

LA MASIFICACIÓN TURÍSTICA EN EUROPA: UNA APROXIMACIÓN DESDE UNA ECONOMÍA POLÍTICA DEL PAISAJE

Trivi Nicolás; Favaro Lucas
Cátedra de Geografía de Europa y Rusia, FaHCE/UNLP
ntrivi@fahce.unlp.edu.ar; lucas.favaro@yahoo.com

RESUMEN

El turismo es sector de actividad económica de gran complejidad, que ha tenido un rol específico en el capitalismo europeo de posguerra. En la actualidad, su despliegue en el continente, articulado a nuevas dinámicas de acumulación del capital en una gran variedad de destinos que sufren un crecimiento constante del número de visitas anuales, está siendo crecientemente cuestionado a nivel social y político, por sus impactos ambientales, sociales y urbanos. El objetivo de este trabajo, realizado en el marco de la cátedra de Geografía de Europa y Rusia de la FaHCE/UNLP, es caracterizar el problema de la masificación turística en Europa, identificando los diferentes actores en este contexto, sus intereses y diversidad de estrategias. Por otro lado, se indaga alrededor del término “turismofobia”, que ha impregnado el debate público alrededor del tema. A partir del análisis de fuentes académicas y periodísticas de carácter gráfico y audiovisual, se propone realizar una aproximación al problema apelando a categorías teóricas como *extractivismo urbano*.

PALABRAS clave: masificación turística, extractivismo urbano, paisaje.

1. INTRODUCCIÓN

Estación de Venezia-Santa Lucia, dos de la tarde de un caluroso día de junio. A pesar de ser domingo, en la explanada que mira al comienzo del Gran Canal el hormigueo constante de visitantes, vendedores ambulantes, trabajadores de las líneas de botes del transporte público, y transeúntes varios, no se detiene. De repente, la dinámica habitual del principal ingreso a la histórica ciudad lagunar se ve afectada. Proveniente de las inmediaciones, irrumpe una manifestación de vecinos, organizaciones civiles, sindicales y

ambientalistas, de alrededor de dos mil personas. “No grandi navi”, “This is not Veniceland”, “Tutto ai privati = privati di tutto”, son sus consignas. En el marco de lo que la prensa local calificará de “marcha de la dignidad” contra el “asedio del turismo”¹, se genera un breve diálogo entre un turista que acaba de llegar y una de las manifestantes:

-¿Por qué están protestando?

-Por lo que está pasando con el turismo en Venecia, donde cada día es más difícil vivir: los alquileres y las propiedades son impagables, las escuelas están cerrando, los barrios se están despoblando...

-Ah... gracias...

-De nada, que tengan buenas vacaciones...² (Figura 1).

Un año después de esta breve anécdota, el debate sobre los efectos de la llegada de grandes naves turísticas a la ciudad se reaviva (con fuego cruzado entre el primer líder conservador Matteo Salvini y el ministro de transportes Danilo Toninelli sobre un supuesto proyecto de regulación), cuando la avería de los motores del crucero “MSC Opera” provoca un choque contra un barco de paseo en el muelle del canal de la Giudecca. Esta vez las protestas reúnen a una cifra muy superior: ochenta mil personas se manifiestan por las calles de La Serenissima³. El episodio, en su cruda espectacularidad, indica que los efectos del turismo a gran escala en las ciudades históricas europeas no son una preocupación de sectores marginales de la sociedad, sino un problema político de primer orden.

¹ “I veneziani si ribellano: <<Questa città è nostra>>” (*La Nuova*, 11/6/2018).

² Relato basado en la experiencia personal como turista de uno de los autores.

³ “Venecia: el impactante choque de un crucero derivó en protestas masivas” (*El Cronista*, 10/6/2019).

Figura 1. Protesta en Venecia contra la masificación turística (fotografías propias, junio de 2018)



En principio sería certero comenzar preguntándose: ¿en qué consiste y por qué se produce la *masificación turística*? ¿Es un fenómeno realmente nuevo en la historia del turismo? Una primera respuesta a esta pregunta se encuentra partiendo de la democratización del viaje, luego de la incorporación de la clase trabajadora al hecho de

“hacer turismo”, visto como un momento para el descanso y el ocio, lento proceso que comienza a fines del siglo XIX y se consolida con las políticas del Estado de Bienestar en el siglo XX. De esta forma esta industria se va convirtiendo en un motor esencial del capitalismo en sus diferentes etapas. La industria turística, un sector de producción económica caracterizado por “aquel desplazamiento en el espacio realizado por personas con el fin de servirse de otros espacios como lugares de ocio” (Sánchez, 1991:159), está marcada por la innovación constante de sus productos (atractivos y destinos); la urbanización de los territorios; el montaje de infraestructuras de transporte y otros servicios; la producción de cadenas de valor que están orientadas a la satisfacción de los consumidores, que se desplazan en el espacio durante su tiempo libre. Todo el montaje para el funcionamiento turístico genera transformaciones espaciales y sociales de gran envergadura, tanto en los contextos de origen como de recepción de los principales mercados de consumo.

Por otra parte, para el fomento del turismo existe una importante estrategia de publicidad desplegada por los Estados y las empresas desde donde se afirma que el turismo es un placer inocente en el que todos los involucrados salen ganando. Este conglomerado de intereses públicos y privados es lo que Stephen Britton (1991) denomina el *sistema de producción turística*. La industria del turismo es un sistema compuesto por procesos deslocalizados que comienza desde la fábrica de los aviones y otros medios de transporte, pasando por el sector de la construcción y la especulación inmobiliaria hasta llegar en sí a la producción de bienes y servicios orientados específicamente para los turistas (gastronomía, hotelería, souvenirs y entretenimiento en general).

En tal contexto existe un dominio simbólico alrededor del marketing de oferta turística pero también existe un dominio material sobre los territorios donde se ven procesos de saqueo y desposesión. En consecuencia, en los territorios turistificados se observan movimientos de resistencia que se enfrentan a tales procesos de desposesión de la tierra, a la privatización de los bienes comunes y a un modelo impuesto desde arriba que rompe con los usos económicos, culturales y medioambientales de la comunidad local. Se puede afirmar que con el objetivo de hacer dinero y satisfacer los deseos y necesidades creadas de los turistas, “la industria funciona como una máquina que produce espacios, significados y

experiencias, reorganizando y transformando los lugares a veces hasta el punto de hacerlos desaparecer, despersonalizarlos y estandarizándolos” (Fanzine Malpaís, 2017:40).

A grandes rasgos, estos son los términos del debate sobre el turismo y sus impactos sociales, económicos y culturales, tal como los conocimos hasta los primeros años del siglo XXI. Sin embargo, una serie de transformaciones sociales y espaciales, que intentaremos repasar a continuación, han llevado a la alteración de esas condiciones, en un movimiento de exacerbación de una serie de contradicciones que ha instalado, especialmente en el contexto europeo, la discusión alrededor de la denominada *masificación turística*, también conocida como *overtourism* en el ámbito anglosajón.

