

Capítulo 2

Una aproximación a las diversas implicaciones de las nuevas formas del turismo

- ⇒ Definiciones y contenidos del turismo alternativo
- ⇒ Tendencias estructurales y espaciales del turismo alternativo
- ⇒ El dilema del crecimiento: el peligro de morir del éxito
- ⇒ Las implicaciones del turismo alternativo. ¿El remedio es peor que la enfermedad?
- ⇒ Recapitulación



Una aproximación a las diversas implicaciones de las nuevas formas del turismo

Es evidente que el turismo mundial ha crecido de manera continua desde los años cincuenta hasta nuestros días y todo apunta a que seguirá haciéndolo. Por otra parte el sector turístico se encuentra en un período de cambio donde, por un lado, se están diversificando las motivaciones y, por otro, crece la preocupación por sus impactos sociales, económicos y medioambientales, generando nuevas estructuras turísticas.

Como es bien conocido, los turistas actuales toman vacaciones más cortas pero más frecuentes. Además cada vez exigen una mejor calidad de alojamientos y servicios. Su interés por productos especializados es mucho mayor y frecuentemente combinan trabajo y placer. Generalmente solicitan vacaciones más activas y reducen el tiempo dedicado a “tumbarse al sol”. Cada vez más los turistas presentan mayor interés por actividades alternativas a las de sol y playa, haciendo surgir como respuesta, diferentes modalidades de turismo en áreas rurales y urbanas. Sintetizamos la búsqueda de nuevas experiencias, una característica muy marcada de este *post-turista*, en el siguiente cuadro.

Tendencias de la demanda turística

- ⇒ Vacaciones más cortas pero más frecuentes
- ⇒ Mayores exigencias de calidad (alojamientos, servicios, medio turístico)
- ⇒ Mayor demanda de productos especializados
- ⇒ Búsqueda de nuevas experiencias
- ⇒ Reducción del tiempo dedicado a “tumbarse al sol”
- ⇒ Vacaciones más activas
- ⇒ Combinación de trabajo y placer
- ⇒ Aumento de la demanda por parte de personas de mayor edad

Este aumento y diversificación constante de la demanda ha provocado una diversificación y especialización de la oferta, creando nuevos espacios y modalidades de turismo. En este proceso la globalización de la competencia es una tendencia bastante marcada del turismo global.

Sin embargo, existe cierta confusión y duplicación de definiciones de la expresión "turismo alternativo". Estas definiciones se apoyan en criterios diferentes, según las circunstancias: los tipos de destino (destinos alternativos), las motivaciones diferentes a las más habituales (productos alternativos) y la pequeña escala no masificada. Pero es importante evaluar si las nuevas formas alternativas son realmente un nuevo modelo de turismo o es el mismo proceso con más ramificaciones.

En primer lugar, vamos a argumentar la existencia del turismo alternativo y explorar las diversas acepciones para intentar formular una definición válida para este trabajo. A continuación trataremos las tendencias estructurales y espaciales del turismo alternativo. Luego, abordaremos el dilema de su crecimiento, para finalmente tratar las implicaciones de este tipo de turismo.

2.1 Definiciones y contenidos del turismo alternativo

Inicialmente el turismo alternativo se refería a un viaje independiente de un número reducido de personas hacia destinos remotos, carentes de comercialización. Sin embargo el impacto social y cultural de tales viajeros, a pesar de su número relativamente bajo, ha sido frecuentemente significativo en algunos lugares. Más recientemente el término *turismo alternativo* ha sido utilizado en el comercio del viaje para describir una gran variedad de tipos de vacaciones, incluyendo variaciones especializadas del turismo existente, tales como vacaciones educacionales, cursos de formación en negocios, y vacaciones *adrenalina*, de deportes de aventura.

Algunos autores (Jones, 1992; Wheeler, 1992), cuestionan la existencia de este denominado turismo alternativo. Según Jones (1992), el turismo alternativo sería minoritario, poco estructurado, pero no necesariamente sin impacto, y Wheeler (1992) resalta que el turismo alternativo también ha sido acusado, por sus críticos, de ser simplemente un precursor del turismo en masa.

Alternativas a sol y playa pueden ser más masivas de lo que se piensa. Siguiendo esta idea, Priestley (1997), argumenta que existe una tendencia bastante generalizada en hacer una división entre el turismo de costa y el de interior, interpretado este último como una alternativa a las formas más corrientes y tradicionales como fenómenos independientes y claramente diferenciados cuando, de hecho, tienen muchos aspectos comunes. Ellos forman parte de un mismo fenómeno, existiendo dos facetas que se han desarrollado de forma desigual hasta la actualidad. Esta división viene dada, más por el desigual desarrollo del turismo en los dos ámbitos, que por sus diferencias intrínsecas.

Aún teniendo en cuenta las similitudes existentes entre el turismo de costa y el turismo de interior resulta claro que también existen diferencias importantes. Según Priestley (op. cit.), el desfase temporal entre la expansión de las formas existentes permite que se planifique y proteja el medio natural. El límite cuantitativo más bajo, una reducción de la capacidad de carga ecológica y la capacidad de carga social, que imponen estas nuevas formas turísticas, son los factores más significativos.

