

TURISMO Y DESARROLLO EN EL CAPITALISMO GLOBAL

ALFREDO A. CÉSAR DACHARY
STELLA MARIS ARNAIZ BURNE

ANTECEDENTES

En este trabajo partimos definiendo al turismo como uno de los modelos que se desarrollan, primero en forma periférica, y luego al posicionarse como una actividad fundamental en el capitalismo, desde hace un siglo, el sistema hegemónico.

El antecedente fueron los viajeros que eran diferentes a lo que es el turismo como una actividad económica, aunque una parte importante de sus incidencias vayan más allá, al transformarse en promotor y vendedor de los imaginarios individuales y sociales de una sociedad.

El turismo junto con el deporte, luego la fotografía y más adelante el cine y la televisión, son actividades que se desarrollan en un espacio inicialmente tangencial, luego fundamental, que es el tiempo libre, un derecho logrado por los trabajadores y una oportunidad para el capital, a fin de aprovechar las horas sin laborar para generar ganancias con el consumo masivo, incluido el turismo.

El hecho que estas actividades se den en el tiempo de no trabajo les restó importancia en un principio, pero en el siglo xx el turismo, que se ha desarrollado en todos los países, como el deporte

RESUMEN: El turismo hoy se enfrenta a una serie de obstáculos que surgen de su propio éxito y de la emergencia de lo que se denomina la cuarta revolución industrial, que trae como primera consecuencia directa una reducción del empleo proporcional al incremento de las nuevas tecnologías, que incluyen a la inteligencia artificial y la robótica.

Si no se entiende al turismo como un modelo de desarrollo que requiere de una acuciosa planificación y estudio de las cargas humanas, los problemas seguirán y el turismo tendrá que moverse más a los países emergentes, cuyas leyes y necesidades son inversamente proporcionales a la de los países desarrollados, que es donde ocurren estas contradicciones en sus ciudades monumentales e históricas.

PALABRAS CLAVE: Turismo, desarrollo, capitalismo, gentrificación.

ABSTRACT: Tourism today faces a series of obstacles that arise from its own success and the emergence of what is called the fourth industrial revolution, which has as a first direct consequence a reduction in employment proportional to the increase in new technologies, which include to artificial intelligence and robotics.

If tourism is not understood as a model of development, which requires careful planning and study of human burdens, the problems will continue and tourism will have to move more to emerging countries, whose laws and needs are inversely proportional to that of the developed countries, which is where these contradictions occur in their monumental and historical cities.

KEYWORDS: Tourism, development, capitalism, gentrification.

y los medios que hoy dominan a la sociedad, son la nueva “conciencia orwelliana” del Gran hermano del hombre.

El turismo ha tenido varias etapas desde su inicio en el siglo XIX, siendo la primera la que inician los ferrocarriles, que desde 1830 transforman a la socie-

dad y a las comunicaciones, al habilitar un nuevo espacio que supera sus ideas de distancia y tiempo; una revolución para el aislamiento en que vivía la mayoría de la población.

Los viajes masivos imponen el excursionismo, un turismo de un día o

ALFREDO A. CÉSAR DACHARY, profesor-investigador titular C del Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel II. alfredocesar7@yahoo.com.mx

STELLA MARIS ARNAIZ BURNE, profesora-investigadora titular C del Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel II. stellaarnaiz@yahoo.com.mx

el fin de semana, donde emergen las nuevas formas de viaje y alojamiento, incluido el campismo y los clubes, que operaban generalmente junto al mar o la montaña.

En el mar dominaba un nuevo tipo de barco, los *clippers*, que se iniciaron en Escocia a partir de un cambio radical en el diseño que les dio una gran velocidad y una imagen atractiva.

La etapa siguiente se da con el inicio del nuevo colonialismo y la apertura de nuevas rutas oceánicas, incluida la que va a Asia al inaugurarse el Canal de Suez, el cual se hizo con un crucero especialmente fletado por la agencia de Thomas Cook.

Esta nueva ruta que reducía notablemente el trayecto a la India, posesión británica, y varias colonias y enclaves, generó una revolución en el transporte marítimo con nuevas naves que desplazaban a los *clippers*, en estos viajes transoceánicos. Así, el turismo sigue integrándose con el colonialismo en el movimiento de inmigrantes y agentes coloniales, de carga de productos exóticos y abastecimiento industrial desde la metrópoli, logrando una primera integración global de tierras que pocos años antes no existían para Occidente.

