

OPINIONES EN DESARROLLO
Programa Turismo Responsable

Artículo núm. 17 | Diciembre de 2015

*Costas, mercancías y derechos:
hacia un paradigma sustentable
del turismo costero*

por Rodrigo Fernández Miranda



www.albasud.org | info@albasud.org

ISBN: 978-84-608-4753-3. Este documento está bajo una licencia Creative Commons.



Una primera versión de este documento fue presentado en el VII Simposio Internacional y XIII Jornadas Nacionales de Investigación, celebrado entre el 15 y el 17 de octubre de 2015 en la Facultad de Turismo, UNCO, Neuquén, Patagonia, Argentina.

Costas, mercancías y derechos: hacia un paradigma sustentable del turismo costero

*Por Rodrigo Fernández Miranda **

Resumen

El texto aborda en primera instancia la construcción histórica del modelo turístico dominante en el marco de la globalización económica, centrándose en el caso del turismo de sol y playa en las costas bonaerenses de Argentina. Explicada esta evolución, posteriormente se analiza de forma crítica los principales impactos económicos, ambientales, sociales y culturales de este modelo. En la segunda parte, el artículo aporta lineamientos para una propuesta de turismo sustentable de sol y playa, que incluye dimensiones como la producción, la comercialización y la planificación, la participación social en los procesos de toma de decisiones, evaluación y control de la actividad, el papel del Estado y las políticas públicas y, por último, la imbricación con un consumo turístico responsable y transformador.

*** Rodrigo Fernández Miranda** (Buenos Aires, 1974) es investigador social, consultor y docente. Actualmente trabaja en el Centro de Estudios de la Economía Social de la Universidad Nacional de Tres de Febrero y la Universidad Nacional de Lanús (Argentina) y es miembro del equipo de investigación social de Alba Sud. En los últimos años ha publicado libros y artículos sobre turismo, consumo, comercialización y comunicación en el capitalismo global y las alternativas desde la Economía Social y Solidaria. Algunos títulos destacados: *Lo que hundan mientras flotan. Auge y análisis crítico del turismo de cruceros en la globalización* (Alba Sud, Opiniones en Desarrollo, núm. 13-14, 2012); *Viajar Perdiendo el Sur* (Libros en Acción, 2011); *El teatro de la libre elección* (Editorial Popular, 2008); *El Legado consumista* (Sodepaz - Didesur, 2008), "Interpelar la ideología del consumismo" (Revista Idelcoop); "El capitalismo detrás de la pantalla" (Boletín Ecos Fuhem); *Políticas Públicas, beneficios privados* (Foro de Turismo Responsable, 2010); *Contrapublicidad* (Libros en Acción, 2009) o *El rompecabezas de la equidad* (Icaria, 2006), entre otros.

1. Introducción y objetivos

El turismo representa la industria más poderosa y paradigmática del capitalismo global. Con un crecimiento exponencial desde Bretton Woods y espoleado por un modelo de desregulación, liberalización, consumismo y energía barata, en los albores del nuevo siglo se consolidó como el principal sector económico de la globalización. En 2012 se superó la cifra de 1.000 millones de turistas internacionales, ubicándose como la primera línea del comercio internacional, la tercera parte de la exportación mundial de servicios y la décima parte del producto bruto global. Por su parte, el sol y playa es su modalidad más popularizada.

La actividad turística, que se articula con diversos sectores conexos ^[1] y conlleva una compleja relación entre actores y factores, debe comprenderse en el marco de las sociedades de consumo, sus lógicas, dinámicas y representaciones dominantes. En el imaginario colectivo, esta “industria sin chimeneas” goza de un fuerte consenso social y está colmada de asociaciones positivas, con silencios discursivos sobre sus consecuencias negativas.

En este sentido, se hace fundamental incorporar a la agenda gubernamental y pública una discusión y reflexión crítica sobre las formas dominantes de desplazamientos, descanso y ocio, y bajo qué paradigma político y económico deben establecerse.

Objetivos:

- Realizar un recorrido en perspectiva histórica sobre la evolución del turismo internacional, con énfasis en el turismo de sol y playa en América Latina y Argentina.
- Indagar en torno a la relación entre las prácticas dominantes de turismo de sol y playa y el consumismo.
- Identificar los impactos de esta modalidad turística sobre territorios y comunidades anfitrionas.
- Proponer lineamientos hacia políticas y prácticas sustentables de turismo de sol y playa.

2. Raíces y transformaciones del turismo de sol y playa

2.1. Apuntes sobre la construcción histórica del turismo de masas

En las raíces del turismo moderno de masas se encuentra el contexto de la Revolución Industrial y sus profundas transformaciones sociales, tecnológicas, culturales y económicas ^[2]. En las primeras décadas del Siglo XIX comenzó la denominada “Edad de Oro del Balnearismo”, restringida a la burguesía. A partir de entonces, los avances en materia

[1] Incluye inmobiliarias, finanzas, telecomunicaciones, transporte, infraestructuras, entre otros.

[2] También hay que destacar la figura del pionero británico Thomas Cook, que en 1841 emprendió el primer viaje organizado (18 km en tren) en Inglaterra y diez años después fundó la primera agencia de viajes, Thomas Cook & Son.

de transporte, con la consecuente reducción de costos y tiempos de desplazamiento, fueron ampliando gradualmente el acceso a más sectores sociales a esta actividad, principalmente en países del Norte global. En ese momento comenzaron a cimentarse las características definitorias de la versión moderna de esta actividad: la concentración temporal (estacionalidad) ^[3] y la concentración espacial en balnearios y playas.

Durante la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX, la profundización y expansión del proceso de industrialización y sus modos de producción derivó en una división y desconexión crecientes entre los tiempos productivos de la naturaleza y los tiempos impuestos por el capitalismo. La Gran Guerra afectó enormemente la actividad: por un lado, generó un desplazamiento parcial desde los territorios europeos hacia los americanos. De esta manera, por ejemplo, a principios de 1920 las playas de Florida en Estados Unidos y las de Cuba se erigían entre los principales destinos turísticos internacionales. También dejó importantes avances en materia de transporte aéreo y el crecimiento de la industria aeronáutica.

Otro punto de inflexión en la primera mitad del siglo XX fueron los Acuerdos de Bretton Woods, hecho que generó un nuevo orden mundial afectando directamente a la industria turística. Las condiciones creadas en la posguerra favorecieron el inicio de una masificación sin precedentes en esta actividad. Durante los años 50 las conquistas económicas, sociales y laborales de amplios sectores de trabajadores en el Norte y el Sur repercutieron en un aumento del tiempo disponible de no-trabajo y de la capacidad adquisitiva. Además, en el plano jurídico internacional, muchas leyes de migraciones incorporaron la categoría de “turista”, con dos características genéricas: la limitación del tiempo de estancia del visitante en el país receptor, y la comprobación de que éste contara con los recursos para afrontar el viaje de regreso sin necesidad de trabajar en el destino.

En el inicio de los Treinta Gloriosos de la economía mundial (1945-1973) la expansión del turismo fue sobresaliente. Los principales polos turísticos volvían a ubicarse en los países mediterráneos de Europa, con mejores infraestructuras, clima y condiciones naturales propicias para el turismo de sol y playa. Sin embargo, también crecían los desplazamientos hacia las playas de América: en los años 50 Acapulco en México se convertía en una vitrina de lujo y modernidad y Cuba recibía nueve veces más turistas internacionales que en 1920 ^[4] (Fernández Miranda, 2011). El aumento de los desplazamientos iba acompañado por la diversificación, la creación de nuevos destinos e innovaciones en la prestación: a finales de los 60 emergió Cancún en la península mexicana de Yucatán ^[5] y en 1968 la empresa francesa Club Mediterranée abrió su primer complejo turístico en la isla de Guadalupe en el mar Caribe, inaugurando un nuevo modelo de negocio precursor de los complejos “todo incluido”.

