



Reseña Bibliográfica

Sociología del turismo

Antón Álvarez Sousa, Alejandro Mantecón e Inmaculada Puertas-Cañaveral

Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (2019). 328 pp.

ISBN (papel): 978-84-7476-811-4 – ISBN (electrónico): 978-84-7476-812-1

Agustín García-Ramos 

Universidad de Alicante

agus.garciaramos@ua.es

Existen, en el corpus de las ciencias sociales, conceptos y manifestaciones colectivas que se resisten a ser encerrados entre los contornos de una definición unívoca. Es el caso, sin ir más lejos, del vocablo *turismo*: por más que organismos y estudiosos de reconocida autoridad hayan tratado una y otra vez de dilucidar en qué consiste, ninguno hasta ahora ha conseguido proponer una enunciación capaz de concitar el suficiente consenso. Sin embargo, como contrapunto a esa indeterminación, es de justicia señalar que prácticamente a nadie se le ocurriría poner en duda la importancia que tiene, en las sociedades contemporáneas, el escurridizo fenómeno comprendido en dicho vocablo.

Si algo define al turismo en nuestros días es, pues, su trascendencia, queriendo significar con ello tanto su relevancia como la capacidad, ya destacada, para desbordar cualquier continente en el que se le pretenda confinar. En efecto, el turismo, hoy, excede con creces los márgenes del ocio y el negocio, de los países, los paisajes y los paisanajes, o de los impactos económicos, sociales, culturales y territoriales; se mueve a caballo entre lo urbano y lo rural, entre lo global y lo local, entre la ventolera de las grandes cifras y lo inasible de los comportamientos individuales, entre la inevitable digitalización y el no menos inevitable apego a lo analógico, entre los grandes movimientos de masas y la búsqueda permanente de *distinción*, entre el crecimiento desaforado y las limitaciones medioambientales, entre el mero desplazamiento en el espacio y los intentos por comprender las motivaciones últimas de cada viaje... Tal es su complejidad que, en apenas unas décadas, ese magma informe se ha constituido, por derecho propio, en un objeto de estudio con un carácter inequívocamente diferenciado. Ante semejante estado de las cosas, no resulta extraño que la sociología, ciencia integradora y polifacética por naturaleza, haya asumido, de forma más o menos consciente, la titánica tarea de catalizar los múltiples abordamientos que sobre el tema se vienen realizando. Es en esa asunción donde debe rastrearse el germen de la llamada *sociología del turismo*.

Un consenso bastante generalizado sitúa los orígenes y la sistematización de esta rama relativamente reciente de la sociología en la década de los sesenta del siglo pasado, momento en que el turismo adquiere la condición de manifestación multitudinaria que le

sigue identificando —y cada vez con más fuerza— en el presente. Desde entonces, la flamante disciplina no ha dejado de crecer en número de investigaciones y en diversidad de motivos y enfoques. Con todo, su implantación académica ha ido, como suele ocurrir, varios pasos por detrás de la realidad. Prueba de ello es, por ejemplo, la escasa atención que ha prestado a esa pujanza el Servicio de Publicaciones del Centro de Investigaciones Sociológicas, en cuyo catálogo solo existían, hasta la fecha, dos libros relacionados con la materia: una monografía de la socióloga francesa Danielle Rozenberg sobre los alcances del turismo en Ibiza, que se remonta a 1990, y la traducción al español de un ensayo escrito en inglés por Julio Aramberri, dada a la imprenta en 2011. De ahí que la aparición, en las postrimerías de 2019, de este *Sociología del turismo* deba saludarse como un doble acierto: primero y principal, por el valor intrínseco de la obra en cuestión; y segundo, por el esfuerzo de actualización y adaptación a las corrientes más en boga por parte de la que es, sin discusión, la editorial sobre sociología de mayor prestigio en la esfera hispanohablante.

Conviene aclarar cuanto antes que, a pesar de lo genérico de su título, el libro que nos ocupa dista de ser un manual al uso o un tratado con pretensiones de exhaustividad. En ese sentido, el propósito de la obra se revela mucho más realista: instituirse «en una invitación al conocimiento de la sociología del turismo a partir de once textos en los que se combina la reflexión teórica, el análisis empírico y la explicación sobre la conveniencia de planificar un fenómeno social con múltiples aristas» (p. 21). De más está decir que bajo ese realismo —y, por añadidura, bajo la renuncia implícita a un tratamiento omnicomprendivo de la especialidad— subyace la concepción del turismo, ya apuntada en los compases iniciales de esta reseña, como un ente espinoso e inabarcable.