Al final del siglo XIX una nueva revolución relanzó a los ferrocarriles y los cruceros cada vez más rápidos y con mayor confort para turistas y demás viajeros coloniales, destacando entre los ferrocarriles, el famoso Expreso de Oriente y, entre los cruceros, el tristemente célebre Titanic.

La primera gran guerra mundial y la segunda dejaron profundas huellas en las sociedades, pero el turismo se adecuó a los nuevos tiempos políticos como el nazismo, el fascismo, el comunismo (capitalismo de Estado) y los populistas, junto a los socialistas en Francia que lograron la ley de las vacaciones obligatorias (César Dachary, Arnaiz Burne y César Arnaiz, 2017).

En este periodo se introdujo el transporte terrestre como primera nueva opción y el auto, una base para el

turismo familiar en zonas de reserva o parques nacionales. Le siguió el avión ya consolidado a mitad de los años treinta, época en la cual Pan American concreta la primera vuelta al mundo con pasaje.

El final de la Segunda Guerra Mundial logró la consolidación de Estados Unidos como potencia hegemónica mundial y transformar la sociedad emergente en una creciente sociedad de consumo; en ese marco nace el turismo masivo que se abre a mayores grupos sociales, gracias a un instrumento financiero: el crédito, motor del nuevo turismo de masas y eje de la sociedad del consumo.

A esta situación económica la complementa un importante cambio social, la denominada revolución femenina, un cambio en la familia patriarcal que logra una relación más equitativa al seno de la familia y la consolidación del nuevo icono de estos cambios y modelo vigente hasta hoy: la juventud (César Dachary y Arnaiz Burne, 2012).

DE LA PERSPECTIVA TEÓRICA A LA EXPERIENCIA

Cuando se busca una definición oficial del turismo, se responde con la clásica definición que ha adoptado la Organización Mundial del Turismo (OMT):

... comprenden las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros (Sancho, 1998, p. 11).

Emile Durkheim, a comienzos del siglo XX, planteaba una dualidad entre los viajeros y la cotidianidad al afirmar que lo sagrado es lo que sale de lo corriente, es un hecho excepcional y lo profano lo constituía la cotidianidad y el trabajo (Berguas, 2004).

En este mismo periodo, en tres países con un alto movimiento de turistas,

Alemania, Suiza e Italia, se comienza a hablar del turismo como una ciencia y lo definen como:

...la ciencia del movimiento de forasteros, como una disciplina próxima a la economía de empresas y a la economía política, que tenía por objeto la investigación científica del tránsito de forasteros (Knebel, 1974, p. 1).

En Suiza, en 1942, Hunziker y Krapf definen al turismo como:

...la suma de fenómenos y relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto no estén ligados a una residencia permanente, ni a una actividad remunerada (citados en Sancho, 1998, p. 45).

Desde la economía se comienza a estudiar este fenómeno como un hecho económico, y se basaban en el utilitarismo planteado por Stuart-Mill y Bentham, llegando a definirlo como un producto. Esta escuela fue luego seguida por dos españoles, Luis Fernández Fuster y Manuel Figuerola. Este último definía:

...El turismo es un acto que supone desplazamiento que conlleva el gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios, que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa (Figuerola, 1990, p. 15).

En los años sesenta se comienza a abordar el turismo desde las ciencias sociales; así Núñez plantea desde el enfoque antropológico, el tema del turismo como proceso de aculturación y Berlyne presenta un enfoque global, al sostener que la vida humana en su totalidad trata de mantener un nivel ideal de emoción y busca fuentes artificiales de estímulo con el fin de compensar las carencias e insuficiencias de su medio natural; allá está el turismo (César Dachary, Arnaiz Burne y César Arnaiz, 2017).

Al final de esa década emergen las críticas de "la industria sin chimeneas", cuando Mishan, en 1969, sostiene que

los límites del turismo son la existencia de conflictos de intereses entre turistas, agencias, industria y gobiernos, y que por ello la promoción del turismo masivo no produce la democratización del viaje; se trata de una ilusión que destruye los lugares que están siendo visitados (Jiménez, 1990).

De Kadtz (1991), en su clásico libro *Turismo, ¿pasaporte al desarrollo?*, analiza al turismo con base en los estudios de expertos, experiencias de desarrollo en diferentes países, especialmente en la periferia; un trabajo que muestra los altos costos de los países emergentes y se adelanta a lo que será una constante en el futuro de estos en su relación asimétrica con el turismo.

