

TEORÍAS Y METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN SOBRE TURISMO

EDNA ESPERANZA ROZO BELLÓN

Doctora en Estudios Sociales por la Universidad Externado de Colombia
Universidad Externado de Colombia
Colombia
[edna.rozo@uexternado.edu.co]



PARADIGMAS DEL TURISMO: DESDE EL GRAND TOUR HASTA EL TURISMO POSMODERNO O CONTEMPORÁNEO¹

¹ Este artículo es parte de la tesis doctoral que presentó la autora en el Doctorado en Estudios Sociales de la Universidad Externado de Colombia: *Lugares turísticos contemporáneos: corporalidad, imaginarios y prácticas sociales en la zona de interés turístico de Usaquén, Bogotá*. Marzo de 2019.

Para citar el artículo: Rozo, E. (2024). Paradigmas del turismo: desde el *Grand Tour* hasta el turismo posmoderno o contemporáneo. *Turismo y Sociedad*, xxxiv, 281-308. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n34.11>

Fecha de recepción: 3 de mayo de 2023
Fecha de modificación: 18 de mayo de 2023
Fecha de aceptación: 5 de septiembre de 2023

PARADIGMS OF TOURISM: FROM GRAND TOUR TO POSTMODERN OR CONTEMPORARY TOURISM

Resumen

En este artículo de reflexión se proponen cuatro paradigmas relacionados con las formas de valoración de los lugares turísticos desde el surgimiento del turismo como fenómeno social de la modernidad hasta el presente, el cual ha generado transformaciones, dinámicas e impactos en los territorios en los que se ha desarrollado esta actividad. El primero se relaciona con el *Grand Tour*, práctica social surgida en Occidente, particularmente en Europa; el segundo dio paso al llamado turismo moderno, masivo o fordista, que se difundió a nivel mundial; el tercero tiene que ver con la aparición del turismo alternativo como respuesta a los debates sobre desarrollo, las demandas de los movimientos sociales y el advenimiento de nuevas formas de gobernanza y planeación participativa de abajo hacia arriba; y el último se refiere a sus expresiones contemporáneas o posmodernas. Si bien se plantean unos hitos en el surgimiento de estos paradigmas, en la actualidad, en diversas zonas del planeta se presentan de manera simultánea y generan múltiples lógicas, prácticas sociales, experiencias y contenidos materiales, simbólicos y estéticos de los lugares con vocación turística.

Palabras clave: paradigmas, *Grand Tour*, turismo moderno o fordista, turismo alternativo, turismo posmoderno o contemporáneo.

Abstract

In this article of reflection four paradigms are proposed related to the forms of valuation of tourist places since their emergence

as a social phenomenon of modernity, through their various forms of appropriation of the territories in which it has developed: The first is related to the Grand Tour, a social practice that arose in the West; the second, gives rise to the so-called modern, massive or Fordist tourism; the third, is the emergence of alternative tourism, in response to environmental debates, to forms of participatory planning and from a local perspective; and the last, refers to contemporary or postmodern expressions. Although there are some milestones in the emergence of these paradigms, nowadays in different areas of the planet they are presented simultaneously, generating multiple logics and social, material, symbolic and aesthetic contents of places with tourist vocation.

Keywords: paradigms, *Grand Tour*, modern or fordist tourism, alternative tourism, post-modernism or contemporary tourism

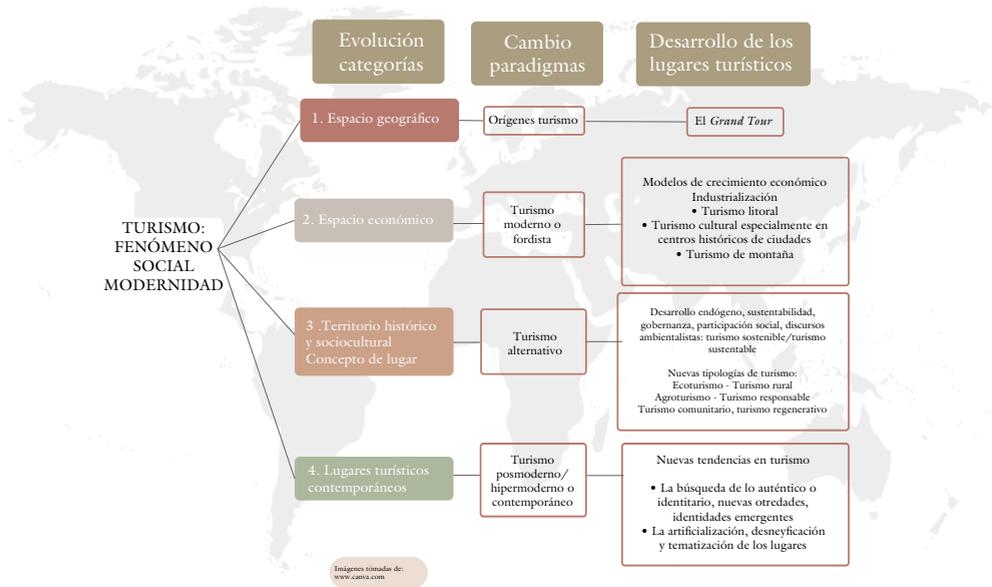
1. Introducción

En este artículo se asume el turismo como fenómeno social de la llamada modernidad de Occidente (Barreto, 2011; Greg, 2017; MacCannell, 2003; Rozo, 2012), enfoque a partir del cual se han presentado en este periodo diversos cambios en los territorios donde se ha desarrollado. El objetivo de este trabajo es reflexionar sobre cómo el turismo ha puesto en valor los lugares, apropiando y transformando sus contenidos materiales y simbólicos a partir de las prácticas sociales y experiencias de los sujetos que interactúan en estos encuentros: turistas, habitantes, operadores turísticos. Para ello se proponen cuatro paradigmas o enfoques explicativos que dan cuenta de formas particulares de apropiación y desarrollo turístico en algunos lugares del mundo, todo lo cual permite identificar ciertas características que se diferencian claramente entre unas y otras.

Para el análisis de los paradigmas que han impactado los lugares turísticos, se presentan algunos enfoques teóricos que se ilustran con ejemplos de destinos en Europa y América Latina y que dan cuenta de las profundas transformaciones en un relativo corto tiempo. Estos cambios han sido producto de procesos influenciados por diversas teorías y enfoques en las ciencias sociales y económicas, los cuales se han reflejado en las maneras como se ha abordado la categoría de espacio propuesta por la geografía, hasta llegar a nuevas aproximaciones, como la categoría de lugar propuesta por la geografía humanística (Tuan, 2005; 2007).

El abordaje teórico se propone a partir de cruces interdisciplinarios y diversos ejes problemáticos de reflexión, por lo tanto, no pretende proponer modelos explicativos del fenómeno abordado desde categorías y enfoques disciplinares cerrados, por el contrario, busca, ante todo, dejar elementos de análisis y aportar a la comprensión de los lugares turísticos, especialmente en América Latina, a partir del planteamiento de algunos dilemas éticos derivados de estos cambios. En la actualidad, la toma de decisiones de diversos actores debe prever efectos plausibles o deseables para los actores y los nuevos sujetos sociales de derechos (la cultura, la naturaleza, las poblaciones vulnerables, la población LGTBIQ+) en un escenario en el que nos vemos enfrentados a la incertidumbre, al cambio y a efectos no previstos o controlables para el planeta y quienes lo habitamos.

Figura 1. Paradigmas del turismo



Nota. Rozo (2023).

Se presentan a continuación los cuatro paradigmas y su impacto en la puesta en valor de los diversos lugares turísticos, los cuales se describirán a lo largo del texto, para finalizar con algunas reflexiones.

2. Paradigmas

2.1 Los viajeros del Grand Tour

Este momento secular es contemporáneo... de una arquitectura que es la imagen misma del refinamiento y la gracia, de un urbanismo de inspiración estética, de jardines que parecen cuadros con terrazas, esculturas, saldos de agua, fuentes, vastas perspectivas, destinados a encantar y maravillar la mirada.

(Lipovetsky & Serroy, 2015)

Si bien los viajes han sido connaturales con la historia de los grupos sociales, los primeros antecedentes del turismo como fenómeno social de la modernidad aparecieron hacia inicios del siglo XVII, a partir de los desplazamientos de los jóvenes aristócratas ingleses y europeos, quienes, guiados por un tutor, se iban de casa durante largo tiempo, entre 1 y 3 años, para descubrir las expresiones culturales y artísticas clásicas de Occidente. El viaje jugaba un papel importante como rito de iniciación o de paso hacia la edad adulta de estos jóvenes viajeros y su proceso de formación y reafirmación de su identidad (Grabowski

et al., 2017). El sentido de la vista iba a jugar un papel central en el descubrimiento de los nuevos lugares: la Italia mítica, asociada a los bellos paisajes que disfrutaban mientras viajaban entre una ciudad y otra, combinando los sitios sacros con los profanos: “Entre lo que debe ser visto, el siglo XVI situó a Italia en el primer lugar, debido, sobre todo, a sus monumentos romanos. Esta primacía de Italia perdurará durante más de tres siglos” (Boyer, 2002, p. 17). Algunos itinerarios iniciaban en Londres, conectando con París, Milán, Pisa, Florencia y Roma hasta llegar a la costa Amalfitana. El regreso podía ser por Venecia, Viena, Múnich, Berlín, Praga y Ámsterdam, para finalmente volver al Imperio británico.

Los primeros viajes estuvieron motivados por el intercambio diplomático, los negocios, los propósitos educativos —como la obtención de un título universitario—, el entrenamiento en algunas actividades específicas —como la equitación, la danza, la esgrima— o la práctica de conversaciones “civilizadas” (Verhoeven, 2010). Según Jiménez (1986), se dieron dos tipos de viajes: aquellos de formación, como se les conoció inicialmente, que tuvieron su máxima expresión entre los años 1763 y 1793, periodo en el cual se referencia el mayor número de recorridos; y los viajes de información, que aparecieron con mayor fuerza entre los años 1793 y 1841, aproximadamente.

El trayecto requería de bastante planificación por parte de la familia y de los tutores que acompañaban a los jóvenes viajeros. Los móviles no eran solo educativos, sino que incluían las diversas culturas y sus expresiones arquitectónicas, civiles y religiosas, independientemente de la inscripción de los viajeros en los dogmas calvinistas, luteranos, anglicanos o católicos de la época (Green, 2014). No se viajaba por descubrir propiamente al otro, sino como “objeto” curioso que deleita la experiencia del viajero ocasional, un deseo de conocer las formas de vida de los locales y algunas de sus expresiones gastronómicas, por ejemplo, que van configurando el viaje ligado al placer. Aparecieron a finales del siglo XVII las primeras guías turísticas, que recogían apuntes de los diarios de los viajeros y demarcaban lo deseable para ver.