^[3] Al tratarse de un turismo de no-trabajo los nuevos viajeros tenían la posibilidad de desplazarse con fines de ocio principalmente en temporada estival.

^[4] En 1924 Cuba recibió más de 31.000 turistas y en 1957 superó los 272.000.

^[5] Hasta 1967 Cancún era aún una pequeña aldea integrada por un puñado de familias de pescadores, sufriendo en pocos años una profunda transformación como el principal destino turistizado de México.

Durante los años 70 se mantuvo el crecimiento de los desplazamientos internacionales y se intensificó la deslocalización de los destinos turísticos hacia América Latina. En esa década el Banco Mundial (BM) comenzó a otorgar líneas de crédito a países de la región para promover el turismo ^[6], lo que contribuyó a un importante endeudamiento externo y a promover un modelo de crecimiento económico centrado en la actividad turística en los países que contaran con las “ventajas comparativas” necesarias para esta explotación.

[6] Estos créditos eran destinados principalmente a la construcción de complejos e infraestructuras turísticas.

El escenario de reformas neoliberales aceleró la expansión de la industria turística hacia Latinoamérica. La presión para la apertura de las economías y liberalización del comercio y el transporte, las políticas de “atracción de inversiones” y libre repatriación de los beneficios favoreció este proceso. La aparición de nuevos destinos en América Latina y el Caribe intensificó el “monocultivo turístico” ^[7] y acrecentó la competencia entre los países turistizados de la región, lo que repercutió en una reducción de precios y las condiciones generales de explotación de la actividad.

[7] En pequeños Estados insulares los ingresos del turismo llegaban al 80% del PBI y el 50% de sus ingresos de exportación, por ejemplo, en Aruba, Barbados, Bahamas o Seychelles (Fernández Miranda, 2011).

La globalización económica aceleró los procesos de turistización en la periferia. Entre 1995 y 2006 Centroamérica triplicó la cantidad de visitantes internacionales, América del Sur aumentó un 76% y México se consolidó entre los diez destinos más visitados del planeta. En esa década la participación de la periferia global en la industria turística pasó del 36 al 46,6% (OMT, 2010).

Mientras el volumen de turistas creció 37 veces desde 1950, y la velocidad de crecimiento de la economía turística quintuplicó la de la economía global (Buades, 2010), se fueron construyendo andamiajes discursivos que dotaron de consenso social a esta globalización turística, instalando en el imaginario dominante a esta actividad como indicador de bienestar y calidad de vida de los turistas y como vía para el desarrollo social y económico de los países receptores.

2.2. Sol y playa en las costas bonaerenses

Concentrado principalmente en las costas bonaerenses, el desarrollo del turismo de sol y playa en la República Argentina guarda una relación directa con el proceso de construcción de la sociedad. Como punto de partida, en las primeras décadas desde la independencia del Virreinato del Río de la Plata parte significativa de la limitada actividad turística se desarrollaba en costas fluviales cercanas a la Capital ^[8]. La llamada “Conquista del Desierto” (1878-1885) desplazó de manera forzosa y masiva a los habitantes originarios de los territorios costeros que sobrevivieron ^[9], cambiando las estructuras sociales y el régimen de propiedad de la tierra. Entre finales del Siglo XIX y la Primera Guerra Mundial ^[10] el recurso natural de las playas fue constituyéndose como el principal atractivo turístico para las minorías pudientes.

[8] Como Tigre, Punta Lara o Quilmes, entre otros.

[9] Poblaciones de influencia principalmente mapuche.

En esos años se fundaron los principales centros turísticos bonaerenses: en 1876 Mar del Plata (potenciado con la llegada del ferrocarril en 1886 y la inauguración del hotel Bristol en 1888), en 1881 Necochea y en 1888 Miramar. Este naciente turismo de sol y playa en las costas bonaerenses era exclusivo, elitista, a pequeña escala y alineado con las modas europeas de arquitectura y recreación. La configuración del espacio se caracterizaba la construcción de residencias y hoteles de lujo, y las prácticas recreativas tenían alto grado de control social, regido por normas de conducta, “buenas costumbres”, y hasta reglamentos que definían las vestimentas o las distancias que debían mantenerse entre hombres y mujeres durante los baños. (Hernández, 2009).

A partir de los años 30 las costas bonaerenses comenzaron a incorporar gradualmente a visitantes de sectores medios, generando la construcción de las primeras edificaciones intensivas. En la presidencia de Agustín Justo se creó la Administración General de Parques y Turismo (1934) y se inauguró la Ruta Nacional 2 (1938), que conectaba Buenos Aires con Mar del Plata, lo que junto con el aumento de la venta de autos ampliaba sensiblemente la accesibilidad de esta localidad.

Durante los primeros gobiernos peronistas (1946-1955) el modelo inclusivo dio lugar al incremento de la llegada de clases medias y populares a las costas bonaerenses en período estival: proceso que se dio a llamar “democratización de las playas argentinas”. Una de las transformaciones de esos años que incidió en el turismo fue la ampliación de derechos y la mejora en las condiciones de empleo y de vida de amplios sectores de trabajadores argentinos a través una reforma laboral que ponía en marcha, entre otras cosas, las vacaciones pagas ^[11] y el sueldo anual complementario.

En sintonía con estos avances, en 1948 la *Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre* estableció el “Derecho al descanso y a su aprovechamiento (...) a la honesta recreación y a la oportunidad de emplear útilmente el tiempo libre en beneficio de su mejoramiento espiritual, cultural y físico” (OEA, 1948). Por otra parte, unas organizaciones sindicales fortalecidas y legitimadas comenzaban a financiar actividades vinculadas al turismo de sus afiliados en el marco del “turismo gremial”: así, a los complejos vacacionales públicos se le sumaron los hoteles sindicales. En el mandato del gobernador bonaerense Domingo Mercante se contribuyó junto con los sindicatos y la Fundación Evita a potenciar el acceso al turismo para sectores populares, asentando “la concepción de las vacaciones como una conquista simbólica asociada al Derecho al Descanso...” (Pastoriza, 2008). El Plan de Turismo Social ^[12] puso a disposición de las clases populares nuevas infraestructuras turísticas en las costas bonaerenses, y se crearon los Clubes de Turismo Social, iniciativa apuntalada con la puesta en marcha de la tarifa “turista” de tren.

[10] La Gran Guerra convirtió al principal territorio turístico del mundo en un escenario bélico, y se tradujo en un desplazamiento de la oferta y el nacimiento de nuevos destinos, favoreciendo el apogeo de Mar del Plata.

[11] El derecho a vacaciones pagas fue incluido en la Declaración de los Derechos del Trabajador en 1947. “6) Derecho al bienestar. El derecho de los trabajadores al bienestar, cuya expresión mínima se concreta en la posibilidad de disponer de vivienda, indumentaria y alimentación adecuadas, de satisfacer sin angustias sus necesidades y las de su familia en forma que les permita trabajar con satisfacción, descansar libres de preocupaciones y gozar mesuradamente de expansiones espirituales y materiales, impone la necesidad social de elevar el nivel de vida y de trabajo con los recursos directos e indirectos que permita el desenvolvimiento económico”.

De esta manera, durante los años 50 se fue produciendo una transformación significativa de esta actividad y los destinos en las costas bonaerenses. Por una parte, se volvió a transformar el paisaje [13]; por otra, se fue masificando y segmentando el turismo de sol y playa, lo que se reflejó en la construcción de nuevos hoteles con distintos de precios y prestaciones [14].

Estas transformaciones, además de un paso clave hacia la masificación de los desplazamientos y la ampliación de la infraestructura turística y la oferta recreativa en la costa [15], también determinaron una resignificación, un cambio del sentido de esta práctica social en Argentina: el turismo iba dejando de concebirse como privilegio de minorías para instalarse como derecho de mayorías.