Desde la antropología, a fines de los años setenta, aparecen los estudios de Dennison Nash y Valene Smith, el primero fue pionero en plantear al turismo como un neocolonialismo y la antropóloga, que trabajó en las islas del Pacífico, habla que la relación entre visitantes y locales se da en un medio social cálido.

El análisis de Nash (1989) afirma que el turista es, como el empresario o comerciante, un agente de contacto entre dos culturas y, por lo tanto, son inductores de cambio cuando la sociedad que visitan es menos desarrollada de la que provienen. La posibilidad de que un pueblo originario acepte voluntariamente y participe en estas transacciones que benefician a los de afuera es parte esencial del imperialismo.

En esa misma década, MacCannell (1999) sienta las bases de un estudio más amplio sobre el turismo y sostiene que el término turista se utiliza en dos acepciones: por un lado los visitantes, la mayoría de clase media que se encuentran en el mundo en busca de experiencias y, por el otro, los turistas como uno de los mejores modelos del hombre moderno en general. McCannell partió de la antropología estructural que permite analizar hechos religiosos y primitivos y la adecuó para estudiar la modernidad, los “modernos” que creen

que la autenticidad se encuentra en otra parte, en periodos de vida pasados, más puros y simples. La tesis central de este es que la expansión empírica e ideológica de la sociedad moderna está íntimamente relacionada de diferentes modos con el ocio moderno de masas, en especial con el turismo internacional, y para ello utilizó el método que usó Irving Goffman, el cual permite la reconstrucción de la vida cotidiana siguiendo los contornos de una interacción cara a cara (MacCannell, 1999).

En los años setenta, con la emergencia del tema ambiental, la necesidad de la planificación urbana y la profundización de la pobreza se comienzan a detectar a través de estudios sobre los impactos negativos del turismo, que antes se los consideraba como externalidades y, por ende, disociados del contexto general.

En esta etapa se desarrolló un trabajo pionero en donde se ve como se da el proceso de desplazamiento de los campesinos por nuevos actores del turismo y, con ello, la desaparición de formas de vida tradicionales. Este fue un análisis muy detallado con el estudio de esta transformación en el municipio de Mijas, en la Costa del Sol, España, realizado por Francisco Jurdao (1990), en su clásico libro, *España en venta*.

Al comienzo de la década de los años ochenta, Robert Wood fue el primero en criticar el modelo de la bola de billar, que parte del presupuesto falso de que las culturas son unidades pasivas proclives a cambios por el turismo y, en el mismo tiempo, Van Den Babéle plantea que el turismo establece un imperialismo de doble filo: por un lado las culturas y los destinos se transforman en objetos de consumo cultural y, por el otro, el turismo funciona como un opio adormecedor para las masas de la periferia (Urry, 2004).

En esa época destacan también los trabajos de Britton (1992) sobre impactos del turismo en la periferia y Bourdieu (2010) plantea que el turismo internacional es una forma de acumular

capital simbólico, mediante el cual las clases sociales medias occidentales se distancian de otras clases y el turismo les sirve para adquirir estatus social y para manifestar “buen gusto”.

Gregory (1994) trabaja la geografía del tiempo, Foster sobre cruceros, en momentos en que emerge el auge de los cruceros especialmente en el Caribe y el Mediterráneo, mientras Campbell (1987) habla del “hedonismo imaginativo”, donde la satisfacción es anterior al uso y José Keppendorf (1973) sostiene que de no haber cambios en el turismo este sería para los países de la periferia una forma especial de servilismo.

Otros antropólogos, como Bendix y Leong hablan del turismo como un tipo de relación étnica de valores culturales mercantilizados o donde se reinventan las tradiciones. Edgar Bruner va más allá que los anteriores y sostenía que el turismo y el colonialismo nacieron juntos y son parientes (Salazar, 2006).

Las expansiones de la industria a zonas más amplias crean los corredores industriales a partir del polo de desarrollo y en la industria del turismo se da algo similar. La región industrial y la región turística son las que dominan una de estas actividades, los impactos son diferenciados, pero no diferentes: contaminación, la asimetría social y los conflictos sociales.

El clúster de la industria del turismo es un concepto que se comienza a aplicar desde la década de los años ochenta, en México, para los primeros corredores turísticos como la Costalegre en Jalisco, Bahías de Huatulco en Oaxaca y también es un caso pionero el corredor de Los Cabos en Baja California Sur (Arnaiz Burne y César Dachary, 2009).