Estos viajes denotaban distinción social y un naciente acceso a un conocimiento vedado para quienes permanecían en el lugar habitual de residencia. Esto fortalecía en la aristocracia inglesa y en las emergentes clases burguesas francesa, alemana y holandesa, entre otras, un elemento diferenciador, de control y acceso al poder político y económico para aquellos viajeros en sus territorios una vez regresaran del viaje, por ese motivo, el desplazamiento era especialmente realizado por los hombres, dado que les iba a otorgar un valor de jerarquización y diferenciación social.

Estas primeras formas de desplazamiento asociado a motivaciones culturales y de ocio empezaron a perfilar algunos rasgos característicos de lo que más adelante se conocería como el turismo moderno propiamente dicho: el ir y volver al mismo lugar de origen; las motivaciones relacionadas con la segmentación entre tiempo de trabajo y tiempo libre o de descanso; el paisaje como motivador del desplazamiento, el cual se disfruta como unidad total e integradora de los lugares que se visitan y por medio del cual se arman los itinerarios; la combinación selectiva de aquello que es digno de verse, asociado a cierto tipo de estética, que invisibiliza lo sucio, los problemas sociales de los lugares, todo aquello no deseable de admirar: “El paisaje es aquí concebido como el aspecto visible y perceptible del espacio” (Nogué i Font, 1989, p. 36).

El turismo se empezó a configurar como un impulsor de cierto tipo de estética ligada al placer de admirar los paisajes en su estado más puro posible o de sumergirse de manera placentera en las expresiones culturales, especialmente dispuestas en los centros urbanos de la época. La experiencia turística en los diversos lugares era más de carácter contemplativo, y en ella los sujetos solo disfrutaban de aquello digno de admirar. Las rutas y los itinerarios demarcaron una particular forma de percibir lo que se visitaba en la medida en que visibilizaban y conectaban elementos materiales vinculados a esa condición estética de “lo bello”, y que escindía de manera cartesiana el mundo, como clara expresión de la modernidad, separando naturaleza de cultura: lo prístino versus lo elaborado por el ser humano, las obras de arte, las esculturas, la pintura, etc. Se comenzó a configurar un viaje de disfrute y relajación, un viaje hacia aquellas expresiones del Renacimiento que incorporan elementos clásicos de las culturas griega y romana, ese querer regresar al pasado. También se empezó a visitar y disfrutar la campiña europea.

Boyer (2002) describe cómo estos viajes tenían elementos distintivos que fueron el germen para el llamado turismo moderno: la búsqueda de la distinción, los motivos relacionados con el placer y el ocio, y el surgimiento de los lugares demarcados para la experiencia, asociados a liberarse de las obligaciones rutinarias. Estas tendencias las recogió posteriormente Cohen (2005), y Hiernaux-Nicolas et al. (2002) las ampliaron y profundizaron para explicar la forma como los lugares turísticos se expresan hoy en día.

2.2 Los tiempos modernos del turismo

*Por ello, las visitas turísticas internacionales modernas
poseen su propia estructura moral,
sentido colectivo
según el cual existen ciertas vistas que uno está obligado a ver.*

(MacCannell, 2003, p. 58)

Con la aparición de la locomotora de vapor en 1804 y la construcción de la primera vía de pasajeros entre Liverpool y Manchester en 1830, se empezaron a dar las condiciones para el desplazamiento masivo de personas. Esto lo aprovechó un visionario empresario inglés, Thomas Cook, quien organizó por primera vez un paquete turístico para trasladar a un grupo de más de 500 personas de una asociación de antialcohólicos de Leicester a Loughborough, en Inglaterra (Boyer, 2002), hecho que se convirtió en el hito histórico que dio origen al nacimiento del turismo moderno. Urry y Larsen (2011) consideran que el nacimiento del turismo en la modernidad en Occidente se dio hacia 1840 a causa de varios sucesos: los significados y deseos colectivos del viaje; la reproducción técnica de la fotografía; el primer paquete organizado por Thomas Cook en 1841; y el primer *railway* hotel en York, entre otros.

En poco tiempo, las vías de los ferrocarriles y las estaciones de trenes en Europa se volvieron elementos naturalizados en el paisaje y se transformaron en un elemento simbólico potente, relacionado con los procesos de industrialización (Von Buch, 2007). En las imágenes bucólicas asociadas al viaje no pueden faltar estos artefactos que, a su vez, tienen la doble funcionalidad de conectores, pero también de lugares de encuentros, de llegadas

y partidas de los viajeros; algunos de ellos se han mitificado y recreado magistralmente en el cine y la literatura, y comenzaron a configurar, junto con otros marcadores, el aura de los sitios vinculados a los lugares turísticos.

Estos antecedentes dan cuenta del surgimiento de un fenómeno de grandes dimensiones vinculado a factores sociales, económicos y políticos de consolidación del sistema capitalista que determinaron el significativo crecimiento del turismo: el acceso a derechos civiles y laborales producto de las demandas de los trabajadores alemanes a finales del siglo XIX dieron como resultado las primeras leyes de reconocimiento y seguridad social, tales como el acceso a seguros de vejez, de enfermedad y de accidentes de trabajo; la huelga celebrada en Estados Unidos el primero de mayo de 1886 para demandar, por parte de los trabajadores, una reducción de la jornada laboral, de manera que pasara de 14 o 15 horas a 8, evento que originó la celebración internacional del Día Mundial del Trabajo; el reconocimiento de las vacaciones pagadas, que surgió en 1936 en Francia y dio pie para que diversos países de Occidente otorgaran este derecho fundamental en la década de los treinta, entre otros (Pastoriza, 2008). Estos hechos generaron una ampliación del acceso a los viajes y al turismo para la naciente clase media trabajadora: “Recién a principios del siglo XX el turismo como evento de organización de viajes de placer comenzará a transformarse en un evento masivo y popular” (Korstanje, 2007).

Es de anotar que estas demandas fueron reconocidas de manera simultánea con los procesos productivos que se venían consolidando, asociados a nuevas formas corporativas y de gestión. A inicios del siglo XX se empezaron a proponer modelos de administración como el taylorista (Taylor, 1911) y el fordista (Gramsci, 1999), que promueven la especialización funcional de la mano de obra con definición y control riguroso de tiempos y movimientos, y que tuvieron un mayor impulso en el periodo de la posguerra.

El objetivo de la jornada de cinco dólares y ocho horas era asegurar la sumisión del trabajador a la disciplina requerida para trabajar en el sistema de la línea de montaje. Al mismo tiempo quería suministrar a los trabajadores el ingreso y el tiempo libre suficientes para consumir los productos masivos que las corporaciones lanzarían al mercado en cantidades cada vez mayores. (Harvey, 2008, p. 148)

Fue así como empezaron a volverse emblemáticos algunos sitios frecuentados en el tiempo libre por los trabajadores. Un antecedente importante de los primeros lugares turísticos propiamente dichos apareció a inicios del siglo XVIII en Bath, Inglaterra: la principal motivación era el disfrute de sus aguas medicinales, con lo que se promovió, además, el deseo posterior de desplazarse a zonas de litoral y se dio origen a Brighton y otras localidades asociadas a la orilla del mar (Boyer, 2002). Si bien hasta finales del siglo XIX se visitaban preferentemente las zonas de litoral caracterizadas por las aguas frías, luego, y desde inicios del siglo XX, los grandes centros balnearios vinculados a la visita en la estación de verano se consolidaron como los lugares de mayor atracción, emularon sitios como Lancashire y Blackpool en Alemania, que desde 1870 eran frecuentados por los trabajadores alemanes y se constituyeron en la “cuna de la primera sociedad de consumo de la clase obrera del mundo” (Pastoriza, 2008).

Posterior a la Primera Guerra Mundial, estas zonas de litoral emulaban las prácticas sociales asociadas a la recuperación de la fuerza laboral y se convirtieron en los destinos de ensoñación preferidos por grandes masas de población. Es de anotar que no fueron los únicos sitios de descanso, dado que aquellos destinos de alta montaña y la campiña se frecuentaban desde finales del siglo XIX, pero casi que de manera exclusiva por las clases altas.

Se aprovechaba un periodo corto, una o dos semanas al año, lo cual dio origen a la llamada estacionalidad vinculada al sol, a la playa y al mar como los principales valores de los lugares visitados. Hiernaux-Nicolas (1994) describe cómo el turismo masivo está inspirado en la búsqueda del edén perdido. Por lo tanto, las clases sociales trabajadoras, que buscaban emular a las clases elitistas, deseaban visitar principalmente estas zonas. Un trabajador más bien pasivo, cuya motivación era el descanso para recuperar fuerzas que le permitiesen volver a las grandes fábricas, determinó las diversas formas en las que los lugares se fueron adecuando y transformando para la experiencia turística.

El periodo de la posguerra fue determinante para el desarrollo de los medios masivos de transporte (como el avión y el automóvil), la mayor renta de las familias, el incremento del tiempo libre, el desarrollo de los medios de comunicación, la mejora de las condiciones de conectividad, así como el incremento del intercambio económico mundial, todo lo cual facilitó el acceso a los viajes de descanso para un mayor número de población.

MacCannell (2003), en su gran obra *El turista*, analiza el turismo como uno de los modelos más importantes para explicar la modernidad en Occidente: “Todos somos turistas”, metáfora que utiliza para explicar las estructuras sociales por medio del análisis del sistema de atracciones turísticas de aquellos lugares que se adecúan para la mirada del visitante. Estas estructuras se manifiestan en rutas e itinerarios que se conectan a través de las vistas y los marcadores del lugar, así construyen un profundo contenido simbólico de lo social. Su tesis central es que la sociedad moderna está relacionada con el ocio moderno, en el cual se expresan valores significativos de aquella: “El turismo internacional de masas moderno produce en la mente del turista una yuxtaposición de imágenes provenientes de culturas separadas por la historia y así acelera la diferenciación y modernización de la conciencia de la clase media” (MacCannell, 2003, p. 37). Basándose en Goffman (1993), analiza cómo, por medio de dicho sistema, el individuo aprehende la sociedad en un juego de conexiones e interrelaciones y brinda claves para el entendimiento de la transformación de los grupos sociales y sus valores más profundos.

