

REFLEXIÓN TEÓRICO METODOLÓGICA SOBRE EL ALEJAMIENTO/ACERCAMIENTO ENTRE VIDA COTIDIANA Y TURISMO

Rossana A. Campodónico Pérez*
Luis Francisco Chalar Bertolotti**
Universidad de la República
Salto, Uruguay

Resumen: Más allá de la necesidad en la continuidad de trabajos que profundicen en el estudio del turismo, es también imperiosa y apremiante la realización de trabajos integradores, para su mejor comprensión y transmisión. En base a lo anterior, el presente artículo de reflexión teórico-metodológica aborda la trilogía “vida cotidiana (VC), turismo y movilidad” dado que entre los mismos se presenta una estrecha y compleja relación, cuya comprensión demanda constantes, renovadas e integradoras miradas. Por tal motivo resulta pertinente contemplar una serie de dimensiones que, siendo comunes a ellos, contribuyan a caracterizar y elaborar una forma de visualizar su interacción. Se examinan así las posibilidades que el Campo de análisis TEMA presenta para tal fin, al contener un conjunto de variables que se consideran compartidas entre los conceptos manejados. Asimismo se procede a construir un soporte gráfico que los contenga y permita reflexionar sobre los vínculos, abordando en especial el distanciamiento/acercamiento entre VC/Turismo en el marco de la movilidad en un sentido amplio. Un análisis que intente abarcar lo complejo demanda el cruce de variables que en sí misma y en sus interrelaciones reflejen y den cabida a esa complejidad.

PALABRAS CLAVE: Turismo, vida cotidiana, movilidad, dimensiones, alejamiento/acercamiento.

Abstract: Theoretical Methodological Reflection: Zooming in and Out between Daily Life and Tourism. Beyond the necessity in the continuity of works that deepen in the study of tourism, it is also imperative and urgent the accomplishment of integrating works, for its better understanding and transmission. Based on the above, the present article of theoretical methodological reflection addresses the trilogy "daily life (VC), tourism and mobility" since between them there is a close and complex relationship, whose understanding demands constant, renewed and integrating views. For this reason it is pertinent to contemplate a series of dimensions that, being common to them, contribute to characterize and elaborate a way of visualizing their interaction. This conduces to the possibilities that the TEMA Analysis Field presents for this purpose, by containing a set of variables that are considered shared among the concepts handled. It also proceeds to build a graphic support that contains them and allows reflection on the links, especially addressing the distance / approach between VC / Tourism within the framework of mobility in a broad sense. An analysis that tries to cover the complex demands the

* Magíster en Desarrollo y Gestión del Turismo por la Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Profesora e investigadora del Área de Estudios Turísticos de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación en la Universidad de la República, Uruguay. Responsable Académica del Departamento de Turismo, Historia y Comunicación del CENUR Litoral Norte de la Universidad de la República, Salto, Uruguay. Dirección Postal: Universidad de la República, Rivera 1350, Salto, Uruguay. E-mail: campodon@gmail.com

** Licenciado en Turismo por la Universidad de la República, Salto, Uruguay. Maestrando en Gestión y Desarrollo del Turismo en la Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Profesor e investigador del Área de Estudios Turísticos de la Universidad de la República, Salto, Uruguay. Dirección Postal: Universidad de la República, Rivera 1350 Salto, Uruguay. E-mail: chalarluis@gmail.com

crossing of variables that in themselves and in their interrelations reflect and accommodate this complexity.

KEY WORDS: *Tourism, daily life, mobility, dimensions, distance / approach.*

INTRODUCCIÓN

En este trabajo, la relación entre vida cotidiana (en adelante VC) y turismo constituye un punto de referencia central, principalmente en el continuo distanciamiento/acercamiento que se produce entre ambos, lo cual implica en gran medida contemplar – el elemento que lo permite- la movilidad en un sentido amplio. Este tipo de abordaje es en la actualidad un reclamo mayor sobre las conceptualizaciones del turismo, (re) analizando los vínculos existentes. Una relación compleja que genera un imbricado entramado y demanda constantes y renovadas miradas para avanzar en una mejor aprehensión de las mismas.

Los estudios turísticos han empezado a ocuparse cada vez más frecuentemente de los temas que hacen a la cotidianidad y para realizar un análisis de ambos componentes es necesario centrarse en un tercero que es el que posibilita salir de la cotidianidad y entrar en el terreno del turismo: la movilidad. En este sentido, se comparte lo expresado por Russo (2016: 19) en cuanto que el turismo y los estudios turísticos “(...) se ocupan cada día más de la cotidianidad y la (re)construyen a diferentes escalas. Esta constatación (...) conlleva que sea imposible comprender la sociedad actual sin hablar de su movilidad”.

La movilidad desde la VC se constituye en factor propulsor de transformaciones en la conducta de los sujetos dentro de su propio mundo cotidiano y familiar, apuntando a las consecuencias de la actividad turística más allá del espacio-tiempo demarcado para el disfrute en el destino, configurándose como un importante factor de cambio socio-cultural incluso en las sociedades emisoras (Pinto, 2011).

La relación entre VC y turismo se ha enmarcado en diferentes perspectivas. Generalmente, a la primera se la identifica con lo cotidiano, lo habitual y lo ordinario, mientras que el turismo representa lo no cotidiano y lo extraordinario. Si bien esas nociones podrían ser entendidas como antagónicas, de hecho funcionan como complementarias/dialógicas lo que implica lo impreciso de los límites en determinados contextos entre ambas nociones.

El objetivo central del artículo es reflexionar sobre el distanciamiento/acercamiento de la VC/ turismo proponiendo formas de avanzar en el conocimiento del vínculo entre ambos. Para lograrlo se deberá dar cuenta de las categorías de análisis comunes a VC/Turismo contenidas en Campo TEMA (Tiempo, Espacio, Motivaciones y Actividades) (Campodónico & Chalar 2011); presentar y analizar la relación entre las dimensiones definidas para diferentes campos; y reflexionar, a la luz de las dimensiones definidas, sobre el abordaje del distanciamiento/acercamiento entre VC/Turismo.