Estas nuevas formas de ocupación territorial por medio del desarrollo del turismo, al mercantilizar los atractivos naturales y culturales presentes en una determinada localidad, impulsan el desplazamiento de los turistas con lo que engendra un proceso dialéctico

de desterritorialización y reterritorialización, así los territorios de la vida cotidiana pasan a adoptar nuevas funciones y significados, asociados al desarrollo de actividades de ocio y recreación (Rodríguez, 2006).

Otro de los grandes temas de esta nueva etapa y que tiene incidencia directa en el turismo es el referente al territorio; por un lado, la Tierra es un mundo limitado mientras la realidad virtual y la dimensión de la web son un mundo casi sin límites, que ha penetrado en la sociedad y se ha consolidado en el mundo del turismo.

El espacio virtual para el turismo es fundamental; la gente puede tener una muestra de lo que va a conocer, donde se va a alojar y que opciones de ocio tiene ese destino a visitar, además que no desconecta al turista de su realidad porque puede seguir con su trabajo desde la zona turística.

Este nuevo espacio crea una temporalidad singular de una difusión instantánea, donde no se pueden separar las personas por medio de obstáculos físicos; la tradicional dicotomía del "aquí y allá" pierde todo significado (Bauman, 2001).

La deslocalización, continuidad del proceso de agotamiento del modelo fordiano, ha sacado de los países centrales las industrias, pero deja en ellos los centros de creación de los nuevos productos, realizando una nueva división del trabajo: el manual o técnico fuera de estos países –afectación directa a las clases medias de los países ricos– y el científico que se mantiene por ser un problema geoeconómico fundamental.

Pero otra deslocalización paralela es la que enfrenta sin que se vea a más de 1 000 000 000 de turistas; o sea, viajar por placer frente a unos 250 000 000 que huyen de la miseria en sus países principalmente de África, Centro y Sudamérica y parten a los países centrales en busca de trabajo (Alba, 2009).

Está la deslocalización al revés, los ciudadanos del primer mundo quieren ir a conocer cómo viven los ciudadanos

de los países emergentes o los denominados pueblos originarios y para ello se preparan a estos bajo la lógica de un parque temático, a través de los nuevos ingenieros en paisaje, los expertos en mercadotecnia o las organizaciones no gubernamentales (ONG) conservacionistas, que siguen vendiendo la falsa idea de los lugares prístinos.

Así el turismo cumple con su función de ocupar el espacio que separa lo primitivo de lo moderno colocando al pueblo cara a cara, interactuando mediante una lengua franca, el inglés intercultural (McCannell, 2007).

El ocio ha impregnado la vida de las personas y las comunicaciones, a través de nuevas tecnologías, han sido el vehículo, por lo que se mezclan tiempos de ocio y de actividades laborales en diferentes momentos haciendo un "continuum", donde es difícil discernir cuando es el tiempo de cada actividad.

Al llenar el ocio todos los intersticios del antiguo tiempo libre, el hombre está sujeto a un tiempo nuevo que es el tiempo de consumo, ya sea de nuevas directrices de trabajo o de productos de ocio, cultura o información, de nueva fe o nuevas adiciones, todo está cubierto (Igarza, 2009).

Cada vez que la sociedad industrial se transforma en sociedad moderna, de manera simultánea el trabajo se convierte en objeto de curiosidad turística y el trabajo y la producción son dos importantes productos turísticos. Ejemplo: las pirámides. Si el trabajo se convierte en fetiche se transforma en el bricolaje, en diversión; una presa en espectáculo y la visita guiada a una fábrica, en atracción.

Es que la hipermodernidad ha transformado la superficie social y económica de la cultura; esta logra reconfigurar el mundo en que vivimos y la civilización que viene transformando la economía en imaginarios, lo real en virtual, la producción en representación, la marca en arte, la civilización de las élites en barbarie de las masas.

Ya no se trata del ciudadano del mundo, sino el mundo sin fronteras de los capitales y las multinacionales, el ciberespacio y el consumismo, y es donde la economía se rige por un modelo único de normas, valores y metas. Es el fin de la heterogeneidad tradicional de la esfera cultural y la universalización de la cultura comercial, conquistando la vida social, los estilos de vida y casi todas las actividades humanas.

Las características de esta nueva cultura son la "hipertrofia" de la oferta comercial, la sobreabundancia de información y de imágenes, la cascada de marcas, la infinita variedad de productos desde alimentos hasta festivales que se dan en todas partes del mundo y en donde las ciudades son los grandes escaparates.

