

## Lineamientos para (re)pensar la gestión del turismo social en el siglo XXI desde una perspectiva latinoamericana<sup>1</sup>

*Guidelines for (re)thinking social tourism management in the 21st century from a Latin American perspective*

**Erica Schenkel** 

Universidad Nacional del Sur, Argentina  
CONICET, Argentina  
Alba Sud, Argentina

### Resumen

El artículo constituye una adaptación de la conferencia presentada en el “1° Simposio Internacional sobre Turismo Social en Argentina. Aprendizajes y Experiencias de la Agenda Regional”. Profundiza en una serie de lineamientos que buscan posicionar el turismo social como modelo de gestión capaz de contribuir con el desarrollo de prácticas turísticas más equitativas, inclusivas y sostenibles en el contexto de reactivación post-pandemia COVID-19. Para escapar del sesgo voluntarista que atraviesa la mayoría de las discusiones sectoriales en estos tiempos, el artículo recupera, para cada lineamiento propuesto, gran cantidad de ejemplos regionales, promovidos por organizaciones públicas y privadas en diferentes países de América Latina, los cuales evidencian que es posible territorializar desde el Sur Global desarrollos turísticos en beneficio de amplias mayorías.

**Palabras clave:** turismo social, políticas turísticas, economía social y solidaria, reactivación post-pandemia, América Latina.

### Abstract

*The article is an adaptation of a conference presented at the “1st International Symposium on Social Tourism in Argentina: Learnings and Experiences of the Regional Agenda”. This paper presents guidelines that aim to position social tourism as a management model contributing to more equitable, inclusive, and sustainable tourism developments in the post-COVID-19 context. To avoid the voluntarist bias of most current sectoral discussions, the article provides regional examples for each guideline. These examples, promoted by public and private organizations in various Latin American countries, demonstrate that it is possible*

---

<sup>1</sup> El presente artículo constituye una adaptación de la conferencia presentada en el “1° Simposio Internacional sobre Turismo Social en Argentina. Aprendizajes y Experiencias de la Agenda Regional”, que ha tenido como base el artículo de divulgación publicado en Alba Sud (Schenkel, 2020) y otras contribuciones específicas.

\* ✉ericas.schenkel@uns.edu.ar

*to implement tourism developments in the Global South for the benefit of broad majorities.*

**Keywords:** *social tourism, tourism policies, social economy, post-pandemic COVID-19, Latin America.*

*Recibido 9 febrero 2024 / Aceptado 22 febrero 2024.*

## **1. Introducción**

Dada la relevancia que ha asumido el turismo social en el contexto de reactivación post-pandemia COVID-19, el artículo ahonda en una serie de lineamientos que buscan posicionar dicha actividad como modelo de gestión capaz de contribuir con el desarrollo de prácticas turísticas más equitativas e inclusivas social, económica y ambientalmente. Sea a partir de la acción del Estado, mediante políticas de turismo social realmente eficaces en términos de resultados, o del propio campo social, a partir de propuestas impulsadas desde la economía social y solidaria que muestren la voluntad de poblaciones locales por incrementar el control sobre cómo se organiza la actividad y cómo se redistribuyen sus beneficios.

Si algo ha hecho la crisis sanitaria fue poner en evidencia la alta vulnerabilidad del modelo turístico al que ha conducido el diseño de las políticas sectoriales centradas desde hace décadas en la promoción del turismo receptivo (internacional). Los flujos internacionales presentaron una caída sin precedentes y aún, a más de cuatro años de haberse detectado el primer caso de SARS-CoV-2, siguen por debajo de los niveles registrados en 2019 (Organización Mundial del Turismo, 2024). Esta interrupción de la actividad, luego de transitar décadas de crecimiento prácticamente constante, ha denudado no solo la altísima dependencia externa que este modelo de desarrollo genera en sociedades altamente turistificadas (Hiernaux, 2020), sino también sus impactos negativos en cuestiones como la degradación y contaminación ambiental, la desposesión y desalojo de las poblaciones, la explotación y precariedad laboral (Cañada y Murray, 2019).

Este contexto extraordinario ha provocado que el propio sector turístico reconociera la necesidad de generar cambios en las formas de organizar la actividad y en la concepción de las políticas sectoriales. Tal es el caso de la entonces Organización Mundial del Turismo [OMT] (redefinida desde principios de 2024 como ONU Turismo), el máximo organismo internacional en la materia y uno de los principales promotores del modelo vigente, que propone una reformulación de la agenda global, para incorporar asuntos como el “crecimiento inclusivo” (OMT, 2021), la necesidad de “repensar el turismo” (OMT, 2022) y la apuesta por “inversiones verdes” (OMT, 2023).