Los esfuerzos aquí desarrollados están en concordancia con el planteo sobre epistemología y ciencia realizado por Ascanio (2010: 633-4) en cuanto que *“no existen verdades absolutas, sino fórmulas necesariamente simplificadas capaces de ofrecer explicaciones de determinadas parcelas de la realidad, más satisfactorias que las precedentes y menos que las posteriores”*.

MARCO TEÓRICO

En este apartado se plantean las conceptualizaciones sobre VC, turismo y movilidad al ser los tres componentes centrales que conformarán la presente discusión. El estrecho relacionamiento entre los mismos hace difusos los límites y la separación en bloques responde únicamente al interés de destacar su presencia.

Vida cotidiana

La vida cotidiana es el período temporal más largo en la trayectoria del individuo. Es por esencia intersubjetiva, activa e interrelacional, donde los hombres comparten experiencias en un mismo tiempo y lugar.

“Para las sociologías de la vida cotidiana, la dimensión espacio-temporal supone el reconocimiento de que la acción práctica siempre tiene un posicionamiento en un “aquí” y un “ahora” desde donde se ve al otro, desde donde se ve una particular forma del mundo (...).” (Lindón, 2000:11)

De esta manera, se considera que tanto tiempo como espacio son componentes centrales en la VC, característica que es compartida con el turismo aunque aquí el tiempo es menor y el espacio diferente.

Desde una posición constructivista - y en lo que hace a la sociedad en su conjunto- se comparte lo expresado por Berger & Luckmann (2006: 34): *“La vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente.”* Afirmación compatible con lo sustentado por Canales (1999 citado por Cucurella, 1999: 11-12) al decir que: *“Lo cotidiano resulta de un modo de ver la realidad, o lo que es lo mismo, de un modo en que la subjetividad participa de las representaciones sociales.”*

Dado lo anterior, es significativo el aporte sobre lo cotidiano y lo que no lo es, presentado por N. Elías (1978 citado por Lalive d' Epinay, 2008: 12) cuando expresa que *“lo cotidiano es un dato societal”*. De esta manera, la diferencia está determinada por la carga simbólica asociada a las prácticas y a las situaciones, de modo que *“(…) lo cotidiano sería el conjunto de situaciones y de prácticas casi totalmente descargadas de simbolización”* (Elías, 1978 citado por Lalive d' Epinay, 2008: 11-12).

La VC tiene, manifiestamente, un papel primario porque mediante ella se crea e instituye la aceptación de un conjunto de comportamientos basados en hábitos, rutinas y normas pero también de emociones por parte de los diferentes actores constitutivos de la trama social. En este sentido, la realidad se internaliza originariamente por un proceso social y se rescata la conciencia de los procesos sociales, la cual se reafirma continuamente en la interacción del individuo con los demás. Esto pone en evidencia la esencia histórico-social de la cotidianidad, es decir, no se la puede considerar únicamente como una cuestión subjetiva e individual.

En base a lo anterior, se comparte lo expresado por Reguillo (citado por Lindón, 2000: 78) *“la vida cotidiana es histórica, es decir, no puede pensarse al margen de las estructuras que la producen y que son simultáneamente producidas (y legitimadas) por ella”*.

La VC como un proceso dinámico surge de las interacciones del sujeto con los demás sujetos pero también con el objeto, donde toman un significado y se manifiestan mediante actividades. Por lo tanto, esta realidad interpretada es lo conocido, lo habitual para el individuo y sólo surge de las relaciones de esas subjetividades sobre el mundo.

En cuanto a la VC existen perspectivas muy amplias del término, como la planteada por Cuéllar (2009: 26) quien expresa que *“es el tipo de vida por la que transcurre la vida de todo hombre aún en situaciones extraordinarias no importando el tiempo y lugar.”*

Sobre esta cuestión adquieren significación las expresiones sostenidas por Gerlero & Taranda (2005) que refieren a tres dimensiones (tiempo, espacio e interdependencia relacional) que actúan en lo cotidiano y que tendrán su influencia en el individuo cuando hace turismo.

“(...) a partir del estudio de la vida cotidiana, como mundo de lo heterogéneo, de lo racional y a la vez de lo emocional, de lo diverso pero a la vez de lo rutinario, es posible acceder a la explicación y análisis de las prácticas de los sujetos en diversos espacios y temporalidades, por ejemplo, las vinculadas a la recreación y el turismo, que aparecen a la mirada de una observación ingenua como escindidas de la misma” (Gerlero & Taranda, 2005: 141).

En línea con lo anterior - y a los efectos del planteo de este trabajo- resulta sustancial el aporte realizado por Lalive d' Epinay (2008) cuando sostiene que al estudiar la vida cotidiana puede ser analizada desde cuatro perspectivas: el espacio, el tiempo, la sociabilidad y los micro rituales. No siendo casual que en el turismo estas dimensiones también están presentes y conforman las prácticas turísticas.

Siguiendo esta línea argumental parece importante retomar lo sostenido por Lanfant (1995) cuando habla sobre la turistificación de las sociedades actuales refiriendo a la difusión de la VC de patrones de comportamiento que encuentran su conformación en las modalidades turísticas. A esto debe agregarse,

que es durante la VC que se ponen de manifiesto las motivaciones del individuo sobre su tiempo de ocio y dentro de lo cual se pueden situar a los deseos/ motivaciones de viajar. Será en la VC donde el individuo imagina su viaje y comienza a planificar sus futuras vacaciones (etapa de pre viaje). Por lo tanto, será en su espacio y tiempo habitual que procederá al diseño de las mismas, las cuales tendrán un valor temporal menor a la VC y referirán a un espacio diferente del habitual.

Turismo

Cuando se habla de turismo muchas son las definiciones que se pueden encontrar en la producción académica. Una definición clásica de turismo en la cual se lo contraponen a lo cotidiano es la expresada por Jafari (2005: 43) al decir que *“el turismo puede ser definido como el estudio de las personas fuera de su hábitat habitual, del aparato y las redes turísticas y de los mundos ordinario (cotidiano) y no ordinario (turístico) en su relación dialéctica”*. Planteado de esta manera, ambos mundos son complementarios y antagónicos.