Existe una percepción idealizada que algunas formas de turismo alternativo promueven una mayor integración del turista a la comunidad local. Sin embargo, esta integración es realmente limitada. Priestley (op. cit.), explica que muchos turistas trasladan sus exigencias urbanas de comodidad a los destinos alternativos en general y cabe preguntarse hasta que punto esta oferta es una verdadera alternativa o, simplemente, se trata del mismo producto menos masificado en un entorno diferente.

Basados en estos argumentos se concluye que el turismo alternativo constituye, a veces, una avanzadilla que empieza a abrir el mercado, un precursor del turismo de masas. Lo que se implanta, a veces, es una buena gestión con el fin de limitar los impactos negativos del turismo sobre el medio ambiente, a medida que haya una expansión progresiva de éste. Como resultado, las nuevas formas de turismo sólo se diferencian de las formas ya establecidas, básicamente, en la velocidad de su expansión. Hay claras tendencias hacia la segmentación de la demanda, la flexibilidad de la oferta y la búsqueda de rentabilidad por medio de la integración diagonal - integración de todos los elementos que componen la oferta. Pero el peligro de este proceso es establecer mini-segmentos del mercado de masas y el dilema que queda por resolver es compaginar el incremento de la demanda con la conservación.

A la vez también es importante considerar que el concepto de turismo alternativo nació como la materialización de un enfoque más sostenible, la imposición de unos límites cuantitativos de expansión y formas de explotación a las nuevas demandas turísticas. En el siguiente cuadro se resumen las características originales del concepto de turismo alternativo en una primera aproximación al fenómeno. No obstante, como se verá a continuación, habrá que matizar esta definición ya que el término ha sido adoptado para describir una gama amplia de prácticas turísticas.

Características originales del concepto de turismo alternativo

- ⇒ Nuevas modalidades de turismo
- ⇒ Límite cuantitativo más bajo, una reducción de la capacidad de carga ecológica y social, que imponen estas nuevas formas turísticas
- ⇒ Desfase temporal de expansión de las formas existentes y las nuevas, que permite que se planifique y proteja el medio natural
- ⇒ Posible precursor del turismo de masas

A propósito de los diferentes tipos de turismo, López (1993) hace una primera diferenciación o tipología que se basa en las motivaciones: recreo, negocios, salud, deporte y religión. Siguiendo el marco de las motivaciones y de la actitud y grado de participación del turista, encontramos cada vez más esquemas que distinguen entre el turismo pasivo y el turismo activo, identificándose habitualmente el turismo pasivo con el turismo de masas fundamentado en el descanso en espacios de sol-playa y en turismo activo como el turismo rural, el urbano, el deportivo, el de aventura, el de cruceros, el de balnearios y el de negocios y congresos. El turismo activo se contempla, además, como una alternativa al turismo pasivo de sol y playa, que se valora en determinados ámbitos regionales y por diversos analistas como un modelo agotado. No obstante, en nuestra opinión, es una generalización que no siempre se ajusta a la realidad; por ejemplo, los cruceros no se diferencian muchas veces del turismo de sol y playa, que, por otro lado, no tiene porque ser una actividad pasiva. Él sigue explicando que los elementos que forman parte de la práctica turística (la frecuentación, la periodización, el medio de transporte o el tipo de alojamiento...), así como las motivaciones y factores de atracción, cambian constantemente, por lo que no es de extrañar que la explotación de nuevos recursos turísticos dé paso a la aparición de nuevos turismos aparentemente alternativos.

Siguiendo la misma línea que López, Mowforth (1993), apoyado por Bueno (1995), propone varias posibilidades a la hora de jerarquizar estas formas de turismo y distingue entre turismo ecológico, cultural, de aventuras, y especializado. Él considera que todos los términos pueden englobarse dentro del concepto más general de turismo alternativo, en contraposición al turismo de masas convencional. Entre los diversos tipos de turismo existen diferencias significativas con relación al grado de concentración turística, a la estacionalidad, a las actividades de ocio asociadas, así como a la propia estructura de la oferta. El mismo autor propone algunas definiciones para los diferentes tipos de turismo existentes:

*Turismo **Ecológico**: una modalidad de turismo en el que la naturaleza es el principal protagonista en las actividades de ocio (incluye la observación no científica y el disfrute del medio ambiente).*

*Turismo **Cultural**: una modalidad de turismo en el que el objetivo fundamental del turista se centra en el conocimiento de la cultura (la antropología, la historia, el arte...) del territorio visitado.*

*Turismo de **Aventuras**: una modalidad de turismo en el que el turista participa de manera activa en el conocimiento del territorio visitado. A diferencia del turismo ecológico, la naturaleza es el elemento pasivo, siendo descubierta por el turista. Suele ir acompañado de actividades deportivas y en cierto modo arriesgadas.*

*Turismo **Especializado**: una modalidad de turismo en el que el turista busca profundizar en el conocimiento de un aspecto específico del territorio visitado y en el que es, en alguna medida, "experto".*

Se concluye que el turismo alternativo puede considerarse como un sistema complejo (al contener muy diferentes elementos y al estar éstos estrechamente interrelacionados), lo que hace imprescindible abordar su estudio desde una perspectiva interdisciplinar. También remarca la importancia de las nuevas formas de turismo por alcanzar la sostenibilidad (económica, medioambiental y sociocultural).