El término *masificación turística* refiere a una sobredensidad de visitantes en un destino turístico determinado. Barcelona, Lisboa, París y las principales ciudades italianas son ejemplos de estos colapsos. Las consecuencias directas que se están visibilizando a partir de la masificación turística provocan el reclamo de la población residente en los destinos turísticos, por el aumento de los precios de los productos y el incremento en los precios de alquileres de las viviendas, entre otros hechos como la privatización de los espacios públicos, la especulación y el impacto medioambiental ante la masividad de los contingentes de visitantes.

¿Cuál es el rol del estado en este sentido? Las entidades públicas se encuentran en la disyuntiva de afectar el despliegue de un poderoso conjunto de intereses, o defender a su ciudadanía. En este contexto estamos frente a procesos de acumulación del gran capital a partir de la maquinaria de la industria turística, que como propia del capitalismo no es compatible con la idea de estar regulada. Necesita de la complicidad, de la especulación, de la no regulación y la degradación de todo lo que sea un impedimento para la acumulación. Entre la degradación de lo que encuentra en su paso tenemos la sociedad local, su cultura, su economía, su soberanía, su medioambiente. El discurso del desarrollo a partir del turismo se trata de un modelo que genera segregación espacial y económica, dejando migajas a los lugareños de las enormes riquezas generadas.

Sin embargo, a nivel local algunos ayuntamientos están involucrándose en el problema que presenta el turismo en sus ciudades y pueblos, comenzando a tomar medidas como la prohibición de abrir nuevos hoteles, o la regulación alrededor de la vivienda a partir del registro de viviendas y a partir de multas para quienes presenten irregularidades. La

cuestión de la disparada del piso de la vivienda es una de las problemáticas más comunes, la cual está desplazando a los lugareños, donde juega un rol clave la operadora virtual Airbnb. La masificación turística ha llevado a hablar de *turismofobia*. En relación con una actitud de resistencia a los hechos que ocurren, la turismofobia, más que apuntar a una fobia u odio por el turista, apunta a una voluntad de regulación del turismo. Lo que se pretende expresar, de parte de los sectores que se están movilizando, es que se está en contra de un modelo turístico que afecta a los lugareños, donde los beneficios son escasos y las pérdidas son grandes en términos económicos, sociales, culturales, medioambientales, por el impacto de modalidades de turismo masivas y poco reguladas.

La magnitud que está alcanzando el problema en la actualidad invita a repensar las categorías teóricas (cuya elección no deja de ser ética y política) con las cuales abordar sus diferentes dimensiones y manifestaciones. En este sentido, el objetivo de este trabajo es caracterizar el problema de la masificación turística en Europa, a partir de lo que sucede en algunos de sus principales destinos turísticos, identificando los diferentes actores en este contexto. Se adopta una perspectiva geográfica, reconociendo que es una problemática ya instalada en el debate intelectual y público europeo, por lo que se busca aportar herramientas de análisis propias del debate latinoamericano sobre las transformaciones urbanas y el fenómeno del *extractivismo*. Por otro lado resulta de interés indagar alrededor del término “turismofobia” a partir del siguiente interrogante: los sectores que se están organizando en las ciudades europeas, para enfrentar los efectos de la masificación turística, ¿realmente odian el turismo? ¿O hay otra cuestión detrás de este término?

Desde el punto de vista metodológico, se implementó un análisis de espacios lejanos, en el que se adopta un pensamiento situado en la problemática de nuestro contexto geográfico (argentino y latinoamericano) para analizar lo que sucede en otro espacio, del que nos separa una distancia física (que puede ser salvada con un viaje), pero también cultural y social (Porto Gonçalves, 2009). Se recurrió al análisis de bibliografía académica, de artículos periodísticos y de material audiovisual sobre la masificación turística, que forman parte del debate público en Europa, en diálogo con la experiencia personal en algunos de los destinos turísticos analizados, de los que se cuenta con registro fotográfico.

2. EL DEBATE TEÓRICO Y PÚBLICO ALREDEDOR DE LA MASIFICACIÓN TURÍSTICA

Ante los hechos de masificación turística que están ocurriendo en Europa se ha generado un debate público, a nivel político, social y mediático; y teórico, en círculos académicos y de activistas. Desarrollaremos en este apartado algunas de las diferentes posiciones y opiniones alrededor de los hechos que están sucediendo respecto a este fenómeno. Claudio Milano (2018:553) sostiene que la masificación que experimentan actualmente muchos destinos turísticos, en esencia, no es algo nuevo, ni es una mera cuestión de sobrecarga, ya que “no se trata sólo de agotar los recursos, sino también de la ruptura de las condiciones necesarias para que la actividad turística sea satisfactoria para todos los actores implicados”. Entra en juego entonces una dimensión perceptiva, ligada a las características específicas de cada destino, de sus atractivos, y de las modalidades de turismo que en él se lleven adelante, dado que la proporción de turistas que implicaría una situación de masificación es relativa a las características del destino (su volumen demográfico, características ecológicas y topográficas, situación de tenencia de la tierra, déficit habitacional, vigor del mercado laboral, etcétera).

Esa dimensión perceptiva, ergo política, es señalada también por Harold Goodwin (2017:1), cuando sostiene que “overtourism describes destinations where hosts or guests, locals or visitors, feel that there are too many visitors and that the quality of life in the area or the quality of the experience has deteriorated unacceptably”⁴. Estas definiciones permiten comprender que el turismo y sus impactos se han convertido en objeto de debate público, desde el momento en que ha cobrado un peso específico innegable en la agenda de numerosos movimientos urbanos, obligando a los poderes locales y nacionales a tomar cartas en el asunto.

Sin embargo, se puede identificar una serie de factores que, lejos de ser una cuestión de percepción, han contribuido a generar este escenario donde la conflictividad asociada al turismo ha experimentado un salto cualitativo. Se trata de tendencias estructurales de la economía mundial y la política europea, conjugadas con fenómenos más recientes:

⁴ “*Overtourism* describe destinos donde huéspedes o invitados, locales o visitantes, sienten que hay demasiados visitantes y que la calidad de vida en el área o la calidad de la experiencia se ha deteriorado de manera inaceptable” (traducción propia del original en inglés).

1) La consolidación de un urbanismo neoliberal, que ha convertido a las ciudades europeas en productos y objetos de marketing, en competencia por la atracción de eventos culturales y deportivos de todo tipo, y con una retracción del Estado en la planificación urbana (del Romero Renau, 2010).

2) Un crecimiento sostenido del sector turístico a escala mundial, que se ha sobrepuesto a crisis económicas (estallido de la burbuja inmobiliaria de 2008) y políticas (atentados terroristas del 11S y otros conflictos internacionales), alcanzando en 2019 el 10,4% del PIB mundial, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo⁵.

3) Una complejidad e integración crecientes de la red de transportes a nivel mundial, con un protagonismo indiscutido del transporte aéreo (en fase de desregulación) y la modalidad *low cost*, que con su nuevo esquema de negocios abrió a las aerolíneas a nuevos consumidores y una red de aeropuertos de mayor cobertura territorial (Quirós Tomás, 2009).