Por otra parte, Urry (2004: 16) plantea la necesidad de considerar *“(…) que es lo que produce una mirada específica”*. Lo que dará nombre a su libro y es, a la vez, una manera de conceptualización diferente *“la mirada del turista”*. Esta posición, en opinión del autor, requiere de determinadas características del lugar al que se visita, que se presenta como diferente de la vida cotidiana.

“El turismo surge de una división binaria fundamental entre lo ordinario/cotidiano y lo extraordinario. Las experiencias turísticas implican algún elemento o aspecto que induce experiencias placenteras que, en comparación con lo cotidiano salen fuera de lo común. (...) Pero los objetos potenciales de la mirada turística deben ser diferentes de una forma u otra. Deben estar fuera de lo común.” (Urry 2004: 16-7)

Esta posición es coincidente con otros autores, entre ellos, con Laplante (1996: 3) quien sostiene que *“la experiencia turística representa una emancipación del confinamiento de lo cotidiano que lo lleva a disfrutar de un conjunto de vivencias en un mundo animado representado por un espacio tiempo no ordinario”*.

Por lo que, el turismo es un fenómeno y una posibilidad de ocio caracterizado por el (re) conocimiento de un lugar extraordinario, en el cual se establecen las más variadas relaciones (sociales, económicas, históricas, políticas, ambientales, culturales, afectivas, etc.) en determinado tiempo/espacio (Gomes, Ramos & Serejo, 2010: 363 citado por Azevedo & Gomes, 2013).

En palabras de Pinto (2011), el turismo tiene implícito un alto grado de libertad y, por ello, la movilidad puede manifestarse en formas diversas, agregando que el desplazamiento físico aleja a los sujetos de la represión social a que los hombres están sometidos en el mundo ordinario-cotidiano, lo cual posibilita al individuo realizar actividades que por algún motivo no realiza en la comunidad de

origen. Ocurre un “desplazamiento” psico-socio-cultural en “(...) *relación directamente proporcional entre la distancia física y cultural del destino y el distanciamiento del comportamiento normativo del viajero en el ejercicio del turismo (...), a medida que su yo (self) se disocia de su entorno socio-cultural*” (Pinto, 2011: 1148-9).

Las posiciones mencionadas anteriormente están argumentadas desde la perspectiva/dimensión del turista como objeto de estudio que es la corriente más frecuente en los análisis. Aunque se debe resaltar que incluso Urry amplía parte de su argumentación cuando analiza los cambios culturales y la reestructuración del turismo sosteniendo que “(...) *la era de la comunicación masiva ha transformado la mirada del turista y muchos de las características del postmodernismo ya habían sido prefiguradas parcialmente por las prácticas turísticas existentes. Lo que denomina la “mirada turística” está ligada cada vez más a todo tipo de prácticas sociales y culturales y es en parte indistinguible de ellas. A medida que el “turismo” per se pierde especificad, ello tiene el efecto de universalizar la mirada turística: las personas son “turistas” buena parte del tiempo, les guste o no. La mirada turística es una parte intrínseca de la experiencia contemporánea (...)*” (Urry, 2004: 85).

Dada la transversalidad del turismo como fenómeno no debe analizarse únicamente desde la perspectiva del turista sino que existen otros actores (como los gobiernos, los empresarios y las comunidades) donde las valoraciones son otras. A la vez que, para estos actores el turismo- en tanto actividad y fenómeno- conforma parte de su propia vida cotidiana. En este sentido, se entiende que estudiar al turismo únicamente desde la concepción de lo opuesto en sí a la VC se convierte en una limitante ya que es necesario ver las dimensiones desde los otros actores lo que determinará el tipo de análisis. De lo que surge, entonces, que el turismo pone en la misma arena también lo extraordinario (del turista) y la VC (de los demás actores).

Movilidad

El viajar, el cambio de lugar, refiere fundamentalmente al sentido de permanente tránsito, de movimiento, nunca alude a la permanencia (Campodónico, 2011). Razón por la cual, la movilidad, tanto de personas como de objetos, se convierte en una cuestión esencial para comprender la sociedad actual y más aún tras el significativo impacto que han provocado las nuevas tecnologías en la movilidad – tanto virtuales como reales –, generando consecuencias poco imaginadas hasta hace poco tiempo en el fenómeno turístico.

En la sociedad actual, la movilidad turística es casi total pues se han ido incorporando nuevos países emisores y receptores, por lo cual, se puede sostener que tiene direccionalidades múltiples ya que las distancias se han visto reducidas (Onghena & Milano, 2015).

Se comparte plenamente la definición de movilidad dada por Hannam, Sheller & Urry (2006 citado por Onghena & Milano, 2015: 2) cuando sostienen que “(...) *abarca tanto los movimientos a gran escala*

de personas, objetos, capital e información a nivel global, como los procesos a escala local, como el transporte diario, el movimiento a través del espacio público y el recorrido de cosas materiales dentro de la vida cotidiana”.

Otra definición que contribuye al planteo de este artículo es la expresada por López, Nieto & Arias (2010: 146) quienes la entienden como relaciones sociales surgidas del intercambio de flujos de personas, bienes y servicios, con *“potencial de dar forma y sentido al espacio, de acuerdo con las singularidades de cada entorno urbano”.*

Por lo cual, parece sumamente interesante retomar las afirmaciones de Martinotti (1993) -que proporcionan una conceptualización macro sobre la cuestión- al sostener que la construcción social de los lugares se puede entender como una convergencia y superposición de movilidades diferentes.

En lo referente a los desplazamientos de población que se pueden dar, Blanco (2000) identifica una serie de dimensiones, a saber: espacial (el movimiento ha de producirse entre dos delimitaciones geográficas significativas); temporal (el desplazamiento ha de ser duradero, no esporádico); y social (el traslado debe suponer un cambio significativo de entorno, tanto físico como social).

Dentro de las cuales se encuentran las que ocurren dentro del propio espacio cotidiano y las que se dan hacia otros espacios, siendo aquí fundamental establecer el tipo de motivaciones que el individuo tiene a los efectos de establecer la relación con el turismo.

En este último punto tiene una significación especial lo que hace a las motivaciones del desplazamiento así como a las actividades de ocio y recreacionales que se realizan en un nuevo espacio/destino no cotidiano. Será allí donde se ponen de manifiesto sensaciones dialógicas de asombro/extrañamiento ante lo nuevo y lo diferente, al tiempo que se puede producir un redescubrimiento de experiencias vividas (Gastal & Moesch, 2007 en Azevedo & Gomes, 2013).