Otro momento clave para el turismo costero se produjo durante los años de hegemonía del neoliberalismo, que generaron una profunda polarización social en el país y la región. Las minorías favorecidas por este modelo fueron produciendo sus propios espacios urbanos diferenciados para el hábitat, que se reprodujeron en los espacios vacacionales y segundas residencias turísticas: en la última década del siglo XX en las costas bonaerenses se expandieron las urbanizaciones privadas, se instalaron hoteles 5 estrellas, se cerraron ramales de ferrocarril, se transnacionalizó el transporte aéreo y se concesionaron rutas nacionales [16].

En el nuevo siglo el cambio de modelo económico dio lugar a un nuevo enfoque de desarrollo turístico. En 2005 se promulgó la Ley Nacional de Turismo 25.997, modificando las prioridades e incorporando nuevos ejes [17]. En 2010 se otorgó al turismo rango ministerial [18] y pasó a ser política de Estado, con más planificación y participación pública. También se implementó un Programa de Turismo Social destinado a los sectores más vulnerables.

En las costas bonaerenses fueron cobrando peso nuevas villas balnearias, espacios bajo la lógica de la distinción, con una “sociabilidad neoexclusivista”, entendida como “una reconstrucción más sofisticada del modelo exclusivo en nuevos espacios litorales” del país (Hernández, 2009). Neoexclusivismo que se manifestaba, entre otras cosas, en urbanizaciones y playas exclusivas y privadas, seguridad privada y un distanciamiento físico y simbólico de la otredad, generando una suerte de bunkerización en estos destinos. Nuevas locaciones con un paisaje de forestación y fijación de los médanos, proliferación de construcciones de madera estilo cabañas y playas de moda con mayor privacidad rodeadas de bosques.

Actualmente en el país el consumo de turismo de sol y playa, centrado principalmente en el litoral atlántico, forma parte de las prácticas dominantes de clases medias altas, medias y populares. Durante el verano de 2015, más del 36% de los viajeros con pernocte en Argentina

[12] El eslogan de aquella campaña a nivel nacional fue: “Usted paga el viaje, el Gobierno el hospedaje”.

[13] De lo prístino a las lujosas “villas balnearias” hasta los años 30, a la proliferación de la urbanización intensiva a partir de entonces.

[14] Como dato, en 1942 Mar del Plata contaba con 569 hoteles y 11.137 habitaciones. En 1953 esta cantidad había ascendido a 1.029 hoteles y 21.147 habitaciones (Pastoriza, 2004). En esos años también surgieron las carpas privadas en la costa que permitían a los antes exclusivos turistas mantener un consumo diferenciado de ocio.

[15] Para dimensionar el crecimiento acelerado de las localidades costeras en los años siguientes, la población de Villa Gesell se multiplicó por 5 entre 1960 y 1970, y por 9 entre 1960 y 1980 (Benseny, 2012).

[16] Asimismo, el Plan de Convertibilidad permitía a estos sectores hacer turismo fuera del país, mientras que el turismo interno se encarecía respecto al externo.

se dirigió a las costas bonaerenses. Entre enero y febrero de 2015 Mar del Plata recibió 3,5 millones de turistas, y en las principales ciudades costeras de Buenos Aires hubo ocupación completa (CAME, 2015).

En esta breve perspectiva histórica se puede observar la influencia de los procesos políticos, económicos y sociales en la constante redefinición del paisaje costero, en las prácticas sociales vinculadas al turismo y en la relación entre la sociedad y la naturaleza. Más allá de esta descripción, se debe tener en cuenta que esta evolución también supuso un constante aumento de la presión antrópica sobre los ecosistemas locales, reconfigurando territorios y sociedades anfitrionas, y dando lugar a distintas problemáticas sociales económicas, culturales y ambiental.

2.3. Sol y playa y sociedades de consumo

En términos generales, el consumo turístico es el que los visitantes realizan durante el desplazamiento y estancia en los destinos, incluyendo viajes, alojamiento, comida y bebidas, transporte, ocio, cultura y actividades deportivas, recreativas o compras. Un consumo en el que operan elementos tangibles e intangibles como factores de motivación y satisfacción, e incide en distintos sectores y subsectores.

Una especificidad de este consumo es que las personas son transportadas en dirección a los productos, no a la inversa. El consumo turístico conlleva un desplazamiento físico que permite tomar una distancia de lo cotidiano, y se asocia a la expectativa de una experimentación diferente a la de la vida diaria de los turistas. A su vez, en el consumo de sol y playa los recursos naturales se constituyen como el escenario central, y las prácticas recreativas encuentran en las playas su espacio preponderante.

Más allá de esto, el modelo dominante de turismo de sol y playa se debe enmarcar en las sociedades de consumo, sus lógicas, representaciones, dinámicas e impactos. Además del aumento permanente de la demanda, el paso del consumo al consumismo turístico supuso importantes cambios cualitativos en esta práctica social. En primer lugar, en la cultura consumista el hedonismo y lo nuevo como valor per se adquieren una centralidad. Esto instituye como motivación nuclear del modelo una búsqueda de experiencias y sensaciones que, además de placenteras, tengan el valor agregado de lo nuevo y lo diferente.

Por otra parte, el turismo representa para sus consumidores una forma de control y disposición plena del tiempo y el espacio. En la experiencia consumista, esta actividad se concibe como una forma de ejercicio de la libertad y una fuente de liberación, con capacidad de eximir a los turistas de las obligaciones, alejarlos de la rutina o desprenderlos del estrés: un mecanismo de evasión que adquiere una función des-

[17] Se incorporaron ejes como el desarrollo institucional, la sustentabilidad, el desarrollo equilibrado del espacio turístico nacional o un sistema de estímulos para el desarrollo regional. Asimismo, se añadió la promoción y el fortalecimiento de destinos emergentes, se pusieron en marcha el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, el Plan de Calidad Turística Argentina, el Plan de Acciones Nacionales de Promoción, el Programa de Turismo Accesible o el Programa de Turismo Social, y un nuevo calendario de feriados.

[18] Hasta entonces Chile y Argentina eran los únicos países de la región que no tenían un Ministerio de Turismo. En 2001 hubo una experiencia breve con el Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte.

rutinizadora (Korstanje, 2009). Por último, el consumismo aplicado al turismo tiende a construir prácticas sociales “bajo una perspectiva unilateral” (Guzman Hernández; Garduño Mendoza & Zizumbo Villarreal, 2009).

Con la globalización económica se indujo la homogeneidad y uniformidad de gustos, preferencias y estilos de vida de las sociedades de consumo, y con ello de los bienes y servicios globalizados. En el turismo dominante de sol y playa esto se refleja en una tendencia a la disposición de infraestructuras de recepción, movilidad, alojamiento y ocio similares en los destinos de masas, “...situación que conduce a la pérdida de valores y la ausencia de singularidad, decorando el paisaje litoral con un diseño de equipamiento similar a otras zonas costeras sin importar la localización geográfica donde se encuentren” (Benseny, 2012). Un proceso de indiferenciación y homologación, en la que la especificidad de estos destinos se reduce a las escalas de transformación, “...repitiendo el modelo consumista-cultural, económico y territorial de los países capitalistas más desarrollados” (Hernández, 2009).

Un turista-masa visita una versión adaptada y parcial del destino, un espacio predecible y listo para cumplir con sus expectativas. En el marco de las sociedades de consumo, la oferta turística potencia, exalta, oculta o disfraza, y en todos los casos altera los aspectos clave para su satisfacción, destacando sólo aquello pueda ser atractivos como objeto de consumo y aporte la percepción de seguridad y certidumbre. Esta dinámica convierte una parte del destino en el todo, excluye el resto de la realidad del territorio y la población anfitriona, e incide en una desnaturalización, folklorización y mercantilización de los destinos globalizados.

