

**PRÁCTICAS SOCIO-CULTURALES DE LOS  
TURISTAS: UN ABORDAJE COMPARATIVO  
SOBRE LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS EN LA  
CIUDAD DE BUENOS AIRES<sup>1</sup>.  
SOCIO-CULTURAL PRACTICES OF TOURISTS:  
A COMPARATIVE APPROACH ON TOURIST  
CIRCUITS IN THE CITY OF BUENOS AIRES.**

BÁRBARA CATALANO<sup>2</sup>  
*Instituto de Investigaciones Gino Germani*  
*Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo*

**RESUMEN**

Este trabajo presenta una descripción y comparación sobre las formas de practicar turismo que se desarrollan en la ciudad de Buenos Aires, ahondando en la relación entre el turista y la forma de conocer los rasgos y características del destino.

Se parte de la pregunta-problema ¿en qué medida las prácticas de los turistas generan integración sociocultural en relación a la población residente?<sup>3</sup> Para elucidar ese interrogante se exponen los paseos turísticos, desde las prácticas de los sujetos y también desde la oferta, analizando sus diferencias en términos estructurales y en cuanto a los conocimientos e interacciones sociales que se producen en cada caso. Para ello se realiza una categorización de los circuitos con la finalidad de comprender las distinciones y efectuar una conclusión reflexiva en torno a los resultados obtenidos.

La metodología es cualitativa, basada en observaciones y entrevistas en profundidad a informantes clave, y el marco teórico se nutre de elementos provenientes de la Sociología del Turismo.

**Palabras Clave:** turismo, prácticas, cultura, integración, ciudad de Buenos Aires

---

Fecha de Recepción: 18 de octubre de 2018 Fecha de Aceptación: 19 de diciembre de 2018

<sup>1</sup> Este artículo es parte de la tesis de doctorado en ciencias sociales por la Universidad de Buenos Aires, cuyo título es “Turismo y Mercosur: prácticas socioculturales de integración en la ciudad de Buenos Aires” que fue defendida y aprobada en noviembre 2017.

<sup>2</sup> Instituto de Investigaciones Gino Germani y Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo. Cervantes 2285, CABA, Argentina. e-mail: Catalano81@gmail.com

<sup>3</sup> Población residente/local son los habitantes de la ciudad de Buenos Aires, que se encuentran en estado potencial de tener ciertos encuentros con turistas, dado su desenvolvimiento en el espacio público.

## ABSTRACT

This paper shows a description and comparison among different ways of tourism that are developed in Buenos Aires.

It begins with the research question: In which way tourist's practices generate socio-cultural integration in relation to the resident population? To elucidate this puzzle, it is displayed different tours, from the practices of the subjects as well as from the offer, analyzing their differences in structural terms and in terms of knowledge and social interactions.

Therefore, a categorization of the different circuits is performed to understand the distinctions and to run into a reflexive conclusion about the outcomes obtained. The methodology is qualitative based on in-depth interviews with key informants, and the theoretical framework draws on elements from the sociology of tourism.

**Keywords:** tourism, practices, culture, integration, Buenos Aires city

## 1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este artículo es describir y comparar las diversas formas de practicar turismo que se desarrollan en la actualidad en la ciudad de Buenos Aires, con el fin de elucidar los supuestos sobre integración, entre turistas y residentes, que se pregonan desde las escalas globales. Sobre todo, se busca ahondar en la relación entre el turista y la forma de conocer los rasgos y características del destino visitado. Por ello se abordan las formas de observar y recorrer la ciudad desde los turistas, mientras que se analiza de qué manera influye la infraestructura turística en la interacción<sup>4</sup> y sociabilidad, así como el rol que juega la mercantilización del ocio en las prácticas<sup>5</sup> socio-culturales de integración.

La hipótesis de partida en este trabajo es que el turismo es un fenómeno integrador de sociedades, además de concebirlo como un fenómeno homogéneo, cuando, en realidad, coexisten múltiples formas y prácticas asociadas. Asimismo, las prácticas más conocidas, y reveladas comúnmente en las estadísticas, se corresponden con niveles de integración sociocultural menores que las prácticas de los turistas invisibles<sup>6</sup>.

El punto de partida inicial, que impulsa el desarrollo de este estudio, versa sobre la laguna de conocimiento vinculada a

---

<sup>4</sup> Por interacción social se remite a situaciones en las que dos o más individuos se relacionan socio-lingüísticamente.

<sup>5</sup> Se entiende por práctica social a toda acción de los individuos que tiene un principio ordenador, condicionante de la existencia de esas acciones. Las prácticas suelen repetirse en usos y costumbres, reflejando motivaciones intrínsecas a esas acciones. Se añade a ello la concepción de los motivos conducentes que delimitan los cursos de acción, que dan sentido a la acción (Schutz, 2008, p. 89) y que implican genuinas relaciones de causalidad.

<sup>6</sup> Se denomina turista invisible aquel visitante que no se auto-caracteriza como tal y que desarrolla prácticas de paseo similares a las de un ciudadano local.

la integración que se produce a partir del turismo y que se pregona a través de los organismos internacionales, así como en los bloques de integración regional (Catalano, 2017). En esa línea, se discuten los discursos hegemónicos anclados en la premisa que ubica al turismo como integrador de sociedades, interpellando dichos supuestos en un caso de estudio que corresponde al destino turístico Ciudad de Buenos Aires y desde un enfoque micro-social.

La metodología de investigación es principalmente cualitativa, ya que se considera que esta tipología permite vencer los marcos del positivismo y comprender la magnitud de los procesos sociales. Además, facilita el análisis de las estructuras, de los procesos y de los resultados, la comprensión de las relaciones involucradas en la implementación de las acciones y la visión de los actores diferenciados (De Souza Minayo, 2009, p. 295). En ese marco, se realizaron observaciones en los distintos paseos turísticos de la ciudad de Buenos Aires y también entrevistas en profundidad a informantes clave, entre ellos: guías de turismo, informadores, recepcionistas de hoteles/ hostales y a turistas en los establecimientos hoteleros, durante el año 2016.