Harvey (2008) afirma que las diversas maneras en las que se organiza el espacio son determinantes en la comprensión de las formas como los grupos sociales se apropian el mundo: “Los ordenamientos simbólicos del espacio y el tiempo conforman un marco para la experiencia por el cual aprendemos quiénes y qué somos en la sociedad” (p. 239). Harvey coincide con Tuan (2005) en reconocer el derecho a la recreación, al descanso y a los viajes como un cambio sorprendente en la trayectoria vital del ser humano, que empieza en casa para salir al mundo, al cosmos, y que se inicia con el acceso al viaje por parte de la clase alta: “La élite puede gozar del mundo y de la casa; pueden ser cosmopolitas y, sin embargo, regresar al hogar para satisfacer su necesidad de reconstituirse y renovarse. Se trata de la clase privilegiada” (p. 3).

De otra parte, Urry y Larsen (2011) definen el turismo como un fenómeno significativo para develar las prácticas sociales a partir de la “mirada turística”, la cual se transforma con los procesos sociales e históricos. Los autores retoman a MacCannell, quien describe cómo el turismo surgió en la modernidad como una esfera separada de la vida del trabajo y cómo se repite de forma regular entre el tiempo de trabajo y el tiempo libre, de manera que ser turista es una de las más importantes características del ser moderno. Este se organiza a partir de la anticipación, del viajar despierto, de la fantasía y la búsqueda del placer, lo cual permite la selección de lugares particulares en los que se conjugan todos los sentidos, pero principalmente el de la vista, para romper con todo aquello que se considere ordinario y ligado a la vida cotidiana. La mirada, según los autores, se construye en el turismo moderno por medio de una colección de signos que se globalizan, por ello los lugares del placer se constituyen, en función de ella, como símbolos de producción del poder.

Desde esta perspectiva, los nuevos lugares del turismo que surgieron a partir de los años cincuenta del pasado siglo respondían a la lógica del proceso de industrialización acelerada que se consolidó en la época de la posguerra en Europa. Este fue un modelo que los países de América Latina emularon para alcanzar el ideal del crecimiento económico en el contexto del sistema capitalista.

En algunas regiones del continente americano, las zonas de litoral han sufrido dos tipos de procesos: el primero y más común, de crecimiento espontáneo, derivado de la llegada masiva de personas, tal y como ha sucedido en varios países del Caribe; el segundo, como producto de la planificación normativa o de la ingeniería social holística (De Mattos, 2004) liderada por los estados nacionales como estrategia de crecimiento y control económico territorial, en la que el turismo es considerado un instrumento de articulación de “regiones problema” a las dinámicas de crecimiento macroeconómico nacional (p. ej.: México y República Dominicana). Los lugares se conciben como contenedores, como espacio vacío, y se les impone un proceso de ordenamiento físico espacial liderado normalmente por equipos técnicos contratados por el Estado central, modelo por medio del cual se atrae capital privado internacional previo desarrollo, por parte del Estado, de las infraestructuras de conectividad —como vías, aeropuertos, puestos de salud, entre otros—, de tal manera que se garanticen las condiciones para que los inversionistas privados encuentren las condiciones favorables para su llegada. Este modelo recoge los principios del modelo fordista y los aplica a los territorios con vocación turística:

De una manera general se puede decir que el americanismo y el fordismo derivan de la necesidad inmanente de llegar a la organización de una economía planificada y que los distintos problemas examinados deberían ser los eslabones de la cadena que señala precisamente el paso del viejo individualismo económico a la economía planificada. (Gramsci, 1999)

Estos procesos, que fueron concebidos desde enfoques de ordenamiento territorial turístico, recogen de manera fidedigna la lógica del modelo económico fordista y de impulso a economías de gran escala, en el que la unidad básica de rentabilidad del suelo es el número de camas o habitaciones, con alta concentración geográfica de las unidades productivas centradas en el desarrollo hotelero o de alojamientos, más que turístico propiamente dicho. Prevalece aquí la uniformización o estandarización de dichas estructuras (Osorio-García, 2006), de tal manera que se logre mayor rentabilidad en el menor tiempo posible.

Como resultado de estos procesos, se genera una alta densificación y concentración de estructuras hoteleras sin considerar otros componentes territoriales, sociales, históricos o ambientales, todo lo cual termina por consumir completamente los paisajes naturales y transformar de manera abrupta procesos y prácticas socioculturales de las poblaciones allí asentadas. Estos fenómenos también se pueden evidenciar en centros históricos, en donde la lógica hotelera y gastronómica acaba por transformar abruptamente los usos tradicionales del suelo, que pasa con rapidez del residencial al comercial y trae con ello cambios profundos en las prácticas sociales de sus habitantes, lo cual produce, además, en algunos casos, procesos de gentrificación.

El modelo de control de tiempos y movimientos fue replicado en el turismo, en el que en el paquete se concretan y delimitan las actividades y los itinerarios que van a marcar las prácticas turísticas, destacando aquello que se puede ver y que se va consagrando como objeto de atracción en el lugar turístico visitado, así como aquellas partículas del lugar que no pueden estar a la vista del turista, de manera que se constituye en un juego de visibilización e invisibilización. De este modo, el operador del viaje termina por controlar el tiempo libre y los deseos de los turistas, o bien estos últimos, previa influencia de los imaginarios que fluyen por diversos medios sobre el lugar, terminan construyendo una mirada performativa producto de la representación idealizada del lugar.

Uno de los modelos que más se han aplicado en este periodo es el de polos de crecimiento, de François Perroux:

En el marco de los esfuerzos por incorporar la dimensión espacial a los planes de desarrollo que fueron elaborados principalmente en la época de la Alianza para el Progreso, los planificadores regionales comenzaron a preconizar la necesidad de regionalizar los territorios nacionales. (De Mattos, 1984, p. 9)

Eso lo hicieron por medio del mencionado enfoque, el cual tenía como objetivo la implantación de una industria motriz en una región dada, de tal manera que se lograsen encadenamientos productivos de bienes y servicios y un aumento acelerado de flujos de ingresos, todo lo cual conllevará un incremento de los réditos y la diferenciación regional, vía especialización, de las diversas zonas de un país para lograr impactos económicos acelerados en un área geográfica específica.

Los estados vieron en el turismo un instrumento útil para implementar dicho modelo de articulación de regiones pobres al crecimiento nacional. Las políticas legitimaron entonces el discurso de la “actividad turística como industria”, los “polos de desarrollo turístico”, las “zonas francas turísticas” y otros instrumentos y enfoques que reflejaban fielmente la lógica del ordenamiento físico espacial de las dinámicas económicas. Algunos de los instrumentos de política pública que ilustran esta etapa son el Plan Quinquenal para el Equipamiento Turístico Francés 1948-1952; el Plan Nacional de Turismo Español de 1952; los Centros Turísticos Integralmente Planificados en México, de 1973 a hoy (Osorio-García, 2006). En Colombia, entre 1971 y 1974, la Corporación Nacional de Turismo formuló el plan denominado Destucosta, planteado como un modelo similar al mexicano, basado en el desarrollo turístico de litoral, en las zonas de Pozos Colorados y Barú, pero que finalmente no se llevó a cabo.

Un ejemplo de esta etapa es Benidorm, en España, ícono del turismo moderno europeo que surgió como resultado de las políticas turísticas impulsadas por Franco en los años cincuenta. El posicionamiento de este lugar fue motivado por el apoyo económico que recibió el país a finales de esa década e inicios de los sesenta por parte del Gobierno de los Estados Unidos, que le desembolsó un préstamo para promover el desarrollo turístico (Espinosa-Seguí, 2013). A ello se sumó un cambio cultural muy importante en las prácticas turísticas en las zonas de litoral, pues se le permitió a la mujer el uso del vestido de baño, el cual fue autorizado por el alcalde de Benidorm en 1952. Este vestuario permitió la exhibición del cuerpo y el bronceado de la mujer con mayor amplitud y comodidad.

Sol y playa atrajeron el turismo europeo hasta Benidorm hace sesenta años y trajeron consigo las costumbres y libertades de otros países. Las mujeres y jóvenes del norte de Europa querían lucir ombligo y mostraban sus cuerpos en las playas con la última prenda de moda: el bikini. Creado por el diseñador francés Louis Reard en 1946, el bikini llegó a Benidorm casi de forma instantánea de la mano de los veraneantes extranjeros en los 50. (García, 2012)

Como resultado de ese periodo, entre 1960 y 1970 se abrieron en Benidorm más de 50 hoteles, cuya arquitectura se caracterizaba por la aplicación de un modelo fordista de alojamiento, con alta edificabilidad, masificado, estandarizado y densificado, que más que preocuparse por la calidad, se centraba en lograr una mayor capacidad de recepción de turistas por metro cuadrado, con lo cual consumía completamente el paisaje natural. Desde el año 2000, Benidorm ha venido diversificando su oferta a partir de la apertura de parques temáticos como Terra Mítica, la renovación de la oferta hotelera que se había iniciado antes por una de mayor calidad, así como el desarrollo de proyectos de segunda vivienda de lujo, lo cual ha generado un proceso de apropiación de áreas suburbanas y una estrategia de cualificación a partir de propuestas de arte y amoblamiento en zonas de uso público. Esta tendencia hacia el alargamiento del ciclo de vida de los destinos maduros se ha replicado en muchos lugares del mundo por medio de estas estrategias de renovación urbana y creación de hitos globales tematizados que faciliten su nueva puesta en valor.

En América Latina es de destacar el caso mexicano como resultado del modelo de polos de crecimiento aplicado a la actividad turística. En este país se promovió la creación de cinco “Centros Turísticos Integralmente Planificados” (Cancún, Hixtapa Ziguatanejo, Loreto, Los Cabos y Huatulco) como un instrumento de la política pública formulada por parte del Fondo Nacional de Turismo (Fonatur) entre los años 1974 y 1984, y que aún hoy se sigue desarrollando en las llamadas zonas de “reserva territorial” (Dávila, 2014). Tal vez el ícono más reconocido de este paquete de enclaves turísticos lo constituye Cancún, dado su alto reconocimiento internacional. Según el autor, estos proyectos fueron formulados a partir de un estudio que adelantaba el Banco de México en el que se identificaron las áreas prioritarias que se debían desarrollar teniendo en cuenta los siguientes criterios: “La necesidad de disponer de terrenos adecuados para incorporar usos turísticos y urbanos; una adecuada conexión por tierra y aire; lugares de belleza singular; regiones escasamente pobladas y carecer de opciones de desarrollo” (p. 3).