En este punto hay que destacar el papel del aparato de comunicación publicitaria de la industria en la configuración de las expectativas y la mirada del turista. El discurso publicitario fue moldeando una subjetividad dominante vinculada al consumismo turístico, en la que se invisibilizan las consecuencias negativas de la actividad, se desconsideran los límites y las distancias, se priorizan la moral del placer y el hedonismo, y se percibe libertad y control, entre otros.

Por último, es importante poner en cuestión la idea de la masificación entendida como una “democratización” del turismo. Menos de un cuarto de la población mundial integra las sociedades de consumo (Worldwatch Institute, 2011), y sólo una séptima parte de ésta tiene la posibilidad de visitar con fines turísticos las otras seis séptimas partes (Dutermé, 2007). De esta manera, el turismo dominante de sol y playa debe entenderse en el marco de las sociedades de consumo globales, aunque a pesar de los procesos de masificación es una práctica social que se integra dentro de los deseos, el sistema de transporte, la capacidad de movimiento y el estilo de vida de una minoría de la población global.

3. Impactos del modelo

3.1. Detrás del relato dominante y el mito de la masificación sustentable

Como se señalaba, en el imaginario colectivo dominante el turismo goza de cierta idealización, con una concepción de industria “limpia” y “sin chimeneas” que tiende a invisibilizar sus impactos y a desviar las crítica hacia los sectores conexos [19]. Así, en su concepción hegemónica la actividad turística está asociada con el desarrollo económico y social de los destinos y las comunidades anfitrionas, con la reducción de la pobreza y las desigualdades sociales y el entendimiento entre los pueblos. Un *mainstream* plagado de sesgos y silencios discursivos.

Por otra parte, para evaluar la actividad y sus consecuencias se utilizan indicadores parciales y de corte puramente economicista, que aportan una visión sesgada de la realidad. Estos indicadores no abordan aspectos como la distribución de la riqueza o el reparto del producto social, el deterioro medioambiental, la destrucción de recursos, sino fundamentalmente el crecimiento del volumen y la riqueza que genera la actividad. Por ejemplo, el PBI sólo se centra en la riqueza material, no contempla la destrucción, la distribución, la factura ecológica, la satisfacción de necesidades de las personas y la biosfera, ni las funciones de reproducción social no monetarizadas pero imprescindibles para la vida (Herrero, Cembranos, & Pascual, 2011).

La idea de la sustentabilidad [20] está cada vez más presente en el discurso de los grandes actores de este modelo de turismo. En 2012, al superarse el umbral de 1000 millones de turistas, en la presentación de la campaña “mil millones de turistas, mil millones de oportunidades”, el secretario general de la OMT, Taleb Rifai, señalaba que “cada turista representa una oportunidad para alcanzar un futuro más justo, más integrador y más sostenible” (Europa Press, 2012). Más allá de estas declaraciones, ¿puede ser sustentable un turismo bajo este modelo? ¿Es una posibilidad real o un intento de maquillar o poner parches a lo insustentable?

La lógica de “cuanto más, mejor” y la aspiración al crecimiento infinito, que describen a la industria turística global y ocupan un espacio en el habitus y el imaginario de las sociedades de consumo, evidencian un interesado olvido por los límites biogeofísicos de input y output: de recursos, fuentes de energía, producción y acceso a bienes, generación de residuos o movimiento, entre otros. Contra este relato, la demanda humana, principalmente de países centrales, ya sobrepasó la capacidad de carga del planeta: las capacidades ecológicas son superadas por el nivel medio de consumo mundial en un 50% (WWF, 2010) y la “translimitación ecológica” alcanza un déficit del 50% (WWF, 2012) [21]. Problemáticas como el cambio climático, el “pico del petróleo”, la

[19] Por ejemplo, transporte, infraestructuras, energía o construcción.

[20] Para la OMT el turismo sustentable es el que “tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (Organización Mundial del Turismo).

[21] Esto supone que el planeta demora 1,5 años en regenerar los recursos renovables y en absorber el CO2 producido durante un año.

contaminación, la pérdida de biodiversidad o el agotamiento de materias primas, caracterizan un escenario de límites y obligan a cuestionar la posibilidad de la sustentabilidad de un turismo cada vez más rápido, frecuente, lejano, barato y masificado. Por el contrario, la pretensión de crecimiento y expansión tiende a profundizar su huella social, cultural, económica y ambiental, por lo que la posibilidad de un turismo sustentable pasa en primer lugar por una transformación de las reglas que caracterizan a la versión dominante de esta actividad.

A continuación se reseñarán algunas de las principales consecuencias negativas del modelo de turismo dominante de sol y playa.

3.2. Sobre la economía

En la base de los impactos económicos del modelo dominante de sol y playa se encuentra la falta de equidad: la concentración de los beneficios en pocas manos y la socialización de lo que económicamente se destruye. En esta industria las principales empresas controlan todos los eslabones de la cadena de valor, ejerciendo un dominio de los flujos financieros y comerciales.

En el caso del turismo internacional de sol y playa centro-periferia estas consecuencias se profundizan, más aun cuando existen políticas de atracción de inversión extranjera y libre “repatriación de ganancias” generadas a partir de la explotación de recursos de los destinos. Por ejemplo, en el turismo hotelero convencional sólo el 40% de los ingresos generados quedan en el país receptor y en el “todo incluido” esta cifra se reduce al 10% (Duterme, 2006).

De los gastos de los turistas internacionales en los destinos periféricos el 55% permanece o retorna a los países centrales de origen, y en el caso del Caribe alcanza el 75% (Cañada; Gascón, 2005). Según el FMI en 2010 por cada dólar que ingresó en países del Caribe por turismo sólo quedaron 0,15 en las economías nacionales (Fernández Miranda, 2011).

En segundo lugar, la masificación provoca un aumento sensible de la demanda de bienes esenciales y recursos en los destinos, lo que impacta sobre los sectores más vulnerables de las comunidades anfitrionas. En las principales localidades turísticas de la costa bonaerense existen zonas de menores recursos que no tienen acceso a servicios urbanos básicos que sí tienen las urbanizaciones exclusivas (Hernández, 2009).

Otra consecuencia se vincula con el tipo de empleo que genera la actividad. Dada la fuerte estacionalidad que define al turismo de sol y playa, los puestos de trabajo de este sector suelen caracterizarse por su precariedad y baja calidad. En el caso de Mar del Plata, uno de los rasgos del sector es precisamente la precariedad laboral, que se materializa en “una creciente contratación informal, abuso del sistema de pasantías, incumplimiento de contrataciones temporarias, horarios de trabajo

extensivos que se aproximan a condiciones de trabajo a destajo, abandono y desprotección social de gran parte de los trabajadores concluida la temporada alta...”, y conlleva un “aumento del estrés del personal del sector turístico” (Mazzini, 2009) [22].

Por otra parte, se tiende a la destrucción de actividades laborales tradicionales en los destinos. El turismo de sol y playa tiene como condición para su explotación la necesidad de disponer de suelo y agua, lo que incide directamente sobre actividades laborales que antes se realizaban con dichos recursos, como agricultura y pesca. Además, la reconversión de este tipo de actividades tiene un impacto sobre el derecho a la soberanía alimentaria [23], y suele derivar en un aumento de la importación y un encarecimiento de los alimentos en los destinos turistizados, cuyo perjuicio recae sobre los sectores sociales más débiles.

Por último, cuando la actividad económica en los destinos está escasa o nulumamente diversificada, la dependencia del turismo expone a la mayoría de residentes a una situación de vulnerabilidad e incertidumbre.