Una tipología similar para jerarquizar las nuevas formas de turismo ha sido propuesta por Reguero (1994), que distingue entre: turismo rural, verde, ecológico, de aventura y deportes, cultural, alternativo y blando. Para este autor, el turismo alternativo se caracteriza por ser un turismo consciente y responsable que observa un gran respeto por las características del país anfitrión y por la idiosincrasia de su población. Evidentemente ambas propuestas poseen ciertas lagunas, ya que no incluyen todos los tipos de turismo existentes y mezclan conceptos.

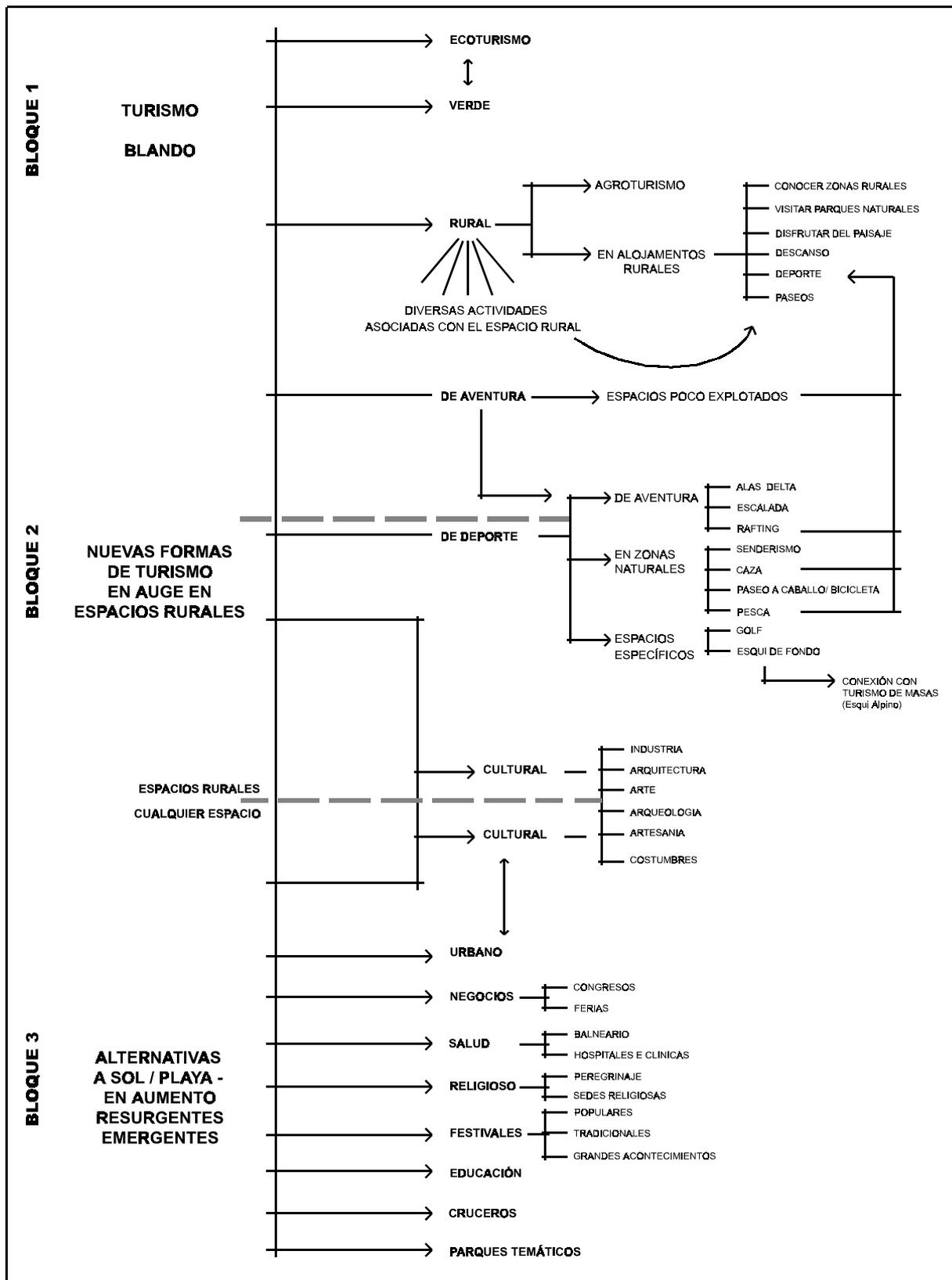
A continuación se resume la evolución del concepto de turismo alternativo y las principales lagunas que observamos.