En este marco, el turismo social, una actividad subestimada hasta hace muy poco tiempo, comenzó a destacarse como una valiosa alternativa capaz de

reimpulsar el turismo nacional y conducir el anhelado desarrollo de las comunidades. Asimismo, es valorado por el sector por su capacidad para desmasificar sitios y lugares en los destinos tradicionales, con la diversificación de la oferta y la facilitación de viajes en períodos de baja demanda comercial, y para fortalecer destinos emergentes, con el impulso de nuevas localidades que cuentan con la voluntad y potencialidad para desarrollar la actividad, pero son escasamente conocidas (Aquilué, 2021).

Dichas propuestas suelen involucrar discursos en exceso voluntaristas, con serias dificultades prácticas a la hora de profundizar en lineamientos propositivos y traducirse en estrategias de gestión. En muchos casos, incluso, se advierte un recorte del turismo social significativamente arbitrario, que, por omisión o decisión, incluye solo algunos de sus elementos constitutivos, como la subvención pública, y margina otros, como su carácter redistributivo y voluntad de integración sin perturbar al medio en el cual se desarrolla.

Para escapar de este sesgo voluntarista, el artículo recupera, para cada uno de los lineamientos propuestos, ejemplos regionales promovidos por organizaciones públicas y privadas en diferentes países de América Latina. Priorizar este análisis localizado, abocado a destacar los resultados alcanzados mediante experiencias previas, exige evidenciar las situaciones de conflicto que suelen asumir estas propuestas una vez implementadas para destacar buenos ejemplos que, a pesar de transitar por diversas dificultades, en algunos casos aún sin resolver, permiten evidenciar que es posible territorializar desde este Sur Global desarrollos turísticos en beneficio de amplias mayorías.

## **2. Por un turismo social asegurador, redistributivo y sostenible**

El turismo social es una práctica cuyo acceso en la sociedad e impacto en el territorio deben ser abordados desde una perspectiva de derechos humanos (Schenkel, 2017a). Las primeras iniciativas de este tipo fueron impulsadas por asociaciones privadas, a partir de movimientos laicos y cristianos, y, posteriormente, surgieron iniciativas estatales para promover el descanso y las oportunidades de viaje en sectores sociales que permanecían excluidos (Escorihuela, 1971).

El movimiento obrero ocupó un lugar protagónico en estos tiempos fundacionales, no solo a partir del impulso de grupos asociativos y mutualistas que incorporaron propuestas específicas, sino también forzando a los estados a institucionalizar el derecho a las vacaciones pagas para la población trabajadora. En este contexto socio-político el turismo social se origina y expande como medida “aseguradora” y “redistributiva” (BITS, 1972), sobre la base del principio de justicia social que comenzaba a ocupar un lugar protagónico en la agenda pública.

El crecimiento que experimenta el turismo desde entonces, y sus evidentes impactos en el territorio hicieron necesario un replanteamiento de esta primera conceptualización, de sus alcances y propósitos, que quedó formalizado

en las últimas décadas (Minnaert, Maitland y Miller, 2009). En el siglo XXI, el turismo social pasa a definirse como un turismo con un agregado valor ético, que tiene el objetivo de beneficiar a visitantes y anfitriones en la experiencia turística, para incorporar entre sus preocupaciones aquello tan esencial como lo es la población local.

Esta nueva concepción es refrendada por el propio *Bureau International du Tourisme Social*<sup>2</sup>, en la actualidad denominado Organización Internacional del Turismo Social (OITS), cuando afirma que:

“el turismo social debería beneficiar a las personas de bajos ingresos no solo facilitando las oportunidades de viaje, sino también extendiendo los beneficios del desarrollo turístico a personas de escasos ingresos a nivel de destino” (OITS, 2011, p. 1).

De este modo, los propósitos fundacionales que se restringieron a cuestionar y accionar en torno al acceso turístico se complejizan en defensa de las comunidades habitantes y la restricción de sus derechos esenciales. Para dar respuesta a estas nuevas demandas, el turismo social añade propósitos vinculados a la sostenibilidad social y económica, la conservación de los ecosistemas, el trabajo digno, el respeto por la cultura local, la diversidad cultural, la sensibilización y formación (Schenkel, 2019).

### **3. Criterios para (re)pensar la gestión del turismo social desde América Latina**

Como se ha señalado, el turismo social parte de los principios humanistas que recuperan el sentido de la práctica turística (Haulot, 1981, 1991) para considerarse una actividad de interés público (Lanquar, 1984) al servicio de las personas y sus territorios. Sobre la base de estos propósitos, replantea el sentido de la práctica turística, sus formas de organización y acceso, para articular diferentes campos de intervención reunidos en favor de amplias mayorías.