La muy cuidada edición de los once textos —una introducción y diez capítulos— que conforman el espinazo del volumen ha corrido a cargo de tres reputados expertos en turismo: Antón Álvarez-Sousa, Alejandro Mantecón e Inmaculada Puertas-Cañaveras, quienes también firman —en solitario el primero, en compañía el segundo y la tercera— tres de los capítulos. Además, los tres suscriben al alimón la enjundiosa introducción, que cumple, a lo menos, dos grandes cometidos: de un lado, ofrecer al lector neófito un mínimo contexto teórico sobre el asunto considerado; de otro, avanzar las claves sobre las que discurrirá el libro. Finalmente, este se cierra con un breve índice de autores, en el que se esbozan las biografías académicas de los 19 investigadores que han formado parte del proyecto.

Como se ha señalado, todos los capítulos de *Sociología del turismo* difieren en lo concerniente a temática, planteamiento o medios de aproximación a su campo de estudio. No obstante, el conjunto de la obra está atravesado por una clara perspectiva unitaria, —sin que deba inferirse de ello reduccionismo ninguno; más bien al contrario—: la representación del turismo «como un entramado de procesos que generan efectos ambivalentes» (p. 19), fruto de su inserción en estructuras sociohistóricas cambiantes y complejas, con las que mantiene una constante retroalimentación. En esa visión poliédrica, dialéctica y alejada de cualquier dogmatismo reside —vale la pena adelantarlo a estas alturas— una de las mayores fortalezas del libro.

Al margen de esa innegable ligazón, es posible encontrar otros puntos de conexión entre algunos de los textos. De hecho, los editores sugieren —pero sin imponerla ni forzarla,

pues dejan abierta la puerta a interpretaciones alternativas— una potencial agrupación de estos en tres bloques temáticos. En los párrafos que siguen, y con fines meramente expositivos, se adopta dicha propuesta de agrupación, cara a desgranar, siquiera de modo sucinto, el contenido de cada pasaje.

El primero de los bloques, integrado por la *Introducción* —no por nada subtitulada *turismo y modernidad*— y los capítulos 2 y 3, tendría por objeto proyectar el marco teórico e histórico desde el que la sociología se ha acercado al turismo. En ese escenario, ocupa un lugar cardinal el apartado introductorio, en la medida en que, según se ha anticipado ya, sirve para desplegar no solo las líneas directrices de la obra en sí, sino también las de la materia en general. Al respecto de esta última cuestión, el prefacio se articula en torno a tres ejes, que reaparecerán con especial protagonismo en los dos capítulos siguientes —aunque se hallan asimismo presentes, de manera transversal, en el resto del libro—: primero, el papel central desempeñado por el turismo en la etapa bautizada como *modernidad tardía*; segundo, la forma en que el turismo ejerció de palanca modernizadora en España y cómo, andando el tiempo, se ha convertido en una actividad clave para la economía del país; y tercero y último, el afianzamiento de la sociología del turismo en cuanto que dominio de conocimiento autónomo, discurso en el que se dedica particular atención a la labor de pensadores pioneros como Erik Cohen, Dean MacCannell o John Urry. Por su parte, el capítulo 2, escrito por Antón Álvarez-Sousa y denominado *Epistemología y teoría turística*, retoma y amplía este tercer eje, para acabar erigiéndose en una brillante a la par que erudita disertación sobre las diferentes aproximaciones gnoseológicas al turismo. Al fin, el capítulo 3, *La sociología del turismo en España (1964-2016)*, de Alejandro Mantecón y Raquel Huete, se vale de una exhaustiva revisión documental y de varias entrevistas en profundidad para su propósito, cumplido con no menor brillantez, de examinar críticamente la historia de la disciplina en el ámbito nacional.

El segundo bloque, compuesto por los capítulos 4, 5, 6 y 7, y de corte más práctico o positivista, estaría consagrado a reivindicar la utilidad de la mirada sociológica en la evaluación y gestión de las dinámicas turísticas. Buena muestra de ello es, de entrada, el título del capítulo 4, *Aportaciones teóricas, metodológicas y aplicadas de la sociología a la planificación del turismo*. En él, sus autores, Antonio Aledo, Emilio Climent-Gil y José Javier Mañas-Navarro, proyectan la técnica de los mapas colaborativos causales sobre el municipio de Torreveja — un paradigma de insostenibilidad en muchos sentidos— para poner de relieve el potencial de la especialidad en el área de la planificación turística. El quinto capítulo, *La investigación en el turismo deportivo: conceptualización, operacionalización y análisis*, obra de José Luis Paniza-Prados, Inmaculada Puertas-Cañaverl y José Manuel Jiménez-Cabello, persigue — y lo consigue de sobra— «explicar cómo se puede operativizar una conceptualización y clasificación del turismo deportivo utilizando bases de datos secundarios ya existentes» (p. 127). A su vez, el capítulo 6, *El destino turístico como red de actores: un análisis longitudinal de sus propiedades estructurales*, firmado en solitario por Rafael Merinero-Rodríguez, presenta una investigación longitudinal en la que, mediante la aplicación del estudio de redes sociales a la evolución del turismo en una zona rural de Andalucía, se logra demostrar la influencia que los diversos estilos de gobernanza y de colaboración entre actores ejercen en las estrategias de desarrollo local. Remata esta sección el capítulo 7, *Los campos de acción estratégica como instrumento analítico de los destinos turísticos maduros: Tenerife (Islas Canarias)*, donde J.