4) La emergencia del BRICS y otros países periféricos, con la consecuente consolidación de nuevas clases medias que acceden por primera vez de forma sostenida a la posibilidad de la práctica turística en destinos internacionales, entre otros consumos suntuarios (Wang, 2014).

5) El propio proceso de integración europea, hoy en crisis con el Brexit, pero que ha sentado las bases para una mayor circulación de consumidores en el espacio turístico continental. Esto se expresa en una gran diversidad de fenómenos, que van desde el del turismo residencial de la tercera edad (Huete y Mantecón, 2011) hasta la movilidad de la población universitaria que impulsaron el Plan Bologna y el programa Erasmus, con impactos a nivel urbano nada desdeñables, tanto en las periferias como en los centros históricos⁶.

6) La incidencia creciente del denominado *capitalismo de plataformas*, con nuevas fracciones de capital que encuentran en plataformas digitales los mecanismos para la generación de ganancias en base a nuevas formas de

⁵ “El turismo mundial aporta el 10,4% del PIB global y genera uno de 10 diez empleos” (*Europapress*, 23/1/2019).

⁶ Malet Calvo, D. “Los estudiantes Erasmus y la transformación de la ciudad. El fenómeno de la 'estudiantificación' es una gentrificación causada por los estudiantes internacionales” (*El País*, 27/5/2017).

precarización laboral, y la obtención de rentas extraordinarias en el tejido urbano (Cingolani, 2016).

En líneas generales, los argumentos a favor de la actividad turística se centran en que la misma reactiva las economías, generando consumo y fuentes de trabajo. Por otro lado, nos encontramos con posiciones contrarias que apuntan hacia la degradación del medio ambiente; el aumento del piso de la vivienda; el aumento de precios de bienes comunes; la expulsión de población, a través de mecanismos como la gentrificación; la privatización de espacios públicos y el vaciamiento y folclorización de la cultura local. La principal crítica social (y de muchos empresarios hoteleros) apunta hacia la plataforma de alquileres Airbnb como el impulsor del aumento de los pisos de alquiler y como el expulsor de población local. Lo que Airbnb y otras plataformas apuntalan con sus estrategias de valorización es la expulsión de residentes fijos para introducir residentes flotantes, en condiciones de pagar alquileres temporarios más baratos que una plaza hotelera tradicional, pero que a la larga redundan en cifras mucho mayores que un alquiler normal. Es por esta dinámica que se comienza a hablar de ciudades sin habitantes o que se convierten en “parques temáticos”.

Pero este fenómeno de vaciamiento estetizado de los centros históricos no puede reducirse al accionar reciente de estos nuevos agentes, sino que responde a múltiples causas. Entre ellas, se destaca el accionar consciente de los Estados por atraer inversiones a través de la organización de grandes eventos, como relatan Daniel Malet Calvo, Ana Gago y Agustín Cocola-Gant (2018) para el caso de Lisboa, declarada Capital Europea de la Cultura en 1994, sede de la Exposición Universal en 1998 y de varios partidos Copa Europea de Fútbol masculino en 2004.

Al calor de estos debates surgió y se instaló en los medios el término “turismofobia”, especialmente en los medios de comunicación, que a primera vista apunta hacia la idea de un fuerte odio hacia el turista. Profundizando en este término encontramos dos posturas: por un lado tenemos un sector de la sociedad local que reacciona de forma agresiva hacia los turistas que invaden su ciudad por el hecho que profesan una convicción nacionalista, elitista y derechista que apuntan contra quien es extranjero. Por otro lado, tenemos un sector social que reconoce el atractivo de las ciudades para el turismo pero al mismo tiempo

exigen a las autoridades que regulen o cambien el modelo de turismo⁷. En síntesis, alrededor del término “turismofobia” se encuentra la disyuntiva entre un claro odio al turista por parte de un sector, y por otro lado un odio hacia el tipo de modelo turístico desregulado que afecta la vida diaria de la comunidad local. El término “turismofobia” según algunas organizaciones civiles fue impuesto por el lobby turístico para criminalizar la actitud reactiva de los residentes que rechazan el actual tipo de modelo turístico desregulado.

En Barcelona, uno de los destinos turísticos donde está más instalada la cuestión en el debate público, se evidenció esta disyuntiva cuando se dio el atentado terrorista de agosto de 2017 en La Rambla. Pese a que existía un sentido común anti-turista en la opinión pública y en medios humorísticos, como la cuenta paródica de Twitter “Barcelona Turisme” (@BCNTurisme) (dedicada a la contra-propaganda del turismo en la región) (figura 2), buena parte de la sociedad local reaccionó repudiando los atentados, pero resaltando el carácter hospitalario y cosmopolita de su idiosincrasia, evitando ser funcionales a discursos xenófobos.

Figura 2. Cuenta paródica de contra-propaganda turística



Fuente: <https://twitter.com/BCNTurisme/status/1025769711261372416>.

⁷ “En primera plana: Los problemas de la masificación turística” (*RFI Español*, 24/8/2018).

Existe un debate también alrededor de la identidad cultural de Europa, la cual se estaría viendo afectada por la masiva llegada de turistas con culturas y comportamientos diferentes. El “turismo de excesos” o “turismo basura” son los términos que utilizan cuando refieren a esta cuestión. Afirman que los turistas llevan a cabo comportamientos que no encajan con la cultura local y que tampoco son tolerados y mucho menos aceptados. Se puede apreciar este rechazo a partir de expresiones pintadas en la vía pública bajo el lema “turista vete a casa”, “tu turismo está arruinando mi ciudad” o “respeto el barrio o muere”⁸. Respecto a la cuestión laboral, si bien se afirma y se reconoce que la empresa turística genera consumo y empleo, estos no son bien pagos y por otro lado determinadas ciudades están sufriendo que la demanda laboral esté orientada a empleos de baja calificación que atienden las necesidades de los turistas, cayendo la demanda de empleos de alta calificación.

La problemática de la masificación del turismo se ha plasmado en la producción de numerosos filmes, documentales e informes. Un documental de la Televisión Española llamado “Turistas, ¡Go Home!”⁹ muestra los diferentes conflictos y consecuencias del turismo masivo, sumando las declaraciones de los alcaldes de Barcelona (España), Venecia (Italia) y Dubrovnik (Croacia), que citaremos a continuación dado que permiten repasar diferentes posturas asumidas desde los gobiernos locales frente al problema:

Barcelona: La alcaldesa Ada Colau reconoce y afirma que se encuentran con una actividad turística desordenada sin liderazgo público y sin regulación. Consecuentemente expresa que sin regulación del sector hay especulación y corrupción: “en los últimos años ha habido una avanzada liberalización y el fenómeno de la globalización trajo consigo la especulación y fondos de inversión a la ciudad en donde al día de hoy no conocemos la firma o nombre de los inversionistas (...). Nuestra ciudad está en manos de gente que no conocemos, que no vive aquí y que no le preocupa los efectos negativos de la especulación”. Al mismo tiempo, la alcaldesa expresa con preocupación que “no podemos permitirnos, ni aceptar perder vecinos a causa del turismo de masa tal como sucedió en otras ciudades como Venecia. (...) El

⁸ “Turistas, ¡Go home!” (*Documentos TV*, 26/6/2018).