Como marco teórico se consideran elementos de la teoría social aplicable para analizar la integración a través del turismo contemplando elementos del interaccionismo, extranjería y estructura social en autores como Simmel, Goffmann, Schutz, entre otros. Ello implica profundizar sobre el real sentido de los actos de las personas, dado que el turismo es un fenómeno social y como tal es comprensible si puede reducirse a acciones humanas y a estas se las hace comprensible ahondando en sus motivos conducentes (Schutz, 2003, p. 25).

El modo de abordaje se complementa con aportes del paradigma de las movilidades (Sheller & Urry, 2006), considerándolo un oportuno instrumento para indagar e interrogar sobre las dinámicas sociales y urbanas que acontecen en un destino turístico y, sobre todo, para analizar la integración a través del turismo.

Es por ello que se prioriza la inmersión del investigador en el objeto y sujetos móviles de estudio: los turistas, que se movilizan, interactúan y actúan en los espacios públicos<sup>7</sup>. Se ahonda sobre las especificaciones y diversas características socio-culturales que engloban las prácticas turísticas revelando una articulación compleja entre significados, experiencias y motivaciones.

---

<sup>7</sup> Los turistas en su condición de turistas despliegan prácticas hacia y en sitios turísticos. Los principales atractivos turísticos de la ciudad son observables desde paseos o circuitos que se desarrollan en el espacio público

Para poder resolver el dilema planteado anteriormente, se exponen, en primer lugar, los diferentes circuitos y paseos en función de los niveles de autonomía y cómo ello influye en el conocimiento. Se elabora una categorización, se diagnostican distinciones en las formas de conocimiento a raíz del análisis de los relatos, como también de las formas en las que estos paseos son ofrecidos y desarrollados. Finalmente, se efectúa una reflexión acorde al análisis comparativo en torno a los diversos paseos, y la forma de conocimiento y de integración a través de ellos por parte de los turistas.

## 2. TURISMO, CONOCIMIENTO Y TRANSFORMACIÓN

Durante el tiempo en el que el turista se encuentra en el destino participa de un proceso cognitivo por el que incorpora conocimientos y saberes que antes del viaje carecía, o bien transformó los previos. El hecho de conocer es parte de un viaje, y ello puede presentarse de distintas formas. La experiencia turística se alimenta del mirar y observar un conjunto de escenas distintas, de paisajes o vistas urbanas que salen de lo ordinario, de ver el entorno con interés y curiosidad (Urry, 2004).

El turista conoce a través de la mirada, la vista y por experiencias, que pueden ser aprehendidas a través de consumos culturales. Este conocimiento no solo descansa en la contemplación, como puede ser el de un show de tango, sino también en el involucramiento y en la valorización estética que se ponen en juego en esas prácticas. De algún modo implica alimentar el capital cultural en términos de Bourdieu, donde se adquieren conocimientos desde el aspecto teórico, abstracto como también desde un cúmulo de capacidades de apreciación simbólica y artística (Urry & Larsen, 2011) que mejoran las apreciaciones futuras. Esa mirada está socialmente organizada y sistematizada tal como lo expone Urry (2004) en “La mirada del turista”. Es por ello que se indagará sobre las experiencias transmitidas en los relatos de los sujetos sociales implicados en los viajes.

Partiendo de la generalidad del conocer en el viaje, es necesario comenzar a distinguir las formas en las que este conocimiento se desarrolla y también se promueve por parte de la industria turística. Asimismo, se ahonda en las prácticas turísticas que presentan las formas de ritual, amoldadas a las comunidades posmodernas, pero que engendran regularidades en la interacción y alineamientos que establecen los términos de contacto, el modo o el estilo de la fórmula para los tratos, que tienen lugar entre los individuos y la situación (Goffman, 1979, en MacCannell, 2007, p. 265). De este modo se reafirma la trama dialéctica entre la micro escala a la escala global entendiendo que las prácticas de los turistas responden a las

macro-estructuras de la sociedad en la que se inscribe el turismo como fenómeno global.

El conocimiento por parte del turista es inteligible también a partir de otras denominaciones con las que se describen las formas de conocer lo que se está visitando. Así, es posible asociar a la noción de conocer, el pasear, recorrer, caminar, visitar, deambular, pulular, tomar un tour, una excursión, un paseo con un guía, el bus turístico, solo para denominar algunas de las formas que encarna el hecho de conocer la ciudad o lo que se encuentra en ella.

Se parte de la concepción de que los sujetos no son totalmente autónomos a la hora de decidir las formas de conocer, sino que median canales de información que invisten los sitios visitados, tal es así que hasta el turista más autónomo busca información sobre qué hacer en la ciudad e inherentemente ese acceso estaría mediado por los niveles de democratización de la información, pero también por lo que propugna mostrar la industria turística.

Es posible advertir una pequeña proporción de turistas que vienen con paquete contratado<sup>8</sup> y otra más grande que en realidad no vienen con paquete contratado, pero que eventualmente al llegar a la ciudad deciden contratar algún tipo de tour organizado, sobre todo si se hospedan en establecimientos de alojamiento tradicionales, o bien recorren por su cuenta.

La estructuración del turismo viene de la mano de las prácticas engendradas por los individuos que realizan determinadas actividades, por lo que efectúa una categorización sobre la autonomía de los individuos en cada tipo de paseo y la profundidad de los relatos y el alcance de la información que se proveen en los mismos, como también los tiempos de permanencia sobre los medios de transporte y el tiempo transcurrido a pie, o en el vehículo.