Evolución del concepto de turismo alternativo

- ⇒ Viaje independiente, con un reducido número de personas hacia destinos remotos
- ⇒ Formas activas del turismo
- ⇒ La diferenciación de los tipos de turismo se amplía a lo larga del tiempo y se basa en motivaciones y recursos disponibles (culturales, ecológicos...)
- ⇒ Las clasificaciones propuestas presentan lagunas:
 - no incluyen todos los tipos de turismo
 - mezclan nuevas formas con las que ya existían
 - las modalidades producen diferentes niveles de impacto sobre el medio ambiente

Basados en estos marcos teóricos y Priestley (s/f), la autora de esta tesis ha elaborado una nueva jerarquía para las diferentes formas de turismo. Se divide en tres bloques, cada uno correspondiente a una acepción de la expresión "Turismo Alternativo", según su uso en los diversos textos sobre el tema. Evidentemente hay puntos de solapamiento, ya que ciertas actividades turísticas pueden pertenecer a más de una de las tres categorías, pero el esquema sirve para ordenar y clasificar la terminología utilizada (véase Figura 2.1).

Figura 2.1: Nuevas formas de turismo



Fuente: Elaboración propia, a partir de Priestley (s/f).

El primer bloque del turismo alternativo trata del turismo *blando*, es decir un turismo de bajo impacto. Éste incorpora, por lo tanto, la sensibilidad hacia la naturaleza, cultura y las formas de vida de las poblaciones receptoras. El turismo blando significa un beneficio óptimo para la población visitante y la población visitada. Las dos premisas esenciales en la concepción de turismo blando son:

1. La participación de la población de cada destino en la elaboración de la política de desarrollo del turismo, como medio de asegurar que sea la principal beneficiaria de la actividad turística y como medio para evitar los proyectos turísticos demasiado grandes y la especulación de capital foráneo
2. La conservación de la naturaleza y el respeto hacia el medio ambiente como único medio de asegurar la base de un desarrollo turístico a largo plazo

En este compartimento, distinguimos entre las formas de turismo verde, ecoturismo, rural y de aventura. Existe cierta confusión en el uso de la terminología “ecoturismo” y “turismo verde”, donde se intercambian los términos con frecuencia. En el conjunto de la literatura, el turismo verde es algo amplio, simplemente es el turismo en zonas verdes, sobre todo paisajes naturales, y no se pretende contribuir a su conservación, sólo a su disfrute, pero sin perjudicarlo. El ecoturismo marca la diferencia, puesto que acentúa los aspectos de la conservación de la naturaleza.

El turismo rural es aquel practicado en zonas rurales y comporta actividades propias de este ámbito, tales como visitas a zonas rurales y parques, senderismo, paseos a caballo y contacto con la naturaleza. También se utiliza la expresión “agroturismo”, aunque en sus orígenes se limitaba a aquellas formas de turismo que implicaban la participación de los turistas en actividades agrícolas. El turismo de aventura implica circuitos, excursiones, senderismo por zonas poco habitadas o poco frecuentadas, fuera del control del sector turístico y con un cierto elemento de riesgo. Este tipo de turismo tiene conexiones con el turismo deportivo.

El segundo bloque se refiere a las nuevas formas de turismo alternativo en auge en los espacios rurales. La autora comparte la opinión de Priestley (1997), cuando resalta que esta tipología puede servir para identificar las diferentes atracciones o motivaciones de los turistas, pero corre el riesgo de fragmentar el análisis del mismo. La investigadora resalta que existen muchas actividades turísticas en el interior, pero no hay que olvidar que existe un solapamiento espacial de dichas actividades y que ciertas medidas destinadas a fomentar una de ellas pueden ser perjudiciales para otra. Además, en muchos casos, los usuarios de estos espacios no se interesan exclusivamente por una actividad única.

El tercer bloque agrupa aquellas formas existentes que resurgen o aumentan y que no pertenecen a los otros bloques ni al turismo masivo de sol y playa. Estas formas no están relacionadas con el uso y conservación de los espacios naturales. El turismo cultural es común tanto en el espacio rural como urbano y tanto puede pertenecer al bloque dos como al tres. El turismo urbano es un sector en auge, que encaja bien con la tendencia hacia las escapadas cortas a lo largo del año. Por su parte, el turismo de negocios cuenta con una demanda constante y el turismo de salud, aunque no esté relacionado con la conservación de espacios naturales, en general se ubica en ellos. Por último, los festivales, cruceros y parques temáticos también pertenecen a este bloque.

Dejando a un lado el argumento aparentemente polarizado entre el turismo de masas y el alternativo y concentrándose en los tipos de turismo que ofrecen diferentes conjuntos de beneficios y perjuicios, sin duda, hay cambios. Uno de los cambios en el turismo es la tendencia hacia la búsqueda de la minimización de los impactos ecológicos y socioculturales y la promoción del viaje como educador y catalizador de una visión responsable del mundo. De este modo, como sugiere Jones (1987), el viaje puede estimular el aprendizaje, generar el entendimiento y proveer la base para actitudes sociales más responsables que estimulan la demanda de formas de turismo ambientalmente más aceptables.

2.1.1 La renovación del turismo rural y la integración del turismo cultural en él

En la actualidad, especialmente en regiones con grandes extensiones rurales, notamos que existe no sólo una demanda por un turismo rural sino un interés por disfrutar del destino conjugando diversas actividades que estén insertas en el contexto a través de diferentes formas de turismo, sean ellas formas más blandas, como el ecoturismo o turismo verde u otras como el turismo cultural, donde el visitante busca tanto la arquitectura del lugar como acercarse a las costumbres locales.