En esta etapa, el consumidor no ha gozado jamás de tanta oferta y libertad para elegir, nunca antes había podido viajar tanto, descubrir tantos lugares culturales y degustar tantos platos exóticos.

La cultura mundo genera un espiral de diversificación de las experiencias de consumo y, a la vez, se difunden importantes elementos de desarraigo, de desterritorialización de las personas y los modos de vida, y de todas estas fuerzas van hacia la unificación global que cuando más se acercan los pueblos se incrementa la pluralización, heterogenización y subjetivación (Lipovetsky y Serroy, 2010).

Esta revolución ha hecho del turismo algo más complejo, el mundo no es el mismo, la cultura tampoco, las distancias y el espacio se han reducido, vivimos una nueva era de alienación donde el turismo es el eje de este proceso de recolonización, que inicialmente planteó Nash (1989) hace medio siglo y hoy se transformó en sus formas más no en su función.

Así, en el siglo xx se pasó del estudio del extranjero a la incorporación del mundo virtual al turismo, del servicio a los impactos, de la deslocalización a la inmigración, abarcando un mundo de

temas, ya que esto solo es posible si se lo analiza desde una perspectiva de la totalidad, dentro de otra totalidad, el sistema capitalista que lo generó y al cual se ha ido adaptando y haciéndose cada vez más imprescindible en la vida de los 194 países más dos no reconocidos que integran la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

CRISIS Y RECHAZO EN EL MUNDO DESARROLLADO

Durante más de seis décadas el turismo ha tenido un crecimiento continuo, en momentos casi geométricos, y con breves recesos en las grandes crisis; sin embargo, su desarrollo ha sido excepcional al extremo de abarcar todos los países del mundo.

En 1950, el movimiento internacional de turistas era de 25 000 000 de viajeros y para en el año 2000 se alcanzaron los 678 000 000 de turistas, ascendiendo a 950 000 000 en 2010, para en 2015 llegar a 1 186 000 000 de turistas (Nieto, Román, Bonillo y Paulova, 2016).

Según las estimaciones de la OMT (2006) se espera que para 2030 se superen los 1 800 000 000 de turistas, siendo las regiones con mayores crecimientos las del sudeste asiático con epicentro en China, que en la actualidad y desde 2017 es el mayor emisor de turistas del planeta.

Ante tal crecimiento, considerar al turismo como un servicio es analizar a este desde lo exterior, sus formas, no la complejidad interior partiendo de la totalidad en el destino, región o país.

En los años ochenta se dieron los primeros enfrentamientos en las islas del Caribe inglés con los cruceros por parte de la sociedad local, que se veía desbordada e impotente frente al arribo de turistas que prácticamente ocupaban todo el espacio público desde la costanera a las plazas o parques y los locales debían quedar en sus casas.

Este enfrentamiento pionero llevó a que las grandes empresas de cruceros

alteraran los circuitos y así se evitaba un conflicto con los pobladores locales, llevándolos incluso a rentar o comprar islas para transformarlas en un destino temático del crucero.

A mediados de 1980, con un inflado mercado inmobiliario en Nueva York, cada vez más personas empezaron a percibir la gentrificación como una amenaza para los alquileres, las viviendas y las comunidades. El Consejo de Bienes Inmuebles admitía que la gentrificación tenía diferentes significados para distintas personas, pero afirmaba que en términos sencillos, la gentrificación genera una mejora en los negocios inmobiliarios y minoristas de un barrio y, por lo general, aumenta la entrada de la inversión privada (Smith, 2012).

Este ejemplo en una ciudad icónica mundial, Nueva York, y la fecha hace más de un cuarto de siglo, nos pone en antecedentes del conflicto urbano entre la pobreza y las ansias de mayores ganancias de los inversionistas en ciertas zonas pobres y baratas de la ciudad. Este conflicto no nace con el turismo, el turismo lo provoca una vez más enfrentando a los ciudadanos con los de afuera, los inversionistas, turistas, visitantes o desarrolladores, todos quieren ganar a expensas de afectar a los que menos tienen.

Esto también se da en Latinoamérica, como son los casos de la Ciudad de México y Buenos Aires. El primero fue el “rescate” del centro histórico de la ciudad de México, que pone en valor el patrimonio arquitectónico y que fue impulsado por coaliciones creadas entre diferentes actores públicos y privados en el mercado inmobiliario, entre los que deben destacarse las estrategias de inversión selectiva de Carlos Slim y el papel clave que han jugado las instituciones públicas locales (Crossa, 2009).