El hecho de que haya un guía, o no, determina el grado de autonomía del turista y libertad en lo que se desea recorrer o visitar, por lo que se realiza en primer lugar una distinción entre paseos autónomos y guiados. Si bien la oferta de tours es muy amplia, se efectúa una selección en este apartado sobre los circuitos más representativos del turismo receptivo regional y los más recurrentes por los turistas.

---

<sup>8</sup> Para el año 2015, solo un 15 % del turismo receptivo de Argentina utilizó paquete (AET, Mintur, 2015)

**Cuadro 1. Paseos autónomos y guiados por la ciudad de Buenos Aires. Diferencias**

Aspectos del tour analizados	Autónomos	Guiados			Semiautónomo	
		WT	Regular	Privada	Bus Turístico	
Movilidad	caminando o caminando + transporte público	caminando o caminando + transporte público	bus	van/minibus/auto	bus	
Interacción con el guía	N/C	media intensa	poca	media	Audio-guía	
Duración	Variable	3 / 4 / 5 horas	3 o 4 horas	3 o horas	ND	
Cantidad de paradas	Múltiples	de 10 a 14	2	2 o 4	Variable	
Tiempo en paradas	Variable	5 - 10 min	30 min	30 min	Variable	
Relato o explicación	Tiempo de explicación sobre tiempo total del tour	NC	Casi todo el recorrido	La mitad del recorrido	Gran parte del recorrido	Mínima parte del recorrido
	Atención percibida por los turistas	NC	Alta	Media/Poca	Alta	Media/Poca
	Contenidos socio/históricos	NC	Intenso	Mínimo /intermedio	Intermedio	Mínimo
	Se evitan temas políticos	NC	No	Si	No	Si
Interacción entre turistas	Poca probabilidad	Alta	Mínima / Nula	En general es un grupo que ya se conoce	Nula	
Perfil del guía	N/C	Estudiantes /formados en humanidades	Guías de Turismo	Guías de Turismo	N/C	
Tiempo arriba del vehículo	NO	NO	3/4 hs	3/4 hs (puede variar)	amplia varianza	
Tiempo de libertad en la movilidad	totalidad	nula	60 min	amplia varianza	amplia varianza	
Tiempo caminando	totalidad	totalidad	nula	amplia varianza	amplia varianza	
Perfil etario	Jóvenes y Adultos	Mayormente jóvenes	Mas adultos / familias	Mas adultos / familias	amplia varianza	
Tipo de alojamiento del turista	Amplia varianza	Pralmente. hostales	Hoteles de 3 * 4*	Hoteles 4* 5*	amplia varianza	
Lo que busca el turista según guía/referente/nexo con ese tipo de recorrido	Conocer no los lugares turísticos, la vida real de la gente, la cotidianidad , interactuar	Saber más de la cultura e historia local, involucrase más que un turista común	Conocer y visitar los lugares típicos y tradicionales	Conocer y visitar los lugares típicos y tradicionales (con servicio personalizado)	Conocer los sitios típicos pero desde una perspectiva global y genérica	
Lugares por los que se transita	Amplia varianza: lugares turísticos y lugares no turísticos	Principal 3 circuitos: caminito La Boca, Casco histórico y Recoleta	Sitios turísticos: Casco histórico, La Boca, Pto Madero, Palermo.	Sitios turísticos: Casco histórico, La Boca, Pto Madero, Palermo.	Sitios turísticos: Casco histórico, La Boca, Pto Madero, Palermo, Belgrano.	
Costo para el pasajero a diciembre 2016	0 - 30 pesos	0 - 200 pesos	350 pesos	80 - 150 usd según cantidad de pasajeros	450 pesos	

Fuente: elaboración propia en base al relevamiento de campo.

Nota: WT: walking tour. NC: no corresponde.

### **3. LIBRE COMO EL VIENTO**

La autonomía en los paseos turísticos se vincula, no solo a la decisión de qué lugares visitar y la forma de llegar a ellos, sino también, el momento de realizar ese paseo o bien el tiempo de permanencia en ese sitio. Esta categoría presenta características de mayor libertad y variabilidad en el alcance de lo que pueden conocer. La autonomía a veces es elegida y a veces forzada dado que el tour contratado implica el gasto de dinero y algunos turistas no están dispuestos a pagar por la realización de un tour, dado que consideran que Buenos Aires es bien factible de ser recorrida individualmente, sin necesidad de un guía.

Los turistas no contemplan la posibilidad de contratar algún tipo de tour, el interés principal de ellos es conocer la ciudad y “conocer su gente”<sup>9</sup> además de que afirman que ellos no hacen turismo<sup>10</sup>, asociando la palabra turismo al concepto transaccional comercial en el que se implanta el consumo de servicios turísticos, enmarcados en la industria turística.

De todas maneras, este turista autónomo no es totalmente libre e impredecible, dado que, si bien no adquiere un tour o un paseo guiado, sí diagrama la forma en la que va a conocer la ciudad en función de una búsqueda previa, ya sea en sitios de internet, o consultando con conocidos, amigos o bien indagando en los hostales o en el establecimiento donde esté residiendo, con otros turistas de ese mismo perfil.

El turista autónomo sigue ciertas huellas, las pisadas que otros turistas dejaron en los lugares que visitaron, recolecta información y no planifica con demasiada rigurosidad el tiempo en cada lugar, pero sí tiene un paneo general de lo que desea recorrer en el tiempo que está en la ciudad. Hay prioridades entre las que se encuentran en primer lugar los sitios típicos y luego otro escalafón de sitios para recorrer y conocer de importancia secundaria.

Es importante mencionar que los paseos autónomos varían significativamente a medida que se van acumulando las visitas previas a la ciudad. Es decir, hay un patrón que rige en que las primeras veces que los turistas visitan la ciudad, por más autónomos que sean, van a recorrer y visitar los lugares típicos y barrios turísticos. En este sentido, no hay una gran distinción entre los sitios que visitan en unos paseos y en otros. El escenario presenta un cambio paulatino a medida que los turistas se convierten en repetidores, dado que es en esos

---

<sup>9</sup> El entrecorillado se debe a que es una frase frecuente por los turistas que desarrollan paseos autónomos

<sup>10</sup> Haciendo alusión al turismo desde la perspectiva mercantilista.

casos donde empiezan a querer conocer sitios que salgan de lo turístico o bien caminar y recorrer sin mucho rumbo definido. Están más interiorizados por conocer la cotidianeidad y las formas en las que se desenvuelven las rutinas de los propios habitantes y trabajadores de la ciudad.

Otro de los factores intervinientes en los paseos autónomos es el factor imprevisibilidad como un atractivo en sí mismo para los turistas, tal como se representa en el siguiente fragmento un entrevistado turista autónomo:

- ¿piensas que conoces mejor así?
- Sí, porque voy caminando a un lugar, y después llego a otro que no esperaba, entonces siempre conozco cosas que no estaba esperando. Eso es lo que me gusta de la ciudad. No solo el guion, que todos hacen.
- ¿Conociste barrios que no sean turísticos?
- Sí, como el restaurante donde comí la carne, que no estaba en un lugar turístico. Estaba en un área con la universidad, y las personas estaba comiendo almuerzo y los vi todos argentinos, entonces dije, ah... ¡voy a comer acá!
- ¿Algún barrio que quisiste ir porque no es turístico?
- Hoy caminé mucho por Palermo cerca del hostel. En la Recoleta, creo que el lugar que visité en Recoleta no era muy turístico, porque solo había argentinos, no había nada turístico. Salí del subte<sup>11</sup> y fui caminando (Turista alojado en hostel, entrevista realizada el 15 de octubre de 2016).

### 3.1. Ser un turista *flaneur*

Perderse en la ciudad, es otro de los relatos frecuentes en turistas autónomos, recorrer sin un destino preciso, o con una mínima orientación. Es una característica común que encuentran atractivo y un valor supremo al hecho de deambular y recorrer la ciudad sin un itinerario pautado. A diferencia del hombre urbano que relata Simmel (1986) el turista es ajeno, pero se entromete en esa cotidianeidad y la realidad turística y la cotidiana confluyen al momento en el que el turista deviene invisible a los ojos de los habitantes. Por ello esta pasión por el perderse en la ciudad, que tal vez no se asimilaría a otras atracciones en destinos turísticos de otra naturaleza. Tal como se refiere una turista autónoma a continuación:

- Nos perdíamos y encontrábamos todo el tiempo. Yo digo que me encanta perderme en París y... me encantó perderme en Buenos Aires.
- Sentir la ciudad, como ella es con todas sus fuerzas y también sus debilidades. Y eso fue interesante porque conseguimos sentir de verdad. Porque una cosa es mostrar esto o lo otro, y otra es vivir eso. Experimentar eso. Tuvimos la oportunidad de conversar con la gente y al mismo tiempo tener una mirada diferente, una mirada no sugestionada, una mirada propia del día a día de la ciudad.
- Hablamos mucho con personas que venden cosas en la calle. Parábamos para conversar. Pedir información, pero también ver las cosas. En el comercio popular, de calle. Ahí algunos ya habían vivido en Brasil, conversábamos, uno que ya había vivido en Bahía. Entonces hacíamos eso... intercambiamos ideas... Mucho turismo

---

<sup>11</sup> Apócope de Subterráneo

viviendo la ciudad (turista alojada en hostel J, entrevista realizada el 12 de octubre de 2016)

Parece importante resaltar esta forma de conocer la ciudad, dado que no es lo que comúnmente se entiende por turismo y deviene en algo atractivo para una ciudad como Buenos Aires con facilidades para la movilidad al interior de la ciudad.

Esta forma híbrida arraiga características de un transeúnte al estilo del *flaneur* (Hiernaux-Nicolas, 2006) y de un post-turista (Cohen, 2005), dado que deambula plácidamente por los distintos rincones de la ciudad, ejerciendo el uso del sentido de la vista, pero también le interesa interactuar e inmiscuirse entre la población local, como uno más. No pretende conocer los sitios turísticos inexorablemente, pero sí está en busca de las experiencias distintas. En este tipo de tours se aprecia que existe una conexión con el real interés subjetivo de lo que se quiere conocer, dado que en la búsqueda previa hay una selección de los informantes o de dónde poner el foco según las afinidades y los gustos de cada turista.

#### **4. PASEOS GUIADOS**

Dentro de la categoría paseos guiados se abre una gran variedad de formas en las que es posible conocer la ciudad con guía. La forma a la que acceden los turistas a estos paseos guarda una correlación importante con la industria turística y con el turismo comercializable, aunque en distintas medidas como se verá a continuación.

El desarrollo de este apartado se elabora a partir de la información de referentes clave del sector como son los guías, informantes y recepcionistas de hotel/hostal<sup>12</sup>. Dentro de los guiados es posible efectuar una segunda categorización según el tipo de turista y que “consume” o adquiere ese tipo de paseos y que también guarda correlación con el tipo de alojamiento utilizado, por lo que se distinguen entre los que son en vehículo privado y los que se realizan caminando o utilizando transporte público.

##### **4.1. Circuitos regulares y privados**

Dentro de la primera subcategoría de los circuitos guiados se encuentran los circuitos que se realizan utilizando vehículo. A pesar de esa gran generalización existen dos

---

<sup>12</sup> Es necesario aclarar que los informantes pertenecientes a la cúpula del sector empresarial no accedieron a la entrevista, a pesar de varios intentos e insistencia por diversos medios. De modo que se construye la realidad a partir de la información de otros canales, tales como los turistas, que son los individuos que encarnan las prácticas como los guías, informantes y conserjes de establecimientos hoteleros.

mundos diferentes en lo que a los servicios de excursiones y actividades refiere. Por un lado, están las excursiones “Regulares<sup>13</sup>” y por otro lado las “Privadas”. Las regulares son servicios de excursiones que se realizan en vehículos del tipo “ómnibus” con capacidad hasta 50 pasajeros. Suelen ser servicios que salen todos los días, sobre todo los *city-tours* y las excursiones a Tigre, el resto de las excursiones puede que salgan o no diariamente dependiendo de la afluencia turística de la temporada.

Las privadas son servicios exclusivos para un grupo de pasajeros determinado que viajan juntos, suelen propiciar un trato más personalizado entre el guía y los pasajeros, dado que son servicios que no se comparten, en cambio en las regulares casi no hay interacción con el guía y el trato es más despersonalizado, tal como lo acentúa el relato de un guía que realiza los dos tipos de circuitos:

- pum pum y salís a guiar "como un cassetito" porque no es “tu” grupo, los ves solo en ese momento, 3/4 horas y nada más, no es tu grupo, no es tu contacto.

- yo recibo los pasajeros en Ezeiza y a veces me pasa que les hago city-tour en privado y a veces derivados por las regulares, y aparece este otro guía, otro transportista, etcétera. (Guía N, entrevista realizada el 2 de marzo de 2016)

Este último hace referencia al grado de despersonalización que afronta el uso de este tipo de circuitos dado que es muy probable que el turista sea recibido por un guía al llegar a la ciudad y luego la excursión la realiza con otro. Se observa un alto grado de rotación y volatilidad propia de las regulares. Otra diferenciación entre las regulares y las privadas radica en la utilidad o ganancia que obtienen los guías, dado que en las regulares funciona el sistema de comisión y en las privadas no es frecuente ni considerado “ético”, lo que también alimenta la mercantilización del turista en las regulares<sup>14</sup>.

Como contrapartida de ese volumen inferior de dinero existe una esfera informal de circulación de dinero producto de comisiones por determinados gastos en los que incurre el turista, ya sea, adicionales como la foto que les hacen durante la excursión, el almuerzo que consumen en el restaurante de Puerto Madero o bien una campera de cuero que se compró en la parada de Plaza de Mayo.

Otro de los aspectos a destacar y a lo que a la interacción se refiere sobre todo en lo relacionado a la relación turista guía es que en las privadas el turista se interioriza con el guía, les muestran interés, hay una relación más cercana, en cambio en

---

<sup>13</sup> También son llamadas “la diaria” por los guías.

<sup>14</sup> -Un guía regular de city se lo pagan 50 pesos y vos con tu grupo como individual te lo pagan 250 pesos. Los de la regular te joden con la parada en Plaza de Mayo, con la propina... con la foto que vendés. Se mueve mucha plata, muchísima pero muchísima en lo informal. (Guía N, entrevista realizada el 2 de marzo de 2016)

la regular se observa una cosificación por ambas partes, por un lado, el turista no presta mucha atención a lo que va diciendo el guía, y raramente les hacen preguntas sobre ellos, sobre su vida. Este desinterés también es observado en general en los contenidos de los relatos y en una ausencia de profundizar sobre algún aspecto de lo que el guía va relatando, como le demuestra el relato de una guía de regular a continuación:

- ¿alguna vez te preguntaron algo de mayor profundidad, algo histórico?

- No, nunca. Quieren sacar fotos y que los bajen. Pero no hay tiempo para bajar donde ellos quieren. Son solo 3 horas, ¿cómo haces? no podés. Yo lo hago hasta Sarmiento, quieren bajar en la Flor15, pero no dan los tiempos. Yo trato de acelerar por otros lados (Guía S, entrevista realizada el 17 de junio de 2016)

El *city-tour* regular, se caracteriza por un recorrido fijo esquematizado y rápido. Las paradas ya están determinadas de antemano y el turista no tiene incidencia en ello. Por el contrario, en las privadas o “individuales”, dado que son grupos reducidos de personas y casi personalizados los turistas pueden solicitar detenerse en algún sitio en particular o dialogar con el guía sobre algún interés en conocer algo particular.

En relación a los relatos y explicaciones de los guías, los de privadas presentan una amplitud y apertura a una gran cantidad de interferencias y preguntas por parte de los turistas. Son descripciones estandarizadas sobre la historia de cada sitio visitado y sobre su representatividad, aunque los guías suelen agregarle algún ingrediente para darle un poco de humor al relato. Existe una tendencia marcada hacia la neutralidad en los relatos sobre todo en lo relacionado a cuestiones políticas o ideológicas, esto si bien es bastante similar en los relatos de los guías en estos tours se evidencia en mayor medida y como también en el bus turístico de la ciudad.

Los sitios visitados son similares para ambos tours, a no ser que (en el caso de las privadas) haya algún pedido particular correspondiente a las diferentes afinidades con las que cuentan las personas o bien intereses específicos. En lo que, a la interacción durante el tour, no es muy frecuente y raras veces interactúan entre los mismos turistas.

Por otra parte, sobre la profundidad de los contenidos de los relatos, estos responden claramente al estilo de tour tradicional respetando los sitios más populares en términos turísticos y las explicaciones clásicas sobre los principales atractivos de la ciudad. Respondiendo ello a la estructura de la atracción que se compone por el turista, la visita y el marcador

---

<sup>15</sup>La “Floralis Genérica” es una escultura metálica, en la Plaza de las Naciones Unidas, es parte de los sitios turísticos recomendados.

como describe MacCannell (2003, p. 56) al analizar la estructura social de la visita turística.

Estos tipos de paseos también se correlacionan con la concepción de ritual moderno que MacCannell desarrolla considerando las propiedades del ritual de Goffmann en MacCannell (2003) sobre las cuales se destaca una conciencia individual de obligación pero una obligación que se realiza con agrado<sup>16</sup>.

#### **4.2. Tours Caminando o “Walking Tour”**

Este tipo de tours si bien se encuentra dentro de los circuitos guiados, presenta grandes diferencias en relación a los regulares o privados dado que en primer lugar no se utiliza vehículo privado, se realiza caminando o bien algunos tramos con transporte público. El perfil de este tipo de circuito por lo general se asocia a gente joven, que se aloja en hostel o algún tipo de alojamiento no convencional como ser alquiler departamento o la casa de algún familiar o residencia estudiantil. Raramente acude gente de hotel y es una modalidad que ha surgido hace aproximadamente 10 años en Buenos Aires.

Hay varios pequeños grupos de jóvenes que realizan este tipo de circuitos, y la mayoría presenta características similares, salvo que algunos son con precio fijo y otros a la gorra y gratis. La gran distinción entre estos tours y los tradicionales es claramente la forma de moverse en la ciudad como también la profundidad en los contenidos de los relatos de sus respectivos guías.

Un aspecto sustancial que destacan los guías de estos tours es que los turistas que deciden hacerlo quieren conocer “de verdad<sup>17</sup>” y con ese último adjetivo se refieren a no conocer solo lo típicamente turístico, sino ahondar en algún trasfondo socio-histórico y político de la realidad del país y de Buenos Aires, sobre la conformación de sus valores, sus particularidades, sus costumbres y su idiosincrasia. Como se detalla a continuación, en un fragmento de un relato de un guía de este tipo de tours:

- El turista que viene a estos tours, quiere conocer más, aprender más. O sea, el city-tour del micro son 3 horas, de las que tiene media hora y media hora que te dejan solo en La Boca y Plaza de Mayo. El resto estas arriba del micro. El resto que vos estas arriba del micro el guía habla en inglés y en español. Con lo cual, más o menos te va a hablar una hora...O sea que de las 3 horas se traduce a 1. Acá las 3 horas te habla "3 horas" y un tramo mucho más corto. O sea, aprendes exponencialmente más, si vos realmente querés aprender. (Guía E, entrevista realizada el 23 de marzo de 2016)

---

<sup>16</sup> Esto se observa muy claramente en las visitas turísticas internacionales modernas que presentan su propia estructura moral, un sentido colectivo según el cual existen ciertas vistas que uno está obligado a ver (MacCannell, 2003, p. 58)

<sup>17</sup> El entrecomillado se debe a que es una expresión literal de uno de los guías entrevistados.

Como se hace alusión en el relato del informante, otra de las particularidades de este tipo de paseos es que, una gran parte del tiempo insumido en el tour, hay una explicación por parte de un saber experto y por ello es la consideración de un mayor aprendizaje.

Este paseo no prevé tiempo de paradas en lugares de compras, sino que constantemente se encuentran bajo la explicación del guía o bien caminando entre un punto y otro.

En los momentos de traslados entre puntos turísticos, los turistas se acercan al guía consultándoles cuestiones particulares o bien alguna duda sobre cierta explicación que no haya quedado clara. Se evidencia investigación rigurosa sobre los sitios visitados, lo que impacta claramente en el diseño de los circuitos, en los relatos, en la información que se divulga, como también en la justificación de la selección de los sitios para visitar y detenerse para ampliar cierta explicación.

Un aspecto paradigmático es la intención de diferenciarse del turismo convencional como se observa en este fragmento de uno de los guías de *Walking Tours*:

- En realidad nosotros decimos que no hacemos turismo. Porque hacemos recorridos culturales que lo puede hacer cualquiera, sea turista o no y nuestro abordaje no respeta un paradigma turístico para nada, adrede incluso...

- La visión turística deja de lado los aspectos sociales (como protestas, piquetes, desigualdades), políticos (en términos de procesos más o menos inclusivos según qué proceso histórico se tome), e históricos (desde el punto de vista de una visión estructural e integral de la historia argentina, no sólo de hacer referencias historiográficas). Para nosotros los lugares a visitar son disparadores para explicar procesos, no tanto un fin en sí mismo.

- Para el turismo la finalidad es el lugar, mostrar. Para nosotros, la relación entre el sitio y su contexto histórico, su proceso político-económico que le dio origen o identidad (Guía N, entrevista realizada el 8 de diciembre de 2016).

Los tours del estilo “caminando” en general guardan esta característica de mostrar profundamente el aspecto histórico y social del lugar que están visitando los turistas y en este sentido, este tipo de turista se estaría alejando de la estructura de la visita turística que propone MacCannell (2003) dado que es un turismo más auténtico y menos escenificado. El conocimiento que se promueve a través de este tipo de circuitos es más genuino y menos artificial, a su vez propicia la interacción y diálogos fluidos en consonancia con los intereses y las inquietudes de los turistas.

No se utiliza transporte turístico, sino que se realiza a pie o bien en transporte público, lo que constituye una diferencia desde la propia mirada del turista, su alcance, ese vínculo con lo real que refiere el hecho de transitar y moverse como un transeúnte más y que no se percibe estando arriba de un ómnibus y viendo la ciudad como una película que pasa.

### 4.3. El clásico bus turístico

Este tipo de paseo es frecuentado por los turistas, sobre todo por los regionales y en particular por el turista proveniente de Brasil. Tiene la particularidad de ser un híbrido en cuanto a la autonomía, dado que el individuo puede elegir donde tomarlo e iniciar el viaje, donde bajar, si detenerse un tiempo en esa bajada y seguir o bien finalizar su circuito allí. Puede decidir si hacer solo 30 minutos o 5 horas de tour arriba del ómnibus. El público que accede a este tipo de tours es bastante heterogéneo, ya sea en cuanto a segmento etario como a modalidad.