Abordaremos aquí dos movimientos muy claros: la renovación del turismo rural y la integración del turismo cultural en el medio rural orientados a atender la demanda de nuevos productos, solicitada por una parcela de la población que busca atender sus motivaciones de una manera particular, única e independiente.

➤ La renovación del turismo rural

Durante muchos años, el turismo rural fue identificado con el sector agrícola, sin embargo actualmente son preconizadas nuevas estrategias de desarrollo, resultando usos múltiples del espacio y diversidad de funciones y actividades. Estas actividades deben ser

económica y ambientalmente sostenibles, en beneficio de los turistas, pero más aún en el de la población local.

De acuerdo con esta afirmación, Grippo (1996) expone que las nuevas tendencias en el turismo -como el ecoturismo, turismo rural, agroturismo, etc.- pueden contribuir a la revitalización del espacio rural, que, para muchos, es el medio natural y el refugio contra las insatisfacciones de la vida urbana. Esta apuesta por la actividad turística es oportuna porque el sector turístico presenta importantes perspectivas de crecimiento y ciertas zonas rurales constituyen reservas de espacio de tranquilidad y reposo, con posibilidades de realizar actividades al aire libre y en contacto con la naturaleza.

En esta misma línea Cánoves y Villarino (2000) nos hablan de una oferta más diversificada en el alojamiento y en las actividades. En estos momentos, puede constatarse en Europa una evolución del turismo rural, inicialmente basado en el simple alojamiento, hacia formas más especializadas como una estrategia para captar una demanda diversa y más exigente. Así, la oferta va relacionada con la acogida y actividades gastronómicas, hasta las actividades ecuestres, de pesca y caza, o bien diferentes terapias o cursos.

Podemos hablar, entonces, de actividades turísticas muy variadas en el espacio rural que se diversifican en el alojamiento, la restauración, la venta de productos elaborados en las explotaciones, actividades complementarias de ocio y prestación de servicios no agrícolas⁴.

En su artículo, Cánoves y Villarino, (op. cit.) también explican que el imaginario del turismo en el espacio rural es el resultado de una serie de factores en las sociedades post-industriales, en las que se han asentado nuevas tendencias de consumo recreativo, que se han denominado post-turísticas y donde los cambios sociales y culturales derivan de un nuevo imaginario del consumo de turismo/ocio. La conversión y utilización de este espacio y del patrimonio rural para un uso turístico se ha hecho recurriendo a valores como la autenticidad, la identidad cultural y la etnicidad. Este imaginario colectivo del turismo en los espacios rurales se ha basado en:

1. El reencuentro con los valores de la naturaleza
2. La conversión del tiempo de ocio en una necesidad para las personas y un producto de consumo
3. La mirada individual, personal y romántica, con la que el ocio adquiere valor con relación a la experiencia turística, a la aportación cultural y a la conservación natural y patrimonial
4. Las raíces rurales
5. La movilidad y accesibilidad

⁴ Con relación a Brasil, especialmente la región Centro-Oeste, que tiene una tradición rural, se evidencia muchas iniciativas en este sentido, debido a la existencia de una relativa demanda. Esta diversificación puede ser considerada todavía incipiente, pues requiere un nivel de desarrollo socioeconómico y cultural entre la población rural que aún es insuficiente.

6. Una imagen en positivo del medio rural
7. La dotación de contenido a la experiencia turística
8. La calidad y autenticidad de los nuevos productos turísticos

➤ **El turismo cultural en el medio rural**

La manifestación de la cultura local puede estar presente en el patrimonio arquitectónico tanto como en las costumbres y las fiestas, así como en los usos del paisaje. Mazuel (2000), sostiene que la noción de patrimonio cultural rural es reciente, tanto como su descubrimiento como valor turístico; de hecho, aún existen dificultades en la definición, conocimiento, preservación y comercialización de este patrimonio. La arquitectura continúa siendo el punto central, pero toda construcción rural ha de ser evaluada en su entorno paisajístico; de allí, la importancia de la creación de una zona de protección del patrimonio arquitectónico urbano y paisajístico, y las políticas de los parques naturales y de sus gestores encargados de cuidar del medio ambiente. Esta noción bastante amplia del patrimonio cultural, ha derivado en una infinidad de ecomuseos, fiestas religiosas, restauraciones de casas y protección de las especies autóctonas. Esta nueva situación explica el interés del turista, que refuerza la nueva mirada. Es un fenómeno de equilibrio importante entre una preocupación colectiva y una individual, ambas centradas en la inquietud de perder sus características en un contexto de globalización. Paradójicamente con esta evolución favorable, el patrimonio cultural tiende a desaparecer rápidamente por varias razones: el vaciamiento de áreas rurales por el éxodo a las ciudades, el abandono de las construcciones agrícolas inadaptadas, tierras no cultivadas en paisajes no explorados, modernización sin criterio, pérdida de conocimientos, ausencia de referencias propias y de sensibilidad por parte de los más jóvenes.