Su voluntad redistributiva implica incidir en defensa de diversos sectores que, dada su posición socio-económica, condición migrante, de salud, de raza o de género suelen quedar marginados de los beneficios que la actividad genera (Schenkel, 2019). Estos diversos colectivos vulnerados suelen permanecer excluidos tanto del propio acceso y disfrute del tiempo libre, y de este modo de sus impactos positivos en el descanso, el aprendizaje, la diversión y el bienestar personal, como también de los ingresos directos e indirectos que se derivan de su desarrollo. Por ello, el turismo social debe incidir positivamente en favor de estos

---

<sup>2</sup> El BITS es un organismo sin fines de lucro, que se crea en 1963 en Bélgica, integrado por diversos agentes públicos y privados, con el objetivo de promover el acceso al tiempo libre, a las vacaciones y al turismo para todas las personas. Luego paso a denominarse Organización Internacional del Turismo Social (OITS). Hasta nuestros días desarrolla una destacada labor en el área.

colectivos y de este modo de una distribución más equitativa de los beneficios que el turismo genera. Esto último implica intervenir también en defensa de las poblaciones locales y su ambiente, para proveer condiciones laborales dignas, beneficios económicos justos, con enclave local y en armonía con el entorno cultural y natural en el cual se desarrolla (Minnaert, Maitland y Miller, 2009).

Sobre la base de dichos propósitos, se exponen cinco ejes de intervención que buscan posicionar al turismo social como modelo de gestión capaz de contribuir con el desarrollo de prácticas turísticas más equitativas e inclusivas social, económica y ambientalmente (Figura 1). Cada uno de estos lineamientos recupera experiencias regionales gestionadas desde diferentes países de América Latina, que permiten poner en evidencia que es posible territorializar desde el Sur Global desarrollos turísticos en beneficio de las comunidades y su territorio.

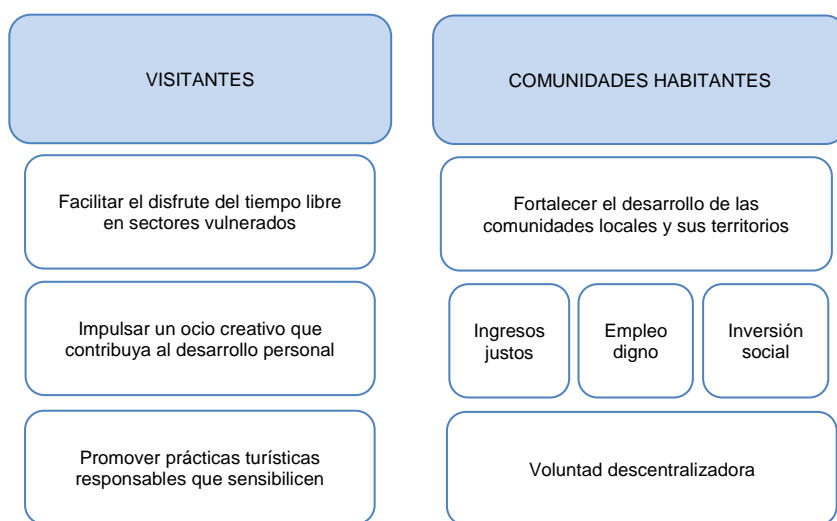


Figura 1. Propósitos para gestionar el turismo social como instrumento asegurador, redistributivo y sostenible en América Latina

Fuente: elaboración propia.

### 3.1. Facilitar el disfrute del tiempo libre en sectores vulnerados

Desde hace más de un siglo, el turismo social busca generar oportunidades recreativas y turísticas en beneficio de amplias mayorías que no cuentan con alternativas de esparcimiento accesibles (OITS, 2011). En principio, abocado a la emergente clase obrera, cuando la institución del trabajo asalariado constituía la gran articuladora social (Torrado, 2004); después, ante sociedades cada vez más fragmentadas y excluyentes, ampliándose a múltiples colectivos vulnerados, que, debido a obstáculos diversos (ingresos insuficientes, condición etaria, migrante, étnica o de género, dificultades físicas o psíquicas, entre otros) no cumplen con

los requisitos que exige el mercado para acceder a actividades turístico-recreativas.

En gran parte de estos sectores, el tiempo libre, lejos de implicar una actitud de ocio que contribuya al desarrollo personal, se convierte en un tiempo pasivo. Por ello, los beneficios que pueden derivarse del disfrute de estas prácticas, en aspectos como la calidad de vida, la salud, los vínculos sociales, el aprendizaje, el comportamiento y la autoestima, especialmente en grupos que se encuentran socialmente excluidos, no hacen otra cosa que ampliar la brecha social original (Gilbert y Abdullah, 2004; Hazel, 2005; Dolnicar, Yanamandram y Cliff, 2009). Como argumenta Dubet (2011, p. 112):

“la distancia de los espacios públicos urbanos y de ocio son algunas entre tantas desigualdades que casi no se toman en cuenta, pero que arruinan la vida de muchos”.