Cancún grafica muy bien el resultado de las políticas de ordenamiento físico-espacial-turístico y de economía planificada central que priorizan, en lo fundamental, una noción de espacio contenedor de dinámicas económicas derivada del modelo de polos de crecimiento,

en el que se establecen una zonificación y unos usos especializados y se le da prioridad al desarrollo hotelero a gran escala: “El hotel como pieza única y de dimensiones importantes aparece generalmente en primera línea de mar, en terrenos planos y ordenación lineal” (Dávila, 2014, p. 17), sumado a otras cinco piezas claves que identifica el autor y que son comunes a todos los modelos: nuevos asentamientos, campos de golf, marinas, viviendas turísticas y centros comerciales. Estos elementos dan cuenta de una lógica ligada a elementos materiales del lugar que valoricen mucho más rápido, en términos de inversión, la rentabilidad del suelo. Se invisibilizan, por lo tanto, los componentes ambientales o socio-culturales tradicionales, que solo aparecen subsumidos en las formas de representación, con elementos asociados a una reverdización artificial higienizada frente a los elementos naturales originales de la zona.

En el caso que nos ocupa, con el proyecto se creó un centro poblado que apoyase la dotación de mano de obra y algunos servicios para la zona. Luego se dio la diversificación del territorio a partir de parques temáticos como Xcaret, que hoy en día se ha convertido en el desarrollador más importante de la zona con la propuesta de “Experiencias Xcaret”, en la que se incluyen seis parques: Xenses, Xelha, Xplor, Xichen, Xochimilco y Xenotes, todos los cuales resignifican valores naturales y culturales asociados a la identidad nacionalista mexicana, puesto que escenifican fragmentos de la historia nacional o de la cultura popular, como la recreación de un cementerio tradicional, así como el patrimonio intangible montado como espectáculo, relacionado con las danzas, la música y los valores religiosos, entre otros. Se construyeron también centros comerciales, como el “Shopping Plaza Isla”, que emula los canales de Venecia, o un restaurante denominado Puerto Madero. Estos ejemplos ilustran un fenómeno ligado a los destinos turísticos contemporáneos: la relocalización de hitos globales, así se crea un fenómeno de agregación de imaginarios transpuestos en un solo lugar, pero sin conexión directa con los sitios de origen ni con aquellos que se emulan, reconstruyen y resignifican; solo son parte de flujos de información asociados a una fácil representación simbólica para los turistas que los visitan, pero pierden su sentido de lugar en la medida en que se deslocalizan. Echeverría describe cómo este tipo de proyectos obedece a modelos de disneyzación patrimonial recreada, impulsados por una cultura corporativa y de experiencia emocional (Khafash, 2015).

Si bien Cancún es de relativa reciente aparición, ya ha sufrido un proceso de “renovación” a partir del derribo de seis hoteles en los últimos años (Chan, 2016), pero ha implementado algunos instrumentos de gestión para promover buenas prácticas de sostenibilidad en sus playas. Sin embargo, y si bien se podría decir que ha sabido llevar su proceso de madurez y rejuvenecimiento, algunas críticas se han formulado no solo a este hito turístico, sino a los centros integrales, en general, en la medida en que son el resultado de un objetivo enfocado en la generación de riqueza a nivel macroeconómico, pero no en una verdadera diversificación y apoyo al desarrollo regional desde abajo o en la reducción de la pobreza. Además, en la etapa de su creación generó impactos ambientales importantes, puesto que se destruyeron ecosistemas de mangle, hecho que transformó significativamente un cuerpo lacustre. También se ha priorizado la playa como lugar de las prácticas sociales de los visitantes, lo cual va en detrimento de los espacios de encuentro de los locales.

En síntesis, el turismo moderno asociado al litoral se cimenta en un enfoque de intervención territorial turística gestionada por una “cadena de valor estrecha y especializada” (Greg,

2017), promovida desde el Estado Central como estrategia de exportación de divisas, con énfasis en megaproyectos hoteleros —normalmente desarrollados por operadores y empresas multinacionales— con unidad de renta por habitación o cama. Algunos de esos proyectos han derivado en modelos denominados de “enclave turístico” y han generado un proceso de “turistificación” (De la Calle, 2019), de manera que se asimilan a industria/industrialización. En algunos casos se han producido desequilibrios territoriales estructurales, segregación socioespacial, también monoeconomías extractivas y de expulsión de los habitantes que tradicionalmente ocupaban estos lugares, esto debido a un crecimiento espacial dependiente del crecimiento económico de la actividad. Este modelo se ha replicado en los centros urbanos que desarrollan dinámicas turísticas superpuestas a procesos de globalización financiera y de servicios, así como en los centros históricos y culturales de las ciudades, donde esta actividad surgió como un instrumento de valorización del modelo neoliberal de competencia global.

De manera simultánea, y con la aparición de estos modelos, surgió en la literatura académica un nuevo campo de investigación de estos procesos: la geografía del turismo, que ha producido algunas teorías explicativas de estas lógicas, entre las que se destacan las siguientes: el modelo evolutivo de Miossec, en 1977; el ciclo de vida de una destinación turística, de Butler, en 1980; y el modelo psicográfico de Plog, en 1987 (Minca, 1996). Estas primeras aproximaciones buscaban formular cuerpos teóricos explicativos desde una lógica racional positivista. Estos autores trataron de comprender las transformaciones que sufren los lugares con vocación turística, ello a partir del análisis de componentes asociados a dos variables fundamentales: el tiempo y el espacio, desde una perspectiva de media y larga duración. ¿Cómo evoluciona estructuralmente una destinación turística, en la medida en que esta actividad conquista el territorio y genera cambios físicos en él, en sus estructuras de conectividad, en la relocalización de usos tradicionales versus nuevos usos y funciones? Los modelos enunciados se enfocan principalmente en las tres variables clásicas de la geografía: “Lo visible, lo tangible y el tiempo” (Nogué i Font & Romero, 2006, p. 38). En pocos casos, como en el modelo de Miossec, solo se consideran algunos componentes simbólicos del lugar relacionados con la percepción de los turistas y de los habitantes de las destinaciones, sin profundizar, en realidad, en su análisis.

La geografía del turismo se inspiró fundamentalmente en la geografía física, de la que retoma la categoría de “espacio”, definido como contenedor de componentes físico-materiales; su objetivo es analizar los cambios que el espacio sufre en el tiempo derivados de las lógicas del turismo. Algunos teóricos, como Butler y Miossec (Minca, 1996), solo proponen de manera tangencial el análisis de la imagen percibida de dicho espacio a través del tiempo, en la medida que surgen nuevas estructuras y funciones turísticas. Otro aspecto relevante de los mencionados modelos es la identificación de los impactos derivados de las dinámicas turísticas en los espacios turísticos, en la medida que en los destinos consolidados se van generando procesos de deterioro, desterritorialización y pérdida de la calidad de las características y de los principales atractores del lugar. Butler, en particular, explica dos salidas que se pueden dar frente a estos procesos evolutivos: declinación y salida del mercado del destino; o rejuvenecimiento del destino por medio de varias estrategias, como la tematización (restaurantes y hoteles temáticos), la construcción de casinos y/o campos de golf, o bien la diversificación espacial a partir de la ocupación de

nuevas áreas del territorio que aún no han perdido su valor como potencial uso turístico, tal y como se ilustró en los casos de Benidorm y Cancún.

En esta perspectiva, se destaca que los procesos de tematización ligados a la disneyficación de los lugares turísticos (Janinovic, 2023; Meethan, 2023; Öztürk, 2023; Souther, 2007; Sun, 2023; Wagner, 2017; Werry, 2023) son propuestos por parte de los operadores turísticos o del sector público como una salida de emergencia frente a los destinos que sufren un proceso de deterioro y que, por lo tanto, requieren generar nuevos valores por medio de la artificialización de lo local. Sin embargo, como se verá más adelante en las últimas tendencias de los lugares turísticos, muchos destinos emergentes en América Latina y en Colombia han superpuesto de manera abrupta tematización y artefactos ficcionales o hitos globales a sus valores históricos, sociales y territoriales, que en nada dialogan con el lugar, sino que, por el contrario, lo niegan. Otra salida es la conversión a lo tradicional y a los valores naturales, un querer volver al pasado, premoderno, como imaginario, de aquello que se liga a la nostalgia del lugar, a la reconstrucción y resignificación de lo auténtico, aunque en algunos casos lo que se busca es congelar el tiempo y a sus habitantes en un momento de la historia, fosilizarlos para la mirada del turista.

Estos modelos de intervención en los lugares se centran en una forma de conocimiento aún en vigencia en las ciencias sociales: desde una visión cartesiana, dual, a partir de una relación sujeto–objeto y la búsqueda de leyes universales que expliquen la realidad. Las intervenciones se llevan a cabo desde la visión de espacio que aportó la geografía física, centrada en la materialidad, y como contenedor de expresiones tangibles, con un énfasis en las lógicas económicas derivadas de las dinámicas turísticas. Por lo tanto, y si bien este análisis es importante para comprender los cambios físicos de los lugares turísticos, debe complementarse con otras perspectivas y dimensiones, de tal manera que se profundice en una visión más integral y compleja del territorio que dé cuenta de otros cambios (Rozo, 2012, p. 71).

Este enfoque es cuestionado por Escobar (2000), quien critica la perspectiva de la modernidad, desde donde se construye un metarrelato asociado a las leyes de oferta y demanda pontificadas por el modelo neoliberal, en el que el ser humano tiene poca o nula capacidad de acción y se invisibilizan otras dimensiones de la vida. Así mismo, y desde una propuesta alternativa de necesidades y satisfactores relacionados con el desarrollo a escala humana, Max-Neef critica aquello que las sociedades modernas han denominado el progreso, que ha llevado finalmente a convertir el medio en el fin último, dada la excesiva valoración de la lógica económica: “Vivimos en un momento de la historia en que hemos llegado a dismantelar o destruir culturas con gran eficiencia, con el objeto de establecer economías” (1997, p. 4).

Desde la geografía humanística, Casey (1996) critica que el espacio ha sido asumido como predado, ahistórico, absoluto, infinito, vacío, *a priori* en estatus, neutral, una tábula rasa, preexistente al ser humano. El espacio, de hecho, ha sido abordado como categoría naturalizada del mundo moderno, como se explicó anteriormente, y tal y como lo analiza Soja (1989), quien indica que desde el siglo XIX, en especial, se ha concebido como fijo, muerto, adialéctico. Desde una postura crítica social, este autor plantea además cómo la

modernidad ha dejado un vacío al priorizar el historicismo y asumir el presente como producto de una acumulación del pasado.