El segundo ejemplo es la creación de “polos de desarrollo cultural” en barrios generalmente desfavorecidos, pero recientemente redescubiertos en los distritos del sur de la ciudad de Buenos Aires, mediante el impulso y la promul-

gación del patrimonio cultural, como el tango, se han puesto en práctica nuevas estrategias de inversión inmobiliaria (Janoschka y Sequera, 2014).

La gentrificación es un tema político que está de moda en los estudios sociourbanos. Sin embargo, existe un uso ideológico del término que impide analizarlo con profundidad: la identidad de clase que se esconde detrás de la figura del gentrificador y que oculta la desposesión urbana de las clases populares que conlleva este fenómeno. Desde el punto de vista político, la gentrificación es una de las facetas de la elitización del derecho a la ciudad, cada día más asimétrica (Garnier, 2017).

La gentrificación fue acuñada en el contexto urbano londinense (Glass, 1964) y hace referencia a procesos de renovación urbana de viejas zonas céntricas de las ciudades, producto del arribo de estratos medios y altos y el desplazamiento de sectores pobres que residen en ellos. La definición tradicional implica dos cosas: reestructuración urbana y recambio de clases sociales y considerando solo los aspectos materiales de estas transformaciones, la gentrificación implica dinámicas de extracción de renta de suelo y la distribución desigual de las ganancias obtenidas en ello.

Todo lo anterior tiende a ser conducido con mayor fuerza por agentes inmobiliarios, pero también el Estado actúa, potenciando iniciativas privadas o siendo un agente metrificador con proyectos que buscan promover la “mixtura social” en las ciudades. Pero la aplicación de este término en los estudios urbanos ha derivado en un gran debate en el último tiempo, centrado fundamentalmente en la pertinencia y adecuación de este concepto a las grandes transformaciones hoy de la ciudad (Mendoza, 2016).

Pero el tema es aplicado al turismo y la primera pregunta que salta es: ¿por qué este fenómeno se da en las ciudades más antiguas y emblemáticas? Por un lado, la gentrificación

termina en la expulsión de los más pobres de las viejas barriadas y, por el otro, la masividad que atenta contra la calidad de vida de los ciudadanos; o sea, la gentrificación turística es más amplia que la tradicional ya que afecta a más grupos sociales.

El fenómeno toma más relevancia porque afecta a las ciudades emblemáticas europeas, desde Venecia a Barcelona, de Madrid a Ámsterdam, entre las más afectadas en la actualidad, ya que además esto ha generado serios problemas en Baleares, derivado de un fenómeno paralelo: la renta de pisos y la alteración de la vida de los vecinos por turistas que tienen otras culturas y su tiempo es de ocio extremo, en detrimento de la tranquilidad de estos barrios.

Para el académico George Doxey (1975) un destino turístico atraviesa por cinco etapas (euforia, apatía, molestia, antagonismo y rendición) de irritación de la población local, experimentadas por efecto del turismo.

El estudio que presentó Doxey en 1975 da a conocer que en un principio los turistas son bien recibidos en el destino, incluso representan una novedad (euforia) y cambio positivo en la dinámica de la ciudad, hasta que comienzan a ser tan comunes que hay cierta apatía hacia ellos o indiferencia, resultando en molestia por el agobio que representan para la ciudad.

Las últimas dos etapas (antagonismo y aceptación), según él, forman parte del fenómeno turismofobia, pues es donde se empieza a experimentar un rechazo hacia las consecuencias del exceso de visitantes

La saturación turística se vuelve así un problema de todos los agentes que participan directa e indirectamente en la maquinaria turística: agentes públicos, sectores privados, turistas y residentes. Esta politización se manifiesta de diferentes maneras. En algunos contextos los residentes y otras partes interesadas discrepan con el crecimiento del turismo como tal, así como de los

impactos que tienen en sus ciudades; en otros, sus formas particulares y sus efectos son disputados o deplorados.

La presión turística se manifiesta específicamente en dos aspectos fundamentales: el aumento del turismo urbano en barrios residenciales previamente poco visitados por los turistas y los cambios en la cotidianeidad de los vecindarios.

Estos procesos se han atribuido al aumento de las plataformas colaborativas de alojamientos turísticos y el consiguiente incremento de precios de la vivienda, y ha derivado en que el aumento de la presión turística en distintos contextos internacionales ha sido directamente proporcional a la emergencia del malestar de colectivos de las poblaciones locales.

