

SABERES

Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales

VOLUMEN 1 ~ AÑO 2003

Separata



EL TURISMO DEL FUTURO: AGENTE DE CONSERVACIÓN Y DESARROLLO

Ángeles Rubio Gil



UNIVERSIDAD ALFONSO X EL SABIO
Facultad de Estudios Sociales
Villanueva de la Cañada

© Ángeles Rubio Gil

© Universidad Alfonso X el Sabio
Avda. de la Universidad,1
28691 Villanueva de la Cañada (Madrid, España)

Saberes, vol. 1, 2003

ISSN: 1695-6311

No está permitida la reproducción total o parcial de este artículo ni su almacenamiento o transmisión, ya sea electrónico, químico, mecánico, por fotocopia u otros métodos, sin permiso previo por escrito de los titulares de los derechos.

EL TURISMO DEL FUTURO: AGENTE DE CONSERVACIÓN Y DESARROLLO*

Ángeles Rubio Gil**

RESUMEN: Si en el pasado, la asociación de turismo y áreas con alto valor natural y/o cultural, se ha conjugado con graves perjuicios para las segundas, en la actualidad la necesidad de armonizar conservación y desarrollo, convierte la actividad en una de las principales aliadas en la protección del entorno, desarrollándose dentro de esta filosofía, múltiples modalidades de turismo alternativo, como tendencia más destacable del sector hacia ese turismo del futuro.

PALABRAS CLAVE: turismo sostenible, turismo del futuro, tendencias en turismo, turismo ético.

SUMARIO: 1. La humanidad y el irrefrenable deseo del viaje.– 2. Del paraíso terrenal a los mundos estelares.– 3. Industria turística del futuro.– 4. Transformaciones recientes y tendencias de futuro: del turismo cultural al turismo ético.– 5. La humanidad del futuro y el turismo que viene.

1. La Humanidad y el irrefrenable deseo del viaje

La idea del viaje como descubrimiento y las concepciones sobre el futuro de la humanidad, han sido constantemente asociadas y telón de fondo de muchas empresas, desde los primeros exploradores hasta nuestros días. En donde, el estímulo que la noción mítica del Paraíso Terrenal ha ejercido sobre los proyectos viajeros, es tan antiguo como la historia misma, y ha ido variando en su localización a lo largo de los tiempos.

En la Edad Media se seguía creyendo que el Atlántico era un mar lleno de Islas maravillosas, casi tanto como el paraíso. Los relatos basados en las vidas de familias como Polo, Nicco y Marco, delimitan una clara continuidad, como indica Nisbet¹, entre los viajeros medievales y los exploradores del siglo XVI (como los Viajes de Hakluyt, escritos en el XVI), entre los que resulta patente la idea de paraíso en la tierra. Siguiendo

* Publicado inicialmente en <http://www.uax.es/iurisuax> año 2000.

** Doctora en Ciencias Políticas y Sociología. Profesora Asociada de Sociología. Universidad Rey Juan Carlos.

¹ Nisbet, Robert (1980): *Historia de la idea de progreso*, Barcelona: Gedisa.

a Boas², al contrario de lo que se piensa, el siglo XII es la gran Era de las leyendas de viajes al Paraíso Terrenal, y la fuerza de esos relatos se basaba parcialmente en la creencia de que existían realmente esos paraísos, pero también debido a la gran circulación de informaciones, en términos apocalípticos, sobre países maravillosos.

Colón para elaborar su plan descubridor utilizó como fuentes informativas la *Historia Rerum Ubique Questarum*, del papa Pio II, y la *Imago Mundi* del Cardenal francés Pierre D'Ailly³; de las que extrajo referencias muy concretas sobre parajes bíblicos situados en el fin del Oriente, como el Paraíso Terrenal, los Jardines del Edén, Tarris y Ofir, el Reino de Saba, los Montes de Sophona, o la Isla de las Amazonas, que situaría en distintas zonas de las Indias y que representaban ese Extremo Oriente impreciso. Incluso, y todavía en el siglo XVII algunos eruditos, como Antonio de León Pinelo, intentaban situar allí el Paraíso Terrenal.

En un sentido inverso, las metáforas utilizadas en los Textos Sagrados y por profetas como Jachim de Fiore para hablar del Paraíso como destino de los justos, hacen pensar en un cielo próximo a través de las notas terrenales como el exotismo, la luminosidad del paisaje y el placer de los sentidos (las alegres comidas en los pastos, bondad del clima, frescura, solaz...). Es decir, encaminan el pensamiento hacia la recreación de todo cuanto la humanidad ha anhelado desde tiempos inmemoriales, de lo que ha perseguido por medio de los viajes, y lo que el hombre contemporáneo ha intentado llevar a la práctica, a través de la fórmula del turismo como recompensa justa del trabajo, con ayuda de la revolución tecnológica y el desarrollo económico, que han propiciado una presencia generalizada del ocio.