Esta perspectiva evolucionista deja de lado la categoría espacial o geográfica que da como resultado una “espacialidad silenciada” (Soja, 1989, p. 15), la cual niega que los emplazamientos afectan significativamente el pensamiento y la acción. Por ello, Soja considera que esta perspectiva se replanteó con la aparición de la geografía humana a finales de los años sesenta, ya que se propuso una visión más compleja y dinámica para comprender el mundo, en la que espacio y tiempo se acompañan y juntos delimitan las cualidades esenciales de lo físico. La espacialidad, la temporalidad y el ser social se constituyen como las dimensiones abstractas que juntas permiten comprender todas las facetas de la existencia humana (Soja, 1989). La deconstrucción y reconstitución de la modernidad, su transición, se da justo en el cambio cultural sobre la concepción de la relación entre tiempo y espacio, así se configura en una reestructurada geografía histórica y social en la cual resurge la categoría de lugar, que antes había sido solo considerada como compartimentalización y resultado de aquel espacio material.

A finales de los setenta y en los ochenta confluyeron entonces nuevos paradigmas y enfoques de desarrollo que nutrieron apuestas alternativas vinculadas a lugares turísticos emergentes (Huertas et al., 2020; Ivars-Baidal & Vera, 2019; Moncayo, 2002; Rodríguez & Alonso, 2009). Uno de los vectores que han aportado nuevos elementos de análisis para cuestionar el llamado turismo moderno o fordista ha sido el debate ambientalista, del que han surgido diversas posturas con respecto a la relación del ser humano con la naturaleza. Algunas de estas posturas han sido reencuadre de los modelos de crecimiento económico, como el enfoque de desarrollo sostenible; otras se plantean desde la ecología política, la ética ambiental y la biología de la conservación (Gudynas, 2015); también están aquellas que surgen desde la cosmovisión de grupos indígenas, que coinciden con algunos preceptos de los movimientos ambientalistas radicales, llamados también de ecología profunda, y que proponen la creación de una nueva ética, una metaética que incorpore derechos de nuevos sujetos sociales —como la naturaleza, la cultura, los lugares, los ríos, etc.— desde visiones biocéntricas o ecocéntricas (Lamberti et al., 2023; Martínez & Porcelli, 2018).

Por lo tanto, se van desprendiendo enfoques más localizados que dan cuenta de realidades concretas y en los que se reconoce que la subjetividad está en permanente movimiento y es dinámica con el lugar en donde los sujetos viven, sueñan y se proyectan. Según Soja (1989), esta es una perspectiva localizada, corporeizada, emplazada en condiciones históricas concretas y no generalista, que va contra aquellas concepciones del mundo que tienden a congelar la fragilidad del tiempo y la posibilidad de construir y rehacer la historia (p. 15). Por consiguiente, en la práctica, en diversos lugares turísticos se intenta recoger algunos de los postulados acá descritos, si bien no siempre desde estas nuevas tendencias se han logrado efectos deseables, dada la alta complejidad asociada a los procesos de valoración territorial y a la gran diversidad de actores e intereses que convergen en estas lógicas.

También se pone en cuestión la forma como la modernidad ha privilegiado una manera particular de descubrir el mundo vía la razón. Se empiezan a considerar otras formas del aprehender en las que se reconoce que el ser humano es multidimensional y que en estos procesos entran en juego no solo lo cognitivo a partir de estructuras lógico/racionales,

sino también la percepción sensorial, la imaginación, el consciente y el subconsciente, todo lo cual genera una visión e interacción holística con la realidad y configura un nuevo paradigma enfocado en el turismo alternativo.

2.3 Nuevos lugares de ensoñación: el turismo alternativo

*Lugar es la más fundamental forma de la experiencia corporeizada,
el sitio de una poderosa fusión entre el ser, espacio y tiempo.
Traducción propia, Casey.*

(Basso, 1996)

Desde la geografía humanística y las ciencias de la complejidad, se han aportado elementos teóricos y conceptuales innovadores que han incitado nuevas miradas a las formas de comprensión del mundo y, particularmente, sobre la forma como se ha concebido la categoría de espacio. La categoría de lugar(es) surge como construcciones sociales, históricas y con un alto contenido simbólico, en las que se manifiesta una interfase entre el mundo natural y el cultural, no separados como esferas independientes, sino que son el resultado de un sistema de interrelaciones y de flujos que están en permanente movimiento y dinámica; es en esa relación profunda subjetiva de quienes le habitan con el lugar (Cresswell, 2004). Se centra en conocer el entramado de relaciones, sentimientos, deseos y emociones que van configurando dicho lugar, no como predado, preexistente, sino como dinámico, vivo, *performance* producto de las prácticas sociales que se suceden en él.

Desde la nueva antropología cultural (Clifford, 1999; Escobar, 2000; Geertz, 1987) se ha enriquecido su análisis a partir de la fenomenología, la hermenéutica y la teoría social, en particular en lo relacionado con la percepción, el significado, la experiencia y la invención. Esa riqueza de diálogo con el lugar construye maneras particulares de vivirlo en lo cotidiano en las que se expresan múltiples formas, narraciones y ficciones que se dinamizan permanentemente como un holograma en movimiento.

En el vínculo entre sujetos con sus lugares no se da una separación entre el adentro y el afuera, es un *continuum* entre ambos:

El sujeto es corporal, espacial, sensorial, temporal, relacional. Esta condición relacional no solo es concebida desde lo intersubjetivo, sino también desde la relación del sujeto con las cosas de su entorno y localizado en el tiempo y en el espacio. (Van der Hammen & Palacio, 2006, p. 268).

El lugar, por lo tanto, es con el sujeto; es dinámico y cambiante con los procesos sociales, con los sueños y proyectos de vida; no es por fuera del sujeto, es en él. Por ende, el lugar es también sujeto social, al que se le deben reconocer derechos.

El fenómeno social turístico recogió estos enfoques y la experiencia turística empezó a ser reconocida como mediadora de las relaciones entre los diversos actores: es el vínculo que genera encuentros, desencuentros, tensiones y conflictos, en donde los habitantes del lugar juegan un papel central, puesto que son los que permanecen en él, lo habitan y reclaman

un papel más protagónico. Por consiguiente, en la experiencia turística de los sujetos que interactúan con el lugar y con quienes le habitan se reconoce un profundo vínculo con sus contenidos simbólicos, estéticos y sociales en el que los imaginarios juegan en su construcción y deconstrucción permanente.

Según Silva (2007), los imaginarios sociales crean realidad, puesto que generan un efecto social desde sus manifestaciones verbales o visuales, o de cualquier otra materialidad fuente de percepción. Por lo tanto, el lugar, nuestro lugar, es con nosotros, lo que pensamos, creemos, imaginamos y percibimos de él. El lugar se define y redefine de manera permanente en un movimiento constante en el que nosotros, como sus habitantes, nos estamos haciendo con él: ¡somos con el lugar!

De acuerdo con Castoriadis (como se citó en Silva, 2005, p. 18), la fusión de lo imaginario y lo real, las imaginaciones fundamentales han dado origen a órdenes sociales y a un gran potencial social. En el lugar turístico, las prácticas sociales generan interacciones entre los sujetos, habitantes y turistas, y crean a la vez nuevas realidades, nuevos sentidos y significaciones de aquel. El imaginario social construye realidad en la medida en que los sujetos, a partir de diversos contenidos simbólicos y formas de representar el mundo, influyen significativamente en la construcción de la cotidianidad; en las formas de amar, sentir, relacionarse con los otros (Hollinshead, 2016) y establecer acuerdos, normas, reglas sociales.

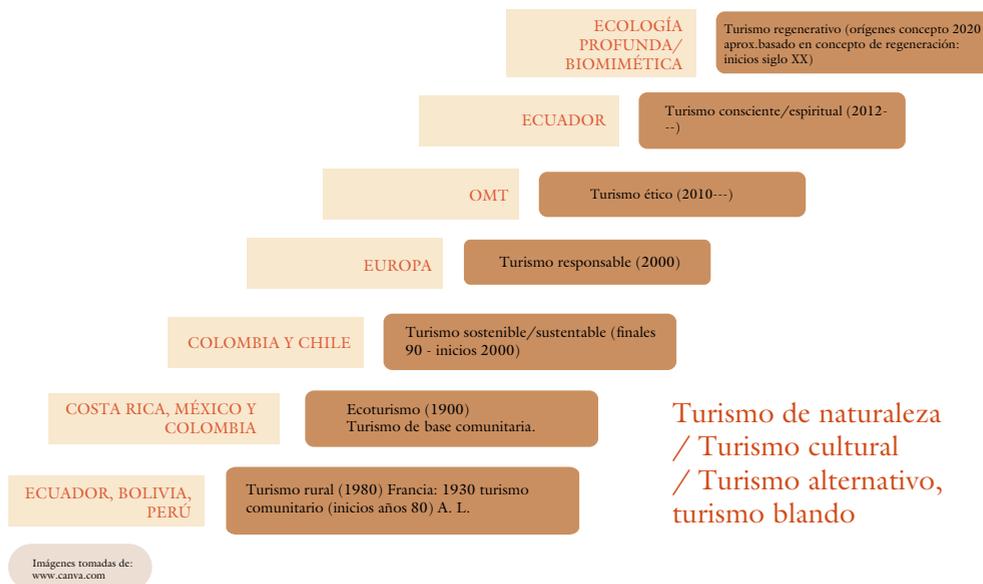
El turismo no ha sido ajeno a estas reflexiones. En la experiencia de ese otro que llega a visitar temporalmente el lugar, este se reconfigura para generar, en algunos casos, conflictos y tensiones; por lo tanto, se requiere una perspectiva más profunda de las dinámicas que producen los procesos de desarrollo turístico. Han surgido modelos alternativos en áreas rurales o naturales que, si bien eran visitadas desde los inicios del turismo moderno, fue a partir de los años ochenta que se logró una mayor visibilización de estas propuestas. También en los centros históricos se empezaron a visibilizar con mayor fuerza defensas del lugar desde sus habitantes, y entraron en tensión los derechos fundamentales de usufructo del espacio público por parte de ellos versus los visitantes.

Se han incorporado enfoques basados en el desarrollo endógeno local; el fortalecimiento de redes sociales vía encadenamientos productivos de los habitantes de las diversas zonas; la implementación de algunos instrumentos de zonificación ecológica y planificación ambiental; la medición de capacidad de carga o límites aceptables de cambio de un ecosistema; y la medición y gestión de impactos ambientales y socioculturales que el turismo puede llegar a generar, así como el fortalecimiento de la gobernanza social.