En este sentido Campodónico (2016) - tomando como punto de referencia lo expresado por Bauman (2006) cuando afirma que el individuo está en permanente movimiento y que la movilidad es parte central de la “sociedad líquida”- ha sostenido que *“El concepto de movilidad tiene varias implicaciones en tanto refieren a todo tipo de desplazamiento, por lo tanto, es necesario tener en cuenta su duración en el tiempo y las motivaciones que lo determinan. En las sociedades actuales el turismo es un tipo de movilidad específica, que tiene un grado de libertad máxima dependiendo de las condiciones y motivaciones del individuo. Si la movilidad está marcando la vida cotidiana como uno de los valores centrales de la sociedad contemporánea, se entiende que en el turismo está centralidad acontece dada la relación dialógica de lo cotidiano /no cotidiano, de trabajo / turismo” (Campodónico, 2016: 9).*

En opinión de Russo (2016), es imposible entender la sociedad actual si no se comprenden las nuevas pautas de la movilidad. En este sentido, Minca & Oakes (2011 citados por Russo, 2016: 19) reafirman que *“el turismo se ha convertido en un poderoso “marco analítico” que permite que se llegue a conocer, en la época de la información y de la movilidad, cómo se construyen los lugares y la cotidianidad se desvincula del territorio”*.

Los actuales estudios sobre la movilidad vinculada con el turismo poseen una visión múltiple dado que no sólo refieren a los temas de desplazamientos de individuos de un lugar de origen a otro de destino sino que a esa movilidad se le atribuye el sentido de la experiencia que implica en tanto práctica turística. En función de lo expresado anteriormente, tiene relevancia lo expresado por Zunino (2015: 54).

“Al hacerlo, es importante notar que el “giro de la movilidad” implica un enfoque holístico del movimiento de personas, ideas, objetos e información. Sugiere ver las movibilidades como un conjunto de tecnologías, prácticas, significados de espacios, cuerpos y dinámicas de poder que hacen que el movimiento sea más que ir de A a B. Se ve a los viajes como una práctica significativa en lugar de como algo que debe minimizarse”.

METODOLOGÍA

Este es un artículo de reflexión teórico-metodológica basado en la revisión bibliográfica de la que se dará cuenta a lo largo del texto así como de trabajo de gabinete. Se parte de una primera reflexión que ha sido definida como “Campo de análisis T.E.M.A”, que permitió identificar en el turismo cuatro categorías que lo configuran y, a la vez, son el marco que auxilian a su construcción: Tiempo, Espacio, Motivaciones y Actividades.

El campo de análisis T.E.M.A. propone e integra dimensiones que permiten abordar la conformación de aspectos que hacen a la VC y al turismo, intentando dar cuenta de relaciones y vínculos existentes.

El conjunto dimensiones (Campo de análisis TEMA) seleccionadas y presentadas en forma gráfica permite tenerlas presentes e integradas para comprender el protagonismo que adquiere cada una de ellas, establecer relaciones e identificar la conformación de diferentes perfiles en base a las distintas combinaciones posibles.

Si bien el campo de análisis TEMA es una propuesta conceptual general que puede ser aplicada en diferentes estudios, a los efectos de este artículo se utilizan las categorías teóricas y los ejemplos que se brindan sobre ellas corresponden mayoritariamente a Uruguay. De esta manera, se genera una nueva instancia que demuestra la flexibilidad del campo TEMA y permite continuar profundizando su implementación y avanzar en una posición metodológica-epistemológica ya no sólo para el turismo, sino para la movilidad en un sentido más amplio.

RESULTADOS

Para abordar el turismo desde la complejidad en la cual está inmerso, es necesario plantearlo junto a los otros componentes que lo condicionan y determinan en gran medida: VC y movilidad. Como hipótesis de trabajo se adopta que el “Campo de análisis TEMA” ya que reúne un grupo de variables transversales y necesarias para el estudio.

En base a lo anterior, en la Figura 1 se representa un primer acercamiento a los objetivos planteados. En este caso, se definen lugares distintos (identificados como A, B y C) con sus propias vidas cotidianas resultantes de la conjunción de características particulares (geográficas, políticas, sociales y culturales). Cada uno de ellos contiene, a su vez, un componente que refiere al sector turismo, en el entendido que presenta diferencias con su VC y que incluso, puede estar muy alejado de la misma.

En la figura propuesta, las diferentes vidas cotidianas con su faceta turística, están ubicadas en líneas horizontales representando en su conjunto a diferentes lugares. Las mismas son cruzadas por líneas verticales que representan las conexiones reales y potenciales de la movilidad en un sentido amplio (personas, imágenes, recursos, entre otros) configurando un entramado complejo.

En la representación existe un eje espacial, el cual contempla territorios que actúan en roles dinámicos e intercambiables como emisores y/o receptores. El distanciamiento entre espacios y los límites a superar determina algunas características de los flujos: interno o externo; locales, nacionales, regionales e internacionales.

Asimismo, existe otro nivel de análisis que distingue flujos dada algunas características de los propios espacios: por su grado de desarrollo (desarrollado/desarrollado; desarrollado/no desarrollado); por su cultura (occidental/oriental); por su nivel de aglomeración (ciudad-ciudad, ciudad-campo, campo-ciudad); por su ubicación (costa-interior, limítrofe-interior). Estas diferencias entre una u otra forma de VC puede ser entendida como una amplitud que será mayor, cuando se acentúen las diferencias entre las mismas.

El tiempo es otra categoría constante y fundamental mediante la cual se abordan los conceptos centrales de este trabajo. La presencia del mismo permite identificar sus secuencias (corto, mediano y largo plazo) y ordenar cronológicamente los hechos (antes, durante, después). Según la duración se determinan sus características y dada la frecuencia y magnitud pueden catalogarse como: estacionales, pendulares e incluso diarias, entre otras.