3.3. Sobre el medioambiente

El sector turístico y sus actividades conexas están entre los principales agentes de deterioro ambiental global y local. En el caso del sol y playa, los sistemas costeros son muy sensibles a los cambios inducidos por el modelo dominante y sus impactos no se limitan a lo local, sino que alcanzan a territorios cercanos a través de “mecanismos de transporte lateral” (Dadón, 2002).

Cuando se tiende a la masificación turística, existen factores de cambio en la relación del lugar con el ecosistema (Cañada; Gascón, 2005): gran necesidad de espacio físico; cambio en la relación con los recursos y el patrimonio medioambiental; aumento sensible de las necesidades energéticas y de materiales; por último, incremento y tratamiento de los residuos que se generan.

Estos factores de cambio en la relación destino-ecosistema deriva en diversas consecuencias en el plano ambiental, como: sobreexplotación y destrucción de recursos; impactos que generan las infraestructuras para la recepción, movimiento y estancia de visitantes; impactos del aumento del transporte local e internacional, por tierra o aire; pérdida de biodiversidad; contaminación del suelo y las aguas. Así, hay una relación directa entre el nivel de masificación, de deterioro y de transformación del entorno natural.

En el caso específico del modelo dominante de sol y playa conlleva la urbanización y forestación del cordón costero, la contaminación por aguas servidas y residuos sólidos, salinización, contaminación o agotamiento de acuíferos porque su nivel de consumo es superior a su

[22] Según este estudio una situación frecuente entre trabajadores de hoteles en la ciudad de Mar del Plata es que tuvieran menos de un franco semanal y la realización de otros trabajos simultáneos, llegando a jornadas laborales de 12 horas diarias y más de 75 horas semanales.

[23] Este concepto fue definido por Vía Campesina en 1996, como “el derecho que tienen los pueblos para controlar el sistema agroalimentario y sus factores de producción, de tal forma que la agricultura familiar, campesina, indígena, de orientación agroecológica, la pesca y la recolección artesanal se desarrollen de forma autónoma y equitativa. De esta manera se garantiza el derecho humano a la provisión permanente de alimentos sanos, nutritivos, suficientes y culturalmente apropiados”.

tasa de renovación, la impermeabilización de los médanos y, en general, la sobreexplotación y erosión de la costa. En las principales ciudades costeras bonaerenses “...el cambio de playas naturales a playas urbanas ha afectado fuertemente el patrimonio físico y paisajístico (...) debido al deterioro, la fragmentación y la pérdida de hábitats, y a la introducción intencional de especies foráneas. La forestación de grandes áreas para consolidar el terreno y la urbanización han reducido los hábitats naturales y fragmentado fuertemente el paisaje. Se ha llevado a cabo un reemplazo planificado de la biota nativa por especies asociadas a estos sistemas antrópicos” (Dadón, 2002).

Así, en las zonas litorales marítimas se inducen profundas transformaciones en la dinámica natural del territorio, cuestión que se agudiza con la implementación de desarrollos turísticos no integrados. En el fondo de estos impactos está la cuestión de que la capacidad de carga ^[24] de un destino de sol y playa está necesariamente reñida con la masificación, y termina poniendo en jaque a la conservación de las condiciones naturales en su conjunto.

3.4. Sobre la cultura y la sociedad local

Mientras en el *mainstream* se concibe al turismo como una vía de intercambio de ideas y comprensión entre pueblos, como una herramienta de paz, el modelo dominante de turismo en la globalización tiene otro tipo de consecuencias sociales y culturales.

Para comenzar, cuando se promueve un “monocultivo turístico”, en el que la principal fuente de ingresos de la comunidad procede de esta actividad, se tiende al establecimiento de relaciones verticales y asimétricas entre turista y residente. La elevada dependencia y poca o nula diversificación de la economía local, puede derivar en una imposición de un sistema de valores e ideas desde el turista hacia el residente.

Por otra parte, hay que señalar la fragmentación espacial en los destinos argentinos de sol y playa, con una separación entre el área de servicios turísticos y de residencia de la población local, con una estructura territorial dispersa, dividida y excluyente. Esto da lugar a lo que algunos autores interpretan como un dualismo en el espacio urbano-turístico: “el rostro visible de la ciudad turística, la que se debe vender y comercializar, y el rostro oculto, la pobreza cotidiana, los barrios sin servicios básicos alejados de los atractivos turísticos” (Hernández, 2009). El “rostro visible” cuenta con la inversión pública y privada de la que el “rostro oculto” carece. De esta manera, parte de las comunidades locales “se ven marginadas en su propia tierra, se modifica la atmósfera local y se potencian los efectos socio-culturales negativos del turismo...” (Benseny, 2006).

[24] La capacidad de carga según el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA, 2005): “el máximo número de personas que pueden visitar un lugar al mismo tiempo, sin causar daños físicos, económicos, socioculturales o ambientales, así como un aceptable descenso de la satisfacción de los visitantes”.

En los destinos de sol y playa masificados, acompañados de la construcción de centros comerciales u otros espacios indiferenciados de consumo y entretenimiento pago, se genera la pérdida de la identidad del espacio local, con una desarticulación de las costumbres y relaciones sociales preexistentes.

También hay que destacar consecuencias específicas de este turismo sobre las mujeres, que se presentan en el empleo formal e informal, la emancipación femenina en términos de consumo, acceso a recursos y servicios públicos, y su papel en la toma de decisiones políticas (Williams, 2007). El turismo es un sector con importante presencia laboral femenina: a escala global el 46% de los puestos de trabajo están ocupados por mujeres (Monasterio - Guilló, 2007). No obstante, existe una importante desproporción entre el grado de participación y los beneficios que obtienen las mujeres en la actividad. Además de realizar trabajos con menor reconocimiento social, éstas asumen mayor carga de trabajo informal vinculado al turismo (Williams, 2007), y tienen menor nivel de salario, formación y representación que los hombres (OMT, 2011).

En el ámbito laboral se genera una segregación horizontal (empleos en los que hay muchas más mujeres que hombres, como limpieza y servicios) y vertical (las mujeres tienden a ocupar puestos de menor responsabilidad, remuneración, cualificación y perspectivas de ascenso) por motivo de género. En cuanto a los salarios, la media de las mujeres es entre 10 y 15% menor que los varones, principalmente debido a las diferencias de funciones entre unas y otros. Asimismo, gran cantidad de trabajo no remunerado en el sector es realizado por mujeres (OMT, 2011).

También es interesante analizar la imagen de la mujer en la publicidad del turismo de sol y playa, en la que se destacan: la cosificación del cuerpo femenino; las mujeres transmitidas como parte del atractivo turístico; la equivalencia entre mujer y naturaleza, como exotismo, belleza o misterio por descubrir; la reproducción de estereotipos de género que refuerzan conductas y lógicas machistas (Monasterio; Guilló, 2007). Así, las mujeres se constituyen como otro recurso a explotar por esta actividad, equiparando mercancía turística y mujer como objeto de deseo y posesión.

Por último, las mujeres son más vulnerables al conjunto de impactos del turismo dominante cuanto mayor es su posición social de subordinación y desigualdad respecto a los hombres.

3.5. La huella turística de sol y playa

El turismo de sol y playa dominante se caracteriza por una concentración en el espacio y el tiempo, y por un patrón de crecimiento urbanístico desordenado y expansivo. Un modelo que resulta altamente

impactante sobre territorios y comunidades anfitrionas, generando distorsiones de orden económico, cultural, social y ambiental.

El espacio da origen al turismo de sol y playa, aunque esta actividad en su versión dominante no sólo utiliza el espacio, sino que lo redefine y resignifica, funcionalizándolo y transformándolo en un medio de producción. La lógica de la mercantilización en las técnicas de producción del espacio turístico conlleva su indiferenciación, obviando las especificidades de cada destino, y pasando “del espacio contemplado al espacio consumido (parcelado y construido)” (Benseny, 2012).