Si consideramos las previsiones de llegadas de turistas en el mundo, este fenómeno acaba de entrar en nuestra cotidianidad y se manifiesta como un gran reto y desafío para las generaciones presentes y futuras (Milano, 2017).

LAS PERSPECTIVAS DEL TURISMO EN EL SIGLO XXI

El turismo hoy se enfrenta a una serie de obstáculos que surgen de su propio éxito y de la emergencia de lo que se denomina la cuarta revolución industrial, que trae como primera consecuencia directa una reducción del empleo proporcional al incremento de las nuevas tecnologías que incluyen a la inteligencia artificial y la robótica.

Pero en contradicción con esta situación de paro masivo a mediano plazo, el turismo crece geométricamente y cada vez más los grandes aeropuertos empiezan a ser rebasados por grandes masas de turistas, por lo que su expansión es un hecho inevitable.

El gran movimiento de personas ha llevado a que el turismo pase a la parte privada y los vecinos renten sus pisos o empresarios sus edificios para los turistas, como es el caso de Baleares. La posibilidad de alquilar para uso

vacacional las viviendas unifamiliares tendrá como excepciones las casas en suelo rústico, el entorno del aeropuerto y los inmuebles de usos no residenciales ni turísticos, como los de los polígonos industriales. La decisión del gobierno municipal está en consonancia con la declaración promovida por la Federación de Asociaciones de Vecinos el pasado verano, que aprobó el pleno del Ayuntamiento (*El Periódico*, 2018).

Este problema derivado del primero –el auge del turismo masivo– introduce uno de los temas más complejos en las ciencias sociales: lo público y lo privado, cuyo origen se remonta antes del siglo XVII, donde aún quedaban rastros fuertes del medievo. La desaparición del poder de Dios sobre el hombre fue un largo camino, en el que primero debe aparecer una institución nueva, la comunidad, la cual se integraba a partir de un contrato social aceptado por los hombres, lo cual lleva a que se inaugure un “espacio público”, que será un espacio normativo y de convivencia social.

El contrato social cierra la transición de una sociedad a otra, desaparece el viejo estado de la naturaleza reemplazado por el Estado de derecho, que excluye una vez más a las mujeres de ser sujetos de pleno derecho (Murillo, 2006).

De esa época a la actualidad los cambios han sido tan profundos que medio siglo atrás, Marshall McLuhan (1967) sostenía que la ciudad ya no existe, salvo como espejismo cultural para turistas, porque la ciudad pensada desde Aristóteles a Mumford, ya no puede mantener su cohesión ni cumplir su función como ocurría anteriormente, ya que el modelo urbano tradicional no puede subsistir con el ciber-espacio (Mitchell, 2001).

La nueva ciudad que emerge con la revolución industrial se transforma radicalmente en sus funciones y potencialidades, pero aún subsiste la existencia, aunque más diluida del espacio público y el privado, al cual los

desarrolladores han pisoteado en aras de mayores beneficios.

Este espacio, que el turismo tomó como propio en detrimento de las habitantes de la ciudad, hoy está en puja y se ha llegado a situaciones extremas como es el caso de Venecia, donde se han puesto puertas que funcionan con un contador de personas y que, a cierto número, se cierran por estar saturada la capacidad de carga de ese barrio, plaza o zona de la ciudad.

Si no se entiende el turismo como un modelo de desarrollo que requiere de una acuciosa planificación y estudio de las cargas humanas, los problemas seguirán y el turismo tendrá que moverse más a los países emergentes, cuyas leyes y necesidades son inversamente proporcionales a la de los países desarrollados, donde ocurren estas contradicciones en sus ciudades monumentales e históricas.