Otra variable relevante presente en la figura son las motivaciones. Éstas responden a factores que están en relación a dos (o más) espacios y ello ha sido planteado en diferentes estudios, como elementos que impulsan y/o que atraen. Las cuales están condicionadas por las propias características

del turista/viajero, como así también por los atractivos del viaje o destino en cuanto a la singularidad, precio y/o calidad de los servicios. Estos últimos fortalecidos por el marketing y la comercialización de los distintos productos. Es un hecho reconocido en la bibliografía que el propio espacio emisor presenta condiciones que impulsan al viaje. Existe un condicionamiento mutuo entre ejes y ello queda plasmado fuertemente al analizar las motivaciones, por afectar las movilidades, el uso del tiempo, la elección de destinos y las actividades.

El cuarto eje modelado, es el de las actividades (representadas por líneas en variantes de color) las cuales dan cabida a la amplia posibilidad de acciones de un vasto conjunto de individuos incluso más allá del turismo y de los turistas, como pueden ser los migrantes, los trabajadores y los operadores. No debe olvidarse que los bienes y servicios que demandan los turistas como el transporte, alojamiento, alimentación, recreación e información, entre otros, tienen como soporte a un importante número de actores vinculados no necesariamente de modo directo con el turismo.

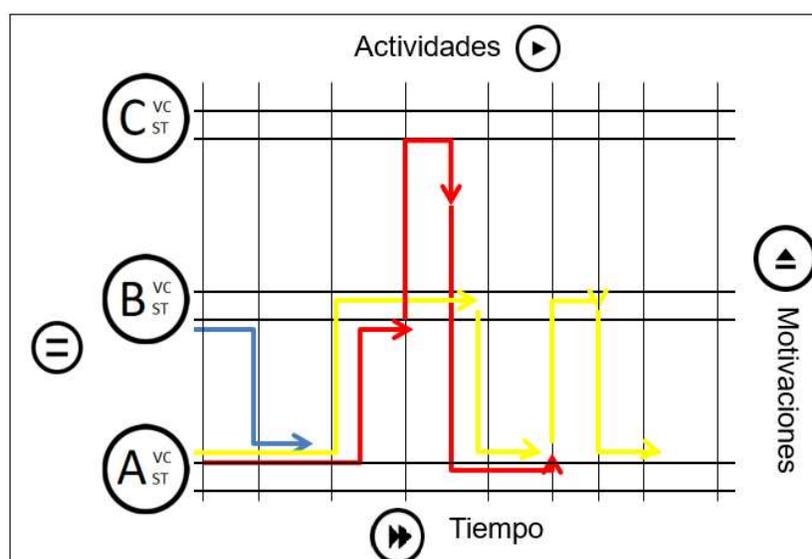
En el análisis de la movilidad de personas se agregan otras dos grandes clasificaciones: espontáneas y forzadas. Se entiende que el turismo como tal responde a la primera y mayoritariamente los estudios se dedican a este aspecto. Eventualmente, la razón que podría primar en el alejamiento pudo haber correspondido en menor medida a la segunda (forzada) y se puede observar por ejemplo, en el caso de los procesos de inserción y permanencia de una comunidad de nipo descendientes (conocidos como "nikkeis") en la modalidad de agricultura irrigada implementada en Polo Petrolina-Juazeiro, analizados Fabreau (2016). Este autor trabaja sobre cuatro dinámicas de movilidad que configuran en gran medida a esta comunidad, donde los hijos menores deben buscar nuevos rumbos al no recibir herencia, lo que genera flujos hacia el lugar de origen y desde éste para visitar al emigrante.

Otro ejemplo es el referido a un grupo de turistas que comparte el mismo tiempo, espacio y actividades pero donde las motivaciones podrían ser diferentes. Sería el caso de un grupo familiar que se inscribe en una maratón - organizada en el destino turístico en el que vacacionan – donde los integrantes pueden tener razones diversas en su participación: ganas de competir, mejorar su salud o como forma de socializar, entre otros. A continuación se describen una serie de movilidades que intentan bosquejar la diversidad existente.

En la Figura 1, la línea roja (1) recorre en un primer tramo una dimensión habitual de su lugar de origen (A), del cual se aleja para entrar sucesivamente en B y C, pero se mantiene alejado de su VC y, luego, retorna al lugar de origen.

Ello puede ser el reflejo de un viaje multidesino como los clásicos paquetes a Europa por diferentes ciudades, los cruceros o las estadías en los grandes complejos hoteleros (como es el caso de los resorts en las playas del Caribe que ofrecen servicios "all inclusive"). En todos los casos, el visitante ve restringido o limitado en gran medida su contacto con la VC.

Figura 1: Enfoque complejo del flujo de moviidades



Fuente: Elaboración propia

Por su parte, la línea amarilla (2) intenta dar cuenta de formas diferentes a lo ya descrito. Aquí, se plantea un recorrido que se repite (y ello puede realizarse con distinta frecuencia o duración a un mismo destino) y que, fundamentalmente, se diferencia al tener un contacto más estrecho con la VC del destino.

Esas características de reincidencia de visita en distintos períodos puede ejemplificarse, en un turista de segunda residencia que pasa sus vacaciones de verano en un destino de sol y playa como podría ser Punta del Este (Uruguay) y el resto del año hace escapadas de fin de semana a ese mismo destino.

A la vez que este tipo de movilidad podría estar dando cuenta de tendencias más actuales del turismo que mediante el uso de las tecnologías han acercado las partes y generado un contacto más fluido de visitantes con los residentes. De ahí lo sostenido por Russo (2016: 26) cuando expresa "(...) *el ámbito de lo privado por excelencia, lo doméstico, que se negocia como espacio turístico debido a la afirmación del turismo colaborativo*".

Es el caso del couchsurfing y la plataforma de Airbnb, las cuales acercan a los viajeros/turistas a las comunidades de todo el mundo, haciendo visibles viviendas de particulares disponibles en el destino; actividades organizadas por expertos locales; y lugares y/o costumbres para los viajeros que quieran conocer de otra forma un lugar.

De este modo, han surgido emprendimientos que implementan un acercamiento mayor entre los visitantes y los residentes por medio de actividades de carácter innovador y comprometido a revitalizar

entornos y dinamizar destinos. Las ofertas contemplan, cada vez en mayor medida, música, teatro y poesía de artistas locales con contenidos propios y temáticos de la zona. Un ejemplo actual es el caso de algunos hoteles de España que disponen de preparadores físicos que organizan grupos de “runners” para contribuir con la vida saludable de los vecinos de la zona y suman a los clientes de ese hotel a dichas actividades (Hosteltur, 2016). Como se puede ver, las fronteras se desdibujan en varios sentidos, alcanza a los espacios de trabajos en hoteles que también brindan servicios a los residentes.