En estas latitudes, la continua expansión que transita la actividad turística desde mediados del siglo XX sigue motorizada por una minoría que cada vez accede a consumos turísticos más sofisticados, mientras la mayoría no cuenta con oportunidades de esparcimiento accesibles. El disfrute de estas prácticas continúa siendo de acceso minoritario y selecto asociado a las tradicionales desigualdades de raza, género y clase (CEPAL, 2018). Solo basta echar un vistazo a las escasas estadísticas latinoamericanas para advertir rápidamente que el turismo está muy lejos de formar parte de las alternativas de ocio de sectores populares. Los pocos registros nacionales describen tasas de participación turística entre el 10% y 40%, con escaso flujo de turismo nacional. En muchos países, incluso, la única tipología existente continúa siendo la de elite (INDEC, 2015; FIPE, 2012; DANE, 2013; STP-DGEEC, 2009; INEGI, 2010; PromPerú, 2015).

En este contexto regional, el turismo social como medida aseguradora y redistributiva debe ser capaz de facilitar la participación de aquellos sectores sociales con menos disponibilidades o recursos. Para ello es necesario aplicar un criterio de inclusión socio-económica, es decir, un mecanismo redistributivo que sirva para equiparar un poco la balanza (a priori tan inclinada por esa desigualdad estructural), y permita la participación efectiva de quienes más lo necesitan. La ausencia de una subvención diferencial, como advertimos en muchas propuestas regionales de turismo social (Schenkel, 2017a) que, enaltecidas por el principio de la igualdad de oportunidades o la meritocracia (Rawls, 1994; Roemer, 1997), establecen un mismo precio mínimo para acceder a las prestaciones, desconocen las brechas sociales originales. De esta forma, lejos de facilitar la participación de la población de escasos recursos, terminan por limitarla, mientras favorecen la inclusión de quintiles medios y altos que disponen de capacidad económica, estructura y conocimiento para viajar. Lo anterior origina una brecha entre el destinatario definido por estos programas en

instancias de planificación y su usuario efectivo que replica la inequidad del consumo turístico comercial.

Como sucede con el Programa Unidades Turísticas en Chapadmalal y Embalse de Argentina, las prestaciones pueden estar destinadas al conjunto de la población y aplicarse al mismo tiempo una ayuda económica diferencial. La subvención, en este caso destinada al alojamiento y la gastronomía, se restringe a personas que cobran hasta dos salarios mínimos vitales y móviles, mientras que los grupos mejor posicionados, sin ser perceptores de la asistencia, se benefician con las tarifas del turismo social, significativamente más accesibles que las comerciales. La aplicación de esta ayuda diferencial permite que las prestaciones de estos complejos estatales hayan adquirido una valorable impronta redistributiva que debiera ser prioritaria en cualquier propuesta de turismo social (Observatorio de Turismo Social, 2023).

### **3.2. Impulsar un ocio creativo que contribuya al desarrollo personal**

Alejado del hedonismo que sostiene la expansión del consumo turístico convencional, el turismo social debería ir en búsqueda de un valor agregado no económico que integre objetivos humanistas, pedagógicos, de desarrollo individual y colectivo. La práctica turística debe contribuir al bienestar de las personas desde un enfoque integral de la salud y generar nuevos aprendizajes y habilidades en ámbitos como el deporte, la cultura, la vida social y la naturaleza. Como evidencia cada una de las propuestas de turismo social que se referencian en este artículo, atender necesidades de descanso no requiere más y mejores bienes sino apostar a la generación de experiencias genuinas que se satisfagan a partir de la materialización de proyectos individuales y colectivos.

Atendiendo a dichos fundamentos, resulta necesario que el turismo social articule equipamiento diverso, en muchos casos, propiedad de estados y asociaciones civiles; o de operadores privados dispuestos a trabajar con menores márgenes de ganancia en el corto plazo. En cuanto a esto último, como testifican muchas empresas argentinas y uruguayas: en el Programa Federal de Argentina, las prestaciones del turismo social representaban menos de la mitad de la tarifa comercial por el mismo servicio (Schenkel, 2017b), mientras que, en el Sistema Nacional de Turismo Social (SNTS) de Uruguay, destinos como Punta del Este (la vedette del turismo internacional), el precio de turismo social podía llegar a representar un 25% de la tarifa comercial en temporada alta (Oficina de Planeamiento y Presupuesto, 2018).

La satisfacción de las necesidades de descanso tampoco exige transitar grandes distancias y desarrollar prolongadas estadías fuera de casa. Por ello, las prácticas de turismo social deben contribuir a revalorizar los turismos de proximidad, tan necesarios en estos tiempos, cuando la agenda global discute sobre cómo la actividad turística debe responder a la crisis climática y energética y, de este modo, a la disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero (Olcina, 2020). En el contexto de emergencia climática, el turismo social puede fortalecer destinos de proximidad, a los cuales arribar en tren o por carretera, e

incluso, a la recreación y el disfrute del propio espacio público para contribuir con nuestras prácticas a la economía del lugar que habitamos (Cañada e Izcará, 2021). Esto último exige alejarse de aquella estéril discusión de temporalidad-espacio que ha surcado gran parte de los estudios en turismo a lo largo del tiempo y que se ha vuelto arcaica con los cambios que asumieron las formas de esparcimiento en las sociedades contemporáneas.