⁹ *Ibid.*, 2018.

turismo es bueno pero es necesario controlarlo para evitar que se formen guetos, para que los turistas y los vecinos puedan convivir en una ciudad”.

Al respecto de la plataforma de alquileres Airbnb, afirma que “es una competencia desleal, provoca problemas de convivencia con los vecinos”. Además comenta que se empezó a sancionar y cerrar apartamentos ilegales, implementando multas de hasta 600.000 euros. El ayuntamiento además dejó de conceder permisos para la construcción de hoteles y apartamentos. Finalizando su momento en el documental la alcaldesa apunta a la acción de la participación ciudadana en todo este conflicto. “Es necesario abrir un debate democrático ya que el modelo de turismo determina el modelo de ciudad y queremos que la ciudadanía decida qué es lo que quiere”. Claramente Barcelona cuenta con un gobierno local que reconoce el problema que tienen como ciudad y está trabajando en busca de un reordenamiento, regulación del turismo y del alojamiento.

Venecia: El alcalde y empresario Luigi Brugnaro comienza sus declaraciones respondiendo a la crítica de la alcaldesa de Barcelona en la que expresa: “ella está mal informada (...) no conoce Venecia en absoluto”. Al parecer el alcalde demuestra desconocer el problema ya que el ayuntamiento no ofrece el dato de la cantidad de visitantes a la ciudad. Al mismo tiempo, ante la llegada masiva de cruceros a la ciudad, se indaga alrededor de las autoridades del puerto, pero estas no hacen declaraciones. En el documental también se expresa la advertencia de la Unesco para que Venecia proteja la laguna, de no ser así perderá su título de Patrimonio de la Humanidad. La respuesta del alcalde de Venecia ante esta advertencia es la siguiente: “nos están chantajeando”.

Finalizando su momento en el documental el alcalde insiste en la belleza del lugar para que el turismo se desarrolle sin expresar ni siquiera alguna crítica de lo que actualmente sucede en Venecia, buscando ocultar el problema. Sin embargo, a partir del accidente con el crucero mencionado previamente, el alcalde quiere solicitar a la Unesco que incluya a Venecia en su “Lista negra” de sitios patrimonializados en

peligro, al mismo tiempo que expresa que no dará más la cara, exigiendo respuestas de parte del gobierno nacional¹⁰.

Dubrovnik: El alcalde Andro Vlahušić expresa con fuerza lo siguiente “Mi trabajo como alcalde es dirigir un negocio, yo no soy el alcalde, soy presidente de una compañía con 15.000 accionistas.” El funcionario asocia la masividad del turismo en su ciudad con la belleza del lugar, con expresiones como las siguientes: “La industria cinematográfica tiene los ojos puestos en Dubrovnik. Aquí se grabó Game of Thrones, Star Wars y Robin Hood (...). Somos el decorado de Hollywood, ser el decorado de Hollywood atrae más turistas con más dinero. Somos víctimas de nuestro propio éxito”. Vlahušić reconoce como parte del gobierno local de Dubrovnik que hay problemas alrededor de la masiva llegada de turistas, principalmente ante la necesidad de evacuar la ciudad ante una emergencia, entre otras cuestiones. La única posible solución que realiza para el problema de la masividad del turismo es la siguiente: “Hay que elevar los precios para que bajen las visitas”.

Por otra parte en este contexto de debates se plantean otras medidas para frenar la masividad del turismo: a) limitar las opciones de transporte, b) subir los precios, c) mejorar la sinceridad del marketing, d) descentralizar la demanda¹¹. Cabe destacar en este sentido que algunas de las estrategias para frenar la masificación pueden ser contraproducentes, como por ejemplo el aumento de los precios no va a distinguir entre turistas y locales, y así estos últimos podrían terminar perdiendo más poder adquisitivo. Por otro lado, en esta atmósfera de tensiones, distintas ciudades europeas están exigiendo a la Unión Europea que comience a tomar medidas contra Airbnb¹². En este sentido, algunas ciudades comienzan a propiciar “destinos *hipsters*” con el objetivo de descongestionar el centro turístico ofertando la experiencia de hacer turismo alejados de los centros de masividad turística. Ésta oferta va acompañada de una reducción en el precio del transporte público. Aunque los *hipsters* son un segmento minoritario de los turistas, estos pueden generar un efecto arrastre y pueden poner de moda ciertos destinos o barrios de una ciudad¹³.

¹⁰ “El alcalde de Venecia pedirá a la Unesco que incluya la ciudad en su 'lista negra” (*El Mundo*, 21/6/2019).

¹¹ Chuet-Missé, J.P. “Cómo frenar la masificación turística”. *Cerodosbe*, 24/10/2017.

¹² Las capitales turísticas presionan a la UE contra Airbnb”. *Cerodosbe*, 21/6/2019.

¹³ Canalis, X. “Destinos hípster, la tendencia para mitigar el turismo masivo” (*Hosteltur*, 29/2/2016).

La conformación de la red SET de Ciudades del Sur de Europa frente a la Masificación del Turismo¹⁴, que reúne a catorce localidades ubicadas en las “periferias del placer” europeas (Navarro-Jurado *et al.*, 2015), es la demostración más cabal de la dimensión que ha cobrado el problema a nivel continental. También plantea el interrogante de hasta qué punto es la Unión Europea como institucionalidad supraestatal, y los propios estados nacionales, los que deben encontrar respuestas políticas a los problemas que generan dinámicas que exceden ampliamente la esfera local.

En todo este clima también aparece el término de *turismo sostenible*. La pregunta que rige esta propuesta es la siguiente: ¿será posible llevar a cabo un turismo sostenible con estos jugadores tan poderosos que acompañan la democratización del viaje?¹⁵ Teniendo en cuenta que el turismo de élite es el que suele recurrir a prácticas más insostenibles desde el punto de vista ambiental (consumo de energía, agua y otros bienes naturales) y sociales (exclusión, gentrificación), ¿la solución al *overtourism* está en achicar el mercado de consumidores consolidando la exclusividad de los destinos? Mientras tanto, la población organizada solicita la regulación respecto a la llegada de turistas, la regulación de los alojamientos y la preservación de ciertos lugares históricos patrimonializados por Unesco y otros organismos. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que la patrimonialización es una estrategia de construcción de atraktividad y posicionamiento de destinos turísticos en función de una demanda cada vez más fragmentada en sus gustos e intereses.

3. UNA APROXIMACIÓN AL PROBLEMA PARTIR DE UNA ECONOMÍA POLÍTICA DEL PAISAJE

En una compilación de trabajos sobre el tema que nos ocupa publicada recientemente, que lleva por nombre *Ciudad de vacaciones*¹⁶, Robert Flechter sostiene que, luego de la

¹⁴ “Catorce territorios [del] sur de Europa crean una red contra masificación turística” (*La Vanguardia*, 26/4/2018). Las localidades que forman parte de la red son las siguientes: Venecia, València, Sevilla, Pamplona, Palma, Lisboa, Málaga, Malta, Madrid, Girona, Canarias, Donostia / San Sebastián, Camp de Tarragona y Barcelona.