2.2 Tendencias estructurales y espaciales del turismo alternativo

Los turistas actuales se están volviendo más selectivos en la elección de sus destinos. La industria que organiza las experiencias, ligando demanda y aprovisionamiento está respondiendo a esos cambios en la percepción, actitud y política. Sin embargo, las nuevas opciones turísticas, por muy sugestivas que pudieran parecer, ni alteran ni mucho menos substituyen la forma mayoritaria de ocupar el tiempo de vacaciones. En otros términos, los nuevos turismos no amenazan actualmente al turismo convencional tanto en sus facetas organizativas (touroperadores) como empresariales. Esto no significa que los turismos convencionales dejen de ser merecedores de crítica (masificación, pérdida de imagen, deterioro ambiental, bajos ingresos por turista, etc.) y que casi todos los destinos se

hallen necesitados de un cambio de rumbo y de asumir planteamientos distintos a los vigentes.

Según Go (1990), la industria del turismo tiene una estructura excepcionalmente heterogénea. Sin embargo, los sectores del turismo están sujetos durante las últimas décadas a dos tendencias principales: concentración e internacionalización. La explicación de ambas tendencias es simple: las compañías persiguen economías de escala y expansión internacional en un esfuerzo por reducir costes e incrementar cuota de mercado y así afrontar en mejores condiciones una competencia feroz. De esta manera el turismo evoluciona donde nuevas estructuras turísticas surgen y pueden convivir con las antiguas o bien sustituirlas.

2.2.1 Estructuras cambiantes en consonancia con las nuevas ofertas

Las atracciones son el alma de la mayoría de los productos turísticos debido a la demanda que generan. Prosser (1994), sin apostar por el turismo alternativo como sustituto del modelo tradicional de turismo español, afirma que es la expresión de una nueva forma de llenar el tiempo de ocio para una parte creciente de la sociedad urbana. El autor explica que algunas aportaciones valiosas inciden en la reordenación del turismo hacia versiones más flexibles y descentralizadas que, además, son más aptas para una integración social y espacial. Sin embargo, conforme nos argumenta Go (1990), con el objetivo de atender un turismo de masas en busca de novedades, se las transforma en atracciones y se estandarizan los servicios turísticos. Las atracciones desarrolladas comercialmente se han convertido recientemente en algo cada vez más popular y han empezado a competir o a complementar las atracciones naturales.

Coincidiendo con esta tendencia, la aparición de nuevas formas de turismo está ligada al recurso agua, la naturaleza, el patrimonio edificado y el paisaje. Verificamos que este proceso continúa y muchas de las demandas del turismo y del ocio están siendo transformadas en experiencias que pueden ser comercializadas, vendidas y compradas como cualquier otra comodidad. Profundizando sobre esta opinión, Rojek (1985) describe algunas de las características principales de la estructura del ocio: privatización, individualización y comercialización.

Britton (1991) que también introdujo la cuestión de la mercantilización, argumenta que el sistema de producción del turismo incorporó los lugares dentro de sus productos. Lugares y regiones pueden ser incorporados dentro del sistema del turismo de dos maneras: la primera de ellas es a través de la tentativa de la industria del turismo de dar mayor relieve a sus productos, los asociados con lugares específicos; el segundo medio de incorporación

es la asociación o asimilación de una atracción particular dentro de un producto turístico como, por ejemplo, el papel de ocio asumido por algunos centros comerciales. En ambos casos, la mercantilización del lugar ocurre a través de los mecanismos básicos de la economía de publicidad y del reto del marketing.

Shaw y Williams (1994) de acuerdo con estos conceptos, desarrollan más la cuestión, explicando que el turismo y el sistema de ocio, descritos por Rojek (1985), Urry (1990) y Britton (1991), desempeñan un papel central en la comprensión de la forma espacial y construcción de gran parte de nuestro paisaje contemporáneo. Los procesos del marketing del turismo están, cada vez más, tentados a persuadir a los consumidores que ellos están comprando, no solamente una libertad de las represiones a las que le somete el trabajo, sino también alguna forma de “estilo de vida más significativo”. Sin embargo, el turismo y los niveles de consumo no son puramente el resultado de la manipulación del sector promotor de la imagen. El sistema también es capaz de ser reestructurado por los cambios de la demanda del consumidor y, aún más importante, por las ideas del consumidor sobre las éticas del consumo. Tales reacciones se explican, en parte, por un ejemplo significativo: el crecimiento del llamado “turismo verde”.

Según Go (1990), como resultado de la tendencia mundial hacia la concentración de la industria, el turismo seguirá constituyendo un fenómeno de masas en el futuro. No obstante, se está ejerciendo una considerable presión social orientada hacia el desarrollo de un turismo más diversificado. El turismo étnico, el turismo cultural, el turismo histórico y el turismo ecológico tienen el potencial para desarrollar este tipo de turismo, en especial en los lugares menos atractivos para el turismo recreativo de masas. Evidentemente existen más tendencias hacia una diversificación y el desarrollo de algunas formas alternativas del turismo.

Resumimos las tendencias estructurales de dicho turismo alternativo en el siguiente cuadro.

