

ESPACIOS TURÍSTICOS AMERICANOS

TURISMO EXPERIENCIAL



Dra. Graciela Benseny

Material de Cátedra de “Espacios Turísticos Americanos”

Correspondiente a la UNIDAD 4: Argentina. Características geoturísticas.

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales – Universidad Nacional de Mar del Plata

Mayo 2021

Introducción

El objetivo de este documento es analizar la evolución del Turismo Experiencial, como una nueva modalidad turística que requiere el acondicionamiento del destino pensado en la satisfacción de las necesidades del viajero moderno. El abordaje del tema se realiza a partir de los principios de la Geografía del Turismo, rama de las Ciencias de la Tierra abocada al estudio de las relaciones entre el espacio y las actividades turísticas. Se realiza un estudio descriptivo y exploratorio, a partir de una consulta de fuentes bibliográficas, gráficas, cartográficas, documentales y virtuales. Se espera realizar un aporte a la consolidación del concepto y contribuir con una recopilación documental de su evolución.

Del Turismo Masivo al Turismo Experiencial

El viajero del siglo XXI posee hábitos de consumo muy diferentes al turista convencional que lo precede. La democratización del turismo originada a mediados del siglo XX ha permitido ingresar al mercado turístico un gran número de personas, para quienes antes estaba vedada esta actividad. A partir de las mejoras económicas, sociales y tecnológicas, que permiten alcanzar una mejor calidad de vida, y sumado a la posibilidad de financiación de los viajes que otorga el sistema bancario, los flujos turísticos han incrementado notoriamente su cantidad; y al mismo tiempo, se han diversificado las expectativas y necesidades de la demanda, situación que se refleja en el acondicionamiento del espacio turístico.

El modelo tradicional del Turismo de Masas considera al turista como un elemento pasivo del sistema, como una persona que visita diferentes destinos acondicionados con equipamiento estandarizado y homogéneo, donde sin importar el contexto geográfico en que se localicen ofrecen un servicio con características compartidas, frecuentando lugares similares y en la misma época del año. A partir del viaje organizado por el Tour Operador, el turista percibe las singularidades del lugar mediante el relato del Coordinador que lo acompaña a lo largo de su recorrido o del Guía Puntual que explica las particularidades de los sitios a visitar. En este contexto de "viaje organizado" la persona accede a vistas panorámicas de los principales atractivos, sin tener posibilidad de disfrutar del tiempo de percepción y disfrute profundo del lugar; además, este esquema de viaje contempla un escaso o nulo contacto con la comunidad local.

Dos décadas antes de comenzar el nuevo siglo, lentamente comienzan a manifestarse cambios en el perfil del turista que se reflejan tanto en las formas de comercialización como en el acondicionamiento de los espacios turísticos. En contraposición al Turismo de Masas surge un nuevo modelo "Alternativo", que responde a satisfacer las necesidades y expectativas de aquellas personas que se trasladan por motivaciones diferentes al tradicional Turismo de Sol y Playa. En este contexto, en busca de una

palabra general que pueda responder a la creación de “escenarios alternativos al sol y playa”, desde la bibliografía turística contemporánea es frecuente encontrar la mención del “Turismo Alternativo” como término aglutinador de nuevas experiencias en el destino.

En esta nueva manera de considerar al territorio adquieren un valor decisivo algunos elementos ausentes en el modelo de Turismo de Masas. El viajero del Siglo XX tiene otra forma de percibir los lugares; por lo tanto, le interesa conocer la identidad local, el capital social, el patrimonio natural y cultural nativo, las relaciones y políticas de desarrollo locales capaces de generar el crecimiento del lugar, y fundamentalmente, conocer el destino a través de la vivencia de sus propios pobladores, tomando estrecho contacto con sus residentes. Esta nueva visión del territorio postula pensar en los factores estratégicos e innovadores, capaces de identificar las características propias del lugar para transformarlo en un escenario turístico, basado en la relación cultura y territorio, respetando las tradiciones como sinónimo de patrimonio cultural inmaterial que le brindan identidad al territorio y lo convierten en un espacio único y diferente, con esencia y vida auténtica, que propicia el surgimiento del Turismo Experiencial.