BIBLIOGRAFÍA

- Alba Rico, S. (2009, 25 de abril). Unas putas verdades a la cara del turismo porno capitalista de las asfixiantes tanatocracia realmente existentes. *La Calle del Medio* (12). Cuba.
- Arnaiz Burne, S. y César Dachary, A. (2009). *Geopolítica, recursos naturales y turismo. Una historia del Caribe mexicano*. México: Universidad de Guadalajara.
- Bauman, Z. (2001). *La globalización. Consecuencias humanas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Berguas, J. (2004). Lo social sagrado. *Nómadas* (9).
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto*. Argentina: Siglo XXI.
- Britton, S. (1992). La economía política del turismo en el tercer mundo. En F. Jurdao Arrones (Coord.), *Los mitos del turismo* (pp. 301-337). Madrid, España: Endymion.
- César Dachary, A. y Arnaiz Burne, S. (2012, otoño). El turismo: ¿un modelo funcional al capitalismo? *Revista de Ciencias Sociales*, 4 (21), 7-26. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- César Dachary, A., Arnaiz Burne, S. y César Arnaiz, F. (2017). *Capitalismo, sociedad y turismo*. México: Universidad de Guadalajara.
- Crossa, V. (2009). Resisting the entrepreneurial city. Street vendors' struggle in Mexico city's historic center. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33 (1), 43-63.
- De Kadt, E. (1991). *Turismo, ¿pasaporte al desarrollo?* Madrid, España: Endymion.
- Doxey, G. (1975). A causation theory of visitor - resident irritants: Methodology and research inferences. Proceedings of the 6th Annual Conference of the Travel and Tourism Research Association. 1.
- El Periódico* (2018, 23 de abril). Palma prohíbe el alquiler de pisos plurifamiliares a turistas. Recuperado de <https://www.elperiodico.com/es/economia/20180423/palma-prohibe-alquiler-pisos-plurifamiliares-turistas-6778443>
- Figueroa, M. (1990). *Teoría económica del turismo*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Garnier, J. P. (2017). "Gentrificación": un concepto inadecuado para una temática ambigua. Periferies Urbanes-Grup de Treball de l'Institut Català d'Antropologia. <http://periferiesurbanes.org>
- Glass, R. (1964). *Aspects of change*. Londres, Inglaterra: Centre for Urban Studies.
- Gregory, D. (1994). *Geographical imaginations*. Cambridge, Estados Unidos: Blackwell.
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Janoschka, M. y Sequera, J. (2014). Procesos de gentrificación en América Latina, una perspectiva comparativista. En J. J. Michelini (Ed.), *Desafíos metropolitanos. Un diálogo entre Europa y América Latina* (pp. 82-104). Madrid, España: Catarata.
- Jiménez, L. F. (1990). *Teoría turística. Un enfoque integral del hecho social*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Jurdao Arrones, F. (1990). *España en venta*. Madrid, España: Endymion.
- Keppendorf, J. (1973). Notion de base du marketing touristique. 23 AIEST Conference: Tourism and Marketing. Villach, Alemania.
- Knebel, H. J. (1974). *Sociología del turismo. Cambios estructurales en el turismo moderno*. Barcelona, España: Editorial Hispano Europea.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2010). *La cultura mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona, España: Anagrama.
- MacCannell, D. (1999). *El Turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. España: Melusina.
- MacCannell, D. (2007). *Lugares de encuentros vacíos*. España: Melusina.
- Mendoza Rojo, F. (2016). La gentrificación en los estudios urbanos: una exploración sobre la producción académica en las ciudades. *Cadernos Metropole*, 18 (37), 697-719.
- Milano, C. (2017). *Overtourism y turismo-fobia: tendencias globales y contextos locales*. Barcelona, España: Ostelea School of Tourism & Hospitality.
- Mitchell, W. J. (2001) *E-Topía. Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Murillo, S. (2006). *El mito de la vida privada. De la entrega al tiempo propio*. Madrid, España: Siglo XXI.
- Nash, D. (1989) El turismo considerado como una forma de Imperialismo. *Anfitriones e invitados*. España: Endymion.
- Nieto, J. L., Román, I. M., Bonillo, D. y Paulova, N. (2016). El turismo a nivel mundial. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2 (1), 129-144. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/311425846_EL_TURISMO_A_NIVEL_MUNDIAL_WORLDWIDE_TOURISM
- Organización Mundial del Turismo-OMT. (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid, España: Autor. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>

- Rodríguez, A. B. (2006). Turismo e territorialidades plurais: lógicas excludentes ou solidariedade organizacional. En A. I. Geraiges de Lemos, M. Arroyo, y M. L. Silveira (Orgs.), *América Latina: cidade, campo e turismo*. Sao Paulo, Brasil: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Salazar, N. B. (2006, julio/diciembre). Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generado por el turismo. *Tabula Rasa* (5), 99-128. Bogotá, Colombia.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Smith, N. (2012). *La nueva frontera urbana. Ciudad revanchista y gentrificación*. Madrid, España: Traficante de Sueños.
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Virilo, P. (1995). *La velocidad de liberación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Manantial.