Las guías de viajes, los folletos, los planos, comúnmente buscan proveer al turista/viajero de todos los datos necesarios para poder realizar los recorridos más frecuentes. Sin embargo, en los últimos años comenzaron a incorporar rincones diferentes de cada ciudad, dándole al viaje un giro más alternativo. Incluso han aparecido nuevos formatos que apuntan a ese valor diferencial y ofrecen una completa guía de costumbres, fiestas tradicionales, comportamientos y formas para relacionarse en cada uno de los países. Sus “tips” van desde aspectos genéricos de cómo comportarse de acuerdo a la VC de cada lugar hasta aquellos que dentro buscan afinidades con la VC de los visitantes, de ahí sus intereses por el diseño, la gastronomía, la música, entre otros.

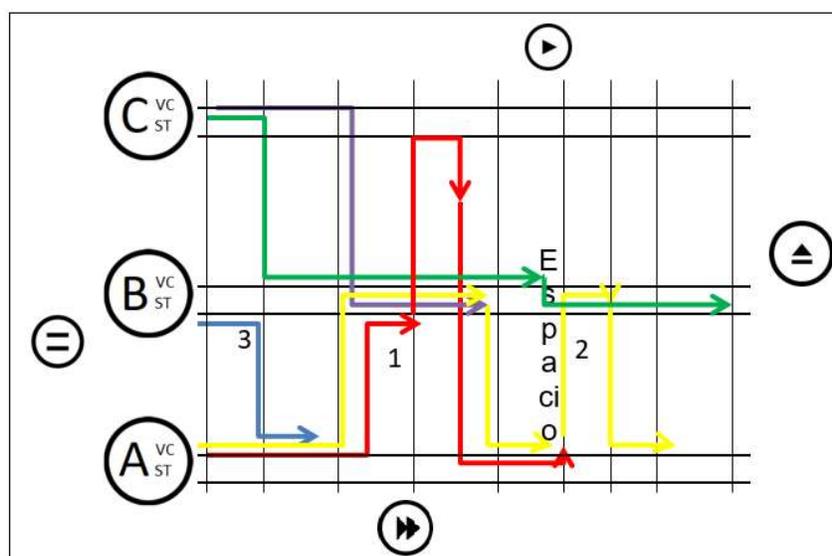
Por otra parte, y en sentido descendente, en la Figura 1 se aprecia una línea azul (3) con origen en el sector turístico de B y que se dirige hacia A. En este caso se contempla dentro de las movilidades a la oferta, compuesta por otros actores relevantes como pueden ser los operadores turísticos y/o encargados de la gestión que se desplazan para promover “B” como destino. Un ejemplo de ello, se puede ver en las campañas promocionales de municipios, cámaras empresariales y ministerios de turismo, que generan un flujo de personas, recursos e imágenes para atraer visitantes.

Este tipo de actividades se produce cada vez más, y son más prolongadas en el tiempo, lo que se puede percibir, en los mercados de alta competencia de los viajes internacionales de jóvenes quinceañeros/as de Argentina y Uruguay. Diferentes empresas del sector, se acercan a los potenciales clientes mediante grupos de whatsapp y redes sociales muchos años antes del posible viaje, para organizar actividades (paseos, deportes, bailes) en sus lugares de residencia y así predisponerlos a viajar y contratar sus servicios.

En la Figura 2 se mantienen los flujos ya analizados y se agregan nuevos elementos de forma de poder enriquecer el espectro. Nuevas movilidades que contemplan al lugar C, suman aspectos no comprendidos en lo anterior pero si muy relacionado a los casos mencionados.

No se puede obviar en turismo otras formas de movilidad y ello se pretende reflejar en una línea verde (4), con una permanencia más extendida en el tiempo que afecta la VC y en muchos casos llega a reconfigurar al nuevo lugar de residencia. Los destinos turísticos atraen las migraciones laborales así como también nuevos residentes provenientes del extranjero, que no solo reconfiguran la oferta/demanda de trabajo, sino que también impactan en temas sociales, de ordenamiento, de consumo, entre una amplia variedad.

Figura 2: Enfoque complejo del flujo de moviidades



Fuente: Elaboración propia

Son numerosos los casos de migrantes que con sus saberes y habilidades reconfiguran o construyen nuevos destinos. La Organización Mundial del Turismo (2018) da cuenta de ello y lo ejemplifica en parte cuando sostiene que *“La migración tiene consecuencias sociales y económicas importantes para los países de destino puesto que enriquece culturalmente a sus sociedades, mejora los productos turísticos y ofrece mano de obra para los sectores de los viajes, el turismo, la hotelería y la restauración. La migración es también en sí misma un claro impulsor de la demanda turística, espoleando un creciente flujo de doble dirección de expatriados que visitan sus países de origen, así como de parientes y amigos que visitan a sus compatriotas en los nuevos países receptores”*.

Si bien lo dicho anteriormente responde a una perspectiva teórica se pueden observar ejemplos de vínculos entre moviidades que difieren en grados de las variables identificadas. En el caso de Uruguay se han seleccionado algunos que se iniciaron en la última década como ser:

- 1) recientemente dentro de las promociones del Sistema Nacional de Turismo Social (SNTS),- llevado a cabo por el Ministerio de Turismo- se ha implementado un espacio para que uruguayos residentes en Argentina tengan la posibilidad de realizar excursiones por las ciudades uruguayas desde donde podrán viajar a otras localidades del país para "ver a sus familias".;
- 2) como seguramente le ha pasado a muchos destinos turísticos exitosos, Punta del Este dado su grado de crecimiento ha recibido numerosas inversiones a partir de las cuales se han generado fuentes de trabajo, esto ha incidido en migraciones internas fundamentalmente como mano de obra. Algunas de estas migraciones son temporales aunque algunos trabajadores luego se establecen de manera permanente en el Departamento de Maldonado. Lo cual se refleja en el Censo de 2011 del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) donde se registra que el “38 por ciento”

(38%) de los habitantes son nacidos en otros departamentos del país. Por otra parte, estas inversiones en algunos casos están ligadas a construcciones de viviendas de personas que deciden instalarse a vivir en Punta del Este siendo actualmente un “2.7 por ciento” (2.7%) de la población estable de origen extranjero (INE, 2011).

