

TURISMO CREATIVO

Sergio Molina

Graduado Universitario en Turismo con posgrado en Planeación del Desarrollo Turístico,
Maestría en Alta Gestión de Empresas Turísticas.
Cátedra Patrimonial en Turismo en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Cátedra Abierta en la Universidad Nacional de Quilmes
E-mail: smolinaespinosa@gmail.com

Premisas de un turismo para el desarrollo

Lograr el desarrollo económico, social y humano requiere un modelo que rebase los diversos reduccionismos y limitaciones de las estructuras y funciones de la industria turística. En este contexto las personas y sus comunidades deben ser los principales beneficiarios del desarrollo turístico. Y para que ello ocurra deben participar en todos los procesos e involucrarse en las diferentes actividades, desde la elaboración de diagnósticos hasta la evaluación de los resultados obtenidos. En segundo lugar, las estrategias y proyectos deben atender a la solución de realidades locales, por lo tanto requieren considerar el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes del destino. En tercera instancia es preciso buscar soluciones novedosas en todos los niveles, para lo cual hay que validar conocimientos y experiencias de todos aquellos que se incorporan al proceso, y conducir esfuerzos de manera sistemática a través de metodologías e instrumentos adecuados.

Consideraciones básicas sobre turismo creativo

El turismo es una apuesta importante para el desarrollo, pero debe ser un turismo inteligente, con valores e intereses amplios y compartidos, en condiciones de lograr objetivos de desarrollo integral, bienestar sostenible y seguridad humana en un contexto de mejoramiento de la convivencia. La industria turística – en América Latina - no está en condiciones de dar respuesta a estas exigencias.

El turismo creativo se fundamenta en los siguientes criterios:

- creatividad, concebida como un instrumento tecnológico estructurado para el cambio y el desarrollo integral de las comunidades;
- innovación tecnológica ampliamente desplegada, que impacte en la diversidad de procesos, productos y servicios;
- participación activa y comprometida de los actores locales en las tareas de diagnóstico, de toma de decisiones y de evaluación;
- inclusión social del universo de actores locales;

- diversidad, lo cual implica reconocer e incorporar todas las dimensiones relacionadas con el desarrollo integral de una comunidad;
- solidaridad con todos los actores de una comunidad, independientemente de su condición social, educativa, económica y de género;
- sustentabilidad y sostenibilidad de los procesos a largo plazo;
- excelencia de las estrategias y acciones específicas;
- compromiso de cada uno de los actores con los esfuerzos para lograr objetivos y metas de desarrollo integral;
- responsabilidad asociada a las decisiones tomadas y las acciones emprendidas;
- convergencia de visiones, de esfuerzos, recursos y capacidades en un marco de reconocimiento de la diversidad;
- aceleración de los procesos para alcanzar resultados significativos a corto plazo;
- e influencia, la cual significa que los proyectos deben tener capacidad de movilizar a los actores locales y los recursos existentes.

Estos criterios avalan el impulso a un sistema integral de desarrollo que converge hacia la definición de políticas y a la provisión de contenidos de planeación, en el contexto de una perspectiva amplia, multidimensional y prospectiva. En este sentido el turismo creativo integra visiones y capacidades del Estado, el sector privado, las comunidades, los visitantes y turistas, y de partes interesadas con la finalidad de resolver los desafíos que presentan escenarios inciertos, cambiantes y complejos.

Cada uno de los criterios señalados comprende una amplia red de conceptos, principios, instrumentos y protocolos diversos estrechamente vinculados, que al activarse generan fuerzas transformantes de gran alcance y profundidad. Al ponerse en acción convergen a conformar una nueva estrategia dirigida a condensar un horizonte de eventos construido en red. En todos los proyectos e iniciativas cada uno de estos criterios, los conceptos y principios del turismo creativo deben emerger y ser claramente identificables.

Vectores basales para la operacionalización del turismo creativo

Un primer vector perfila que el turismo creativo trabaja con diferentes instrumentos de búsqueda autónoma, orientándose a identificar respuestas originales identificadas localmente. Para ello decodifica la realidad hasta descubrir la abundancia de posibilidades que se encuentran disponibles en una determinada localidad.

Otro de sus vectores comprende un sistema articulado de arquitecturas cognitivas y metacognitivas, que corresponden a estructuras conceptuales y estrategias que organizan las ideas, y en general el trabajo buscando establecer procesos de diferenciación.

Otro de los vectores basales consiste en la aplicación intensiva de tecnologías transferibles de creatividad entendiendo, en este contexto, que la creatividad es un ejercicio no circunscrito de alto rendimiento. Se concibe a la creatividad como el recurso fundamental del desarrollo económico y social

El turismo creativo también se basa en procesos de aprendizaje integrado y colaborativo, el cual sólo puede llevarse a cabo en el contexto de un trabajo desplegado con la participación de una red de actores locales. Mediante esta estrategia se busca identificar,

creativamente, soluciones locales para el desarrollo integral de las personas y de la comunidad, además de enriquecer los contenidos y características de las iniciativas turísticas. Un proyecto de tal alcance requiere del aprendizaje de nuevas formas de entender y de códigos emergentes que orienten, con efectividad, los conceptos y las acciones.