Las experiencias regionales evidencian el interés que adquieren hoy en día las propuestas recreativas en sectores populares. Estas opciones sin pernocte se presentan más accesibles no solo en términos económicos, al requerir significativamente menos presupuesto, sino también culturales, al generar menos temor e incertidumbre que emprender un viaje lejos de casa, y de tiempo disponible. Esto explica, por ejemplo, que las propuestas de turismo social de la Caja Antioquia en Medellín o las del *Serviço Social do Comércio* (SESC) en San Pablo, incluyan opciones recreativas como los circuitos o paseos temáticos de un día o el acceso a sitios naturales y culturales, edificios, clubes y parques recreativos.

### **3.3. Promover prácticas turísticas responsables**

En términos de sostenibilidad, resulta necesario que el turismo social adquiera propósitos de formación y sensibilización. La práctica turística debe constituir una oportunidad para generar conciencia histórica, ecológica y comunitaria; para configurar nuevos modelos de comportamiento social, más respetuosos con las comunidades y su ambiente. Esto implica promover un turismo más horizontal, en términos de Del Campo Tejedor (2009), que privilegie las experiencias vivenciales, pausadas, empáticas con las poblaciones locales, su historia, gastronomía y naturaleza. También, requiere contemplar propuestas de turismo social que integren las modalidades tradicionales, con otros turismos: desde el sol y playa hasta el ecológico, pasando por el rural y el urbano, sin dejar de priorizar en cada caso la identidad de los lugares visitados. Así lo evidencia la oferta del turismo social del SESC San Pablo, que integra desde una visita a Aracruz, un típico destino de sol y playa que combina una inmersión por la cultura local con fuerte impronta indígena, hasta espacios de la memoria, como Campinas, una propuesta turística que tiene como eje su historia de resistencia, mediante una visita a las ruinas de la granja Jambeiro, uno de los primeros centros esclavos de la región, o la Casa de la Cultura Roseira, un quilombo urbano que se caracterizó por la lucha de las mujeres negras.

Del mismo modo, la conciencia ecológica debe traducirse en la promoción de prácticas turísticas comprometidas con el cuidado del ambiente, que preserven los recursos naturales, reduzcan la generación de residuos y eviten el uso de industrias contaminantes como el transporte aerocomercial, uno de los principales responsables del cambio climático. Esto implica plantear una relación armónica sociedad/naturaleza, para abordar la sostenibilidad dentro del campo social y sus problemáticas y no como dimensiones inconexas (Ramírez, 2008). Se debe defender tanto un disfrute del turismo que sea ambientalmente responsable



como un turismo sostenible que sea más equitativo en términos de acceso. El Hotel y Parque Ecológico Piedras Blancas de la Caja Comfenalco Antioquia es muestra de ello: como parte de las propuestas de turismo social, prioriza el cuidado del ambiente antioqueño para promover prácticas ecoturísticas. Desde hace un tiempo todos los alojamientos de la Caja Antioquia están comprometidos con la estrategia “Hoteles Comfenalco: destinos sostenibles y amigables con el medio ambiente”, a partir de la cual han logrado disminuir el consumo de agua y energía, la contaminación auditiva, visual y del aire y la producción de desechos sólidos (Schenkel, 2019).

### **3.4. Promover el desarrollo de las comunidades locales y sus territorios**

La voluntad democratizadora que asume el turismo social implica apostar por otras formas de organizar la actividad que contribuyan a la generación de ingresos justos y empleo de calidad, que fortalezcan las capacidades de cada lugar y atiendan sus necesidades (Minnaert, 2007). Los agentes operadores del turismo social, comúnmente organizaciones públicas y de la economía social y solidaria (cooperativas, sindicatos, cajas de compensación, mutuales, comités empresariales), deben promover un desarrollo endógeno. En otras palabras, experiencias que prioricen la producción, equipos, instalaciones y servicios del propio lugar, la participación de sus operadores y organización de la sociedad civil, para articular en la gestión y distribución de las prestaciones, con PyMEs turísticas o micro PyMEs (hotelería, restauración, agencias de viajes, otros prestadores de servicios afines). Estas últimas, a pesar de ser ampliamente mayoritarias en el mercado turístico, son también parte de las grandes relegadas a la hora de la distribución de los ingresos que la actividad genera (Figura 2). Las pequeñas empresas pueden encontrar en el turismo social una alternativa para mantenerse en un mercado turístico cada vez más concentrado y obtener beneficios tales como el crecimiento de sus ventas, la desestacionalización de la demanda, la reducción de costos fijos y mayores ganancias a largo plazo.

Resulta necesario que esta apuesta por la economía local se comprometa con la generación de empleo turístico de calidad que contribuya a la realización de las trabajadoras y trabajadores (Cañada, 2015). El turismo social debe impulsar un trabajo digno que provea salarios justos para asegurar a cada persona y su familia alimentación adecuada, vivienda higiénica, vestimenta digna, educación, asistencia sanitaria básica, debido esparcimiento y respeto a las leyes laborales, que garantice negociaciones colectivas, pensiones a la vejez, descansos y feriados pagos, indemnizaciones por despidos.

También, implica reconocer la importancia que tiene en las comunidades la inversión social, abocada al “buen vivir” de sus pobladores (Ruíz Ballestaros y Vintimilla, 2009). El turismo social debe contribuir en este sentido con la llegada de servicios básicos (agua potable, gas, electricidad), salas sanitarias, arreglo o desarrollo de caminos, constitución de bibliotecas populares, centros de oficios y capacitación, espacios recreativos y deportivos. Esto exige una necesaria mirada integral de los territorios, salir del enfoque reduccionista del cluster turístico

(Blanco y Blázquez, 2020) e integrar al turismo social en el marco de las grandes problemáticas que vulneran la oportunidad de desarrollarse en los lugares de origen y cercenan día a día el bienestar de estas poblaciones.

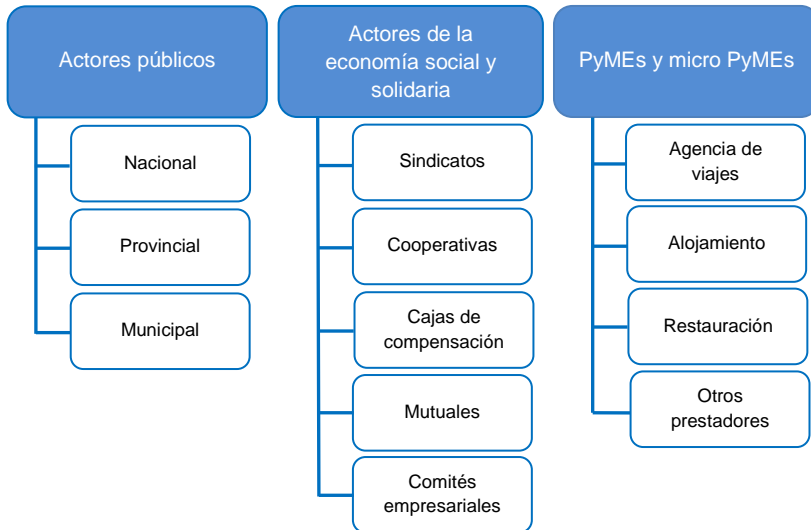


Figura 2. Agentes operadores del turismo social: articulación pública-privada

Fuente: elaboración propia.

### 3.5. Voluntad descentralizadora a favor de “otros” territorios

Más allá del nivel jurisdiccional nacional, provincial, municipal o local donde surjan las propuestas, deben asumir una dinámica descentralizadora, con participación de la comunidad en los diferentes procesos de toma de decisiones. La injerencia de los propios pobladores en el turismo social, sean éstos del ámbito gubernamental o privado, debe trascender la mera participación en mesas de discusión para asumir un rol activo en la iniciativa. Esto no sólo aproxima al turismo social a las comunidades que lo integran, sino que genera un tejido de interrelaciones en el territorio, que se involucra y compromete con la continuidad de la propuesta más allá de la coyuntura.

La descentralización tampoco puede desconocer las desigualdades territoriales que circunscribe el normal desarrollo de la actividad turística. En cada uno de nuestros territorios asistimos a una alta concentración de los flujos turísticos: tanto en sus áreas de origen, en su mayoría centros urbanos con capacidad de consumo, facilidades y costumbre por viajar, como en las de destino, centralizadas en determinados enclaves con alta valoración comercial y social, encontrándose, muchas de estas, masificadas. El turismo social debe contribuir a una redistribución de estos flujos: fortalecer la demanda en localidades del interior, más distantes en el territorio y con mayores barreras geográficas,

sociales y económicas, y de destinos, a partir de una oferta más diversificada, con destinos tradicionales y otros emergentes que, a pesar de disponer de un alto potencial para el desarrollo de la actividad y de su deseo por promoverla, suelen quedar relegados.

Como lo ha demostrado el SNTS de Uruguay, el turismo social puede contribuir a una mayor descentralización de los flujos turísticos. Luego de más de una década de implementarse, en 2019 logró alcanzar 30 mil beneficiarios de 170 localidades que llegaron a 70 destinos, combinando la labor de más de 150 operadores (entre hoteles, restaurantes, compañías de transporte y agencias de viaje) y 200 emprendimientos locales (Oficina de Planeamiento y Presupuesto, 2018). Entre las zonas de salida, los programas alcanzaron una mayor representación de los departamentos del interior en detrimento del área metropolitana (Montevideo, Canelones y Maldonado), que constituye la principal emisora de turistas internos. Los destinos también dan cuenta de esta descentralización: la zona sur, comprendida por Montevideo, Canelones y San José, que constituye el principal destino del turismo interno, solo recibió uno de cada diez turistas sociales y la zona litoral norte, que integra Artigas, Salto y Paysandú, siendo el área que menos pasajeros internos recibe, representó el principal destino del turismo social. Tal esmero por federalizar la oferta ha generado hechos destacables como lo sucedido en el pueblo de Belén (Salto), donde su comunidad de 1.900 habitantes se organizó colectivamente para conformar su propia propuesta turística.

#### **4. A modo de cierre**

Los diferentes lineamientos de intervención abordados reflejan la complejidad que ha asumido el turismo social en sus cien años de historia, para posicionarse hoy en día como un enfoque alternativo, que interviene en pos de finalidades sociales esenciales, centradas en las personas en tanto sujetos de derecho. El análisis comprueba que, lejos de diluirse en una mera categoría esencialista, es posible pensar el turismo social como estrategia de gestión, que ayude a operar cambios en los territorios y conduzca a prácticas turísticas más equitativas e inclusivas social, económica y ambientalmente. Esto implica beneficiar a determinados grupos sociales y lugares, asumir resistencias y conflictos. Pero, ¿de qué se trata el turismo social si las transformaciones que se operan desde la gestión no conducen a una reducción de las situaciones de desigualdad y exclusión? ¿Qué utilidad tiene el turismo social si no es capaz de mejorar la cotidianidad de quienes más lo necesitan? ¿De qué sirve apostar por este tipo de desarrollos si no logran disminuir las situaciones de privilegio? ¿Por qué valdría la pena promover prácticas de turismo social si éstas no son capaces de contribuir al cuidado del ambiente y responder a la crisis climática?

El continuo crecimiento que venía transitando el sector hasta su interrupción con la pandemia quedó asociado a una visión optimista del turismo, que destacaba los logros relativos a la actividad sin abordar con la misma

especificidad las dificultades que podían surgir en la concreción de estos beneficios y sus impactos negativos. El peligroso protagonismo que este discurso había alcanzado en los ámbitos gubernamental, institucional e, incluso, académico quedó desarticulado con la crisis sanitaria. Esto permitió posicionar al turismo social como una perspectiva alternativa y contestataria, a partir de la cual disputar las construcciones discursivas que sostenían el modelo vigente, un modelo que tanto prejuicio generó en nuestras sociedades y que la pandemia puso al desnudo.

La concepción de este artículo ha partido de la esperanza de que la durísima crisis por la que ha atravesado el sector se convierta realmente en una oportunidad para no regresar a lo mismo. Que el descrédito por el modelo tradicional sirva para posicionar al turismo social como un estrategia superadora, más equitativa y más responsable, sin desconocer que no existen casos ideales, pero consciente de que cada una de las propuestas que aquí se mencionaron evidencian que es posible pensar en un turismo con un rostro más humano.

En estos tiempos cuando el turismo internacional pareciera haberse recuperado, y ante un sector entusiasmo por alcanzar en 2024 los niveles de la pre-pandemia (OMT, 2024), resulta necesario aunar esfuerzos para consolidar el turismo social como área estratégica, tanto sea en materia de investigación y formación como de gestión y acción en el territorio. Este tipo de abordaje es particularmente relevante en un contexto como el latinoamericano, en donde el turismo social se posiciona como una valiosa alternativa para incidir en nuevos modelos de comportamiento turístico, más respetuosos con las comunidades y su ambiente. Este artículo pretende ser una contribución en este sentido.

## **Bibliografía**

- Aquilué, A. (2021, agosto). La oportunidad del turismo social (más allá del Imsero). *Preferente*, 25 agosto 2021. <https://www.preferente.com/noticias-de-agencias-de-viajes/la-oportunidad-del-turismo-social-mas-alla-del-imsero-311875.html>
- Blanco, A., y Blázquez, M. (2020). Domesticar el turismo. La proximidad en la desescalada. *Alba Sud*. <https://www.albasud.org/blog/es/1216/domesticar-el-turismo-la-proximidad-en-la-desescalada>
- Bureau International du Tourisme Social [BITS]. (1972). *Carta de Viena*. Austria.
- Bureau International du Tourisme Social [BITS]. (1996). *Declaración de Montreal*. Canadá.
- Cañada, E. (2015). *Las que limpian los hoteles*. Icaria
- Cañada, E., y Murray, I. (2019). *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo*. Icaria
- Cañada, E., e Izcarra, C. (Eds.). (2021). *Turismo de proximidad. Un plural en disputa*. Icaria
- CEPAL. (2018). *Panorama Social de América Latina 2017*. CEPAL.

- Del Campo Tejedor, A. (2009). La autenticidad en el turismo comunitario. Tradición, exotismo, pureza, verdad. En E. Ruíz Ballesteros y M. A. Vintimilla. *Cultura, comunidad y turismo. Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador* (pp. 41-116). Abya-Yala.
- Dolnicar, S., Yanamandram, V., y Cliff, K. (2009). The contribution of vacations to quality of life. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 59-83.
- Dubet, F. (2011). *Repensar la justicia social. Contra el mito de la igualdad de oportunidades*. Siglo Veintiuno.
- Escorihuela Mezquita, E. (1971). Expansión del turismo social. *Estudios Turísticos*, 30, 185-206.
- Gilbert, D., y Abdullah, J. (2004). Holidaytaking and the sense of well-being. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 103-121.
- Haulot, A. (1981). Social tourism. Current dimensions and future developments. *International Journal of Tourism Management*, 2(3), 207-212.
- Haulot, A. (1991). *Turismo social*. Trillas
- Hazel, N. (2005). Holidays for children and families in need: An exploration of research and policy context for social tourism in the UK. *Children & Society*, 19, 225-236.
- Hiernaux, D. (2020). El amargo despertar del turismo mexicano pos-COVID-19. En: *Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades* (pp. 191-199). Cátedra de Turismo Caja Canarias Ashotel de la Universidad de La Laguna.
- Lanquar, R. (1984). El turismo social y su lógica como servicio de interés público. *Estudios Turísticos*, 81, 21-28.
- Minnaert, L. (2007). *Social tourism: a potential policy to reduce social exclusion? The effects of visitor-related social tourism for low-income groups on personal and family development*. (Tesis doctoral). University of Westminster, England.
- Minnaert, L., Maitland, R., y Miller, G. (2009). Tourism and social policy. The value of social tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 316-334.
- Observatorio de Turismo Social. (2023). *Informe de prestaciones de turismo social. Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse*. Ministerio de Turismo y Deportes de Argentina.
- Oficina de Planeamiento y Presupuesto del Uruguay. (2018). *Evaluaciones de Diseño, Implementación y Desempeño (DID). Una herramienta para la mejora continua de los servicios públicos*. Sistema Nacional de Turismo Social (SNTS) con énfasis en Turismo para Quinceañeras, Estudiantil y Joven.
- Olcina, J. (2020). Pandemia, cambio climático y turismo: acciones para lo inmediato y para lo próximo. En: *Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades*. Cátedra de Turismo Caja Canarias Ashotel de la Universidad de La Laguna.
- OMT. (2021). *Día Mundial del Turismo 2021. Turismo para un crecimiento inclusivo*. <https://www.unwto.org/es/wtd2021>
- OMT. (2022). *Día Mundial del Turismo 2022. Repensar el turismo*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-07/dia-mundial-turismo-2022-nota-conceptual.pdf>

- OMT. (2023). *Día Mundial del Turismo 2023. Inversiones verdes*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-03/concept-note-wtd23-es.pdf?VersionId=PsHXqYWVO0OBRpZWAndb9bOWqn5Ko.5N>
- OMT. (2024). *El turismo internacional alcanzará en 2024 los niveles registrados antes de la pandemia*. <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-alcanzara-en-2024-los-niveles-registrados-antes-de-la-pandemia>
- Organización Internacional de Turismo Social [OITS]. (2011). *Social tourism inquiry. The social and economic benefits of social tourism*. OITS.
- Ramírez, L. (2008, mayo). Desarrollo, sustentabilidad y turismo. Balance y armonía o conflicto y pragmatismo. Comunicación presentada en las *X Jornadas Cuyanas de Geografía*. Universidad Nacional de Cuyo, Argentina.
- Rawls, J. (1994). *Teoría de la justicia*. Fondo de Cultura Económica.
- Roemer, J. (1998). Igualdad de oportunidades. *ISEGORIA*, 18, 71-87.
- Ruiz Ballesteros, E., y Vintimilla, M. A. (2009). *Cultura, comunidad y turismo. Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*. Abya-Yala.
- Schenkel, E. (2017a). Turismo social en América Latina: la conquista de un derecho desigual. *Revista Lurralde*. 41, 93-113.
- Schenkel, E. (2017b). *Política turística y turismo social. Una perspectiva latinoamericana*. CLACSO/CICCUS.
- Schenkel, E. (2019). *Turismo social en América Latina. Aprendizajes de las experiencias regionales*. Alba Sud.
- Schenkel, E. (2020). *Cinco propósitos para repensar la gestión del turismo social*. Alba Sud.
- Torrado, S. (2004). Ajuste y cohesión social. Argentina: el modelo para no seguir. *Revista Tareas*, 117, 15-24. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/tar117/torrado.rtf>