3) en Uruguay, tanto el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (Programa Conciencia Agropecuaria), como el Ministerio de Turismo (Programa Pueblo Turístico) buscan desarrollar el turismo en espacios rurales y una de las razones esgrimidas es que ello es una alternativa para evitar las migraciones del campo a la ciudad.

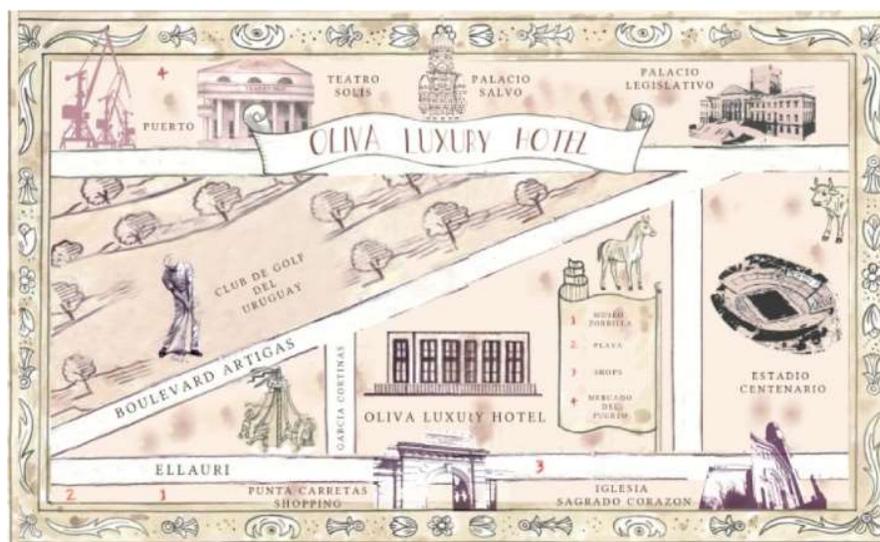
A la línea violeta (5) se le asigna un origen en “C” y un recorrido por otros lugares coincidente en tiempo y espacio en algún tramo, con las movi­lidades provenientes del lugar “A”. Para dar cuenta de este caso es interesante rescatar la experiencia de los viajeros, quienes destacan lo que conocen o empiezan a conocer también a partir de la gente con la cual comparten el viaje. Por ejemplo, si un viajero va a México y se integra a un grupo de canadienses, finalmente sabrá muchas cosas del país al que visita pero también del que provienen sus compañeros de ruta, aún sin haberlo visitado. Esos viajeros son portadores de elementos de sus propias vidas cotidianas y ello puede, eventualmente, condicionar a quienes visiten otro destino. Tal vez el caso más paradigmático se encuentre en las experiencias de los peregrinos que realizan el camino a Santiago de Compostela (España), donde es habitual que modas, costumbres y modismos sean diseminados por ellos durante parte del viaje.

Una variante de la línea 4 puede darse en una salida que en vez de producirse desde la VC de “C”, lo haga del sector turismo de la misma. Es el caso de recorrer un destino y asistir a una feria o salida promocional de un tercer destino. Por ejemplo, la Intendencia Departamental de Salto (destino termal, Uruguay) y empresarios promociona sus complejos termales en la temporada de verano de Piriápolis (destino de sol y playa, Uruguay). El turista que se encuentre en este destino se enterará de cuestiones sobre las termas de Salto y puede verse motivado a conocerlas o reiterar la visita si ya las conoce.

Otro ejemplo de esto se puede observar en la tematización de algunos hoteles o en las propuestas de cocina fusión de varios restaurantes. Esto produce una mezcla de la experiencia de las culturas y las tradiciones locales, con motivos que pueden recurrir al entorno más próximo u otros de mediano o largo alcance (internacional). En su forma de presentación apela, además, a los valores patrimoniales de la ciudad adoptando un estilo de épocas pasadas como se puede observar en el siguiente plano de ubicación pero que coloca edificios de valor histórico como llamadores.

La página web del Oliva Luxury Hotel describe las características del lobby de la siguiente manera: *“Inspirado en el oficio artesanal y ebanista, cuenta con una biblioteca de 12 metros de largo en donde poetas, escritores, pintores, escultores, conviven buscando transmitir la tradición, el cariño por las costumbres y hábitos conservados en la historia Montevideana”.*

Figura 3: Publicidad del Hotel Oliva



Fuente: www.olivahotel.com

De esta manera, el Oliva Luxury Hotel de Montevideo (Uruguay) asume el rol de portal de la ciudad y el país, mediante una selección y sumatoria de elementos provenientes de músicos, pintores, escultores, escritores, poetas y fotógrafos nacionales. Incluso con olivas provenientes de plantaciones nacionales y mantas hechas a mano en pura lana, que son productos de distintos rincones del campo del país y presentados en su ciudad capital.

CONSIDERACIONES FINALES

El presente trabajo recoge preocupaciones actuales en cuanto a la necesidad de (re) pensar el turismo desde otras perspectivas, y ello es posible en gran medida, reconociendo y proponiendo formas de integrar el conocimiento existente. Un análisis que intente abarcar lo complejo, demanda el cruce de variables que en sí misma y en sus interrelaciones reflejen y den cabida a esa complejidad. Si bien tiempo y espacio son las más frecuentes, aquí se plantea otro par -muy vinculado a las ya mencionadas- como son las motivaciones y las actividades.

El conjunto de dimensiones (Campo de análisis TEMA) presentadas en forma gráfica permite tenerlas presentes e integradas para abordar al turismo en conjunto con otros conceptos (VC y movilidad) con los que se interrelaciona permanentemente.

