

Editores: Fernando Carrión, Marcelo Corti,
Patricia Ramírez Kuri, Pedro Abramo

Editora general: Paulina Cepeda

El futuro de las ciudades



© 2022 FLACSO Ecuador
Julio de 2022

ISBN: 978-9978-67-611-0 (impreso)
978-9978-67-612-7 (e-pub)

FLACSO Ecuador
La Pradera E7-174 y Diego de Almagro, Quito-Ecuador
Telf.: (593-2) 294 6800 Fax: (593-2) 294 6803
www.flacso.edu.ec

Corrección de estilo:

Juana Garabano Caporossi; Martina Sipowicz

Apoyo editorial:

Emilia Silva; Mayra Dominguez

El futuro de las ciudades / editado por Fernando Carrión, Marcelo Corti,
Patricia Ramírez Kuri, Pedro Abramo y Paulina Cepeda. Quito : FLACSO
Ecuador, 2022

ix, 630 páginas : ilustraciones, figuras, gráficos, mapas, tablas

Incluye bibliografía

ISBN: 9789978676110 (impreso)

ISBN: 9789978676127 (e-pub)

PLANIFICACIÓN URBANA ; CIUDADES ; SOCIOLOGÍA URBANA ; POLÍTICA URBANA ; ECONOMÍA ; ZONAS URBANAS ; ESPACIOS PÚBLICOS ; URBANISMO ; DESARROLLO URBANO. I. CARRIÓN, FERNANDO, EDITOR II. CORTI, MARCELO, EDITOR III. RAMÍREZ KURI, PATRICIA, EDITORA IV. ABRAMO, PEDRO, EDITOR V. CEPEDA, PAULINA, EDITORA

307.76 - CDD

Índice

Presentación	ix
INTRODUCCIÓN	
El futuro de las ciudades	3
<i>Pedro Abramo, Marcelo Corti, Patricia Ramírez Kuri y Fernando Carrión M,</i>	
METRÓPOLIS GLOBALES	
Las ausencias en nuestros análisis	29
<i>Saskia Sassen</i>	
París 2021 - Trayectoria metropolitana y gobernanza Viejos problemas y nuevos desafíos	45
<i>Marie-France Prévôt-Schapira</i>	
Ciudad de México Espacio público y neoliberalismo urbano en tiempos de pandemia	61
<i>Patricia Ramírez Kuri</i>	
La gobernanza de las metrópolis y los desafíos de la inclusión: la trayectoria de São Paulo	89
<i>Eduardo Marques</i>	
Trayectoria, transformaciones e incertidumbres de la ciudad de Chicago a través de los cambios de régimen socioeconómico del capitalismo	107
<i>John Jairo Betancur</i>	
Un nuevo urbanismo de transformación y reciclaje de la ciudad existente: Proyecto Madrid Centro	125
<i>José María Ezquiaga</i>	

Historia y perspectivas del desarrollo urbano sostenible en Seúl.	151
<i>Federico Poore</i>	
Informalidad urbana en Corea del Sur	169
<i>Pedro Abramo y Arantxa Rodríguez</i>	
Los desafíos de la ciudad futura: Pospandemia, desarrollo urbano y derechos humanos.	201
<i>María Mercedes Di Virgilio</i>	
METRÓPOLIS CONTINENTALES	
Santiago, la pandemia neoliberal	215
<i>Alfredo Rodríguez y Paula Rodríguez</i>	
Bogotá, el futuro incierto al fragor de la sindemia metropolitana.	235
<i>Óscar Alfonso Roa</i>	
Montevideo, memoria y futuro	251
<i>Mariano Arana y Salvador Schelotto</i>	
Panamá metropolitana: entre espejismos y desigualdades.	263
<i>Magela Cabrera Arias</i>	
Caracas o la gobernabilidad metropolitana frustrada. Ideas para repensarla	287
<i>Carlos Mascareño Quintana</i>	
Retos y oportunidades del crecimiento de la Ciudad de Guatemala en el inicio del siglo XXI	303
<i>Jean Roch Lebeau</i>	
Quito: crónica de una crisis anunciada	321
<i>Fernando Carrión M. y Paulina Cepeda</i>	
CIUDADES DE INTERMEDIACIÓN	
Ressurgências do passado, emergências do presente e o futuro pós pândemico das cidades, indicações a partir do caso brasileiro e sua capital.	353
<i>Benny Schvarsberg y Neio Campos</i>	
Ciudad Juárez en el contexto actual: Recuperar la inteligencia de la ciudad para proyectar su futuro posible	365
<i>Luis Alfonso Herrera</i>	