Rosa Marrero-Rodríguez explora las dinámicas de innovación —mayormente, las asociadas a la renovación edificatoria— en el sector turístico canario, partiendo para ello de la perspectiva de los campos de acción estratégica, y recurriendo a la triangulación de entrevistas en profundidad con datos secundarios sobre la actividad turística y su normativa.

Al cabo, el tercer bloque, formado por los cuatro últimos capítulos, y de cariz más bien relacional, fijaría su atención en las repercusiones del turismo y en su trabazón con distintos flujos sociales de amplio espectro. Así, en el capítulo 8, *Las conductas de riesgo y la delincuencia en espacios turísticos de ocio nocturno*, Daniel Briggs, Rebeca Cordero-Verdugo, Antonio Silva-Esquinas y Jorge Ramiro Pérez-Suárez acomodan diferentes técnicas características de la etnografía a la localidad mallorquina de Magaluf, para reflexionar de modo crítico sobre aquellos destinos especializados en lo que se ha dado en llamar *economía nocturna*, sin perder de vista el telón de fondo de la sociedad de consumo. La denominación del noveno capítulo, *La sostenibilidad turística de los centros urbanos. Los mercados de abastos*, de Marta Domínguez-Pérez y Montserrat Crespi-Vallbona, brinda indicios más que suficientes en lo tocante a su contenido: se trata de un estudio de caso que, por medio de una equilibrada combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas, examina la mutación de los centros urbanos en general, y de los mercados de abastos tradicionales en particular, en focos de atracción turística, con las tensiones que ello ocasiona a varios niveles. En el capítulo 10, *La intersección del turismo y la migración de población extranjera en la Marina Alta (Alacant)*, Jordi Giner-Monfort y Carles X. Simó-Noguera, tomando como base el privilegiado observatorio de la Marina Alta, al norte de la provincia de Alicante, intentan arrojar algo de luz, en el plano estadístico y descriptivo, sobre la siempre intrincada tríada turismo-migración-urbanismo. Completa el volumen el undécimo capítulo, *La digitalización de la economía y el fin del turismo*, en el que Raquel Huete —la única de los investigadores que, editores al margen, repite autoría— analiza cómo vienen percutiendo en el turismo los procesos de digitalización de la economía, lo que le conduce a una más que pertinente disquisición sobre si los recientes cambios estructurales en el sector podrían, siguiendo la consabida tesis de Scott Lash y John Urry, abocarlo a su fin, o si, por el contrario, nos hallamos solo ante una profunda recomposición de este.

Tales son los mimbres con los que está trenzado *Sociología del turismo*. A la vista de todos ellos, parece incuestionable que el libro alcanza de lleno su objetivo de «presentar el turismo como un fenómeno complejo que se relaciona de muy diversas maneras con campos fundamentales de la vida social» (p.19). Sin embargo, las virtudes que adornan la obra no acaban ahí. De entre estas, acaso la más significativa consista en la consolidación, dentro del mapa de la sociología, de una disciplina que hasta hace muy pocos años subsistía dispersa o solapada entre distintas materias, cuando no era directamente ninguneada. La adquisición de esa carta de naturaleza se manifiesta de importancia capital —según se expone con singular énfasis en la introducción y el capítulo 3— en un territorio como España, que no solo tiene en el turismo una industria medular, sino que constituye, por numerosos motivos, un excelente laboratorio para su estudio.

Existen, además, otras muchas virtudes y razones por las que asomarse a este libro. A la hora de destacar unas cuantas, se antoja oportuno aludir al profundo y heterogéneo conocimiento atesorado en él, a su relativa facilidad de lectura —a la que coadyuva el hecho

de poder abordar los textos como fragmentos independientes—, al lúcido inventario de los desafíos epistemológicos que tiene frente a sí la disciplina en la actualidad o, cómo no, a la luminosa fotografía panorámica que se ofrece de la sociología del turismo española al filo de la tercera década del siglo XXI.

Todas esas cualidades, más algunas complementarias, han de apuntarse sin duda en el haber de los autores y, de modo más acusado, en el de los tres editores, cuya labor se desvela tan poco visible como efectiva. A ellos les corresponde, en última instancia, el mérito de haber llevado a buen puerto la invitación a explorar una materia revestida de capas y pliegues, aunque, a la postre —y quizá *debido a* esa problematicidad—, absolutamente fascinante.

En definitiva, una obra sobresaliente y a la vez necesaria, que, más allá de su contribución a elevar de forma ostensible el listón de la literatura en castellano sobre sociología del turismo, debería servir, por encima de todo, para certificar la mayoría de edad de la disciplina en nuestro país.