La posibilidad de conectar los ejes, determina un sin número de combinaciones posibles y tras ello se maneja la hipótesis que manifiesta la representación de diferentes realidades más allá del turismo. La riqueza del análisis posible está en la diversidad creciente del par motivaciones/actividades, imposibles de graficar dentro de este trabajo. En ellas se definen una serie de movi-

comparten gran parte de su esencia, pero se diferencian en aspectos parciales y dada las nuevas tecnologías los límites se vuelven más indefinidos.

De esta manera, se ha puesto en consideración una nueva instancia del campo TEMA, para continuar profundizando en su implementación y así poder avanzar en una posición metodológico-epistemológica ya no sólo para el turismo, sino para la movilidad en un sentido amplio.

Definir espacios en cuanto a la VC, comúnmente asociada a lo rutinario y ordinario, no excluye a lo extraordinario. Esto puede o no ocurrir y ello dependerá en gran medida de una función a determinar entre los ejes del Campo TEMA y las dimensiones contenidas en ellos.

Más allá de la necesaria y urgente continuidad de trabajos que profundicen en el estudio del turismo, es también imperiosa y necesaria la realización de trabajos integradores, para su mejor comprensión y difusión. La trilogía manejada (VC, movilidad, turismo) posibilita un enfoque que trasciende lo espacial, la demanda y lo micro.

Agradecimiento: Esta comunicación fue presentada oralmente en el VIII Congreso Latinoamericano de Investigación Turística, Cancún, octubre de 2018.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ascanio, A.** (2010) "El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes?" PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 8(4): 633-641
- Azevedo, J. & Gomes, C.** (2013) "El ocio y el turismo en los artículos publicados en revistas académicas de turismo". Estudios y Perspectivas en Turismo 22(5): 875-892
- Bauman, Z.** (2006) "La globalización .Consecuencias humanas". Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires
- Berger, P. & Luckman, T.** (2006) "La construcción social de la realidad". Amorrortu Editores, Buenos Aires
- Blanco, C.** (2000) "Las migraciones contemporáneas". Alianza Editorial, Madrid
- Campodónico, R.** (2016) "Turismo: de la Movilidad al Espacio". Revista Latino-Americana de Turismología 1(2): 8-16
- Campodónico, R.** (2011) "Bauman : una lectura desde el turismo". En: Alvarez Sousa, A. (ed.) Teoría sociológica y turismo. Netbiblo, Madrid, pp. 37-49
- Campodónico, R. & Chalar, L.** (2011) "Hacia la construcción del conocimiento en Turismo". Estudios y Perspectivas en Turismo 20(6): 1307-1323
- Canales, M.** (1999) "Sociología de la vida cotidiana". Allende Editores, Madrid
- Cucurella, L.** (1999) "Pensar lo cotidiano". Editorial Abya Yala, Quito
- Cuéllar, H.** (2009) "Hacia un nuevo humanismo: filosofía de la vida cotidiana". En-claves Del Pensamiento 3(5): 11-34
- Fabreau, M.** (2016) "Trânsitos, conexões e narrativas de imigração em um contexto transnacional: uma etnografia em Rio Bonito PE". (Tesis doctoral). Universidade Federal de Pernambuco, Recife

- Gastal, S. & Moesch, M.** (2007) "Turismo, políticas públicas e ciudadanía". Aleph, São Paulo
- Gerlero, J. C. & Taranda, D.** (2005) "El Turismo: una perspectiva de análisis desde la vida cotidiana". CONDET, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén
- Gomes, C. L.; Ramos, A. M. O. & Serejo, H. F. B.** (2010) "Conhecimentos sobre o lazer nos cursos de graduação em turismo de Minas Gerais". Turismo em Análise 21(2): 357-380
- Hannam, K.; Sheller M. & Urry J.** (2006) "Editorial: Mobilities, immobilities and moorings". Mobilities 1(1): 1-22
- Hosteltur** (2016) Disponible en www.hosteltur.com fecha de acceso 12/10/17
- Instituto Nacional de Estadísticas – INE** (2011) "Censo 2011". Disponible en www.ine.gub.uy Fecha de acceso el 8/12/17
- Jafari J.** (2005) "El turismo como disciplina científica". Política y Sociedad, 42(1): 39-56.
- Lalive d' Epinay, C.** (2008) "La vida cotidiana: Construcción de un concepto sociológico y antropológico". Sociedad Hoy 14: 9-31
- Lanfant, M. F.; Allock, J. B. & Bruner, E. M.** (1995) "International tourism: identity and change". Sage Publishers, London
- Laplante, M.** (1996) "L'expérience touristique contemporaine". Fondements Sociaux et Culturels, Sainte-Foi. Presses de l'Université du Québec, Quebec
- Lindón, A.** (coord.) (2000) "La vida cotidiana y su espacio-temporalidad". Anthropos, Barcelona
- López, F.; Nieto, D. & Arias, C.** (2010) "Relaciones entre el concepto de movilidad y la ocupación territorial de Medellín". Revista EIA 13: 23-37
- Martinotti, G.** (1993) "Metropoli. Nuova morfologia sociale della città". Il Mulino, Bologna
- Minka, C. & Oakes, T.** (2011) "Real tourism: Practice, care and politics in contemporary travel culture". Routledge, Londres
- Oliva Luxury Hotel** (s/f) www.olivahotel.com fecha de acceso el 10/12/2018
- Ongheña, Y. & Milano, C.** (2015) "Certezas e incertezas del turismo: movilidad y encuentro". Notes internacionals CIDOB 116, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona
- Organización Mundial del Turismo** (2018) "Turismo y migración". Disponible en www.unwto.org/es fecha de acceso 4/10/17
- Pinto, R.** (2011) "Rito, cambio cultural y la naturaleza cíclica del turismo". Estudios y Perspectivas en Turismo 20(5): 1144-1153
- Russo, A.** (2016) "Las nuevas fronteras del estudio del turismo: retos conceptuales y epistemológicos". Revista CIDOB d'Afers Internacionals 113: 15-32
- Urry, J.** (2004) "La mirada del turista". Universidad San Martín de Porres, Lima
- Zunino, D.** (2015) "Where are we doing? A discussion of mobility history in Latin America en T2M". Mobility in History 6: 54-62

Recibido el 24 de noviembre de 2018

Reenviado el 24 de diciembre de 2018

Aceptado el 27 de diciembre de 2018

Arbitrado anónimamente