Entre las características que permiten el surgimiento del Turismo Experiencial se pueden mencionar:

- La necesidad de los viajeros para crear sentido del lugar visitado, a través de la experiencia vivida en el destino.
- La experiencia vivida incluye pensar en: las personas que conoce, los lugares que visita, las modalidades de alojamiento que selecciona, las actividades que realiza y en las cuales participa, los recuerdos creados y guardados en su mente.
- El involucramiento con la cultura local, el respeto a las comunidades de recepción, el cuidado del ambiente y de las obras del hombre.
- La selección de las actividades realizadas en espacios abiertos, con la comunidad y respetando la cultura local para generar experiencias memorables.
- La calidad de las experiencias memorables como sinónimo de la interacción en el espacio compartido entre el visitante y el residente.
- La búsqueda de la realización personal a partir de vivir experiencias que le permita al viajero crear su propio recuerdo.
- La posibilidad de generar una propia experiencia participativa con nuevos aportes a su conocimiento y prácticas auténticas.
- La valorización de las peculiaridades de las tradiciones, el descubrimiento de sabores, el conocimiento de: productos locales, elementos de la naturaleza y obras del hombre, entornos rurales, cuestiones religiosas, entre otras.

Ante los cambios cualitativos en el perfil de la demanda, de manera particular en su gustos y preferencias, y con la intención de satisfacer las expectativas del nuevo viajero, surgen emprendimientos turísticos que intentan diferenciarse, dentro del conjunto de la oferta tradicional. La innovación en los servicios se basa en la incorporación de una mayor atención en la calidad e individualidad de la experiencia turística, así como también en la valoración integral del patrimonio y el paisaje, percibidos por el visitante como un valor y un atractivo turístico y por los agentes locales como un factor de calidad de vida, desarrollo e identidad territorial, elemento fundamental de la imagen de marca turística de un destino. Al respecto, Cuenca y Prat (2012) postulan que las experiencias turísticas se identifican como un producto turístico, y la oferta de servicios turísticos debe adaptarse para lograr la satisfacción plena y el bienestar psicológico de los viajeros.

En los últimos años es posible observar la creciente adaptación de la oferta en algunos destinos localizados en entornos rurales, culturales, urbanos, de naturaleza o litorales, donde se pone mayor atención en la calidad de la experiencia turística a brindar. La necesidad de superar la concepción clásica y tradicional de los servicios turísticos, implica una nueva reorientación basada en el diseño y creación de verdaderos productos turísticos experienciales, donde las características propias del territorio, la presencia de obras del hombre que atestiguan el pasado y presente, la conservación del ambiente, la valoración del paisaje, y los rasgos identitarios de la población anfitriona, se convierten en los elementos indispensables para brindar una experiencia satisfactoria al viajero actual.

Este nuevo modelo de desarrollo turístico, centrado en lo local, permite desempeñar un rol activo al visitante, y descubrir por sus propios ojos la cultura del lugar, conocer a la comunidad y aprender de ella. Las nuevas tendencias de la demanda intentan minimizar los impactos ambientales, culturales y económicos negativos originados por la actividad turística. En este contexto, el Turismo Experiencial, también llamado Emocional, se basa en las emociones y los sentimientos de los viajeros como eje de las actividades que realiza en el lugar visitado, intenta intensificar las experiencias vividas en cada viaje, y se convierte en un producto de vivencia donde es posible apreciar todas las características del lugar, tanto por su valor cultural como natural; de esta manera convierte las vacaciones en una verdadera aventura con emociones, donde el visitante toma contacto con la cultura local, recorre las diferentes formas del destino, prueba algún oficio, y experimenta nuevas sensaciones que recordará con la emoción vivida en ese momento.