El éxito del turismo creativo depende, en gran parte, de un conjunto de aparatos de lectura de la realidad fluyente para facilitar la comprensión de los múltiples lenguajes de diferentes actores, de la cultura y de los componentes del entorno natural.

Conceptos de turismo creativo e innovación

El turismo creativo es un modelo de desarrollo, no es solamente un turismo caracterizado por una oferta creativa e innovadora de productos, servicios y experiencias puesta en los mercados convencionales de consumo.

El turismo creativo cuestiona profundamente los conceptos y las prácticas del turismo industrial, visibiliza sus limitaciones y deja al descubierto sus promesas. Tiene el poder para incorporar a cada persona de una comunidad a sus tareas de diagnóstico, o a participar en la definición de estrategias o en la operación de proyectos específicos. Se trata de un turismo orientado a un quehacer que llamamos de centro social, una dinámica que conduce a situar a cada comunidad en el centro del mundo. La convierte en protagonista de su desarrollo, para lo cual se acompaña por socios estratégicos y partes interesadas, incorporando incluso a turistas. Estos son los integrantes de las llamadas Familias de Desarrollo, que se integran para trabajar por mejorar las condiciones de desarrollo en general, y por nutrir los productos y servicios turísticos que se diseñan y operan en determinados espacios denominados espacios matriciales.

El turismo creativo establece que el desarrollo integral es siempre local. Depende y es detonado por grupos de actores locales, aunque estén asociados a otros grupos cuyo origen sea diferente. El desarrollo integral es local en su concepción, en la definición de prioridades y estrategias, en sus procesos e impactos. Por lo tanto se aleja de todo tipo de concepciones definidas *a priori*, más bien es un sistema original pero no estancado sino que cambiante en sus visiones, formas de hacer y consecuencias. Constantemente está incorporando atributos diferenciadores que lo conducen hacia la maduración de su singularidad. No posee un camino único o una forma única de hacer, sino que tiene múltiples umbrales, conectividades multidimensionales y plasticidad indispensable en la determinación de realidades fluyentes y crecientemente complejas.

La creatividad debe manifestarse en los espacios cotidianos, en las relaciones de intercambio y en el crecimiento de la autonomía social e individual. Por ello es que la creatividad conlleva a una nueva dimensión ética y no se restringe solamente al establecimiento de una lógica y valores de producción diferente. Ser creativo es buscar lo divergente, la bifurcación en el camino, es descubrir formas de pensar y de hacer diferentes a las tradicionales, es insertarse o reinsertarse con una nueva perspectiva.

Principios del turismo creativo

El turismo creativo se fundamenta en siete principios básicos que se relacionan entre sí, creando a su vez sinergias o relaciones e interacciones que los potencian. Estos principios se

manifiestan y están presentes en todo el proceso que abarca su conceptualización, desarrollo y operación. Los principios son los siguientes:

- Abundancia;
- Multidimensionalidad;
- Sincronicidad;
- Colaboración;
- Ubicuidad o no localidad;
- Reconexión;
- Comunicación.

Veamos a continuación los conceptos y significados básicos que integran cada uno de estos principios que, baste decir, deben manifestarse explícitamente en toda iniciativa, ya sea que se trate de planes o programas nacionales, proyectos y emprendimientos, iniciativas educativas de formación y capacitación, contenidos de campañas promocionales y esfuerzos de atracción de inversiones, entre otros.

Abundancia: se refiere a que todos los recursos, capacidades y posibilidades existen y están disponibles allí donde se precisan.

Multidimensionalidad: el turismo creativo abarca todas las dimensiones de la realidad humana, por lo tanto no se limita a privilegiar las dimensiones económicas sino que además de ella y en similares niveles de importancia, valora e incorpora las dimensiones sociales, políticas y espirituales.

Sincronicidad: el trabajo orientado a la construcción del turismo creativo como estrategia de desarrollo se fundamenta en la alineación y coordinación inteligente de fuerzas, capacidades y recursos allí donde se encuentren.

Colaboración: establece que el trabajo de las Familias de Desarrollo proyecta los esfuerzos individuales hasta dimensiones, resultados y alcances no previstos por la actuación fragmentada e individual.

Ubicuidad o no localidad: plantea que los recursos para crear nuevas realidades están disponibles por doquier.

Reconexión: enfatiza en la importancia de establecer y consolidar vínculos con las raíces locales. Pero también establece la importancia de las capacidades de las personas, para despertarlas y encausarlas hacia fines vinculados con el desarrollo.

Comunicación: la creatividad es un proceso basado en una comunicación intensiva y permanente entre integrantes de las Familias de Desarrollo, y entre éstos y su entorno o espacios matriciales.

El turismo creativo no se basa en fórmulas únicas, en este sentido no es dogmático. Plantea que cada comunidad debe encontrar su camino y darle a sus recursos los usos que aseguren el mejoramiento del bienestar local. Para ello el turismo se concibe como una estrategia y no como un fin.

Artigo recebido em 28/03/2016. Aceito para publicação em 01/04/2016.