Por eso se lo denomina semiautónomo y también semi-guiado, porque además el turista no puede decidir qué recorrido hacer. Ello ya se encuentra estipulado dentro de las 35 paradas que unen los 3 circuitos que realiza el vehículo.

Un aspecto a destacar es que en este tipo de tours no hay un guía físico que les habla, gesticula e intenta romper el hielo con alguna broma sobre el fútbol, por ejemplo, como suele suceder con los otros paseos y en particular con los turistas brasileros. Por el contrario, se ofrece un audio-guía opcional en todos los idiomas para que, si el pasajero lo desea, puede escuchar un relato excesivamente breve, aunque aparentemente suficiente, para que ese paseo sea una grata experiencia.

El relato o la explicación solo se oyen en ciertos lugares típicos y turísticos y dura aproximadamente entre 1 y 4 minutos. El resto del tiempo en el que el vehículo circula (a un ritmo lento) se oye canciones de tango (aunque también no es el tango tradicional, sino el moderno<sup>18</sup>). Vale la pena igualmente resaltar lo mínimo que ocupan los relatos en la totalidad del viaje, es decir, la mayor parte del tiempo el turista va simplemente apreciando el paisaje urbano y arborizado de los sitios turísticos. Solo en determinados puntos aparece la voz del audio, en un tono marcadamente neutral, que da una explicación breve y sintética de lo que se observa y su significación.

No se observa interacción entre turistas puesto que ellos están ensimismados con sus auriculares compenetrados con el audio sonoro y la vista panorámica de la ciudad, a su vez presentan una extensión espacial mayor del recorrido dado que uno de los tres circuitos hace la parte norte de la ciudad, los barrios de Belgrano y Núñez.

Se encuentran posiciones encontradas en torno a la experiencia del bus turístico. Por un lado existe la creencia de que este bus, replicado en otras ciudades turísticas va a mostrar lo principal de la ciudad, es decir: los *must*<sup>19</sup>. Por lo

---

<sup>18</sup> Estilo de tango menos arrabal, como el característico de Piazzolla.

<sup>19</sup> Se denomina *must* a aquellos sitios o lugares que se promocionan desde la oferta turística y que un visitante no debería dejar de tener en cuenta.

que de primera mano implica la visita de los sitios turísticos con la movilidad garantizada y la posibilidad de elegir contar mayo atención en los intereses subjetivos de los turistas.

De hecho, puede significar el ahorro de energía en la búsqueda propia y en el diagramar el itinerario por parte de los turistas y el delegar en el saber experto y profesional es tarea. Se alude a la característica de practicidad, economía del tiempo y facilitador de una perspectiva general y global sobre los atractivos que ofrece la ciudad, con la alternativa de poder volver a algún sitio en particular que haya generado interés en volver a un museo o bien pasear por Palermo, por ejemplo.

Por otra parte, existen apreciaciones negativas en torno a la experiencia del bus turístico, manifestadas en términos de aburrimiento y de poca profundidad en los relatos, como también dificultades en la verosimilitud de la información provista por el audio-guía.

#### **4.4. Paseos con anfitriones como guías**

Esta categoría representa a los turistas que son orientados por una persona que usualmente es también quien los está alojando y en quien confían. Generalmente, suelen diagramarles los paseos e incluso invitarlos a eventos sociales propios de residente, propiciando así mayores situaciones de encuentros y sociabilización entre turistas y residentes.

Dado que es una forma de pasear que está excluida de los circuitos comerciales en los que aparece la intermediación turística no es posible atender hacia una rigurosidad en la representatividad de esta categoría dada la característica de volátil e impredecible que afronta el individuo en el sitio turístico. Sin embargo, es posible dilucidar algunas propiedades de esta categoría considerando las entrevistas a ciertos informantes nexos que fueron anfitriones de estos turistas. La extensión espacial es totalmente diferente a la de los otros turistas dado que los anfitriones llevan a los turistas amigos hacia lugares que no son turísticos y a barrios que exceden el tránsito típico turístico, como se observa en el fragmento siguiente:

- ¿Ellos te preguntan a dónde ir?

- La familia no, lo dejan en mis manos. Yo les organizo el viaje.

El primero los llevo a visitar los lugares típicos. Las veces siguientes los llevo a lugares no tan turísticos y que me gusta a mí... Por ejemplo, Sarquis o una parrilla de barrio. Cosa que el turista no hace.

- Con mi familia ahora cuando viene hacemos mucha cosa de conocer barrios, pasear, etc. Caminar por Almagro durante la tarde... Ir a algún barcito más alternativo de ahí... salir un poco del circuito turístico, Palermo, Recoleta. [...] Los que ya vinieron varias veces, les gusta conocer, cosas que salen de lo turístico. Ir a comer a un barrio, Villa Devoto, por ejemplo. Como para conocer

una parte diferente de la ciudad (Nexo de turistas brasileiros VFA20, entrevista realizada el 9 de marzo de 2016)

En ese relato se observa cómo el conocer la cultura local es mucho más amplio y divergente que en las otras modalidades, justamente porque no es que no recorren lo típico, sino porque que además de eso conocen otras zonas y otros barrios y sitios que son novedosos y atractivos para el público en general y para un turista en particular.

## **5. CONCLUSIÓN: MÚLTIPLES APREHENSIONES EN UN MISMO DESTINO TURÍSTICO**

Atravesando la descripción y análisis sobre las diversas prácticas que acontecen se percibe que la sociedad y el turismo se complejiza, se fragmenta y diversifica. La demanda y la oferta turística transitan un rumbo cada vez más interactivo. Se superponen las esferas del trabajo y el ocio producto de la sociedad cambiante, disruptiva y flexible. A pesar de que hoy en día se desdibujan las fronteras entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio, una asidua comprensión sobre las configuraciones que atañen al individuo y al ámbito del turismo, permiten aislar la mirada sobre un aspecto de la compleja realidad y alimentar las formas interpretativas y holísticas sobre los desórdenes y problemáticas existentes.