¹⁵ *RFI Español, Op. Cit.*

¹⁶ Milano, C., Mansilla, A. (comps.) (2018) *Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos*. Pol-len edicions, Barcelona.

crisis internacional de 2008, el espacio urbano se ha vuelto clave para la intensificación (y recuperación) del capitalismo, con planes de renovación urbana que han servido para la fijación de capital, y la superación del momento de sobreacumulación. Este fenómeno es imposible de entender sin la consolidación de la gobernanza urbana neoliberal, que ha permitido una creciente influencia del capital inmobiliario en la gestión y planificación de las ciudades.

En el caso europeo, este giro se da en paralelo con la transformación de la Política Agraria Común de la Unión Europea, desde un esquema tradicional de subsidios a la producción con el objetivo del mantenimiento de la población rural, hacia nuevas formas de transferencias de recursos que abonan al surgimiento de situaciones de acaparamiento de tierras y por ende de migración rural-urbana (Franco y Borrás, 2015). En los espacios rurales, la difusión de nuevas modalidades de turismo rural empalma con un fenómeno más generalizado de nuevas valoraciones que van desde el rescate de antiguas tradiciones gastronómicas hasta políticas de conservación ambiental. El resultado es una mayor competencia por la tierra entre distintos usos del suelo, que resulta funcional a estrategias especulativas de acumulación.

De todos modos, no cabe ninguna duda de que es las ciudades donde se comprueban los efectos más radicales de la masificación turística. Como sucedió con el accidente del crucero en Venecia, el conflicto explícito es el momento en que se manifiestan las tendencias estructurantes del problema. En París, los trabajadores del Museo Louvre realizaron una protesta por las condiciones de hacinamiento que se experimentan allí, con el consecuente deterioro de sus condiciones de trabajo y de la propia experiencia turística, debido al crecimiento constante de visitantes, con un récord de 10,2 millones anuales en 2018¹⁷ (figura 3).

¹⁷ “El Museo del Louvre cerró sus puertas por una protesta del personal de seguridad” (*La Nueva*, 27/5/2019).

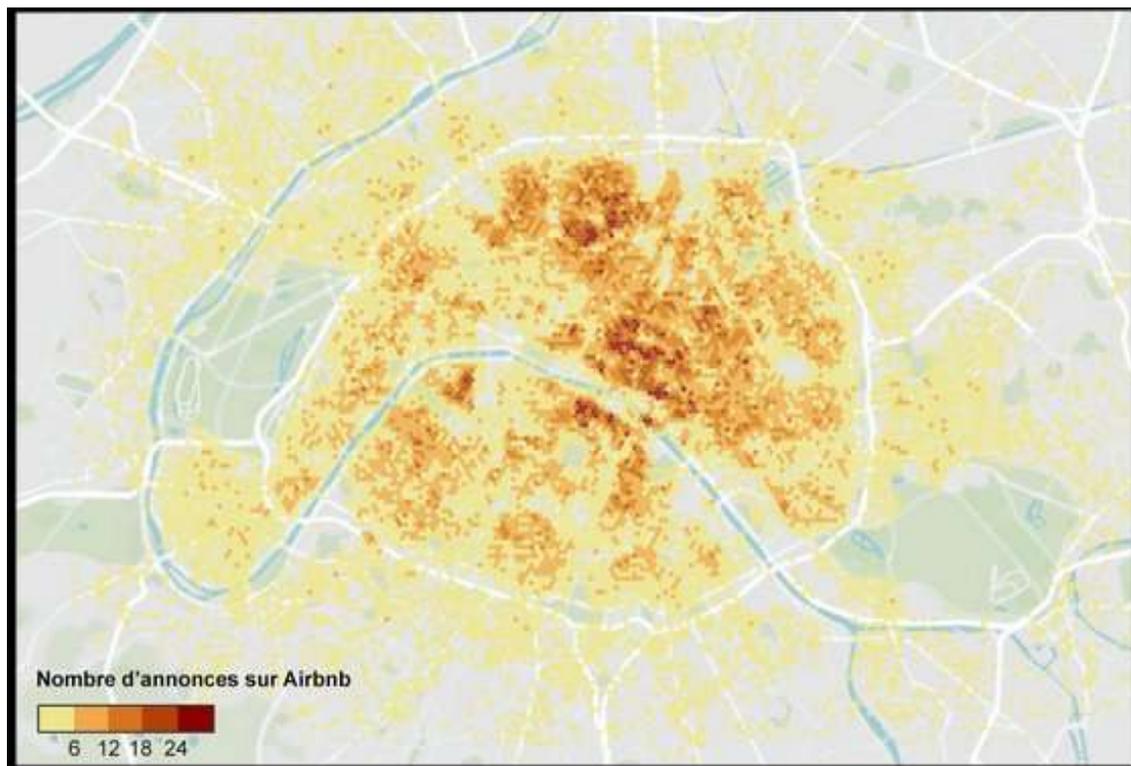
Figura 3. Hacinamiento en el Museo del Louvre (fotografía propia, junio de 2018).



¿Qué está sucediendo para que el principal destino turístico del continente también esté entrando en crisis? La Ciudad Luz es un territorio donde se manifiestan las tendencias identificadas previamente para explicar el fenómeno de la masificación turística. En particular, aquella que pone en foco la incidencia de las plataformas digitales en el mercado inmobiliario y de plazas hoteleras. Según un estudio publicado por *Le Monde*¹⁸, la plataforma Airbnb ofrece 328 mil plazas de alojamiento en las diez principales ciudades francesas, superando ampliamente las 260 mil plazas hoteleras registradas. La capital del país galo acapara el 43% de esa oferta, concentrada en los barrios céntricos, los más atractivos para los visitantes (figura 4). El mismo patrón de ocupación de las áreas más atractivas para el turismo se detecta en otros destinos de relevancia como Lyon o Niza. La consecuencia es que, en la ciudad capital, el gobierno local estima que se han perdido alrededor de 20 mil viviendas para la población local, reconvertidas en alojamientos temporarios.

¹⁸ Baruch, J.; Motet, L.; Ferrer, M.; Travère, A. “Comment Airbnb a investi Paris et l’hypercentre des grandes villes” (*Le Monde*, 4/8/2017).

Figura 4. Mapa de la presencia de anuncios en Airbnb en París.



Fuente. Baruch *et al.*, 2017.

Un panorama similar se vive en las grandes capitales del continente, como la ciudad de Berlín, cuyo gobierno ha resuelto poner un tope al precio de los alquileres¹⁹, los cuales han estado creciendo sostenidamente en los últimos años, y así estimular la construcción de viviendas que permitan enfrentar el déficit habitacional. Más allá de que aquí se trata de una problemática ligada a factores que exceden a la actividad turística y su masificación, es sintomática del rol que ocupa el mercado inmobiliario en las nuevas lógicas de acumulación del capital.

