-colapso para un nuevo ciclo civilizatorio. En *XV Coloquio Internacional de Geocrítica Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista*.

Corboz, A. (2004). El territorio como palimpsesto. En M. Ramos (Comp.), *Lo urbano en 20 autores* (pp. 25-34). UPC.

Kusch, R. (2012). *Geocultura del hombre americano*. Editorial Fundación Ross.

Massey, D. (2005). La filosofía y la política de la espacialidad: algunas consideraciones. En L. Arfuch (Comp.), *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*. Paidós.

Massey, D. (2007). Geometrías del poder y la conceptualización del espacio [Conferencia]. Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela.