

# Trabajadores solidarios y turismo alternativo

**RODRIGO FERNÁNDEZ MIRANDA & VALERIA LABORDA | ALBA SUD**

¿Qué concepción tienen y cómo se aproximan al turismo alternativo las personas que trabajan en la Economía Social y Solidaria en Argentina?



Crédito Fotografía: Esquel Chubut. Imagen de Valeria Laborda.

Las personas que trabajan en la Economía Social y Solidaria (ESS) ¿son más afines al turismo alternativo? En este artículo se analizan inicialmente las concepciones del turismo alternativo, su grado de conocimiento y proximidad a las modalidades y experiencias. A continuación, se indaga sobre las autopercepciones de estos sujetos en cuanto al carácter alternativo de sus prácticas turísticas y sus propuestas para potenciar este tipo de experiencias en el país.

El texto se enmarca en la segunda etapa de la investigación “Prácticas y representaciones del turismo de los trabajadores solidarios en Argentina”. Este estudio, de carácter exploratorio y descriptivo, fue realizada durante abril de 2020 en Argentina, a partir de una muestra de 165 casos de personas que trabajan en distintos ámbitos de la Economía Social y Solidaria: las organizaciones (44,8%), el Estado (29,4%) y el sector educativo (25,8%).

## Trabajadores solidarios y concepciones de turismo alternativo

Aunque en la bibliografía específica existen diferentes conceptualizaciones sobre turismo alternativo, se pueden identificar conceptualmente ciertos elementos comunes. En primer lugar, se trata de un concepto definido por oposición al turismo convencional o de masas. Asimismo, en muchas definiciones tienen presencia ideas como la interrelación más estrecha de la práctica turística con la naturaleza y la preocupación por el impacto ambiental y social que esta genera.

Según la literatura especializada, algunas modalidades que se incluyen dentro del turismo alternativo son el ecoturismo, el turismo rural, de aventura, cultural o patrimonial, entre otros. Más allá de esto, una característica definitoria de este turismo sería una mayor sostenibilidad (Orgáz Agüera, 2014). Otros autores lo dividen en tres grandes ramas (Rogel Fajardo, et al., 2011): Ecoturismo, Turismo de aventura y Turismo rural.

Analizados en un primer bloque algunos patrones de consumo turístico de los trabajadores/as solidarios en Argentina, en un segundo momento de la investigación se indagó sobre sus concepciones y asociaciones sobre el turismo alternativo. Con opción de respuesta múltiple, la pregunta formulada para ello fue la siguiente: *Pensando en un turismo alternativo ¿Con cuál de los siguientes aspectos lo asociarías? Selecciona tres aspectos que para vos son fundamentales, según orden de importancia.*

Las respuestas obtenidas permitieron realizar un acercamiento conceptual, a partir de la construcción de un mapa de ideas y asociaciones de estos grupos sobre qué significa un turismo que sea “alternativo”. En este sentido, ya sea por orden de importancia o por frecuencia, las opciones más escogidas fueron “sostenibilidad”, “no explotación laboral”, “fuera de circuitos comerciales”, “menos impacto ambiental” y “gestión comunitaria”.

**Imagen 1. Mapa de ideas con frecuencia de las opciones seleccionadas como asociaciones conceptuales con un turismo alternativo.**



Fuente: elaboración propia en base a los resultados del estudio.

Si se tiene en cuenta que las opciones fueron elegidas como una terna, por orden de importancia, del análisis de estos datos surge que la “gestión comunitaria” es la única asociación que tiene peso significativo en los tres niveles de respuesta. Por su parte, “menos impacto ambiental” tiene presencia relevante en los dos primeros niveles, y “sostenibilidad” solo tiene primacía como primera opción, no así en los siguientes niveles. Finalmente, en el tercer nivel (el de menor importancia) aparecen otras asociaciones como “ONGs” o “voluntariado”, que hasta ese momento no tenían relevancia.