En un turismo regido sólo por la lógica del capitalismo global, las necesidades elementales de parte de la población local quedan subsumidas a los deseos de los turistas, porque recursos que antes de la turistización se usaban para la vida de las comunidades residentes pasan a convertirse en una materia prima más del mercado de turismo.

El modelo dominante de sol y playa se caracteriza por una participación muy desigual de los actores sociales, que deriva en un profundo desequilibrio entre los beneficios económicos y sus costos sociales y ambientales. Sus consecuencias negativas tienden a ser mayores y más profundas cuanto menor es el grado de participación de la sociedad local en la toma de decisiones y la gestión de la actividad. Los impactos señalados tienden a saturar los espacios costeros, amenazando gradualmente su capacidad presente de satisfacer expectativas y necesidades, así como su aptitud en el futuro de seguir siendo un destino a visitar con fines de recreación y descanso. Por último, estos impactos afectan en una medida mucho mayor a sectores más vulnerables de las comunidades anfitrionas, e inciden en el bienestar y la calidad de vida de las generaciones presentes, pero principalmente amenaza a las generaciones futuras.

4. Perspectivas para la sustentabilidad turística de sol y playa

Desarrolladas la perspectiva histórica, la contextualización en las sociedades de consumo y la crítica de este modelo, a continuación se plantean distintas dimensiones para una propuesta sustentable del turismo de sol y playa.

Como punto de partida, la idea de sustentabilidad aplicada a la actividad turística tiene un espectro amplio y profundo, e incluye elementos medioambientales, sociales, culturales, políticos y económicos. En primera instancia, un turismo sustentable se cimienta sobre principios generales como los siguientes:

- Solidaridad social, a través de relaciones cooperativas y solidarias entre los agentes públicos y privados que participan en la actividad.

- Equidad económica, como criterio central para distribuir los beneficios y el producto social.
- Responsabilidad ambiental, con una gestión consciente, racional y participativa de los recursos y la biodiversidad en el territorio, con una primacía de los derechos ambientales de las comunidades.
- Viabilidad económico-financiera de los emprendimientos turísticos, a través de la capacitación y uso de herramientas de gestión eficientes, y con una remuneración adecuada del trabajo.
- Enriquecimiento cultural, a partir de relaciones de intercambio en igualdad de condiciones entre turistas y residentes, sin perder de vista la valorización de la cultura y la identidad local.

4.1. Otro paradigma económico como base para el desarrollo local

En la base para una perspectiva sustentable del turismo se encuentra un cambio en las lógicas y las prácticas económicas que rigen la actividad. En este sentido, los principios de una Economía Social y Solidaria (ESS) colocan al ser humano en el centro y a la reproducción de la vida en el horizonte, y sus prácticas abarcan distintas dimensiones, agentes, eslabones de la cadena de valor, procesos y formas de gestión. Una propuesta que trasciende lo económico y contempla las dimensiones social, cultural, ambiental y política.

Aplicado al turismo, como punto de partida este paradigma plantea la necesidad de un desarrollo articulado, integrado y cooperativo público-privado de la actividad, y asentado sobre la base de las especificidades de cada destino. A su vez, comprende distintas aristas y engranajes, como políticas públicas y sistemas de planificación, regulación y evaluación, la participación social y comunitaria en la toma de decisiones y la presencia de organizaciones de la ESS en la producción, comercialización y gestión de proyectos turísticos, imbricados con un consumo consciente y responsable.

Asimismo, un modelo de turismo sustentable deberá promover el desarrollo local, dando prioridad a la conservación de los entornos naturales, las identidades culturales, la generación de puestos de trabajo de calidad y la garantía al acceso a derechos. Esta perspectiva de desarrollo local también favorecerá procesos de emancipación y empoderamiento de la ciudadanía. La ESS no sólo postula otras reglas a partir de las cuales generar y distribuir los beneficios del turismo, sino que también impulsa otros principios y valores que orienten la producción, la comercialización, la financiación y el consumo de esta actividad: en definitiva, otra economía no sólo para otro modelo de turismo y desarrollo, sino principalmente para otro proyecto de sociedad.

Expuestos los ejes y principios de la sustentabilidad y la ESS, en los siguientes puntos se desarrollarán algunos lineamientos para una propuesta hacia un modelo sustentable de sol y playa.

4.1.1. Producción, comercialización y toma de decisiones

Producción

En este primer eje se propone la participación de emprendimientos socioproductivos bajo la forma de cooperativas de trabajo, empresas autogestionadas, organizaciones comunitarias, asociaciones civiles, microemprendimientos, entre otras, en la producción de alojamiento y otros servicios turísticos para la estadía. Se trata de asociaciones de personas, no de capitales, organizaciones de pequeña escala y con arraigo territorial, comprometidas con la equidad en la distribución de los beneficios, las necesidades de las comunidades y los entornos, que potencien el tejido social y pongan en valor la cultura local. En lo relativo a la administración y la toma de decisiones, estas organizaciones se caracterizan por la autonomía y autogestión, la horizontalidad, la primacía de las personas y los procesos colectivos, principios que contribuyen a una democratización de las prácticas económicas.

En este primer eje, es importante señalar la necesidad de que la producción de servicios turísticos se complemente con otras actividades económicas tradicionales en los destinos costeros, como la agricultura o la pesca. De esta manera, se favorecerá la diversificación de las economías locales, evitando la dependencia de los flujos turísticos, la destrucción de actividades vinculadas a la satisfacción de necesidades de las comunidades o la amenaza al derecho a la soberanía alimentaria.

Comercialización

A pesar de la importancia que tiene la potenciación de mecanismos para la comercialización directa del turismo, evitando una intermediación innecesaria, en la mayor parte de los casos los pequeños productores se encuentran con dificultades y limitaciones para combinar producción y comercialización y poder llegar a los turistas. De esta forma, en el eslabón de la comercialización del turismo y demás productos y servicios relacionados también sería central la participación de organizaciones de la ESS, como mutuales, cooperativas de trabajo, asociaciones civiles u organizaciones de comercio justo, entre otras. Entidades que, junto con la intermediación y el acercamiento entre productores y consumidores, también asuman funciones de información y sensibilización. Además, para la comercialización de un turismo sustentable sería interesante el establecimiento de alianzas con pymes, agencias especializadas ^[25] o estructuras públicas ^[26].

[25] Por ejemplo, la agencia Mater Sustentable con un enfoque de turismo sustentable ofrece turismo de base comunitaria, turismo rural, visitas a proyectos cooperativos, entre otros.
Fuente:
www.matersustentable.tur.ar.

[26] Un ejemplo de estructuras públicas para la comercialización es BOLTUR, Empresa Estatal Boliviana de Turismo, que entre sus objetivos estratégicos destaca “diseñar, organizar, comercializar y promocionar el Turismo de Base Comunitaria, para fomentar el desarrollo comunitario de manera sostenible y sustentable, mediante la aplicación de políticas enmarcadas dentro del vivir bien...”

También impulsaría la comercialización de turismo sustentable la participación de los emprendimientos en ferias y guías turísticas nacionales, regionales o locales, el uso de páginas web y redes sociales a través de las que se pueda informar, contactar con potenciales turistas y hacer reservas. Esta actividad debería coordinarse con espacios para la distribución y venta de productos complementarios, como artesanías, alimentos, desplazamientos internos o recuerdos de los destinos, bajo el control de las propias organizaciones locales y de la ESS.

Este segundo eje apunta a una comercialización solidaria y en red de los servicios turísticos, a través de relaciones sociocomerciales que excedan la intermediación, tengan en cuenta las particularidades, dificultades y potencialidades de los distintos productores. Una comercialización que contribuya a acercar productores y turistas, ampliar esta demanda alternativa, fomentando a su vez un cambio cultural en el consumo en general y en el consumo turístico en particular.