Han surgido también propuestas de manera espontánea y otras que han intentado aplicar estos postulados por medio de procesos intencionales de planificación y gestión participativa, en busca de que el turismo se convierta en un instrumento de mejoramiento de la calidad de vida en los lugares turísticos. Se han difundido nuevas tipologías de turismo asociadas a territorios emergentes: el turismo rural en los ochenta y noventa en Europa y América Latina, respectivamente; el ecoturismo y el turismo sostenible/sustentable como resultado de la Cumbre de Río en los noventa; el turismo responsable a inicios del nuevo milenio; en el año 2011, el turismo ético o consciente en Ecuador, así como algunas apuestas

de turismo comunitario que recogen con más fuerza la categoría de lugar propuesta por la geografía humanística (Tuan, 2005); y, más recientemente, hacia el año 2018, el turismo regenerativo, que operativiza enfoques desde procesos de regeneración y busca ir más allá, reconociendo la existencia de sistemas vivos, interrelacionados, y mejorar tanto los ecosistemas como la vida de todas las especies que habitan en ellos (Bellato et al., 2023; Duxbury et al., 2020; Oviedo & Olivo, 2021).

Figura 2. Nuevas formas de turismo alternativo



Nota. Elaboración propia.

Un caso que ilustra este enfoque alternativo es el desarrollo del turismo rural en la zona cafetera colombiana, donde se empezó a promover de manera espontánea a inicios de los años noventa como una alternativa para la generación de ingresos de los caficultores por la crisis derivada del rompimiento del pacto de cuotas del café a nivel mundial en julio de 1989 (Jiménez, 2015), sumado al impulso que en ese periodo se le dio al modelo neoliberal en América Latina. Se dio entonces un nuevo uso a las haciendas productoras del grano y un cambio cultural en las formas de vida de los pobladores, lo cual generó muchos retos con respecto a los procesos de desarrollo turístico en lo concerniente a nuevos usos del suelo y cambios en las prácticas sociales.

En el año 2011, la Unesco le otorgó la declaratoria de Paisaje Cultural de la Humanidad al Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC), que incorporó nuevos imaginarios asociados al lugar tradicional, a la búsqueda de la identidad, a los hitos históricos y arquitectónicos, así como a las formas de vida relacionadas con la producción de café. Sin embargo, en los últimos años, debido a los cambios recientes derivados de las prácticas turísticas, de diversas lógicas del uso del territorio y de narrativas no vinculadas a los usos del lugar, la zona ha podido estar en riesgo por la pérdida de algunos de sus valores culturales y

naturales. Particularmente, en el parque temático del Café se creó un *collage* de propuestas incoherentes, difusas, en el que conviven algunos artefactos contemporáneos —como el teleférico, los botes chocones y la montaña rusa— con elementos identitarios tradicionales —como el bambusario, el cafetal tradicional, la casa campesina, mitos y leyendas—. Todo ello aparece en medio de haciendas, cultivos y condominios que se debaten entre lo bucólico del paisaje cafetero y la disneyficación; lo auténtico surge simultáneamente con la artificialización y tematización del lugar.

El caso anterior ilustra cómo, en la actualidad, los lugares turísticos contemporáneos recogen las diversas expresiones tanto de lo moderno como de lo que se ha denominado alternativo, tradicional o premoderno, y se constituyen en un *collage* de múltiples posibilidades en las que objetos ficcionales se entremezclan con la realidad de manera simultánea, y en las que tiempo y espacio se convierten en configuraciones efímeras a partir de la experiencia turística. Los lugares se debaten entre múltiples expresiones asociadas a la tematización o recreación artificial —como lugar escenario o lugar escaparate— (MacCannell, 2007) y la búsqueda de lo auténtico o identitario, el eterno retorno y el lugar premoderno o tradicional que critica Augé (1993). En medio de los dos aparece un caleidoscopio de lugares que se configuran como múltiples destinos turísticos. Al respecto, se proponen dos tendencias aparentemente contradictorias: “La homogeneización internacional de la cultura de los turistas y la conservación artificial de atracciones y grupos étnicos locales para que puedan ser consumidos como experiencias turísticas” (MacCannell, 2007, p. 185).

Estos enfoques surgieron desde el turismo moderno o fordista que se desarrolló en zonas de litoral, pero con propuestas emergentes de renovación o reconversión en las que las ciudades también han ocupado un lugar preponderante en el posicionamiento global sobre la base de valores ligados a marca territorial: los destinos turísticos inteligentes, destinos innovadores, competitivos, etc., que concretan el discurso del modelo neoliberal. De otra parte, han surgido lugares que buscan resaltar el aura del pasado, lo auténtico y lo identitario. En medio de estas dos tendencias se dan mezclas que complejizan aún más las nuevas apuestas de desarrollo.

A continuación, se analiza el último paradigma, relacionado con la convergencia de múltiples enfoques que se concretan en un universo variopinto de los lugares turísticos contemporáneos.

2.4 Las expresiones contemporáneas de los lugares turísticos

*Soja describió así a la ciudad de Los Ángeles:
“Todos los lugares y como ningún lugar a la vez,
recreando de manera simultánea el sentido más global del mundo
con su rica proyección cultural e ideológica,
con su casi ubicua u omnipresente proyección de sí misma
como una máquina rectangular de sueños para el mundo”.*

(1989, p. 223. Trad. propia).

MacCannell (2007) propone que el enfoque que prevaleció en la llamada modernidad se basó en la confrontación entre lo primitivo versus lo moderno. En la posmodernidad conviven de manera simultánea lo exprimitivo/moderno/posmoderno, lo cual no implica una visión lineal, sino que los tres se dan de manera simultánea: el uno no precede necesariamente a los otros, sino que se da un ir y volver a aquello exprimitivo, como cuando se siguen escenificando y superponiendo algunos fragmentos del pasado en medio de grandes centros urbanos. Según el autor, la tradición logra su máxima expresión justamente en aquello que se denomina posmoderno y en los movimientos del arte, que incorporan elementos autóctonos con instalaciones en espacios públicos y logran un efecto de escenificación, todo lo cual es aprovechado en las prácticas turísticas, en especial, en las grandes ciudades.

Urry y Larsen (2011) describen el proceso de cambio de la cultura contemporánea como un movimiento de lo moderno a lo posmoderno, y lo definen como de dediferenciación. Como resultado de ello, uno de los procesos más importantes es el del turismo mediatisado, experiencial o emocional, en el que la economía de signos es la determinante para las prácticas turísticas asociadas a la producción y al consumo. La mirada del turista en los lugares que visita es cambiante, se expresa como prácticas corporeizadas y depende, además, de relaciones materiales, así como de discursos y signos. En este contexto, los lugares conviven y se expresan en una permanente dialéctica que se podría tipificar en dos grandes tendencias: (1) la búsqueda de lo auténtico o identitario y (2) la artificialización o tematización de los lugares.

La búsqueda de lo auténtico o identitario se expresa en aquellos lugares que defienden lo premoderno o auténtico desde la representación de la nostalgia y la evocación de imágenes del pasado; el encuentro con el otro; la emocionalidad ligada a los olores, sabores, aromas y a la corporalidad del sitio; la recuperación de valores relacionados con la evocación de espacios naturales o de naturaleza prístina. En la experiencia turística se da un rompimiento del tiempo.

Por otra parte, surgen con mayor fuerza aquellos lugares ligados a lo temático, a la creación de ambientes artificiales, de microcosmos aislados físicamente de la zona en la que se implantan estos modelos tipo enclaves turísticos y donde se potencian el exotismo, lo extraño y la teatralización. Estas apuestas venden experiencias turísticas ligadas a la fuga, al individualismo, a una emocionalidad exacerbada que pretende, ante todo, satisfacer la búsqueda del placer de los turistas (Korstanje, 2009) con poco o nulo encuentro con los locales. Los centros comerciales son un referente asociado a esta puesta en valor, pues representan la dediferenciación descrita por Urry y Larsen (2011). Los atractivos ligados a estas propuestas toman mucho valor, especialmente en las ciudades que buscan su posicionamiento global en una lógica de competencia internacional, superponiendo valores universales, pero que no dialogan con el lugar donde se implantan. Se expresan en grandes cadenas de restaurantes, hoteles, almacenes de moda con marcas globales, lo cual aparece cada vez más con mayor fuerza en las zonas de interés turístico de las grandes ciudades, y generan atracción por medio de lo que Boorstin (1992) denominó “pseudoeventos”, pseudoacontecimientos o novedades sintéticas para referirse a aquellas actividades que se montan como una forma de representar de manera superficial experiencias y eventos que pretenden esconder la realidad y que potencian el consumo engañoso y la creación de falsas narrativas, en este caso, vinculadas al turismo.

Según Cohen, en el turismo contemporáneo hay tres tendencias marcadas: un declive posmoderno en la búsqueda de la alteridad, de lo genuino o auténtico; una búsqueda de una alteridad extrema en la tierra, así como nuevas búsquedas ligadas a viajes espaciales incipientes, los cuales mezclan turismo y exploración; y, por último, un turismo de fantasía (Cohen, 2005).

De acuerdo con Cohen (2005):

[El] post-turista (Urry, 2002) no profundiza en el origen de las atracciones placenteras. En la posmodernidad, el disfrute e incluso la diversión y el juego se convierten en motivos socialmente aceptables para el viaje, reemplazando la búsqueda moderna de la autenticidad como un primer motivo de legitimación para el turismo. (p. 16).

Para Cohen (2005), los turistas buscan experiencias distintivas, pero familiares; buscan demostrar la posesión de capital cultural consumiendo una gran variedad de productos, como espectáculos musicales, teatrales o artísticos, de la mayor calidad y más amplia variedad o mayor prestigio (p. 17), estos últimos, muy ligados al turismo cultural urbano.

Desde una perspectiva de producción social de los lugares y de la economía de la experiencia, Urry y Larsen (2011) abordan la disneyficación y lo posmoderno como enfoques que determinan la creación de un nuevo paradigma cultural y que influyen en el diseño y la arquitectura de los lugares turísticos. Para ello, plantean tres características fundamentales de dichos enfoques: después de lo moderno, retorno a lo premoderno y lo antimoderno. Los autores afirman que estos surgen cuando se inscriben en procesos de anticipación, *performance* y remembranza, y son económica, política y culturalmente producidos por medio de la combinación de redes de trabajo, flujos de capital, personas, objetos, signos y de información. Los lugares no son fijos, dados o encerrados, sino que juegan en relación con la mirada turística, se van moldeando para ella en un permanente juego performativo.

En el después de lo moderno describen cómo la economía de la experiencia está produciendo la tematización posmoderna, en la cual, la vida y el arte se fusionan en una especie de pastiche. La arquitectura que se produce es de superficie y apariencias, y el pasado es un repertorio de formas y estilos que cualquiera puede reciclar y en las que lo más importante es producir sensaciones que enganchen a los consumidores emocional, corporal y mentalmente (Urry & Larsen, 2011, p. 120). Las Vegas, según los autores, aparece entonces como “un imaginario mundo de apariencias” (p. 122) donde la arquitectura de las zonas de placer crea una narrativa que coloca a la gente en un rol imaginario y capta lo que ellos denominan la mirada colectiva y espectadorial. El diseño, entonces, es transicional y performativo (Kilgmann, 2007, como se citó en Urry & Larsen, 2011, p. 122).