2. Del paraíso terrenal a los mundos estelares

Más allá del contenido religioso, político, filosófico⁴ o mesiánico, con el que la literatura ha envuelto el concepto de Paraíso Terrenal, no cabe ninguna duda sobre que dicha realidad simbólica ha supuesto un acicate, tanto en la proyección de los primeros grandes viajes, como en la

² Boas, George (1980): *Primitivism and Related Ideas in the Middle Ages*. Cit. en Nisbet, Robert (1980): *Historia de la idea de progreso*, Barcelona: Gedisa.

³ Además de la correspondencia y Mapa que en 1474 había hecho llegar al rey de Portugal, el sabio florentino Paolo del Pozzo Toscanelli.

⁴ Como queda reflejado en las obras señeras en su forma y contenido de autores como Dante Alighieri (1265-1321) y su *Divina Comedia* (1307), o *El Paraíso Terrenal* (1868-1870), de William Morris (1834-1896).

configuración de lo que a partir del siglo XIX se reconoce con el nombre de industria de viajeros, y desde mediados del XX como un fenómeno de masas, el turismo, como experiencia socialmente relevante en las sociedades contemporáneas.

Sin embargo, si se tiene en cuenta que el primer viaje organizado no se realiza hasta el año 1841⁵, y que hasta después de 1950 el turismo no ha sido una actividad generalizada que superase las respectivas fronteras nacionales, la primera nota que llama la atención, cuando se pretende proyectar la imagen futura del turismo, es su naturaleza de fenómeno reciente. Es decir, no puede hablarse de turismo de masas hasta hace algunas décadas, en las que el abaratamiento de las tarifas aéreas, las mayores facilidades para la circulación internacional de pasajeros y el desarrollo sostenido de un número mayor de economías nacionales, han propiciado que el los viajes mercantilizados y el entramado⁶ turístico se haya manifestado a escala mundial de una forma y con una diversidad sin precedentes.

Se trata de un fenómeno íntimamente ligado al mundo conocido después de la revolución industrial, pero también a la naturaleza humana y al propio devenir de la sociedad en su conjunto, y que como tal, dificulta la prolongación de tendencias duraderas en el tiempo de forma fiable.

A este turismo de masas tradicional se han ido añadiendo ofertas alternativas, con nuevos horizontes y modalidades de viaje y recreación lúdica, que intentan ofrecer productos más originales, como la pernoctación en un iglú en el norte de la Laponia finlandesa⁷, rutas por los parajes más indómitos de la tierra en Africa, Asia y Latinoamérica⁸, cruceros de largo recorrido a islas exóticas, o viajes culturales altamente especializados, que deparan servicios de forma personalizada para turistas de alto nivel adquisitivo.

Estas nuevas rutas proyectadas por el turismo alternativo incluyen la oferta de un crucero por el espacio, abierta por el operador estadounidense

⁵ Se considera al británico Thomas Cook fundador de los viajes organizados desde el momento que utilizó en 1841 un tren alquilado para transportar turistas de Loughborough a Leicester, en 1866 y la organización de la primera excursión a Norteamérica, la primera vuelta al mundo como viaje todo incluido en 1872, creando la primera agencia de viajes en 1951 con el nombre de Thomas Cook & Son.

⁶ Concepto que pretende representar la idea de turismo como sistema y como conjunto de actividades técnicamente dependientes.

⁷ Como lo hace la agencia Viajeros con destino a Kakslauttanen, una aldea de hielo que se construye cada invierno.

⁸ Como las organizadas por la agencia Tierras Inéditas.

Zegrahm y que comercializa en España Latitud 4, consistente en un vuelo sideral a 100 kilómetros sobre el nivel del mar, de dos horas y media de duración.

En conjunto, en todas estas ofertas puede apreciarse con nitidez la huella del incentivo pionero, y del ansia primigenia que a impulsado al ser humano hacia la búsqueda de nuevos mundos desde sus orígenes.

3. Industria turística del futuro

El turismo y sus estructuras sientan sus orígenes en la antigüedad, cuando los griegos al dar al ocio un contenido lúdico, no sólo despiertan una afición sin precedentes por el mundo de los viajes (relatados por escritores helenos como Homero, Herodoto, Jerofonte o Pausanias), sino que además desarrollan auténticas instalaciones y centros de visita y solaz, como templos, gimnasios, termas, teatros o las Olimpiadas. Dicha afición fue continuada por los romanos, gracias a la “pax romana”, un sistema de comunicaciones adecuado (además de tabernas y posadas para el viajero), rentas adecuadas y tiempo libre. Pero, como ya ha quedado dicho, no será hasta el siglo XX, cuando el turismo como fenómeno de masas se convierte en una expresión cultural diferenciada y accesible al conjunto de capas sociales. A partir de 1950 se comienza a producir un desarrollo espectacular de los restaurantes populares, el transporte público, y nuevas formas de viajes organizados a precios asequibles.