Toma de decisiones, participación social y comunitaria

Una propuesta para la sustentabilidad turística también debe incluir la participación de las comunidades locales en los procesos de toma de decisiones, diagnóstico, planificación, seguimiento, evaluación y control, a través de distintas estructuras organizacionales. Esto permitiría una gestión más directa, cercana y eficaz de la actividad, y otra mirada sobre el territorio y sus recursos.

Un factor que podría dar una mayor fortaleza, estabilidad y legitimidad a esta producción, comercialización y gestión participativa y solidaria del turismo de sol y playa son las estructuras público privadas de segundo y tercer nivel, con criterios de agrupación geográficos o sectoriales [27]. Redes que deberán favorecer la equidad, el desarrollo local y la democratización de esta actividad, y garantizar los derechos sociales, económicos, culturales y ambientales de las poblaciones locales.

4.2. Estado y planificación

Otra clave para un turismo sustentable de sol y playa es el rol del Estado, que promueva políticas públicas y reglas de juego que vinculen el dinamismo económico con el desarrollo social, el respeto a las condiciones naturales de los entornos y los derechos humanos de las comunidades anfitrionas.

Desde una perspectiva regulatoria una propuesta de turismo sustentable en litorales marítimos exigiría avanzar hacia normativas sobre planificación territorial integrada, obligatoriedad de consulta y participación de las comunidades receptoras, prioridades de uso de bienes comunes, protección efectiva de espacios litorales y demás lugares de valor ambiental, o limitación de nuevos desarrollos inmobiliarios intensivos.

[27] Un ejemplo es la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATURC) de la que forman parte los ministerios de Turismo y Agricultura y Pesca de la Nación, junto con organizaciones del territorio argentino. La Red declara como misión "Contribuir al desarrollo local mediante el fortalecimiento de la autogestión comunitaria del turismo, sustentado en sus principios de reciprocidad, participación y valoración del patrimonio natural y cultural; garantizando el respeto de los territorios y la identidad de pueblos originarios y comunidades campesinas".
Fuente: www.raturc.desarrolloturistico.gov.ar.

Por otra parte, un Estado que preste apoyo económico, financiero, fiscal o técnico a emprendimientos locales o regionales que promuevan un turismo sustentable en cualquier eslabón de la cadena de valor. Por ejemplo, a través del acceso al crédito o al microcrédito de estos proyectos, la capacitación o la capitalización en términos de infraestructuras, bienes, herramientas o tecnologías. También sería conveniente promover circuitos cortos en la compra de estos bienes de capital, para fortalecer las economías y las identidades regionales. En tercer lugar, sería relevante contar con agencias públicas de evaluación ambiental, y con personal técnico en medio ambiente, desarrollo social y comunitario en los municipios, o promover programas interministeriales articulados entre organismos públicos nacionales y provinciales involucrados.

En el fondo, un Estado con amplia capacidad regulatoria, que intervenga con gobernanza y articulado con la comunidad, las organizaciones sociales y de la ESS, con una gestión eficiente, y presente como agente central de equilibrio territorial, igualdad social, defensa de los derechos de las mayorías y distribución de la riqueza es otro factor nuclear.

Planificación de un turismo sustentable. En primer lugar, la planificación de un turismo sustentable deberá tener en cuenta la adecuación a la capacidad de carga y especificidades de los destinos, y la integración armónica del turismo en el territorio, potenciando sus valores endógenos socioculturales y ecológicos sin deteriorarlos ni mercantilizarlos. Asimismo, se deberá planificar de forma participativa, promoviendo espacios y mecanismos que incluyan al tejido asociativo, organizaciones sociales, sindicales y empresariales locales, ONGs y las comunidades residentes en este proceso.

Desde una perspectiva medioambiental, la planificación del turismo sustentable de sol y playa deberá considerar el mediano y largo plazo, el cierre de ciclo de materiales, el uso de las energías alternativas, la biodiversidad, y el establecimiento de mecanismos de evaluación continua de los impactos de la actividad, a través del uso de indicadores como la huella ecológica, consumo de agua y energía, densidad de la ocupación, capacidad de asimilación de los residuos generados y gases efecto invernadero, calidad del agua de baño y del suelo, fauna, flora y paisaje o contaminación visual y sonora. También esta planificación debería priorizar la conservación de zonas de mayor vulnerabilidad, como aguas costeras, manglares, playas o dunas [28].

Una cuestión a tener en cuenta es que no existe un criterio universal de sustentabilidad, sino que éste dependerá de las características de cada destino. Por tanto, la planificación turística desde una perspectiva sustentable debe dar respuesta a las necesidades sociales, económicas, culturales y medioambientales, incluso estéticas, de cada población

[28] Otro principio de la planificación es la ecoeficiencia, condición necesaria pero no suficiente para la sustentabilidad. La ecoeficiencia se relaciona con el establecimiento de mecanismos de ahorro de agua y energía, de consumo de embalajes o de productos de usar y tirar.

anfitriona, y conjugar la satisfacción de los visitantes temporales con los derechos de las generaciones presentes y futuras de residentes.

4.3. Otro consumo para otro turismo

Una propuesta de turismo sustentable en zonas costeras también debe vincularse con el modelo de consumo. Como punto de partida, siendo una respuesta no a las necesidades humanas sino a las necesidades de acumulación y reproducción ampliada del capital y regido por la lógica de la mercantilización, el consumismo es una práctica social disfuncional a un turismo sustentable. La subjetividad y el estilo de vida consumista tienden a incrementar la desvinculación social y a reducir la participación y la responsabilidad sobre lo colectivo y sobre lo común.

Consumismo y ciudadanía son conceptos en tensión: el primero persigue el bienestar público, el segundo tiene por objeto estrictamente el goce privado y el bienestar individual. De esta forma, mientras el consumismo contribuye a un modelo de “ciudadanía des-ciudadanizada”, la sustentabilidad turística exige una transformación también del consumo, vinculada con un proceso de “reciudadanización” (García Canclini, 1995).

Por otra parte, en su matriz ideológica el consumismo turístico hunde sus raíces en valores como la competencia, el individualismo, la primacía de lo privado, el culto por la novedad, la velocidad y las apariencias, la moral hedonista, entre otros. En este sentido, en el camino hacia la promoción de alternativas turísticas sustentables otro reto nuclear pasa por generar un conflicto con este sistema dominante de valores e ideas, fomentando un consumo turístico crítico, consciente e informado.

Esto implica, en el fondo, una disputa de sentidos vinculados al consumo turístico, en el marco de una batalla cultural. Y requiere importantes esfuerzos en una comunicación desde los actores públicos y privados que, en contraste con el discurso publicitario de la industria globalizada, adopte una función informativa, sensibilizadora y pedagógica, y promueva otro modelo de ocio, descanso y desplazamiento. Incidir en la arista cultural de la sustentabilidad, asimismo, conllevará la divulgación de un consumo turístico guiado por valores como solidaridad, igualdad de oportunidades, equidad, justicia social, respeto al medio ambiente o corresponsabilidad, entre otros.

Más allá de la comunicación, en la promoción de otros consumos turísticos también incide directamente el factor espacio. De esta forma, la disponibilidad de espacios alternativos al modelo dominante tenderá a favorecer otras prácticas y significación social del turismo. En este punto, el desafío se centra en avanzar en la ampliación, la

diversificación y la visibilización de infraestructuras turísticas alternativas.

En el fondo, esta propuesta implica una reconexión entre la producción y el consumo, entre el destino y el turista, una disputa a la hegemonía cultural del modelo dominante de turistización acompañada por una corresponsabilización de los consumidores en el hecho turístico. Porque los y las turistas serán el último eslabón de una cadena que garantice y legitime una propuesta de sustentabilidad turística.