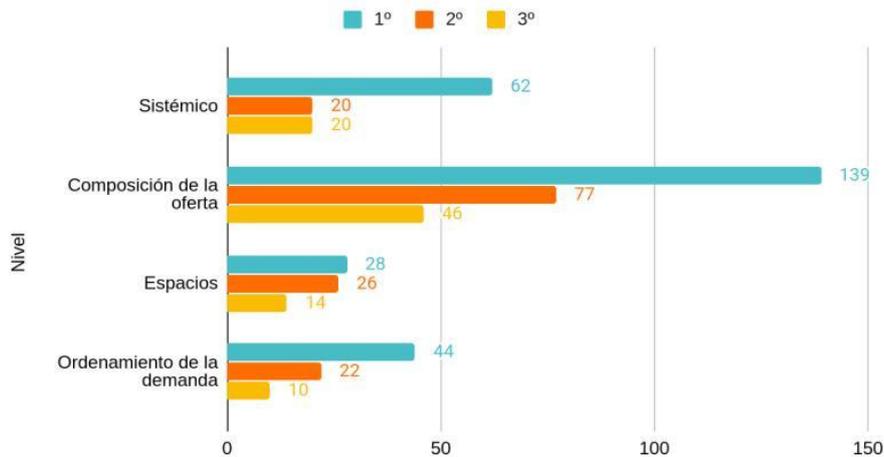
### Elementos y dimensiones conceptuales que estructuran lo alternativo

Como primera interpretación **se puede destacar la pluralidad conceptual que los sujetos encuestados atribuyen a la idea de lo “alternativo” aplicado al turismo**, diversidad que incluye elementos de distinta índole y nivel. Así, se relaciona al concepto de turismo alternativo con el orden sistémico (sostenibilidad), con las formas de gestión (comunitaria), con los modos de producción (cooperativismo) y comercialización (fuera de circuitos comerciales), el espacio en el que se desarrolla (ruralidad) y el tipo de consumo (responsabilidad del/a turista).

La idea que emerge con mayor fuerza coincide, como se ha dicho al principio, con una característica que según distintos autores define al turismo alternativo: la sostenibilidad (Chávez Dagostino et al., 2013). Otro elemento presente en las respuestas y la literatura especializada se relaciona con el tipo de espacio en que se despliegan las prácticas, específicamente el ámbito rural. Sin embargo, en los resultados del estudio también aparecen con reiteración ciertos elementos que están ausentes en la literatura y que se relacionan con una perspectiva solidaria, como el cooperativismo o la gestión comunitaria. Finalmente, en esta polisemia de las personas entrevistadas, el turismo alternativo también fue asociado con las prácticas individuales de consumo.

De modo que, si se reagrupan las respuestas según estos niveles subyacentes que se han mencionado, la composición de la oferta (gestión comunitaria, cooperativismo y fuera de los circuitos comerciales) adquiere un importante peso en la construcción del concepto.

## Naturaleza de los conceptos elegidos



Peso de los elementos conceptuales que giran en torno a la noción de turismo alternativo. Fuente: resultados de la encuesta.

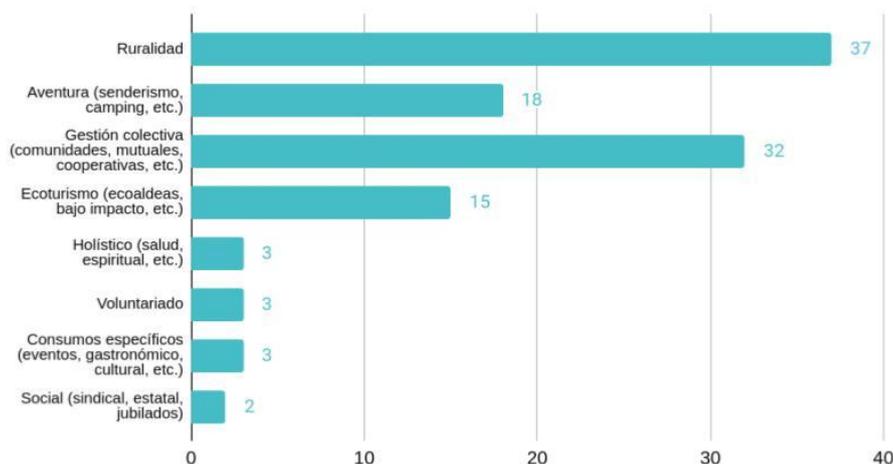
En consecuencia, una parte significativa de los consultados considera que para ser alternativo el turismo debería ser sostenible y desarrollarse en entornos rurales. También aparece con fuerza la idea de que un turismo alternativo sería solidario. Así, **se observa una proximidad entre las concepciones planteadas sobre un turismo alternativo y el sistema de ideas y propuestas de la Economía Social y Solidaria.**

## Conocimiento de modalidades y experiencias

Abordada la perspectiva conceptual, se procedió a indagar en el conocimiento de trabajadores de la ESS sobre modalidades y experiencias de turismo alternativo en Argentina. **Frente a la pregunta *¿Conoces modalidades de turismo alternativo en el país?* más de la mitad de las personas consultadas (50,9%) respondió negativamente**, con similar distribución en cada uno de los ámbitos de trabajo (organizaciones, Estado o ámbito educativo de la ESS). Desde una dimensión empírica, este dato denota un desconocimiento importante de los sujetos sobre turismo alternativo.

Al 49,1% que afirmó conocer modalidades de turismo alternativo se le consultó a través de una pregunta abierta cuáles serían esas, lo que se expone en el siguiente gráfico.

## ¿Cuáles son esas modalidades que conocés?



Modalidades de turismo alternativo que trabajadores de la ESS manifiestan conocer. Fuente: resultados de la encuesta.

**Entre los sujetos que dijeron conocer modalidades de turismo alternativo, la diversidad conceptual antes destacada se puede correlacionar con la empírica.** En coincidencia con los elementos conceptuales, las modalidades conocidas de turismo alternativo se desarrollan en el ámbito rural, son gestionadas por la comunidad y son ambientalmente sostenibles. Asimismo, tienen presencia en estas modalidades conocidas las tres ramas que componen el turismo alternativo: rural, de aventura y el ecoturismo.

En un segundo lugar, se observa el conocimiento de modalidades de “aventura”, relacionadas con la mejora de la condición física y emocional de las personas, la vivencia de experiencias cercanas a entornos naturales o la superación de retos impuestos por la naturaleza. Asimismo, este tipo de turismo se enfoca en tres ámbitos de la naturaleza: aire, agua y tierra (Rogel Fajardo, et al., 2011).

En síntesis, también en consonancia con las concepciones, **las modalidades de turismo alternativo que afirman conocer los sujetos consultados excede, amplifica y contempla mayor diversidad de aristas respecto al tipo de actividades que, según la literatura especializada, abarca el turismo alternativo.**

Avanzando en la concreción del conocimiento, a continuación se le preguntó a los sujetos **si conocían experiencias concretas de turismo alternativo en el país, a lo que 7 de cada 10 personas respondió negativamente.** No se observaron en la respuesta diferencias entre los segmentos según el ámbito en el que trabajan los sujetos.

De modo que, **el bajo nivel de conocimiento sobre experiencias alternativas de turismo parece abonar a la idea de que existe una disociación entre el trabajo en el ámbito solidario de los actores consultados y el consumo turístico.** Aunque en muchos casos la práctica turística se encontraría parcialmente problematizada, en la dimensión propositiva se observa en gran parte un desconocimiento sobre las alternativas al modelo dominante.

### Autopercepciones sobre prácticas turísticas alternativas

El siguiente paso en la investigación consistió en abordar las autopercepciones de los sujetos sobre la alternatividad en sus prácticas turísticas. Para ello se planteó la siguiente pregunta: *¿consideras que prácticas un tipo de turismo alternativo?* En este caso, mientras que en distribuciones similares se respondió de forma afirmativa (27,6%) y negativa (30,1%), la mayor parte prefirió relativizar la respuesta, escogiendo la opción de “tal vez”.

Retomando la pregunta anterior, el 42,3% de las personas que afirmaron conocer modalidades y experiencias de turismo alternativo perciben que lo practican. Por otro lado, casi la mitad de las personas que asegura no conocer modalidades de turismo alternativo declaran que “tal vez” lo practican (48%).

A las personas que respondieron “sí” y “tal vez” se les preguntó: *¿cuáles de esos aspectos mencionados en turismo alternativo llevas a la práctica en tus viajes?* Para orientar y relacionar las respuestas se ofrecieron como opciones las mismas que para la concepción del turismo alternativo. Las respuestas obtenidas que tuvieron mayor frecuencia fueron: con más del 50% “menos impacto ambiental”, “responsabilidad del turista” y “fuera de circuitos comerciales”. Entre el 25% y el 40% aparecen “sostenibilidad”, “ruralidad”, “solidaridad”, “no explotación laboral”, “gestión comunitaria” y “cooperativismo”.

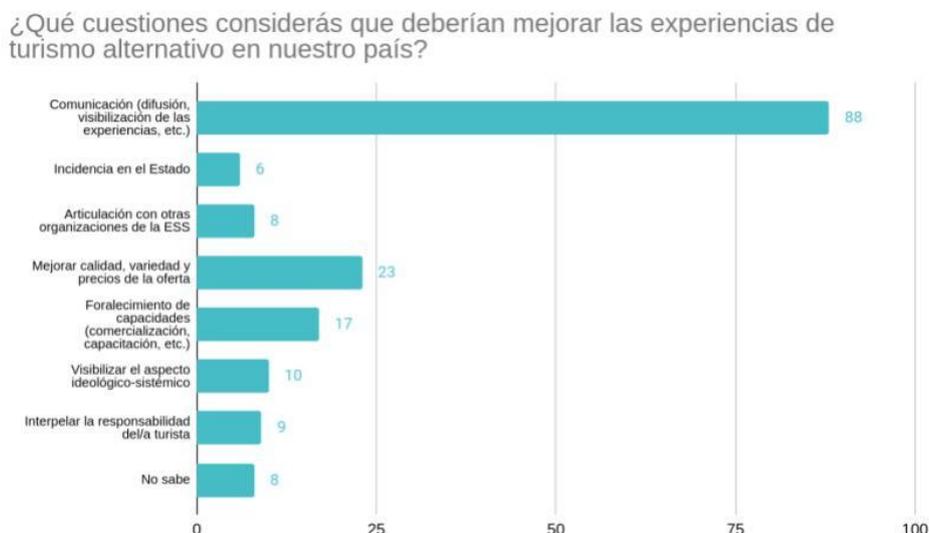
El 70% de trabajadores/as consultados dijo no conocer experiencias concretas de turismo alternativo en el país. Esa misma proporción afirmó que “sí” o “tal vez” practicaba un turismo alternativo. **Cruzando los datos, se pudo observar que prácticamente la mitad de las personas que dijeron conocer modalidades y experiencias de turismo alternativo, también afirmaron llevarlo a la práctica. Un porcentaje similar que dijo no conocer al turismo alternativo expresó “tal vez” practicarlo.**

Un marco posible para la explicación podría ser que una parte de los consultados **asigna un peso o una relevancia determinante a la acción individual de los consumidores/as en la configuración de un turismo alternativo.** En este sentido, la posibilidad de “lo alternativo” en la actividad turística estaría parcialmente determinada por las conductas y actitudes individuales de las personas durante sus viajes, más que por cuestiones vinculadas a los modelos de producción y comercialización.

### Propuesta de mejora para las organizaciones

Pensando en una mayor conexión entre el turismo alternativo y una demanda solidaria, se propuso a los sujetos realizar aportes que contribuyan a potenciar estas experiencias y a mejorar su nivel de conocimiento. La primera pregunta fue: *Teniendo en cuenta tu experiencia, tus hábitos y preferencias turísticas ¿qué cuestiones consideras que deberían mejorar las experiencias de turismo alternativo en nuestro país?*

La categorización de las respuestas y su frecuencia se expone en el siguiente gráfico.



Propuesta de trabajadores/as de la ESS hacia el turismo alternativo. Fuente: resultados de la encuesta.

La propuesta planteada a la comunicación externa tiene una notable centralidad, siendo la respuesta cuantitativamente más contundente de todo el estudio. Esta categoría abarca cuestiones como la difusión y la sensibilización, la visibilización y el conocimiento de la oferta. En este sentido, se observa otra confluencia con la ESS: la comunicación concebida como una de las principales debilidades para su consolidación y desarrollo como una alternativa (Jiménez Gómez; Olcina Alvarado, 2017; Fernández Miranda, 2017).

**El 70% de estos sujetos no conoce, no ve a las experiencias, por lo que proponen que estas emerjan a través de de la comunicación.** Asimismo, comunicar supone *poner en común*, relacionarse. Por eso, también se puede interpretar la falta de vínculos entre las organizaciones del turismo alternativo con actores de la ESS.

Aunque distante en cuanto a la frecuencia, otras de las líneas propositivas para los actores del turismo solidario se vinculan con la comercialización y con las capacidades para la prestación de servicios “de calidad”. Sobre este último punto, asumiendo la intangibilidad como característica parcial de los servicios turísticos, la “calidad” puede entenderse como la adecuación de la prestación de turismo alternativo a las expectativas de sus consumidores.

La idea de falta de “calidad” podría tener dos orígenes posibles: a partir del conocimiento, consumido el servicio de turismo alternativo, la expectativa ha sido mayor a la experiencia percibida. La segunda, a partir del desconocimiento, un prejuicio sobre la prestación. **Considerando que 7 de cada 10 consultados dijo no conocer experiencias alternativas, y que el 15% de estos argumentó la falta de calidad, esa falta de evidencia empírica permite concluir que se trata de preconcepciones e incertidumbre para el consumo turístico no convencional.**

Finalmente, se preguntó: *A partir de las cuestiones que identificaste en la respuesta anterior ¿De qué manera consideras que deberían implementar esa mejora?*

**Optimizar estrategias de comunicación** fue la respuesta más elegida, pero no con la misma centralidad que en la pregunta anterior. Las respuestas abarcaron también otras dimensiones:

la **articulación de actores**, sea con el Estado u organizaciones de la ESS; y el **fortalecimiento de capacidades**, tanto de comunicación como de gestión de los servicios.

En el primer caso, se reclama al Estado el fomento y fortalecimiento del turismo alternativo, a través de programas, financiamiento, inversión, incentivos o sensibilización desde el ámbito educativo. Para la articulación con actores de la ESS las estrategias propuestas giraron en torno a la integración en redes temáticas y multisectoriales, como organizaciones de segundo o tercer grado, la articulación a través del aprendizaje cruzado, el intercambio de buenas prácticas en comercialización y sensibilización.

En el caso del fortalecimiento de capacidades, la comunicación permanece como prioritaria. Asimismo, **la propuesta con más fuerza para optimizar la comunicación apunta a la digitalización de los emprendimientos, con especial énfasis en la creación de plataformas específicas, mayor presencia en redes sociales y mapas interactivos**. Este dato se vincula con las prácticas de los encuestados, ya que el 68,7% afirmó que la forma de contratación más utilizada es internet. También se propusieron estrategias de capacitación y asistencia técnica a las comunidades locales en temáticas como comercialización, planificación estratégica, administración o sostenibilidad.

### Consideraciones finales

Esta segunda parte de la investigación permite aproximarse al conocimiento que las personas que trabajan en la ESS en Argentina tienen sobre el turismo alternativo. Aunque en un principio podría pensarse en una cercanía entre sujeto y objeto, los resultados muestran una distancia significativa entre ambos. Un desacople que se produce tanto en el conocimiento de las modalidades y como de las experiencias.

En el ámbito conceptual, se tendió a relacionar al turismo alternativo con ideas como la sostenibilidad, la minimización de impactos ambientales, los modos de producción cooperativos y respetuosos de los trabajadores/as, la comercialización separada de los circuitos convencionales, la gestión de las comunidades y el consumo responsable, que abarcan cuestiones de distintas dimensiones y niveles.

Así, en el marco de esta pluralidad se pueden identificar entre los consultados algunas concepciones más abarcativas y otras más restrictivas. Parte de estas concepciones consideran que lo “alternativo” tiene que ver con el sistema en el que se desarrolla, otras miradas ponen el foco en eslabones y momentos de la cadena de valor de la actividad, y otras en la conducta individual.

### Turismo alternativo, ¿turismo solidario?

Retomando la definición del turismo alternativo como aquel que no es convencional ni masivo e incluye prácticas y actores diversos, las concepciones expuestas por las personas consultadas abarcan diferentes dimensiones y tipos de prácticas turísticas. Una parte de estas prácticas está directamente vinculada con el sistema de ideas, valores y propuestas desde la ESS, mientras que otras podrían ser parte de los lógicas y ofertas mercantiles.

Si se comparan las concepciones de turismo alternativo expuestas por los encuestados con las definidas en la literatura especializada se identifican al menos dos cuestiones singulares.

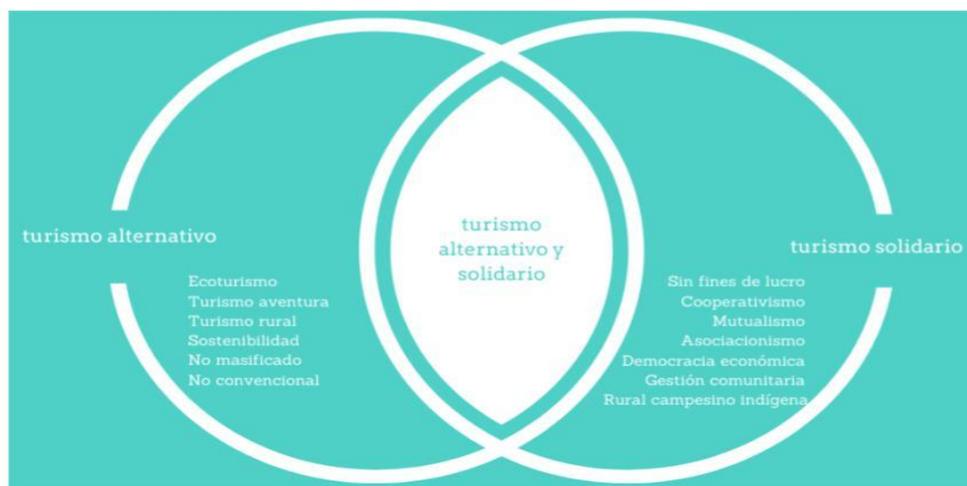
- **Amplificación conceptual.** Las concepciones de los sujetos abarcan mayor diversidad de aristas sobre turismo alternativo que las que se puede encontrar en la literatura especializada.
- **Sesgo conceptual.** Las ideas con las que los consultados asocian lo alternativo llevado al turismo tienden a aproximarse y asimilarse con parte de los postulados de la ESS.

Así, el cooperativismo, la gestión comunitaria o estar por fuera de los circuitos comerciales convencionales tienen presencia significativa en los resultados de esta investigación, pero no forman estrictamente parte del concepto de turismo alternativo. **Muchas de las asociaciones que estos sujetos realizan sobre el turismo alternativo son de carácter no capitalista ni mercantil, asimilando de forma parcial la concepción de “alternativo” con la de “solidario”**. Sin embargo, el concepto de turismo alternativo desarrollado en la teoría no necesariamente es no capitalista o no mercantil, y una parte de su oferta convive con el turismo convencional y se ofrece como segmento destinado a satisfacer la demanda de grupos específicos de consumidores.

Por ejemplo, las propuestas de turismo aventura (buceo, *trekking*, cabalgatas, parapente, bicicletas de montaña) están integradas en la oferta turística de empresas y destinos. Al observar los discursos publicitarios, tomados de mensajes publicitarios de ofertas de turismo aventura en Argentina, se identifican habitualmente apelaciones como “desafía tus límites”, “atrévete a probar”, “naturaleza salvaje” o “vive la aventura”, “la vida es un desafío” o “explorador de nuevas sensaciones”.

Detrás de este tipo de discursos parecen subyacer lógicas mercantiles, como la exaltación de la funcionalización del espacio natural en el que se despliega la práctica turística y su construcción como un medio de producción y un bien de consumo (Benseny, 2012), la perspectiva de la naturaleza como reclamo publicitario, la naturalidad como una demanda, o la valoración de la naturaleza principalmente en términos estéticos (Peris, 2013). Por otra parte, esta comunicación publicitaria tiene una fuerte apelación a la experimentación individual y el hedonismo. Más allá de las formas de prestación y sus impactos, este tipo de propuestas publicitarias tienden a distanciar a estas prácticas de turismo alternativo de las ideas, valores y propuestas de la ESS.

Sintetizando, se podría afirmar que no todo turismo que se denomine alternativo está relacionado con la ESS, ya que dentro de este existen modalidades lucrativas, regidas por lógicas mercantiles y en las que el capital tiene primacía sobre las personas. Asimismo, no todas las experiencias turísticas de la ESS deberían considerarse alternativas, ya que lo social y solidario excede a estas modalidades turísticas, abarcando prácticas, discursos y formas de organización singulares. De este modo, se puede identificar **un espacio de convergencia entre estas dos expresiones: el turismo alternativo y solidario.**



Convergencia entre turismo alternativo y turismo solidario. Fuente: elaboración propia.

Finalmente, **en cuanto a las propuestas para mejorar el turismo alternativo, la centralidad de la comunicación de las organizaciones confirmó el nivel de distanciamiento y desconexión entre sujeto y objeto.** Como potenciales consumidores de turismo, las personas encuestadas no visibilizan las experiencias, perciben falta de información, no se sienten alcanzados ni interpelados por sus discursos y prácticas. Así, en la mayor parte de los casos analizados, las experiencias de turismo alternativo en el país no se constituyen como una alternativa de consumo posible y efectiva para estos sujetos.

De este modo, **un reto decisivo será poder saltar ese cerco, que posibilite la conexión y la interlocución entre trabajadores de la ESS y actores que se encuentran en ese espacio de convergencia denominado turismo alternativo y solidario.** La comunicación será condición necesaria para acoplar las prácticas turísticas de los primeros, potencialmente críticas, con las propuestas de los segundos, potencialmente transformadoras. En principio, estos grupos podrían ser más permeables a los discursos y las prácticas del turismo alternativo que también sea solidario.

Finalmente, el potencial de articulación entre trabajadores/as solidarios y experiencias turísticas alternativas y solidarias parece notablemente extenso. Para su acercamiento, interlocución y acople serán necesarios distintos tipos de iniciativas que impulsen la convergencia, la información y la interacción. Iniciativas que podrán ser motorizadas desde distintos actores y sectores del campo popular, social y solidario en el país.

## Referencias:

Benseny, F. (2012). "La conformación espacial y evolución turística de Villa Gesell (Argentina)". I Taller Internacional de Historia y Turismo, Eje 4. Turismo, ciudades, infraestructura. Centro de Estudios Históricos, facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata.

Chávez Dagostino, R.; Andrade Romo, E.; Espinoza Sánchez, R. (2013). "Turismo y desarrollo sustentable: contribución de Hispanoamérica". Teoría y Praxis, n. 13.

Fernández Miranda, R. (2017). "Organizaciones, ciudadanía, Estado y consumo. Otro modelo de consumo: reflexiones sobre líneas de acción de la Economía Social y Solidaria en un marco neoliberal" en Caracciolo, M. (Coord.) *Economía Social y Solidaria en un escenario neoliberal: algunos retos y perspectivas*. CEUR CONICET.

Fernández Miranda, R. (2020). "Aproximaciones a una metodología cooperativa para el bien común: diseño e implementación de una metodología cooperativa de las Mesas de la Economía Social al desarrollo local sostenible", en Eguizábal Maza & Jiménez Gómez (Eds.) *Métodos y prácticas en el estudio de la comunicación*. Editorial Fragua.

Orgáz Agüera, F. (2014). "Turismo y cooperación al desarrollo: un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos". Revista El Periplo Sustentable n. 26. Universidad Autónoma del Estado de México.

Rogel Fajardo, I.; Rojas López, A.; Ortega Vega, S. (2011). "El turismo alternativo como estrategia de conservación de la reserva de la biosfera de la mariposa monarca (2008 - 2010)". Quivera vol. 13 n. 2. Universidad Autónoma del Estado de México.

**Valeria Laborda** es docente investigadora del Centro de Estudios de la Economía Social de la Universidad Nacional de Tres de Febrero; miembro de la Red Universitaria de Economía Social y Solidaria (RUESS); miembro del grupo de estudios de Dinámicas y Políticas Culturales Urbanas; coordinadora de sede del Festival Latinoamericano de Instalación de Software Libre (FLISoL).

**Rodrigo Fernández Miranda** es investigador, consultor social y docente, trabaja y participa en movimientos y organizaciones sociales, del Tercer Sector y de la Economía Social. Ha publicado varios ensayos, estudios y artículos. Miembro del equipo de investigación social de Alba Sud y del Centro de Estudios de la Economía Social (CEES) de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (Argentina)

Este artículo forma parte del estudio "**Prácticas y representaciones del turismo de los trabajadores solidarios en Argentina**". Se publica en el marco del proyecto «Plataforma de investigación en turismo, derechos humanos y equidad de género» desarrollado por **Alba Sud** con el apoyo de la **Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo** (ACCD) (convocatoria 2019).