La relación entre el turismo y las plataformas digitales de alquiler es tal vez el ejemplo más extremo de la dinámica que adquiere el mercado inmobiliario en la actualidad y sus impactos en el espacio urbano. Cuando los vecinos de los barrios populares de Venecia repudian que el lugar donde han vivido durante generaciones se está muriendo por el despoblamiento, que se expresa en el cierre de escuelas y en la crisis de su vida social y

¹⁹ Schultheis, E. “El plan radical con el que Berlín quiere frenar la escalada de precios en el alquiler de viviendas“ (*BBC*, 3/4/2019).

comercial (figura 5); cuando denuncian las operaciones inmobiliarias de la Bienal, insultan a los turistas que pasan en cruceros; y cuando organizan comidas callejeras (llamadas *tavolate*) para decir “aquí estamos”²⁰, no están haciendo otra cosa que poner sobre el tapete la situación de desposesión que implica la conversión de la vivienda en una mera *commodity*.

Figura 5. Bandera que denuncia el cierre de una escuela en un barrio de Venecia



Fuente: fotografía propia, junio de 2018).

De hecho, la lógica de obtención de rentas extraordinarias que acompaña la turistificación de los centros históricos y otros barrios de los destinos instrumentada por el capital en sus distintas fracciones (inmobiliario, de la construcción, de las plataformas digitales, hotelero, etcétera) puede entenderse apelando a la categoría de *extractivismo urbano*. Dicho concepto busca comprender los rasgos comunes entre la actividad extractiva tradicional (ligada a la explotación de materias primas) y los problemas urbanos, entendiendo que fenómenos como la privatización del espacio público, la emergencia habitacional y los efectos de la especulación inmobiliaria en sus diferentes manifestaciones, son atentados del capital contra el derecho a la ciudad, y contra la misma ciudad en tanto

²⁰ “Tavolate in 13 campi per dire: <<Ci siamo>>” (*La Nuova*, 11/6/2018).

bien común (Viale, 2017). La liberación de toda atadura para la dinámica de acumulación del capital en el espacio urbano en general, y en particular en los principales destinos turísticos de Europa y del mundo, pone en riesgo la propia reproducción de la vida social de las ciudades tal como ha sido históricamente.

La idea de *extractivismo urbano* es una elaboración teórica que acusa recibo de las transformaciones más radicales que han sufrido las periferias de las metrópolis latinoamericanas. Allí la expansión urbana privatizada, a través de fragmentos urbanos que prescindan de cualquier relación con su entorno social (tales como urbanizaciones cerradas y barrios privados), supone una grave amenaza para la continuidad histórica de los barrios periféricos, y pone en riesgo los bienes naturales de los espacios periurbanos. La motivación explícita de los desarrolladores inmobiliarios es la de asegurar a sus clientes una mayor calidad de vida en contacto con la naturaleza y el medio rural, en un movimiento de apropiación de la forma de vida y el paisaje rurales. Según Patricia Pintos (2017:25), “el paisaje pasa a ser una ‘excusa’, un mero recurso de la estrategia de mercado que pone muy por delante el beneficio económico y desprecia las valoraciones posibles del paisaje real y sus significados pretéritos”.

Esta reflexión permite retomar el análisis sobre la masificación turística, planteando al paisaje como la clave para aplicar la perspectiva del extractivismo urbano a la realidad de los destinos turísticos europeos. Se debe resaltar la relación entre el paisaje como forma de aprehender la realidad y el turismo en su evolución a lo largo de la historia del capitalismo. La idea de *paisaje* como perspectiva epistemológica sobre el espacio (desde un punto de vista externo, como totalidad armónica y coherente, en tanto híbrido natural y cultural) es ideológica y constitutiva de la modernidad, y del nacimiento y posterior expansión del modo de producción capitalista (Cosgrove, 1998). En este marco, el turismo en su desarrollo se apropia de formas espaciales, productos de procesos históricos y naturales previos, y los convierte en *atractivos* a ser consumidos.

Con el advenimiento del turismo de nichos, durante el posfordismo, se vuelve más compleja esta relación entre turismo y espacio, mediada por el paisaje. El turismo contemporáneo lleva a la producción *ad-hoc* de formas espaciales y arquitectónicas, potencialmente repetibles y reproducibles al infinito, concebidas en términos de *paisaje*, que se asumen como representativas de su contexto. Es decir, en términos de mercancías

consumidas como experiencias sensoriales dominadas por la visión, independientes de las relaciones sociales, históricas, conflictivas y enraizadas en el espacio, que las generan (Trivi, 2018). La producción de fragmentos arquitectónicos que recrean momentos históricos previos, o bien “importan” atractivos ajenos a un nuevo contexto, da pie a la fragmentación y espectacularización de las ciudades. Francesc Muñoz (2008) propone el concepto de *urbanización* para entender la proliferación de fragmentos urbanos destinados al ocio con características morfológicas y funcionales similares en diferentes urbes, lo cual implica la reproducción de formas espaciales orientadas al consumo visual con independencia de sus contextos territoriales.

La cuestión central a desentrañar aquí es el paso del *paisaje* como prisma para la aprehensión de la realidad, al *paisaje* como vehículo de la transformación del espacio. La condición necesaria para esta operación es la reificación de ese producto espacial, que cobra autonomía frente a la actividad productora que lo genera. Milton Santos (2002:28) apunta que el *paisaje* es “funcionalización de la estructura técnico-productiva y lugar de fetichización”. Pensar en el paisaje en términos de *fetichismo* remite al concepto del *fetichismo de la mercancía* de Karl Marx (2000:37), que consiste en que la mercancía “proyecta ante los hombres el carácter social del trabajo de éstos como si fuese un carácter material de los propios productos de su trabajo, un don natural social de estos objetos y como si, por tanto, la relación social que media entre los productores y el trabajo colectivo de la sociedad fuese una relación social establecida entre los mismos objetos, al margen de los productores”.

El proceso de producción del espacio, cuando es dominado por las relaciones de producción capitalistas y tiende hacia la mercantilización de todas las relaciones sociales y los procesos naturales, se expresa a través de determinadas formas espaciales que encuentran en su manifestación visible uno de los mecanismos de justificación ideológica de la alienación y explotación a las que somete al trabajo humano y a la naturaleza. El carácter fetichista de esta producción de formas espaciales se basa en la alienación a la que el hombre es sometido frente a los productos de su propio trabajo, sostenida en la presencia de imágenes. Como sostiene Guy Debord (2006:36), aquí el fetichismo de la mercancía supone que “el mundo sensible se encuentra reemplazado por una selección de imágenes que existe por encima de él y que al mismo tiempo se ha hecho reconocer como lo sensible por excelencia”.

