

TURISMO CREATIVO E INNOVADOR PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE

Yuleimi Peña

*Extracto de Conferencia en el Marco del 1er Seminario Aplicado a las Ciencias Sociales y Jurídicas,
UNELLEZ San Carlos.
Mayo 07 de 2019*

El turismo siempre ha sido percibido más como una actividad económica que como una actividad social, pues se ha analizado siempre desde la oferta y demanda de mercado de consumidores o actores que ofrecen servicios o productos turísticos, y no desde las interacciones socioculturales que se generan. Según la OMT (2018) el turismo es el tercer mayor sector de comercio internacional, con el 10,4% del producto interior bruto (PIB) y responsable de 313 millones de trabajo en todo el mundo.

Sus orígenes son diversos, sin embargo se remontan hasta civilizaciones antiguas como Mesopotamia y Egipto, donde reyes y faraones disfrutaban de viajar por motivos religiosos, comerciales o culturales. Los romanos fueron los primeros en realizar lo que hoy en día se conoce como turismo, que no es más que el desplazamiento con pernocta y con el empleo del tiempo de ocio, pues disponían de muchísimo tiempo libre. Sin embargo el término turista, surge de la práctica del Grand Tour, el cual era un viaje que realizaban los jóvenes aristócratas británicos entre los siglos XVI y XVIII, con fines educativos, de esta forma enriquecían su intelecto y percepción del mundo, con la experiencia e interacción de las costumbres del Viejo Mundo.

El devenir histórico permite evidenciar que durante los períodos de crisis financieras o políticas se genera una contracción del turismo, como es el caso del período de las dos Guerras Mundiales. Sin embargo desde el 1950 con la inserción de novedosos adelantos tecnológicos como los aviones, el cine, la televisión, sustentado con las nuevas reformas laborales se estimuló el turismo de masas contemporáneo. Desafortunadamente, según Ibáñez (2007) en la corta historia sobre los desarrollos turísticos se han generado una serie de impactos perjudiciales en el ámbito ecológico y sociocultural.

Estos daños ambientales generados por el turismo de masa dio lugar a turismo sustentable, el cual es menos complejo de implementar en sistemas de desarrollo local, donde los mismos actores sociales son administradores, gestores, promotores y activadores de las actividades o servicios, pero con un impacto mucho menor al ambiente y respetando el paradigma cultural del contexto.

La creación del concepto de sustentabilidad, en el Informe Brundtland en 1987, otorga las herramientas que ambientalistas, antropólogos, promotores sociales, y preservadores de la identidad cultural y la biodiversidad, estaban esperando para contrarrestar la visión antropocentrista del turismo de masas, dando inicio al turismo alternativo. Este nuevo paradigma del turismo es definido por Ibáñez,

R y Cabrera, C. (2011) y es entendido como el conjunto de modalidades turísticas que tienen por objetivo ser consecuentes con los valores naturales, sociales y comunitarios, permitiendo además tanto a los anfitriones como a los turistas disfrutar de una interacción positiva y que además, genera menor impacto negativo en lo ambiental y en lo social. Entre este concepto podemos encontrar: turismo cultural, de naturaleza, deportivo, religioso, educativo, de Salud, Gastronómico, entre otros.

Estos tipos de turismo tributan al Turismo Creativo, el cual elimina la feroz competencia entre actores sociales, sino que además permite su integración para crear un producto o servicio turístico único. Entre las innovaciones está la creación de aplicaciones para la búsqueda de sitios turísticos, estableciendo no sólo las rutas, sino los enlaces con organismos públicos y privados que enriquezcan la experiencia del turista, así como el diseño de Blogs de Viajes, y el empleo de la Realidad Virtual por los tour operadores.

Innovar en turismo cada vez más está condicionado a la incorporación de las TICs en todas las etapas del viaje. El smartphone empieza a ser el mejor amigo de la persona y será el mejor amigo del viajero. Además es importante el equilibrio entre los elementos sociales, económicos y ambientales es necesario desde el destino, alojamiento y servicios. Promueve la economía circular, generando un ciclo de ingresos en los actores involucrados en la cadena de valor del turismo, así mismo garantizar una vivencia única, auténtica, exótica, y diferente donde el viajero pueda convertirse en un elemento vivo de la experiencia.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Ibáñez, R y Rodríguez, I. 2009. *Tipologías y visión teórica de impactos de la actividad turística*. en: Ibáñez Reyna y Antonina Ivanova (editoras.), *Medio ambiente y Política turística en México*, La Paz, Baja California Sur, UABCS
- Ibáñez, R y Cabrera, C. 2011. *Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional*. Editorial Serie Didáctica, UABCS.
- Organización Mundial del Turismo. 2018. *Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2018*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419890>