Los desplazamientos humanos lejos de mermar en cantidad se amplían a diversas esferas de la vida social del individuo moderno manifestándose en innumerables modalidades o tipologías de turismo. Por ello, a través de este trabajo se presenta el diversificado abanico de posibles actividades que los turistas realizan en la ciudad de Buenos Aires y que se condicen con especificidades y carácter cosmopolita que ella acarrea, como también con la gran diversidad cultural que caracteriza la oferta de actividades disponibles. El carácter integrador del turismo que emana de los supuestos provenientes de los organismos internacionales resulta desmenuzado e interpretado desde las diversas vertientes de prácticas turísticas que tienen lugar en un mismo destino.

Si bien es cierto que aquí se seleccionaron paseos a analizar que, en términos cuantitativos y referidos al volumen de turistas que los protagonizan, devienen en los más representativos del turismo receptivo regional, cabe efectuar la aclaración sobre la inacabable oferta cultural y turística que presenta el destino Buenos Aires. Confluye un engranaje de actividades que los turistas que tienen cierta noción de la vastedad de esa oferta deben tomarse un tiempo de análisis y

---

<sup>20</sup> VFA es el tipo de turista cuya motivación principal es visitar a un familiar y/o amigo, también conocido como turismo vincular.

selección según criterios plenamente ligados a la afinidad, al gusto y al acompañante con el que viajan.

Esta diversidad va, desde la perspectiva de turismo verde, la oferta de *biketours*, los paseos al delta del Tigre, navegaciones, tours temáticos específicos de determinados aspectos históricos, o arquitectónicos. El tango como un recurso cultural a ser apreciado por los extranjeros dada la particularidad de su origen en la zona rioplatense, pero también como una actividad a ser experimentada y vivenciada en carne propia, como se desprende de las múltiples ofertas de tango para turistas que se visibilizan dentro de las actividades para hacer en la ciudad.

*Tours* religiosos, como es el caso del *tour* del Papa, específicos, como es el caso de los turistas que vienen a ver determinadas exposiciones que ofrece la ciudad como gran ciudad cosmopolita y global en la que se puede encontrar de las más diversas opciones de actividades para hacer. El cosmopolitismo que se aleja de la visión aurática de un destino y se asemeja más a la glocalización, parece encajar en el destino Ciudad de Buenos Aires, donde se encuentran múltiples culturas y confluyen diversas comunidades.

En esa línea, se enfrenta un avasallamiento por parte de la industria turística en moldear ciertas prácticas turísticas entrando también en un plano de naturalización en el que concilian los deseos y aspiraciones de los turistas con el objetivo de los intermediarios. Pero, por otro lado, cada vez más presente, se advierte una diversificación en la forma que se piensan, se planean, se adquieren y se experimentan los viajes.

La estructura turística, y sus acciones de promoción intercede en las formas de visitar de los turistas, a través de su estrategia comunicacional, como en la obra pública para uso turístico y no turístico. La internacionalización del turismo se observa también en la gran ciudad de Buenos Aires, con la presencia de grandes empresas turísticas, siendo parte del entramado de actores que rigen las políticas comerciales y turísticas propias del sector privado, pero también conviviendo con un turismo auténtico, cultural, de raíz, con una historia particular y rasgos identitarios que se distinguen dentro de la región latinoamericana. Por ello se observa que coexisten dos formas de turismo bien delimitadas, por un lado, el turismo masivo, estandarizado, (menos integrador) y por otro el turismo autónomo, y especializado (más integrador). Ambivalentes, aunque no contradictorias, son las configuraciones que constituyen la imagen urbana de la ciudad turística Buenos Aires donde confluye el anonimato, la burbuja turística, las tradiciones y los rasgos identitarios propios.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- CATALANO, B. (2017): “Turismo e integración regional: el caso del Mercosur”. In *Novas fronteiras de estudos em turismo: dialogando com as Relações Internacionais* (pp. 107–149). São Paulo: InMod.
- CATALANO, B., & TOTTINO, L. I. (2016): “Modernidad y globalización: una perspectiva a través del turismo”. *Unidad Sociológica*, (6), 41–50.
- COHEN, E. (2005): Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y Sociedad*, 42(1), 11–24.
- DE SOUZA MINAYO, M. C. (2009): *La artesanía de la investigación cualitativa*. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- GOFFMAN, E. (1979): *Relaciones en público*. Madrid: Alianza Editorial, p. 379
- HIERNAUX-NICOLAS, D. (2006): “De flâneur a consumidor: hacia una fisonomía del transeúnte en las ciudades contemporáneas”. In *Pensar y habitar la ciudad. Afectividad, memoria y significado en el espacio urbano contemporáneo* (pp. 145–155). Barcelona: Anthropos Editorial.
- MACCANNELL, D. (2003): *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.
- SIMMEL, G. (1986): “Las grandes urbes y la vida del espíritu.” In *El individuo y la libertad: ensayos de crítica de la cultura* (pp. 247–261). Barcelona: Península.
- SCHUTZ, A. (2003): *Estudios sobre teoría social*. (1 A, Ed.). Buenos Aires: Amorrortu.
- SHELLER, M., & URRY, J. (2006): The new mobilities paradigm. *Environment and Planning*. 38(2), 207–226.
- TURNER, L., & ASH, J. (1991): *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*. Madrid: Endymion.
- URRY, J. (2004): *La mirada del turista* (2nd ed.). Lima: Universidad de San Martín de Porres. Serie Turismo y Sociedad.
- URRY, J., & LARSEN, J. (2011): *The Tourist Gaze 3.0*. London: Sage.