En consecuencia, en el turismo las imágenes que sostienen la alienación del trabajo humano sobre la naturaleza y sobre sí mismo (en tanto *segunda naturaleza*) se configuran como paisajes, como totalidades armónicas que pretenden trascender su carácter histórico y contingente por sus cualidades únicas, ocultando en un segundo plano la actividad creadora y productiva de la sociedad, origen de la dinámica del espacio geográfico. En palabras de Henry Lefebvre (2013:235),

“La fuerza de un paisaje no procede del hecho de ofrecerse en cuanto espectáculo sino más bien de que, como espejo o espejismo, presenta para el posible espectador una imagen a la vez ilusoria y real de una capacidad creadora tal que el individuo (Ego), puede atribuirse como propia durante un momento de autoengaño. El paisaje posee asimismo la potencia seductora de un cuadro, sobre todo cuando se trata de un paisaje urbano que se impone inmediatamente como obra (Venecia). De ahí la falsa ilusión turística suscitada de participar en la obra y comprenderla, cuando el turista meramente pasa a través del país y del paisaje, y recibe pasivamente una imagen. La obra concreta, los productos engendrados y la actividad productora se ocultan o caen en el olvido”.

Figura 6. Crucero visto desde las calles de un barrio veneciano



Fuente. Fotografía propia, junio 2018.

Esta “obra” es la que contemplan absortos los pasajeros de los cruceros que penetran la laguna veneciana, pero su experiencia estética prescinde en gran medida de la vida social que la construyó y moldeó a lo largo de siglos (figura 6). La dimensión visual de este espacio construido es utilizada como justificación política para el despojo de la comunidad local, por parte de un gigantesco entramado de intereses políticos y económicos que opera a diferentes escalas. En los casos reseñados aquí, son los centros históricos y los barrios “típicos”, productos espaciales de largos procesos históricos, los que son progresivamente vaciados de su contenido original, para ser ofrecidos como mercancías estandarizadas ante un conjunto de consumidores globalizados. Éstos parecen preocupados únicamente por encontrarse con lo bello y lo sublime, a sabiendas de que tal vez no sea lo auténtico. Sin embargo, toparse con el malestar de los lugareños (y con miles de otros turistas) no resulta placentero. Y allí resurge el conflicto.

4. REFLEXIONES FINALES

A lo largo de este trabajo se repasó el debate político y teórico alrededor de la masificación turística u *overtourism*, tal como se ha instalado en los últimos años en Europa. Se planteó que el concepto de masificación parte de la premisa de una percepción común sobre el desborde de los destinos turísticos, ante el incremento incesante del número de visitantes, y ante la incidencia de lógicas de acumulación que ponen en riesgo la continuidad de la vida urbana en los mismos. Pero la instalación del problema en el debate público, con movimientos sociales urbanos que incorporan el turismo en su agenda, e incipientes respuestas por parte de los gobiernos locales como la red SET, no responde únicamente a una cuestión de percepción. Por el contrario, es la conjugación de diferentes tendencias estructurales de la economía mundial, del proceso de integración europea, y de la gobernanza urbana neoliberal, la que ayuda a explicar el fenómeno.

El despliegue indiscriminado de las estrategias de valorización de las principales plataformas digitales de alquiler de inmuebles ha conducido a la agudización de una crisis habitacional en muchos de estos destinos, con un alza artificial de los alquileres que echa más leña al fuego que dejó el estallido de la burbuja inmobiliaria de 2008 y la consecuente ola de desahucios. En barrios puntuales de ciudades como Lisboa y Barcelona, y en una

localidad con características únicas como Venecia, esta dinámica está llevando al liso y llano despoblamiento. Cualquier solución que ignore esta cuestión central, y evite atacar la propia lógica de acumulación del capital, resultará por lo menos insuficiente, por no decir contraproducente.

Amén de reseñar parte de las posiciones sobre la cuestión del turismo que se están enfrentando en el escenario europeo, se intentó adoptar una óptica latinoamericana para la comprensión del problema, recuperando la categoría de *extractivismo urbano*, surgida al calor de las discusiones académicas y políticas propias de los conflictos urbanos y socioambientales de los países periféricos. Analizar los efectos de la masificación turística en términos de extractivismo permite comprender las relaciones entre la cuestión inmobiliaria, la práctica turística, el nuevo capitalismo de plataformas, y la desregulación y expansión de la industria aeronáutica. También permite alertar sobre el grave riesgo que suponen estos fenómenos conjugados sobre la dinámica urbana de las ciudades europeas.

Por otro lado, poner la lupa sobre el escenario europeo habilita la reflexión sobre lo que está sucediendo con el turismo, masivo y de nichos, en nuestro continente. La incorporación de las favelas cariocas al imaginario y al mercado turísticos alrededor de Brasil, que se articula con su “pacificación” durante la organización del Mundial de Fútbol 2014 y de los Juegos Olímpicos de 2016, es tal vez el fenómeno más evidente. La estetización exacerbada de Caminito, en el barrio porteño de La Boca, es también un ejemplo de esta lógica de producción de fragmentos urbanos para el consumo visual. Y el debate público alrededor de daño al patrimonio arqueológico de la ciudad de Cusco por parte de grandes empresas hoteleras, es un exponente de un nuevo tipo de conflictividad urbana detonada por la actividad turística que se analizó previamente (Gutiérrez Samanez, 2016), por citar solamente algunos de los casos más notorios.

Por último, vale la pena retomar una reflexión de Francesc Muñoz²¹ que dialoga con la conocida metáfora de Jean Baudrillard de la “huelga de acontecimientos” que caracteriza a la posmodernidad. Este autor sostiene que la dinámica de la *urbanización* produce una “huelga de los paisajes”, que pierden su relación con el entorno y se pueden reproducir en cualquier contexto territorial. Habida cuenta la economía política del paisaje esbozada aquí,

²¹ *Op. Cit.*, 2008.

nos permitimos dudar de esa afirmación. Por el contrario, ante la imagen de miles de personas agolpándose para disfrutar de lugares únicos, ante los edificios de viviendas en barrios históricos que conservan sus fachadas intactas pero han perdido su vida interior, vale la pena preguntarse si los paisajes no están “trabajando” demasiado.

FUENTES CONSULTADAS

Las fuentes web fueron consultadas entre marzo y julio de 2019.

- Baruch, J.; Motet, L.; Ferrer, M.; Travère, A. “Comment Airbnb a investi Paris et l’hypercentre des grandes villes”. *Le Monde*, 4/8/2017. Recuperado de: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/08/04/paris-et-les-hypercentres-des-grandes-villes-le-business-lucratif-d-airbnb-en-france_5168623_4355770.html.
- Britton, S. (1991). “Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism” En: *Environment and Planning, D Society and Space*, vol 9, n°4, pp. 451-478.
- Canalis, X. “Destinos hípster, la tendencia para mitigar el turismo masivo”. *Hosteltur*, 29/2/2016. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/115250_destinos-hipster-tendencia-mitigar-turismo-masivo.html.
- “Catorce territorios [del] sur de Europa crean una red contra masificación turística”. *La Vanguardia*, 26/4/2018. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/politica/20180426/443016372528/catorce-territorios-sur-de-europa-crean-una-red-contra-masificacion-turistica.html>.
- Chuet-Missé, J.P. “Cómo frenar la masificación turística”. *Cerodosbe*, 24/10/2017. Recuperado de: https://www.cerodosbe.com/es/destinos/claves-para-frenar-masificacion-turistica_515640_102.html.
- Cingolani, P. (2016) “Capitalismo de plataforma: nuevas tecnologías de la comunicación e internacionalización del trabajo”. *Boletín Onteaiken*, n° 22, pp. 42-47.
- Cosgrove, D. (1998). *Social Formation and Symbolic Landscape*. Madison, University of Wisconsin.
- Debord, G. (2006) *La sociedad del espectáculo*. Rosario, Kolectivo Editorial “Ultimo Recurso”.