Covid-19 na fronteira Brasil-Uruguai: ilegalismos e políticas públicas nas cidades de Sant’Ana do Livramento e Rivera	393
<i>Letícia Núñez Almeida y Camilo Pereira Carneiro</i>	
Centro, periferia y fuego Córdoba en discusión.....	409
<i>Marcelo Corti</i>	
Aproximaciones a las lógicas de apoyo mutuo en Cochabamba durante el confinamiento rígido por el Covid 19	425
<i>Juan E. Cabrera, José Martínez, Carla Quezada y Margoth Salazar</i>	
Asunción: Posibilidades para la gestión participativa en el gobierno local	447
<i>Ana Raquel Flores</i>	
DEBATES CENTRALES	
La ciudad neoliberal en América Latina	465
<i>Fernando Carrión M.</i>	
Por una teoría crítica del mercado del suelo urbano	493
<i>Samuel Jaramillo</i>	
La Ciudad por Partes El plan de sector como un instrumento de planificación para periferias complejas. Experiencias recientes en Córdoba, Argentina	509
<i>Fernando Díaz Terreno</i>	
Pensar la infraestructura urbana en América Latina.....	519
<i>Pedro Pérez</i>	
Producción social del hábitat en América Latina	533
<i>Enrique Ortiz</i>	
Historia y presente de las iniciativas de Producción Social del Hábitat desde el prisma del Programa de Autogestión de la Vivienda (PAV): ¿Alternativa para la(s) desigualdad(es) urbana(s) en el contexto del COVID-19?	545
<i>María Mercedes Di Virgilio y Alejandro Lorences</i>	

DEBATES EMERGENTES

Ciudad, ciudadanías y expresiones solidarias en la producción urbana y en contextos de crisis sanitaria	571
<i>Yutzil Cadena</i>	
Espacio público y ciudadanía en la centralidad urbana.	579
<i>Vladimir Morales</i>	
Criar Paisajes Sanos. En busca de una ciudad mejor	589
<i>Karina Borja</i>	
Turismo urbano y COVID-19	605
<i>Victor Llugsha G.</i>	
Pandemia y Ciudades de Frontera.	613
<i>Francisco Enríquez Bermeo</i>	
¿Hacia dónde vamos?	623
<i>Valeria Reinoso Naranjo</i>	

Turismo urbano y COVID-19

Víctor Llugsha G.¹

El impacto de la pandemia generada por COVID-19 y las consecuencias de tipo sanitarias han provocado análisis y extensos debates desde el primer trimestre de 2020. A nivel global la economía se vio golpeada de forma contundente, siendo el sector turístico uno de los que se vio afectado de forma instantánea debido a las restricciones de movilidad y acciones generalizadas de confinamiento. También será uno de los últimos sectores que logre recuperar las cifras que tenía antes del inicio de la pandemia. Enfrentar la denominada nueva normalidad se muestra en realidad como la continuación de la normalidad que existía previamente, pero con desigualdades que se siguen ahondando con el pasar del tiempo de la pandemia.

El presente texto plantea varias reflexiones respecto a la situación del turismo urbano desde un enfoque ex-ante a marzo de 2020, para posteriormente señalar los principales efectos de la pandemia en las actividades turísticas. Finalmente se abordará la cuestión del futuro del turismo urbano cuando el mundo enfrente a una etapa ex-post de la pandemia.

¹ Magíster en Gobierno de la Ciudad, con mención en Centralidades Urbanas y Áreas Históricas, FLACSO, sede Ecuador. Magíster en Innovación de la Gestión Turística con mención de Turismo Gastronómico, por la Universidad de Barcelona. Licenciado en Turismo Histórico Cultural, Universidad Central del Ecuador. Docente de la Universidad UTE. Correo de contacto: vikxox@gmail.com

Turismo urbano, abandonar al ciudadano para recibir al turista

El turismo es visto de forma general como un generador de oportunidades para los territorios urbanos y rurales debido a las facilidades que brinda para su desarrollo, su capacidad de redistribución de ingresos y la posibilidad de empoderar a sectores vulnerables de la sociedad. Más de 1.400 millones de turistas moviéndose por el mundo cada año (Organización Mundial del Turismo, 2019) representan un mercado ávido de sitios por visitar.

A nivel global los destinos turísticos (Boullón, 2006) atraviesan un proceso similar en su conformación. En una primera instancia, el interés que genera un sitio (natural o cultural) provoca la llegada de visitantes, en la medida que su número se incrementa, la necesidad de contar con una serie de servicios que satisfagan los requerimientos de estos viajeros se incrementará. La infraestructura para la operación turística se concentra principalmente en las ciudades (hoteles, aeropuertos, restaurantes, museos, etc.), donde las instalaciones turísticas brindan soporte a la operación.

Este progresivo incremento no escapa a la dinámica capitalista de expansión, que busca incorporar nuevos productos que generen más beneficios (Martínez, 2019). De esta forma los destinos mejoran su planta turística, infraestructura local y generalmente construyen una imagen-marca del destino, de esta forma se da paso a lo que se denomina *producto turístico*.

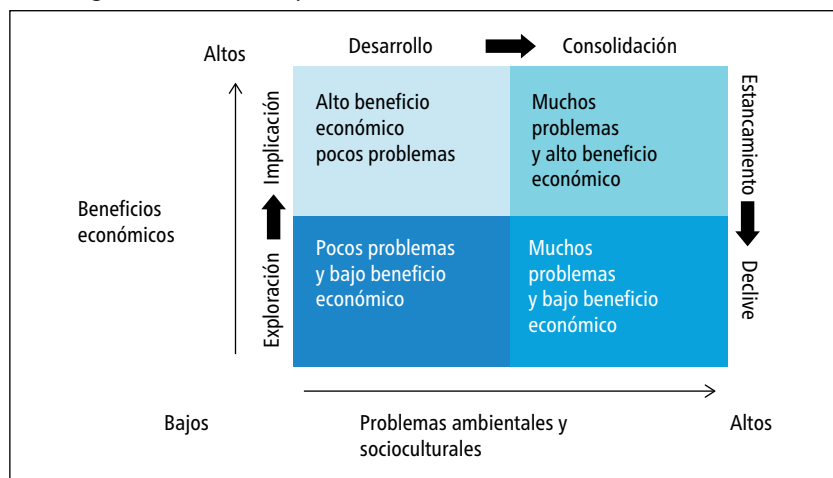
Durante las últimas décadas las ciudades se han concentrado en venderse como destinos por medio de una imagen-marca que abarque a los distintos productos turísticos que en el territorio se desarrollan. La construcción de un valor simbólico que esté asociado a la ciudad, desencadenó una carrera en la que contar con el mayor número de turistas es un sinónimo de éxito. Así, las ciudades pasan a convertirse en espacios de la turistificación (Llugsha, 2019), donde los bienes histórico patrimoniales urbanos (Carrión, 2003) son valorados en la medida de los réditos económicos que pueden generar a través de actividades como el turismo.

Destinos urbanos como Barcelona, Venecia o París, antes de los efectos de COVID-19 se encontraban en una etapa de estancamiento, con relación a los beneficios económicos generados por el turismo y los problemas

que esta actividad generaba en el territorio. La atracción masiva de turistas llevó a que las ciudades tengan una población flotante que sobrepasaba ampliamente a los residentes, quienes terminaron siendo desplazados de los lugares aledaños a los atractivos turísticos debido a los problemas asociados al turismo.

Esto puede ser percibido como un ciclo evolutivo por el que los destinos turísticos atraviesan. La relación de los beneficios y los problemas que genera el turismo los ubica en seis etapas posibles que van desde la exploración hasta el estancamiento y declive (ver Figura 1).

Figura 1. Matriz de impactos en la evolución de los destinos turísticos



Fuente: Soares *et al.*, 2012.

El estancamiento de los destinos turísticos se debe en gran medida al hecho de que el modelo de turismo urbano es un proceso de monocultivo turístico, donde la ciudad es mercantilizada como un producto que termina afectando a la población local a distintos niveles. Las ciudades pierden su identidad (evolutiva en el tiempo), para convertirse en postales a ser etiquetadas en redes sociales, puesto es el imaginario que se construye para los visitantes.

Hashtag - marca ciudad

La imagen del destino se convirtió en un factor determinante para conseguir más visitantes y todo aquello que no termina de encajar con el valor simbólico que se le quiere dar al destino, termina siendo desplazado (Verena, 2017). En este proceso los gobiernos municipales realizan intervenciones urbanas que buscan mejorar el ornato y adecentar los espacios aledaños a los atractivos turísticos, con el propósito de generar mejores paisajes para los turistas. De tal forma que se da paso a procesos de gentrificación (Oviedo *et al.*, 2020), en los que los barrios se vacían de ciudadanos debido a los efectos de la elitización o porque su condición de arrendatarios no compagina con los nuevos giros de negocio que se presentan como necesarios para los turistas.

Uno de los principales efectos negativos que se han presentado es el rechazo de los residentes hacia los turistas, una turismofobia (Guitart *et al.*, 2018; Milano, 2018) que busca rechazar la mercantilización de la ciudad en una disputa por el derecho a la ciudad de quienes habitan la ciudad. Este tipo de efectos negativos sobre la ciudad y sus pobladores lleva a que destinos como Viena² se planteen opciones para abandonar la venta de la ciudad como objeto de consumo para el turismo.

Todo esto quedó temporalmente suspendido en el tiempo debido a la pandemia. Sin embargo, la ciudad sigue presente con actores y requerimientos similares a los que existían antes de COVID-19. En la medida que los viajes se normalicen, las campañas de marketing de las marcas ciudad retomarán con fuerza sus estrategias para atraer masivamente a los turistas a sus destinos.

Ciudad y turismo comunitario urbano

La percepción de la población local sobre el desarrollo del destino turístico es un indicador clave para determinar la evolución de los potenciales conflictos que, derivados de las actividades turísticas, se dan en el territorio

2 La campaña “Unhashtag Vienna” busca evitar que los turistas vivan la ciudad a través de sus teléfonos inteligentes. Ver: <https://unhashtag.vienna.info/en-us>

(Zielinski & Botero, 2011). Esto se puede traducir como la incidencia que el barrio puede tener sobre las cosas que en el barrio ocurren.

Los espacios con mayor capital social –barrio– logran hacer frente de mejor manera a los problemas que en su entorno se generan. Pese a que el barrio es un espacio necesario, no debe verse como un ente homogéneo que recorre de forma armónica el territorio. Las ciudades albergan una amplia gama de barrios sobre los cuales no se pueden ejecutar políticas similares como una suerte de receta que reproduce casos exitosos. Esto significaría centrarnos en encasillar al barrio en una visión nostálgica que “impulsa moldear a la fuerza la vida de una ciudad como imitación de la vida residencial o provinciana” (Jacobs, 2013, p. 143).

Antes de COVID-19 se hablaba de la necesidad por desarrollar un turismo responsable, es decir un negocio responsable (Santana, 2008) que permita el aprovechamiento de los beneficios generados por el turismo urbano, sin que a la par se extermine a los ciudadanos. El modelo de turismo comunitario urbano (Llugsha, 2019) es una respuesta posible para los barrios en los que los residentes que no cuentan con un capital de inversión que les permita contar con negocios/infraestructura/equipos/etc., pero que pueden brindar su vida cotidiana como parte de la experiencia de los turistas al momento de visitar la ciudad.

En una primera etapa las iniciativas de turismo comunitario urbano tuvieron que acoplarse (e integrarse) a los canales tradicionales de comercialización de servicios turísticos, esto significa una desventaja en el mercado, debido a que, si bien buscan ser una respuesta a los problemas generados por el turismo masivo, terminan por convertirse en un aspecto diversificador de un modelo que buscaban hacer frente. Con el desarrollo de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) y el avasallador mundo del internet, ahora resulta más fácil conocer propuestas que desde los ciudadanos nos acercan a un turismo más ético que incluye a los residentes del territorio y sus realidades. Visitas virtuales, aplicaciones móviles, realidad aumentada facilitaban la experiencia de viaje de los turistas, pero también permitieron que modelos de negocio como P2P (peer to peer) empoderen a nuevos actores turísticos.

Esto abrió la puerta de la “uberización” de las ciudades, eliminando intermediarios y generando más beneficios (para casi todos). Los princi-

pales perjudicados han sido los modelos de negocios tradicionales que han terminado por ceder y acoplarse a estas nuevas dinámicas. Por ejemplo, en plataformas como Airbnb donde se puede gestionar el servicio de hospedaje con particulares (departamentos, casas, habitaciones, etc.), cada vez son más hoteles los que se han visto en la necesidad de ofertar sus servicios por esta plataforma (y otras similares).

La caída de ventas por la disminución del turismo urbano ha llevado al mercado a posicionarse en nuevos usuarios de los servicios turísticos, grupos como los nómadas digitales han despertado el interés del sector turístico, por lo que es necesario la adaptación del turismo a un mundo que tuvo cambios significativos. (Llugsha & Camacho, 2021).

El imaginario del pos covid-19, la ciudad y el turismo (conclusiones)

La pandemia se territorializa, agudizando problemas preexistentes en la ciudad como acceso a vivienda, servicios básicos, roles de género, trabajo, conectividad, etc. En el ámbito laboral más de 174 millones de empleos relacionados con actividades turísticas se vieron afectados en el mundo (Zuñiga, 2021), debido a que la infraestructura turística se encuentra mayoritariamente en ciudades; son más de 100 millones de desempleados urbanos, esto muestra la fragilidad del modelo turístico frente a los efectos de una pandemia a la escala de COVID-19.

Las tensiones de los mercados en las ciudades hacen necesario que los grupos que defienden el derecho a la ciudad tengan más espacio y poder para hacer frente. Deben ser partícipes de la construcción de políticas turísticas, de tal forma que no sean solamente instituciones con intereses particulares las que planteen un tipo de gobernanza turística sobre las ciudades.

El barrio, para quien lo habita, es una utopía en un mundo lleno de potenciales turistas que buscan experiencias nuevas. El involucramiento de los ciudadanos es necesario al momento de definir el tipo de turismo que se quiere para el territorio, y que no sea solamente la consecuencia del progresivo aumento de turistas que arriben a una ciudad donde se termina mercantilizando su patrimonio y espacio público.

Pese a que de forma generalizada se posicionaron expresiones como pos pandemia o nueva realidad, no se identifican cambios significativos (más allá de los de tipo sanitario) en los modelos de gestión turística urbana. El requerimiento de incentivos económicos, disminución o eliminación de impuestos, buscan apuntalar los negocios que lograron prevalecer a la pandemia, pero no se discuten nuevos modelos de turismo urbano para las ciudades.

Bibliografía

- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico* (4ta ed.). Trillas.
- Carrión, F. (2003). Ciudad y centros históricos: Centros históricos y actores patrimoniales. En *La Ciudad Inclusiva* (pp. 129-152). Naciones Unidas/CEPAL/Cooperazione Italiana. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/27821>
- Guitart, N., Alcalde, J., Pitarch, A., y Vallvé, Ó. (2018). De la Turismofoobia a la Convivencia Turística: El Caso de Barcelona. Análisis Comparativo con Ámsterdam y Berlín. *ARA: Revista de Investigación en Turismo*, 8(2), 25-34.
- Jacobs, C. (2013). *Muerte y vida de las grandes ciudades* (3era ed.). Capitán Swing. <https://capitanswing.com/libros/muerte-y-vida-de-las-grandes-ciudades/>
- Llugsha, V. (2019). La ciudad de las oportunidades. Turistificación y emprendimientos del Centro Histórico de Quito. *INNOVA Research Journal*, 4(3.1), 223-232. <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.1.2019.1065>
- Llugsha, V., y Camacho, S. (2021). Ecuador: Una visión ex ante del turismo y los efectos de la pandemia COVID 19. En *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19* (pp. 7-35). CONGOPE : Ediciones Abya Yala : Incidencia Pública Ecuador.
- Martínez, P. (2019). Los espacios turísticos: Producción, experiencias e imaginarios. El caso de la Araucanía andino-lacustre chilena, 1900-1940. *Cuadernos de Turismo*, 44, 219-246. <https://doi.org/10.6018/turismo.44.404821>

- Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(3), 551-564. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Las llegadas de turistas internacionales suman 1.400 millones dos años antes de las previsiones*. <https://www.unwto.org/es/press-release/2019-01-21/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suman-1400-millones-dos-anos-antes>
- Oviedo, S., Llugsha, V., y Ocaña, W. (2020). Actividad turística y su relación con la gentrificación en el centro histórico de Quito. *INNOVA Research Journal*, 5(3.2), 151-162. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2.2020.1560>
- Santana, A. (2008). El turismo cultural. ¿Un negocio responsable? *Estudios y perspectivas en turismo*, 17(4), 294-318.
- Soares, J. C., Gândara, J. M. G., y Ivars-Baidal, J. (2012). *Indicadores para analizar la evolución del ciclo de vida de los destinos turísticos litorales*. <https://doi.org/10.14198/INTURI2012.3.02>
- Verena, C. (2017). Los procesos de patrimonialización y turistificación en la legitimización de paisajes desiguales. *Sociedade & Natureza*, 29, 195-208.
- Zielinski, S., y Botero, C. (2011). Percepción de la comunidad como indicador del ciclo de vida de un destino: Hacia el desarrollo de un sistema de alerta temprana para pequeños destinos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 1366-1388.
- Zuñiga, É. (25 de febrero 2021). El mayor reto del turismo no fue la pandemia, sino la falta de coordinación: Gloria Guevara. *La Lista*. <https://la-lista.com/turismo/2021/02/25/el-mayor-reto-del-turismo-no-fue-la-pandemia-sino-la-falta-de-coordinacion-gloria-guevara>