En la obra de Rivero Mateos (2013) se puede observar un interesante recorrido literario que aporta opiniones de destacados investigadores. Al respecto, para De Rojas y Camarero (2008), el Turismo Experiencial se basa en una oferta integral, donde el visitante encuentra una experiencia total, que incluye: ocio, cultura, educación e interacción social. Desde el discurso del marketing, Vogeler y Hernández (2002) sostienen que el Turismo Experiencial vende la posibilidad de vivir y descubrir

experiencias por sí mismo. En definitiva, en coincidencia con la postura de Bordas (2013), el viajero que busca experiencias aspira descubrir, disfrutar, tomar contacto con las personas del lugar, aprender sus costumbres y vivir sus realidades, despertando sentimientos, sensaciones que impactan en el viajero y se convierten en momentos memorables.

En este contexto, los destinos que basen su atractividad en una oferta diversificada, con recursos ligados a la naturaleza, la cultura y el patrimonio para brindar una experiencia de ocio, lograrán posicionarse más rápidamente en la mente del viajero actual. Estudios elaborados por la Organización Mundial del Turismo (OMT), señalan los cambios en el perfil de la demanda que ponen en evidencia los rasgos cualitativos del viajero del siglo XXI, y el surgimiento de nuevos segmentos de mercado que demandan productos y servicios innovadores, basados en la posibilidad de realizar actividades que generen experiencias turísticas únicas, diferenciando y potenciando los destinos (Panorama 2020).

En opinión de Tung y Ritchie (2011), la experiencia turística es un conjunto de impresiones físicas, emocionales, sensoriales, espirituales y/o intelectuales, percibidas en forma diferente por los turistas, cuando planifican el viaje, disfrutan del destino y regresan a su lugar de origen, recordando las emociones vividas a lo largo de todo su itinerario. En este sentido, se puede afirmar que la dimensión experiencial de un viaje se relaciona con el bienestar psicológico de las personas. Desde la bibliografía contemporánea, Tinsley y Tinsley (1986) consideran que la satisfacción y gratificación personal está relacionada con el ocio, desde la mirada de la experiencia turística, definida por Nash y Smith (1991) como un proceso de búsqueda y desarrollo personal del viajero para alcanzar una experiencia memorable.

Para Hoffman, Kaneshiro y Compton (2012), una experiencia memorable surge a partir de un cambio producido en la vida diaria de una persona en su lugar de origen, fundamentado en la necesidad de buscar un espacio alternativo a su cotidiano inmediato. Al asumir el rol de viajero, le permite vivir a través del viaje una experiencia intensa, basada en su propia libertad en elección del destino, las expectativas creadas por los mitos y realidades del lugar, el deseo de conocer otra comunidad, experimentar nuevas sensaciones, despertar emociones y satisfacer las ansias de aventura, situaciones que conducen a la realización personal. Por tanto, las experiencias memorables combinan el desarrollo personal y la sensación de renovación interior, a partir de las relaciones interpersonales (familiares, amigos, residentes) que generan una sensación de logro individual.

Lo expresado anteriormente, pone en evidencia la posible contribución del Turismo Experiencial en el desarrollo de las relaciones interculturales entre los turistas y los residentes, que se ven reflejadas en el territorio, en base al contacto intercultural que genera todo desplazamiento hacia los lugares visitados. De esta manera, el Turismo Experiencial puede concebirse como un desprendimiento del Turismo

Responsable, dado que en palabras de Rivera Mateos (2012), genera un auténtico diálogo igualatorio entre distintas formas culturales de concebir el mundo y las ideas; así como también se convierte en un instrumento de la cultura de la hospitalidad, basado en el respeto del viajero hacia la identidad de las comunidades anfitrionas. En este sentido, desde la mirada de la Geografía del Turismo se puede pensar en la generación de un territorio donde es posible compartir, intercambiar, comprender la identidad del otro y ponerse en el lugar del otro; transformándose el viaje en una oportunidad de aprendizaje cultural, concebido como un proceso individual de adquisición de conocimientos, actitudes y comportamientos que surgen de la interacción entre diversas culturas.