- del Romero Renau, L. (2010). “Dos décadas de urbanismo-espectáculo en España: los grandes eventos como motor del cambio urbano”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos españoles*, n° 53, pp. 309-327.
- “El alcalde de Venecia pedirá a la Unesco que incluya la ciudad en su 'lista negra’”. *El Mundo*, 21/6/2019. Recuperado de:
<https://www.elmundo.es/cultura/2019/06/21/5d0cd18a21efa013608b4588.html>
- “El Museo del Louvre cerró sus puertas por una protesta del personal de seguridad”. *La Nueva*, 27/5/2019. Recuperado de: <https://www.lanueva.com/nota/2019-5-27-13-23-0-el-museo-del-louvre-cerro-sus-puertas-por-una-protesta-del-personal-de-seguridad>.
- “El turismo mundial aporta el 10,4% del PIB global y genera uno de 10 diez empleos”. *Europapress*, 23/1/2019. Recuperado de:
<https://www.europapress.es/turismo/fitur/noticia-turismo-mundial-aporta-104-pib-global-genera-10-diez-empleos-20190123203000.html>.
- Fanzine Malpaís (2017) “Turismo industrial y consumo de lugares exóticos”. En: Autores Varios. *Jodidos turistas*. Barcelona, Ed. Antipersona.
- Flechter, R. (2018) “Prólogo”. En: Milano, C., Mansilla, A. (comps.) *Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos*. Barcelona, Pol·len edicions.
- Franco, J.; Borrás, S. (coords.) *Informe: Acaparamiento de tierras en Europa*. Fundación Mundubat, SAT, COAG, Vía Campesina Coordinación Europea, Red Hands off the Land.
- Goodwin, H. (2017) “The challenge of overtourism”. *Responsible Tourism Partnership Working Paper 4*.
- Guitérrez Samanez, B.L. (2016) *Globalización, identidad y resistencia. La movilización por “otro derecho al patrimonio histórico” en la ciudad de Cusco-Perú*. Cusco, edición independiente.
- Huete, R.; Mantecón, A. (2011). “Más allá del turismo: movilidad residencial europea y nuevos núcleos urbanos”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n.º 56, pp. 111-128.
- “I veneziani si ribellano <<Questa città è nostra>>”. *La Nuova*, 11/6/2018.

- “Las capitales turísticas presionan a la UE contra Airbnb”. *Cerodosbe*, 21/6/2019. Recuperado de: https://www.cerodosbe.com/es/alojamiento/las-capitales-turisticas-presionan-a-la-ue-contra-airbnb_633230_102.html.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Madrid, Capitán Swing.
- *En primera plana*: “Los problemas de la masificación turística” (*RFI Español* 24/8/2018). Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=lqGm4LM2ti8> (Parte 1), y
- Malet Calvo, D.; Gago, A.; Cocola-Gant, A. (2018) “Turismo, negocio inmobiliario y movimientos de resistencia en Lisboa, Portugal”. En: Milano, C., Mansilla, A. (comps.) *Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos*. Barcelona, Pol-len edicions.
- Malet Calvo, D. “Los estudiantes Erasmus y la transformación de la ciudad. El fenómeno de la 'estudiantificación' es una gentrificación causada por los estudiantes internacionales”. *El País*, 27/5/2017. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2017/05/24/seres_urbanos/1495657618_127416.html.
- Marx, K. (1987). *El Capital*. Buenos Aires, Editorial Cartago.
- Milano, C. (2018) “*Overtourism*, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido”. *Pasos*, vol. 16, n° 3, pp. 551-564.
- Muñoz, F. (2008). *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Navarro-Jurado, E.; Thiel-Ellul, D.; Romero-Padilla, Y. (2015) “Periferias del placer: cuando turismo se convierte en desarrollismo inmobiliario-turístico”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n.º 67, pp. 275-302.
- Pintos, P. (2017) “Extractivismo inmobiliario y vulneración de bienes comunes en la cuenca baja del río Luján”. En: Vásquez, Duplat, A. M. (comp.). *Extractivismo urbano: debates para una construcción colectiva de las ciudades*. Buenos Aires, Fundación Rosa Luxemburgo, Ceapi, Ed. El Colectivo.
- Porto Gonçalves, C.W. (2009) “De Saberes y de Territorios: diversidad y emancipación a partir de la experiencia latino-americana”. *Polis*, vol. 8, n° 22, pp. 121-136.

- Quirós Tomás, F. J. (2009). “Análisis de la estrategia competitiva de las líneas aéreas europeas”. *La adaptación del turismo a los cambios globales: II jornadas de investigación en turismo*, pp. 39-63. Sevilla, 7 y 8 de mayo de 2009
- Sánchez, J. (1991). *Espacio, economía y sociedad*. Madrid, Siglo Veintiuno Editores.
- Santos, M. (2002). *El presente como espacio*. Ciudad de México, FFyL-UNAM.
- Schultheis, E. “El plan radical con el que Berlín quiere frenar la escalada de precios en el alquiler de viviendas”. *BBC*, 3/4/2019. Recuperado de:
<https://www.bbc.com/mundo/vert-cap-47593606>.
- “Tavolate in 13 campi per dire: <<Ci siamo>>”. *La Nuova*, 11/6/2018.
- Trivi, N. (2018) El paisaje, del atractivo al fetiche. Un ensayo sobre consumo visual y turismo. *Pasos*, vol 16 , n° 4, pp. 1131-1141.
- “Turistas, ¡Go home!”. *Documentos TV*, 26/6/2018. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=YLvQIN4QrZI&index=10&list=LL0PuzDcv2SpBRsiiCZD5kQA&t=0s>.
- “Venecia: el impactante choque de un crucero derivó en protestas masivas” (*El Cronista*, 10/6/2019). Recuperado de: <https://www.cronista.com/internacionales/Venecia-el-impactante-choque-de-un-crucero-derivo-en-protestas-masivas-20190610-0033.html>.
- Viale, E. “Prólogo. El extractivismo urbano” (2017) En: Vásquez, Duplat, A. M. (comp.). *Extractivismo urbano: debates para una construcción colectiva de las ciudades*. Buenos Aires, Fundación Rosa Luxemburgo, Ceapi, Ed. El Colectivo.
- Wang, S. (2014). “El esplendor de Moscú y Shanghai: Un estudio comparativo de los mercados suntuarios, clases medias y conducta del consumidor de Rusia y China”. *Orientando*, n°8, pp. 39-63.