Tendencias estructurales del turismo alternativo

- ⇒ Los turistas son más selectivos en la elección de sus destinos
- ⇒ El sistema turístico se reestructura en respuesta a los cambios de la demanda del consumidor
- ⇒ El turismo se reorienta hacia versiones más flexibles, descentralizadas e integradas social y espacialmente
- ⇒ El turismo evoluciona: nuevas estructuras turísticas surgen y pueden convivir con o substituir a las antiguas
- ⇒ Las nuevas formas del turismo no amenazan al turismo convencional
- ⇒ El fenómeno de masas seguirá existiendo al lado del desarrollo de un turismo más diversificado

2.2.2 Los espacios del turismo alternativo

Para Lozato-Giotart (1985), la región turística responde a un área con cierta densidad de frecuentación turística y con una imagen que la caracteriza. Por ejemplo, constituye una región turística el conjunto de grandes núcleos o focos de importante frecuentación turística como por ejemplo, una zona litoral, cuyas playas se pueden localizar o no en diferentes municipios, limítrofes o no entre sí pero que han de pertenecer todas a un mismo conjunto geográfico. Existe cierta ambigüedad e imprecisión en las distintas formulaciones. Compartiendo esta opinión, Fernández Fuster (1988) resalta que otra dificultad en su definición es que el uso de una región turística se realiza indistintamente a diferentes escalas y tanto puede aplicarse a grandes espacios supranacionales y supraestatales, como a ámbitos intraestatales. Un argumento complementario es expresado por Wackermann (1988), quien divide los tipos de región turística según los países desarrollados o subdesarrollados.

Otra contribución, dada por López (1993), identifica las regiones turísticas en función de la naturaleza de su base turística (balneario, litoral, montaña, monumental, religiosa), también por su magnitud (según la dimensión de la oferta o grado de frecuentación), su madurez y el grado de especialización (tasas en función turística, especialización en la economía turística o no). Al considerar la especialización de la actividad turística, no hemos de olvidar los itinerarios turísticos como expresión del turismo de ruta y la diversidad de la correspondiente oferta, que puede clasificarse según el tipo de transporte, su duración y de acuerdo al recurso turístico de referencia, entre otros.

Una clasificación más usual es la que distingue entre espacios litorales (sol y playa), espacios de montaña y espacios naturales (medio natural). Pero también en el contexto de estos mismos criterios, hay que añadir otros tipos de espacios: espacios culturales, espacios antropológicos y espacios urbanos.

Tal y como se ha identificado en la clasificación de las diversas formas de turismo alternativo, muchas actividades tienden a concentrarse en espacios rurales. En este sentido, no obstante, han surgido reticencias respecto al potencial del turismo en espacios interiores como agente dinamizador de las economías locales o regionales, dado que existe una autonomía respecto a las estructuras organizativas que controlan los turismos más convencionales. No se encuentran homologados con ellos ni el producto turístico, ni el alojamiento, ni el sistema de reserva, ni las actividades complementarias. Es dudoso que unos flujos tan reducidos numéricamente, tan inconsistentes en su gestación como imprevisibles en su canalización y condicionados como se hallan por el calendario de fiestas y puentes, así como por los avatares meteorológicos, permitan remontar economías en declive o dinamizar situaciones de profunda postración. Aún así, hay síntomas que permiten

encarar el futuro con moderado optimismo que, por encima de las grandes cifras de visitantes, quizá haya que basar en el nivel de fidelidad y de recurrencia respecto a los destinos frecuentados.

La heterogeneidad de los turismos de interior se corresponde con la de los recursos que los soportan, pero también con las políticas empleadas y con los muy contrastados niveles de racionalidad empresarial que en ellos se visualizan, sin olvidar el distinto perfil del usuario. Está muy lejos el día que los turismos del interior se conviertan en una auténtica alternativa de desarrollo económico. Ahora bien, puede ayudar a aproximarse a ese destino deseable, la elección de la opción turística más adecuada, su correcta articulación empresarial o la capacidad de generar la demanda precisa sin superar la capacidad de carga del recurso ni del territorio sobre el que se instala. Todas ellas son cuestiones que, sin perder de vista la inevitable globalización de los mercados turísticos, ayudarán a elaborar auténticos programas integrados de desarrollo turístico que, sin caer en errores del pasado y con absoluta fidelidad al principio de la sostenibilidad, harán posible la creación de un nuevo modelo de territorio turístico en que se una el máximo de satisfacción para el turista con el máximo de beneficio para la población y el área que lo acoge.

De acuerdo con esta opinión, Go (1990) plantea que a partir de los años 90, resultaría más difícil el desarrollo de nuevos productos turísticos, ya que tendrían que ser compatibles con la protección de la vida salvaje y los recursos naturales, con el control de la contaminación, el coste y la disponibilidad de la energía, con la competencia y la concentración de la industria, la protección de los consumidores y con la conservación del patrimonio histórico cultural, entre otros. Esta opinión es confirmada por el interés creciente en algunos tipos de turismo de interior tales como el turismo rural y turismo en espacios protegidos. El turismo rural es el que posee mayor capacidad integradora respecto a los nuevos turismos de interior, por darse en los espacios de bases agrarias, donde las condiciones sociológicas y paisajísticas que se suelen encontrar, constituyen mejores condiciones para materializarse. El turismo en áreas protegidas acentúa los aspectos de la conservación de la naturaleza y ofrece la oportunidad de un contacto más auténtico entre el turista y el medio natural. Actualmente, la demanda por este tipo de turismo tiende a aumentar debido a una mayor motivación por conocer espacios naturales.