5. Consideraciones finales sobre sustentabilidad y turismo de sol y playa

El turismo de sol y playa representa la modalidad más popular de esta práctica social en el contexto de la globalización económica, y también el tipo de turismo más impactante sobre las comunidades y los entornos locales. Si la insustentabilidad es la norma del modelo dominante, a mayor crecimiento y expansión de esta actividad, mayor será su desconexión e incompatibilidad con los tiempos ecológicos reproductivos y más profundas serán sus consecuencias negativas. En este texto no se plantea una propuesta cosmética ni un enfoque de sustentabilidad débil, que minimice los impactos negativos de la actividad sin poner en cuestión su trasfondo económico, político y social. Por el contrario, se pretende aportar una visión amplia y sistémica de esta problemática, y considerar las distintas aristas que puede contemplar una propuesta de turismo sustentable, esto es, económica, social, ambiental, política y cultural.

En sus vertientes política, social y ambiental, la posibilidad de la sustentabilidad se relaciona con el fortalecimiento de políticas públicas regulatorias y el incremento de la capacidad de los poderes públicos y comunidades locales para planificar, evaluar y controlar la actividad. Además, exige como punto de partida una definición precisa y vinculante de la capacidad de carga de los distintos territorios para un modelo de turismo en zonas costeras que considere los mecanismos de funcionamiento de la vida.

En lo económico, el reto consiste en consolidar otras formas para la organización de la producción y la comercialización turística, con un funcionamiento reticular, que se vinculen con un consumo responsable y transformador, y alejado de la masificación. La organización de la actividad apoyándose en un movimiento social de base amplia y en una perspectiva de la Economía Social y Solidaria y el desarrollo local, en el que participen además de la comunidad local organizada, la universidad, el Tercer Sector, organismos públicos o profesionales de la actividad.

Desde una perspectiva cultural, la sustentabilidad en el turismo de sol y playa plantea el reto de un desaprendizaje, una conciencia de la

biodependencia y un cambio de la mirada sobre las formas hegemónicas de viajar, conocer, disfrutar y descansar. Exige una transformación del sistema de valores, ideas y prácticas consumistas, que hagan del turismo una actividad de enriquecimiento e intercambio entre turistas y residentes en igualdad de condiciones y respeto mutuo.

En definitiva, esta propuesta de turismo sustentable de sol y playa se basa en "(...) cambiar los criterios que hoy prevalecen por otra racionalidad económica que se someta a las exigencias sociales y ambientales que permiten el mantenimiento de la vida. Orientar las decisiones económicas hacia la igualdad no es sólo cuestión de normativa o instrumentos económicos, sino de impulsar también cambios culturales" (Herrero & González Reyes, 2011). En el fondo de este planteo subyace una disputa de espacios y sentidos, una la democratización de la economía a través de la actividad turística, para construir sociedades más inclusivas, participativas y justas

Referencias bibliográficas citadas:

- Alvarez Cantalapiedra, S. (2007). "Consumo y ciudadanía: de la responsabilidad individual al debate público". Papeles n. 99.
- Bauman, Z. (2007). Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica.
- Benseny, F. (2012). "La conformación espacial y evolución turística de Villa Gesell (Argentina)". I Taller Internacional de Historia y Turismo, Eje 4. Turismo, ciudades, infraestructura. Centro de Estudios Históricos, facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Benseny, G. (2006). "El espacio turístico litoral". Redalyc. Aportes y transferencias, v.10, n.2.
- Buades, J. (2006). Exportando paraísos. La colonización turística del planeta. La Lucerna.
- Buades, J. (2010). "Turismo y bien común: de la Irresponsabilidad Corporativa a la Responsabilidad Comunitaria". Opiniones en Desarrollo, n. 7. Alba Sud.
- Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) (2015). "Temporada 2015: se gastaron \$60.048 millones y las ventas ligadas al turismo subieron 4,7%". www.redcame.org.ar
- Dadon, J. (2002). El impacto del turismo sobre los recursos naturales costeros en la costa pampeana. En: Zona Costera de la Pampa Argentina (J. R. Dadon y S. D. Matteucci, eds.). Lugar.

- Fernández Miranda, R. - Ruiz, R. (2010), Políticas públicas, beneficios privados. Mecanismos, políticas y actuaciones públicas para la globalización del turismo. Foro de Turismo Responsable.
- Fernández Miranda, R. (2011). Viajar perdiendo el Sur. Crítica del turismo de masas en la globalización. Libros en Acción.
- Fernández Miranda, R. (2012). "El viaje tras el goce". Alba Sud.
- Fernández Miranda, R. (2013). "Los límites olvidados. Reflexiones sobre turismo global, sostenibilidad y decrecimiento". Alba Sud.
- Fernández Miranda, R. (2013). "Politizar el consumo, recuperar la ciudadanía". Alba Sud.
- García Canclini, N. (1995). Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales en la globalización. Grijalbo.
- Gascón, J. - Cañada, E. (2005), Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad. Icaria.
- Gatti, D. (2011). "La depredación social y ambiental de las multinacionales hoteleras". Alba Sud - Rel-UITA.
- Guzman Hernández, C. - Garduño Mendoza, M. - Zizumbo Villarreal, L. (2009). "Reflexión crítica sobre el consumo turístico". Estudios y perspectivas en turismo, v.18, n.6.
- Hernández, F. (2009). "La relación sociedad-naturaleza y el turismo. Reflexiones sobre el turismo de sol y playa". Observatorium, Revista Electrónica de Geografía, v.1, n.1.
- Herrero, Y. - Cembranos, F. - Pascual, M. (2011). Cambiar las gafas para mirar el mundo. Una nueva cultura de la sostenibilidad. Libros en acción.
- Korstanje, M. (2008). "El ocio como mecanismo de control político: tras la búsqueda mítica del triunfo". Nómadas Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas n. 19.
- Korstanje, M. (2009). "Nociones de psicoanálisis aplicadas al turismo y al desplazamiento". Nómadas Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas n. 24.
- Mantero, J. - Barbini, B. - Benseny, G. - Castellucci, D. - Dosso, R. - Varisco, C. (2010). Turismo y territorio. Del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico a propósito de la provincia de Buenos Aires. Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de Mar del Plata.
- Mazzini, A. (2009). "Trabajo y turismo: situación del empleo en el sector turístico marplatense". Carrera de Turismo, Facultad de Humanidades, Universidad Atlántida Argentina.
- Monasterio, M. - Guilló, C. (2007), Manual para un turismo en igualdad de oportunidades sin explotación sexual. AFESIP.
- Ordoqui, J. (2010). "Territorio y gobernabilidad ambiental: análisis y reflexiones para el turismo de sol y playa en el litoral marítimo de la provincia de Buenos Aires". III Jornadas del Doctorado en Geografía. Desafíos Teóricos y Compromiso Social en la Argentina de Hoy, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata, septiembre de 2010.
- OEA, (1948). Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre.

- OMT, (2008). Barómetro de la Organización Mundial del Turismo.
- OMT, (2008). Informe anual de la Organización Mundial del Turismo sobre sus actividades de ayuda al desarrollo.
- OMT, (2009). Barómetro de la Organización Mundial del Turismo.
- OMT, (2010). Barómetro de la Organización Mundial del Turismo.
- Pastoriza, E. (2004): "Estado, gremios y hoteles. Mar del Plata y el peronismo". www.historiapolitica.com
- 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.
- Worldwatch Institute (2011). Cambio cultural: del consumismo a la sostenibilidad. La situación del mundo 2010. Icaria.
- WWF (2010). Informe Planeta Vivo 2010. Biodiversidad, biocapacidad y desarrollo.

ALBA SUD es un centro de investigación y comunicación para el desarrollo especializado en turismo responsable, trabajo digno y los bienes comunes de la tierra. Su sede social se encuentra en Barcelona, pero mantiene presencia permanente en Argentina, Nicaragua, El Salvador y México.