Reflexiones finales

En la actualidad, la persona que viaja busca en su tiempo vacacional el contacto con una realidad diferente a la cotidiana, capaz de transformarse en una experiencia de vida. Esta nueva manera de comprender el turismo, permite la posibilidad de construir y mejorar la identidad de los viajeros, y al mismo tiempo, sentir nuevas emociones. De esta manera, la experiencia turística se construye sobre una base personal, que es el resultado de la percepción creada en la mente del turista a través de la comparación entre las expectativas del viaje (o imaginario) y su experiencia concretada (experiencia realizada).

Para el viajero del siglo XXI, la experiencia incluye muchos aspectos: las personas que conoce, los lugares que visita, las modalidades de alojamiento que selecciona, las actividades que realiza y los recuerdos que crea en su mente, a partir de su involucramiento con culturas, comunidades, prácticas, actividades y lugares. El Turismo Experiencial se opone al Turismo Masivo, tradicionalmente asociado a paquetes turísticos estandarizados y vacaciones con escasa implicación personal; estimula la participación activa y promueve actividades en contacto con la naturaleza, la cultura local y las comunidades; es una modalidad turística más personal e individual, que busca viajes de transformación personal a partir de las experiencias memorables que realiza el viajero, creando sus propios recuerdos y experiencias. Esto significa proponer escenarios que despierten en el viajero interés por las peculiaridades de las tradiciones de la comunidad local, los sabores, los productos locales, la naturaleza, el paisaje, el entorno, el patrimonio cultural (material e inmaterial), las costumbres, las prácticas y creencias religiosas, que atesora una comunidad.

Fuentes consultadas

- BORDAS, E. (2013), Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercadoll. Disponible en UOC: <http://www.uoc.edu/dt/20219/index>.
- CUENCA, M. y PRAT, A. (2012), Ocio experiencial: antecedentes y características. *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, vol. 188, Nº 756, p. 265-281.
- DE ROJAS, C. y CAMARERO, C. (2008). —Visitors experience, mood and satisfaction in a heritage context: Evidence from an interpretationcenterll. *Tourism management* 29, p.525-537.
- HOFFMAN, E.; KANESHIRO, S. & COMPTON, W. C. (2012), Peak-Experiences Among Americans in Midlifell. *Journal of Humanistic Psychology*, p. 1-25.
- NASH, D. y SMITH, V. L. (1991), Anthropology and tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 18, p. 12-25.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2002), Turismo: Panorama 2020. Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado. Volumen 7. Editorial OMT, España.
- TUNG, V. W. S. y RITCHIE, J. R. B. (2011), Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, vol. 38, Nº 4, p. 1367-1386.
- RIVERA MATEOS, M. (2012), Un turismo desigual en un mundo globalizado: lógicas dominantes y alternativas de las nuevas formas de turismo responsable. En Rivera Mateos, M. y Rodríguez, L. (coord.). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Córdoba, Universidad de Córdoba, p. 15-42.
- RIVERA MATEOS, M. (2013), Relaciones interculturales en la diversidad. En Rodríguez García, L. y Roldán Tapia, R. (coord.). *Interculturalidad: un enfoque interdisciplinar*. ISBN 978-84-695-5265-0, págs. 181-205.
- TINSLEY, H. E. y TINSLEY, D. J. (1986), A theory of the attributes, benefits and causes of leisure experiencell. *Leisure Sciences*, vol. 8, Nº 1, p. 1-45.
- VOGELER C. y HERNANDEZ, E. (2002), *El Mercado Turístico: estructura, operaciones y procesos de producción*. Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.