El cuadro adjunto recoge los principales elementos que permiten identificar y analizar los espacios del turismo alternativo.

Los espacios del turismo alternativo

- ⇒ Existen diferentes formulaciones basadas en ámbitos espaciales y funcionales para definir los tipos de regiones turísticas
- ⇒ Una clasificación básica distingue: espacios litorales, de montaña y naturales por un lado y espacios culturales, antropológicos y urbanos por otro
- ⇒ El turismo del interior no se ha convertido en una autentica alternativa de desarrollo económico, pues no se hallan homologados con él ni productos, ni servicios turísticos, ni su comercialización y sus flujos son, por definición, reducidos e inconstantes, de modo que no permiten remontar economías o dinamizar zonas deprimidas
- ⇒ Debido a la concienciación de la existencia de límites ambientales, resultará más difícil el desarrollo de nuevos productos turísticos en nuevos espacios que no sean compatibles con la protección de la naturaleza

2.3 El dilema del crecimiento: el peligro de morir de éxito

El objetivo de este apartado es explorar ciertos aspectos de la problemática de la evolución de los destinos turísticos relacionado con su ciclo de vida ya ampliamente discutido por diversos autores a lo largo de los últimos treinta años; los factores que ejercen una influencia sobre el mercado turístico; y la creciente comprensión de la vulnerabilidad del medio en el que se implanta el turismo.

2.3.1 La problemática de la evolución de los destinos

Muchos autores (Christaller, 1963; Plog, 1973; Miossec, 1976 y Stansfield, 1978) formularon las primeras ideas en cuanto a la evolución de los destinos turísticos, pero la contribución de mayor impacto en ámbitos académicos ha sido la de Butler (1980), por el debate que ha suscitado posteriormente.

Este autor argumenta que un destino turístico evoluciona desde sus inicios, por diversas etapas de crecimiento hasta llegar a un estado de saturación cuando excede su capacidad de carga. Como resultado, la demanda queda estancada. A partir de esta etapa, el futuro del turismo en el destino depende de las acciones que se emprendan. Nuevas iniciativas pueden “rejuvenecer” el destino y revitalizar el crecimiento; una catástrofe puede encadenar el declive; y, entre medio, existen diversas opciones de “ajuste”, que es la situación más frecuente. Este modelo prevé, por lo tanto, que el desarrollo futuro más probable del turismo de masas con un mercado en declive en aquel destino conducirá a un

aumento de visitas de fin de semana y de un solo día y, finalmente, la conversión de hoteles en viviendas o en residencias de tercera edad. En esta fase, muchos centros perderán aceptación debido al cambio de hábitos y gustos de los consumidores, el resentimiento de los residentes locales y cambios en el medio ambiente.

La identificación de las fases del ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler está basada en los niveles de capacidad de carga y el número de visitantes. Pero varios autores (Cooper y Jackson, 1989; Debbage, 1990, Ioannides, 1992 y Priestley y Mundet, 1998), complementan que el cambio de la demanda puede depender del mercado y de la gestión, lo cual implica que un destino puede entrar en declive sin haber superado su capacidad de carga. Otra dificultad de la aplicación del ciclo de vida en un destino turístico es identificar sus etapas y sus puntos de ruptura, conforme explican los artículos de Brownlie (1985) y Haywood (1986). Muchas otras revisiones y contribuciones teóricas han sido hechas por Agarwal (1994); Getz (1992); Oppermann (1995) y Smith (1992).

Otra argumentación para la evolución de los destinos turísticos es dada por Prosser (1992), cuando explica que el turismo está fuertemente influenciado por la moda y relacionado a conceptos de status e imagen lo que vuelve inconstante la demanda del turista, haciendo del turismo un proceso explorativo, comparable con la extracción de un recurso primario, tal como la madera o el hierro. Este autor resalta que los tres catalizadores de este ciclo son el consumo conspicuo, la intervención sucesiva de clase y la extensión de la periferia de placer. Define estos conceptos en los siguientes términos:

1. El consumo debe ser visto y exhibido, porque hay una satisfacción conectada a la auto imagen. La búsqueda de nuevos lugares y experiencias forma parte de este consumo por exhibición
2. Con el tiempo, un modo particular de consumo, moda o estilo de vida filtra hacia las capas sociales inferiores, a través de la estructura socioeconómica de una sociedad. Esto se encuentra acompañado por una metamorfosis progresiva del ambiente de destino
3. A medida que este proceso continúa, los grupos descubridores y de la elite, dirigidos por sus ansias de novedad, singularidad y de exclusividad de la experiencia, se trasladan hacia destinos vírgenes, potencialmente iniciando nuevamente todo el ciclo del producto

Sin embargo, no se debe suponer que este modelo y en todas sus fases, sea aplicable a todos los destinos y, ciertamente, las escalas de tiempo varían ampliamente. En los lugares donde el ciclo evoluciona no hay duda que hay una transformación progresiva (y en algunos casos total) del ambiente humano y natural en la región de destino. El sistema turístico cambia en todos sus elementos -turistas, organización, impactos, experiencias- por medio de las dimensiones económica, sociocultural y ambiental.