En el retorno a lo premoderno se destaca la mirada romántica. Aquí el diseño está enfocado en realzar aquello que tiene el aura de las finas construcciones, reproduciendo, para ello, las características de lo clásico. El renacimiento de este estilo se inscribe en lo posmoderno y es tan importante como la tematización (Urry & Larsen, 2011, p. 123).

Según los autores, la tercera tendencia, en contra de lo moderno, es una crítica a los discursos eurocéntricos y falocéntricos en los que el modernismo privilegió los centros

metropolitanos por encima de pueblos y ciudades; el mundo desarrollado por sobre el mundo en desarrollo; el norte sobre el sur; occidente sobre oriente; el arte de los hombres sobre el de las mujeres, etc. Solo recientemente empezaron a surgir propuestas marginales de valoración de lugares desde lo alternativo, como la propuesta que se construyó en Ecuador enfocada en potenciar un turismo consciente como experiencia espiritual y de buen vivir, en la cual se resalta que el turismo debe ser, ante todo, un profundo encuentro intersubjetivo y espiritual en el que se reconocen nuevos sujetos sociales, como la naturaleza, la cultura, los indígenas, etc., lo cual requiere una nueva ética de relacionamiento entre estos sujetos sociales.

Se evidencia entonces esta dialéctica de los lugares que juegan entre lo identitario, el volver a recrear hitos históricos y culturales asociados a lo premoderno, versus la tematización y recreación artificial por medio de la creación de atractivos asociados a lo global, a la fantasía o a la hiperrealidad. En la práctica, y en muchos lugares del mundo, se da una mezcla de las dos, la cual genera destinos con múltiples narrativas y contenidos. En la Tabla 1 se presenta una síntesis de los paradigmas analizados y su impacto en los lugares turísticos contemporáneos.

Tabla 1. Síntesis de la evolución de los enfoques y su impacto en los lugares turísticos

<i>Evolución enfoques</i>	<i>Evolución del fenómeno</i>	<i>Paradigmas en los lugares turísticos</i>	<i>Teorías y enfoques</i>	<i>Componentes simbólicos, sociales y estéticos de las prácticas turísticas</i>	<i>Tipologías de turismo</i>
Espacio geográfico	Orígenes del turismo	El <i>Grand Tour</i>	Enfoque positivista Movimiento renacentista Se empieza a construir la categoría de paisaje.	<ul style="list-style-type: none"> • La mirada prevalece • Materialidad del lugar • Visibilización/invisibilización del lugar a través de itinerarios demarcados previamente • Imaginarios ligados a lo bello. 	Turismo cultural vinculado al movimiento renacentista
Espacio económico	Turismo moderno	Enfoques economicistas del turismo: turismo de litoral (sol y playa)	Geografía física Geografía descriptiva Polos de crecimiento Lugares centrales.	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio como contenedor de flujos económicos • Espacio vacío, predado, ahistórico • Cartesiano del espacio • Gran hotelería, altamente densificadas las zonas • Uso primordial hotelero y turístico. 	Turismo de litoral Turismo cultural especialmente en centros históricos de ciudades, ligado a monumentalidad, lugares patrimonializados Turismo de montaña

<i>Evolución enfoques</i>	<i>Evolución del fenómeno</i>	<i>Paradigmas en los lugares turísticos</i>	<i>Teorías y enfoques</i>	<i>Componentes simbólicos, sociales y estéticos de las prácticas turísticas</i>	<i>Tipologías de turismo</i>
Territorio histórico y socio-cultural Lugar	Turismo alternativo	Desarrollo endógeno, sustentabilidad, participación social Nuevos sujetos sociales Nueva ética	Economía regional Economía ambiental Ecología del paisaje Nueva antropología cultural Geografía humana y humanística Discursos ambientalistas Movimientos sociales Perspectivas hermenéuticas Teoría de la complejidad Teoría de sistemas	<ul style="list-style-type: none"> • Territorio • Lugar corporeizado, situado, concreto • Lugar patrimonio • Paisaje cultural • Subjetividad • Nuevos sujetos sociales • Nuevas éticas • Lugar como sujeto social • Redes sociales • Gobernanza • Buen vivir. 	Ecoturismo Turismo rural Agroturismo Turismo responsable Turismo consciente
Lugares turísticos hipermodernos o contemporáneos	Turismo hipermoderno	Nuevas tendencias en turismo La búsqueda de lo auténtico o identitario o la artificialización y tematización de los lugares	Mezcla de todos los anteriores Hipermodernidad Economía de signos Economía naranja Imaginarios sociales Redes sociales creando realidad	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas estéticas • Individualismo • Vida urbana • Experiencial • Tensiones y conflictos por el acceso y uso de los lugares • Nuevas narrativas • Desterritorialización • Glocalización • Artefactos contemporáneos • Efimeralidad • Presentismo • Búsqueda de la fantasía versus el volver a las raíces, naturaleza prístina • Arte público 	Turismo urbano ligado a procesos de competitividad global, marca y posicionamiento. Turismo de naturaleza Turismo cultural ligado a nuevas prácticas y narrativas Turismo de salud Todas las formas de turismo de las etapas anteriores, pero con nuevas estéticas, narrativas y resignificaciones desde lo contemporáneo

Nota. Tomada de Rozo con base en la información analizada (2023).

3. Conclusiones

Las experiencias turísticas se convierten en vectores que potencian los imaginarios asociados a tendencias que fluyen por diversos medios de comunicación, el cine, la literatura, el *marketing* territorial, etc., e impactan las prácticas sociales de los turistas en los lugares que visitan. Dichas prácticas se tienden a estandarizar en los lugares y se mueven entre la

búsqueda de lo auténtico identitario y la tematización o artificialización de dichos lugares, lo cual genera múltiples grises y posibilidades.

Uno de los paradigmas que han generado un significativo impacto en los lugares turísticos es el turismo moderno, masivo o fordista, con el que se impuso una visión de la categoría de espacio desde sus componentes físicos, materiales o corporales y desde un discurso de arriba-abajo: alianzas Estado central–capital multinacional e inversionistas privados en las que prevaleció, ante todo, su función económica por encima de otras dimensiones, como la social, la cultural o la ambiental. Este enfoque asumió el lugar como espacio vacío que se podía organizar bajo determinada lógica y siguiendo el axioma de fe de la modernidad: “Orden y progreso”. Así se impuso una concepción del lugar como contenedor de elementos materiales exclusivamente diseñados para la experiencia de los turistas, pero negando, en muchos casos, las prácticas sociales y los imaginarios de sus habitantes.

Este paradigma de turismo masivo hizo crisis y coincidió con los debates emergentes de las ciencias sociales que cuestionaron discursos y saberes universalistas, totalizantes y explicaciones homogeneizantes de comprensión del mundo que fueron impuestos por la llamada modernidad. Coincidieron estos debates con los resultados prácticos de los modelos masivos de desarrollo turístico en varias partes del mundo, especialmente en zonas de litoral, en donde se evidenció el impacto ambiental y social negativo que habían generado en tan corto tiempo. En este contexto surgieron nuevas aproximaciones, como la categoría de lugar propuesta por la geografía humanística. El turismo alternativo recogió estas nuevas perspectivas para proponer, desde diversas iniciativas a nivel local, otras formas de apropiación de los lugares con vocación turística en las que la resignificación de prácticas locales, la sustentabilidad y la participación social han sido promovidas en nuevos destinos.

Actualmente, se presenta una mezcla variopinta de diversas expresiones contemporáneas y formas de valorar los lugares turísticos en las que se recogen múltiples apuestas: algunas buscan dialogar con el lugar, otras lo niegan, y se imponen nuevos relatos asociados a tendencias globales, a la artificialización, la tematización y a lo efímero de las experiencias. Estas tendencias se evidencian en destinos urbanos en donde el turismo se ha convertido en un instrumento que juega un papel relevante en la competitividad internacional, relacionada con los negocios, los eventos, la espectacularización de la ciudad, pero detrás de esa gran puesta en escena se esconden realidades muy complejas de cambios y tensiones derivados de las prácticas turísticas.

Los lugares turísticos contemporáneos pueden ser comprendidos como un sistema semiótico que se construye sobre la base de las experiencias turísticas producto de las prácticas, de los imaginarios sociales y de las relaciones intersubjetivas. Esta relación puede generar encuentros o desencuentros entre los turistas y los habitantes, transformar el lugar en deseable o no deseable, crear tensiones y dinámicas diversas, y producir dilemas éticos con respecto a su futuro y al papel e impacto que puede ocasionar en sus habitantes, el lugar y sus dinámicas bioculturales.

Referencias

- Augé, M. (1993). *Los “no lugares”: espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa.
- Barreto, M. (2011). Turismo, cultura y sociedad: tradición y modernidad. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(3), 1-6. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.041>
- Basso, K. H. (1996). Wisdom sits in places: Notes on a Western Apache landscape. En S. Feld & K. H. Basso (Eds.), *Senses of place* (pp. 53-90). School of American Research.
- Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. (2023). Regenerative tourism: A conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, 25(4), 1026-1046. <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376>
- Boorstin, D. (1992). *The image: A guide to pseudo-events in America*. Knopf Doubleday Publishing Group.
- Boyer, M. (2002). El turismo en Europa, de la Edad Moderna al siglo XX (Trad. Carlos Larrinaga). *Historia Contemporánea*, 25, 13-31. <https://acortar.link/VBXPJ1>
- Buch, A. von. (2007). In the image of the Grand Tour: Railway station embellishment and the origins of mass tourism. *The Journal of the Transport History*, 28(2), 252-271. <https://doi.org/10.7227/TJTH.28.2.7>
- Casey, E. (1996). How to get from space to place in a fairly short stretch of time: Phenomenological Prolegomena. En S. Feld & K. H. Basso (Eds.), *Senses of place* (pp. 13-52). School of American Research Press. <https://acortar.link/HtBpfr>
- Chan, I. (23 de noviembre de 2014). En 40 años han derribado seis hoteles en Cancún. *Novedades Quintana Roo*. <https://acortar.link/LoB1I0>
- Clifford, J. (1999). *Itinerarios transculturales*. Gedisa.
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo (Trad. Rubén Blanco). *Política y Sociedad*, 42(1), 11-24. <https://acortar.link/Vuf7xb>
- Cresswell, T. (2004). *Place: A short introduction*. Wiley.
- Dávila, A. (2014). Centros integralmente planeados (CIPS) en México. Las piezas del proyecto turístico de FONATUR. En Departamento de Urbanismo y Ordenación del Territorio, Universidad Politécnica de Cataluña (Ed.), *VI Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Bogotá, junio 2014*. Universidad Politécnica de Cataluña. <https://doi.org/10.5821/siiu.6089>
- De la Calle, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *BAGE: Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (83), 2829. <https://doi.org/10.21138/bage.2829>

De Mattos, C. (1984). *Paradigmas, modelos y estrategias en la práctica latinoamericana de planificación regional* (Documento CPRD/88, ILPES). Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. <https://hdl.handle.net/11362/33147>

De Mattos, C. (2004). De la planificación a la *governance*: implicancias para la gestión territorial y urbana. *Revista Paranaense de Desenvolvimento*, (107), 9-23. <https://acortar.link/jqMigW>

Duxbury, N., Bakas, F., Castro, T., & Silva, S. (2020). Turismo regenerativo. En J. Reis (Coord.), *Palavras para lá da pandemia: cem lados de uma crise* (pp. 85-88). Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra.

Escobar, A. (2000). El lugar de la naturaleza y la naturaleza del lugar: ¿globalización o postdesarrollo? En E. Lander (Comp.), *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas* (pp. 68-87). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). <https://acortar.link/TEu8by>

Espinosa-Seguí, A. (2013). *La evolución del turismo en España. El ejemplo de Benidorm (Alicante)* (Trabajo de grado, Universidad de Alicante). RUA: Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante. <https://acortar.link/lh9K24>

García, B. (27 de abril de 2012). 60 años en bikini por Benidorm. *Diario Información*. <https://acortar.link/7hu4n1>

Geertz, C. (1987). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.

Goffman, E. (1993). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Editores.

Grabowski, S., Wearing, S., Lyons, K., Tarrant, M., & Landon, A. (2017). A rite of passage? Exploring youth transformation and global citizenry in the study abroad experience. *Tourism Recreation Research*, 42(2), 139-149. <https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1292177>

Gramsci, A. (2009). *La formación de los intelectuales: americanismo y fordismo*. Ediciones La Sierra.

Green, M. (2014). Reporting the Grand Tour: The correspondence of Henry Bentinck, Viscount Woodstock and Paul Rapin Thoyras with the Earl of Portland 1701-1703. *Paedagogica Histórica*, 50(4), 465-478. <https://doi.org/10.1080/00309230.2014.899375>

Greg, R. (2017). El consumo de turismo en la posmodernidad o en la modernidad líquida. *Oikonomics. Revista de Economía, Empresa y Sociedad*, (7), 5-11. <https://doi.org/10.7238/o.n7.1702>

Gudynas, E. (2015). *Derechos de la naturaleza: ética biocéntrica y políticas ambientales*. Editorial Abya-Yala.

Hammen, M. C. van der & Palacio, D. C. (2006). Género y capital cultural en lugares-patrimonio. Usos, representaciones y prácticas residenciales del Centro Histórico y el humedal Córdoba en Bogotá. En A. Párias Durán & D. C. Palacio Tamayo (Eds.), *Construcción de lugares patrimonio*.

El Centro Histórico y el humedal Córdoba en Bogotá (pp. 265-332). Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia, Colciencias y Universidad Externado de Colombia.

Harvey, D. (2008). *La condición de la posmodernidad: investigación sobre los orígenes del cambio cultural* (2.ª ed. Trad. M. Eguía). Amorrortu.

Hiernaux-Nicolas, D. (1994). En busca del Edén: turismo y territorio en las sociedades modernas. *Ciudades*, (23), 24-30. <https://acortar.link/Cw18xX>

Hiernaux-Nicolas, D., Cordero, N. A., & Duynen, L. van. (2002). *Imaginario sociales y turismo sostenible* (Colección Cuadernos de Ciencias Sociales, n.º 123). FLACSO.

Hollinshead, K. (2016). Postdisciplinarity and the rise of intellectual openness: The necessity for “plural knowability” in tourism studies. *Tourism Analysis*, 21(4), 349-361. <https://doi.org/10.3727/108354216X14600320851613>

Huertas, T., Pilco, E., Suárez, E., Salgado, M., & Jiménez, B. (2020). Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 70-81. <https://acortar.link/sy74KY>

Ivars-Baidal, J. A. & Vera, J. F. (2019). Planificación turística en España. De los paradigmas tradicionales a los nuevos enfoques: planificación turística inteligente. *BAGE: Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (82), 2756. <https://doi.org/10.21138/bage.2756>

Janinovic, J. (2023). Longing for the unwanted: Legacies of socialism and urban heritage tourism in contemporary Belgrade. En G. Sonkoly (Ed.), *Urban heritage in Europe: Economic and social revival* (pp. 199-219). Routledge.

Jiménez, H. (2015). Marco Palacios Rozo: “... la violencia pública en Colombia tiene en parte un origen: la ausencia histórica de populismo en el Estado...”. *HISTORELo. Revista de Historia Regional y Local*, 7(14), 360-372. <https://doi.org/10.15446/historelo.v7n14.48194>

Jiménez, L. F. (1986). *Teoría turística: un enfoque integral del hecho social*. Universidad Externado de Colombia.

Khafash, L. (2015). *Disneyización, parques temáticos y cultura corporativa en el capitalismo terciario: experiencias Xcaret, Riviera Maya (México)* (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Docta Complutense. <https://acortar.link/w3DWGz>

Korstanje, M. (2007). Aportes de los viajes a las ciencias sociales: un relevamiento bibliográfico para un análisis teórico. *Gestión Turística*, (8), 25-46. <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n8/art03.pdf>

Korstanje, M. (2009). Nociones de psicoanálisis aplicadas al turismo y al desplazamiento. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, (24), 115-128. <https://acortar.link/wD74zk>

- Lamberti, M., Rodríguez, E., Hlier, G., & Di Pasquo, F. (2023). Biología de la conservación, ecocentrismo y utilitarismo. *Salud, Ciencia y Tecnología-Serie de Conferencias*, 2(1), 58-59. <https://doi.org/10.56294/sctconf202358>
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo: vivir en la época del capitalismo artístico*. Anagrama.
- MacCannell, D. (2003). *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Melusina.
- MacCannell, D. (2007). *Lugares de encuentros vacíos*. Melusina.
- Martínez, A. N. & Porcelli, A. M. (24 de septiembre de 2018). Del antropocentrismo al ecocentrismo y biocentrismo. Debates sobre la naturaleza como sujeto de derechos (Parte I). *Diario Ambiental*, (214), 20-09.
- Max-Neef, M. (1997). *Desarrollo sin sentido*. <http://ecologia.unibague.edu.co/Msinsentido.pdf>
- Meethan, K. (2023). *Tourism in global society: Place, culture, consumption*. Bloomsbury Academic.
- Minca, C. (1996). *Spazi effimeri: geografia e turismo tra moderno e postmoderno*. CEDAM.
- Moncayo, E. (2002). *Nuevos enfoques teóricos, evolución de las políticas regionales e impacto territorial de la globalización*. CEPAL.
- Nogué i Font, J. (1989). Paisaje y turismo. *Estudios Turísticos*, (103), 35-46. <https://acortar.link/9EETrC>
- Nogué i Font, J. & Romero, J. (2006). *Las otras geografías*. Tirant lo Blanch.
- Osorio-García, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. *Quivera. Revista de Estudios Territoriales*, 8(1), 291-314. <https://acortar.link/IdMKjV>
- Oviedo, M. & Olivo, F. (2021). Tendencias del turismo post COVID-19. Una reflexión para Ecuador. En V. Llugsha (Coord. y Ed.), *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el COVID-19* (pp. 37-61). Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador (CONGOPE), Ediciones Abya Yala e Incidencia Pública Ecuador.
- Öztürk, B. (2023). Tourism-led adaptive reuse of the built vernacular heritage: A critical assessment of the transformation of historic neighbourhoods in Cappadocia, Turkey. *The Historic Environment: Policy & Practice*, (Latest Articles). <https://doi.org/10.1080/17567505.2023.2236861>
- Pastoriza, E. (2008). El turismo social en la Argentina durante el primer Peronismo. Mar del Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros 1943-1955. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, (8). <https://doi.org/10.4000/nuevomundo.36472>
- Rodríguez, J. M. & Alonso, M. (Coords.). (2009). *Nuevas tendencias y retos en el sector turismo: un enfoque multidisciplinar*. Delta Publicaciones.

- Roza, E. (2012). La producción de los territorios turísticos. Algunas reflexiones desde las categorías de modernidad y posmodernidad. *Revista de Ciencias Sociales*, 4(21), 67-92. <https://acortar.link/gJ2sy9>
- Silva, A. (2005). *Imaginario urbano: hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos. Metodología*. Convenio Andrés Bello, Universidad Nacional de Colombia.
- Silva, A. (2007). *Imaginario urbano en América Latina: urbanismos ciudadanos*. Fundación Antonio Tapies.
- Soja, E. (1989). *Postmodern geographies. The reassertion of space in critical social theory*. Verso.
- Souther, J. M. (2007). The disneyfication of New Orleans: The French Quarter as facade in a divided city. *The Journal of American History*, 94(3), 804-811. <https://doi.org/10.2307/25095142>
- Sun, J. (2023). Neoliberalism and the Mis (representation) of the Maasai in Kenya and Tanzania. *The Ethnograph: Journal of Anthropological Studies*, 7(1), 62-68. <https://acortar.link/925tai>
- Taylor, F. W. (1911). *Principles of scientific management*. Harper & Row.
- Tuan, Y. F. (2005). *Cosmos y hogar: un punto de vista cosmopolita* (Trad. A. Duque de Vega). Melusina.
- Tuan, Y. F. (2007). *Topofilia: un estudio sobre percepciones, actitudes y valores sobre el entorno* (Trad. F. Durán). Melusina.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze* (2.^a ed.). SAGE Publications Inc.
- Urry, J. & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. SAGE Publications Inc.
- Verhoeven, G. (2010). Calvinists pilgrimages and popish encounters: Religious identity and sacred space on the Dutch Grand Tour (1598-1685). *Journal of Social History*, 43(3), 615-634. <https://doi.org/10.1353/jsh.0.0310>
- Wagner, K. (2017). *Dead places: American horror, placelessness, and globalization* (Tesis doctoral, University of Louisville). ThinkIR: The University of Louisville's Institutional Repository. <https://ir.library.louisville.edu/etd/2704/>
- Werry, M. (2023). *Theatre and tourism*. Bloomsbury Publishing.