Después de esta sinopsis urgente sobre los orígenes del fenómeno turístico, puede entenderse mejor, porqué el mundo de los viajes como fenómeno social, no puede aislarse, ni en su estudio pretérito, ni en su proyección futura, de la evolución y los propios derroteros que adoptan los sistemas productivos y el agregado social en su conjunto. De modo que para entender las manifestaciones de ocio más recientes, no huelga intentar vislumbrar su relación con las manifestaciones culturales y las necesidades humanas.

El año 1984 simbolizó gracias a la novela del genial escritor George Orwell, un futuro percibido como el resultado de la deshumanización del mundo moderno, mediante la conjunción de la tecnología y el colectivismo. El turismo ha conocido también durante el siglo XX una fuerte tendencia a la automatización de los servicios, la deshumanización y la masificación.

A finales de los noventa y ya en el siglo XXI, los sociólogos nos anuncian el triunfo de una sociedad más individualista frente a cualquier forma de intervención y a las “megasoluciones” de corte colectivista de

principios de siglo XX. En la esfera productiva se constata una crisis producción en masa, un postfordismo característico por la búsqueda de la diferenciación de los productos y el trato personalizado. En el ámbito sociopolítico se detecta un resurgimiento del interés en las diversas maneras de vertebración de la sociedad civil por medio de la acción social y el altruismo, bajo los modelos de asociaciones de autoayuda y organizaciones no gubernamentales. Son tiempos que conocen el origen de nuevas modalidades turísticas dentro del denominado turismo Alternativo, en el que se entremezclan nuevas formas de la actividad, como el turismo de Aventura, Rural, Ético, Ecológico, Social, Accesible, con otras que vienen de atrás, como el Turismo Deportivo, de Salud o el Religioso.

Al margen de estas medidas diversificadas de la oferta turística, sigue siendo destacable la aplicación intensiva de las nuevas tecnologías al sector, tanto en la administración, como en la comercialización, la utilización de los sistemas informatizados de reservas y la gestión centralizada a través de los SI⁹, y que si bien, en un primer momento pudo pujar en el incremento de la automatización y la estandarización de la oferta, a la postre, tiende a facilitar una atención más selecta y personalizada. Por ejemplo, se dice que la turística es la industria en la que dispone de una mayor información sobre sus clientes, y que tal vez menos la utiliza por los propios criterios deontológicos que le son afines. Sin embargo, las empresas turísticas cada día más se preocuparán por la satisfacción del usuario, que les exige una gestión de las posibilidades existentes para conocer sus preferencias y hábitos de ocio y una comercialización más competitiva y enfocada a la búsqueda de la demanda.

Ahora bien, si cada vez es menor la cota de viajeros que no utiliza ningún tipo de intermediario para la elección del viaje, la hotelería y los servicios complementarios. Dos grandes tendencias de consumo pujan en contra de la industria turística, tal y como hoy la conocemos.

Por un lado, y como se viene urdiendo en los foros de debate del sector, las nuevas redes de la información, como Internet, posibilitan la contratación directa de los servicios turísticos, proporcionando una adquisición 'on Line' de productos, así como, la sustitución de tareas de las agencias como reserva, información o gestión. En cambio, la saturación

⁹ Para más información sobre Sistemas de Información y Nuevas Tecnologías en el sector turístico, consultesé: Organización Internacional del Trabajo. *Las nuevas tecnologías y las condiciones de trabajo en el sector de la hotelería, la restauración y el turismo*. 1997. Ginebra.

informativa en un mundo intercomunicado, demanda cada vez en mayor medida la figura del agente de viajes encargado de filtrar, seleccionar y ofertar la información idónea en relación con las necesidades específicas de cada cliente.

En sentido inverso, no puede olvidarse que la automatización a la que coadyuvan las nuevas tecnologías van deparando nuevas y diferentes modalidades de autoservicios, que detraen el desarrollo de subsectores turísticos tradicionales, y que al igual que el automóvil lo hizo en su momento con las empresas de transporte colectivo, los supermercados, las máquinas expendedoras, o sistemas como la multipropiedad o las vacaciones compartidas, inclinan la balanza del beneficio y el empleo (menos cualificado y con menos efectivos), hacía las empresas de mantenimiento, seguridad, alimentación y bebidas, en detrimento de la hotelería y la restauración desde un punto de vista global.

En este entorno, el turismo de calidad, entendido como tal aquel destinado a viajeros de alto poder adquisitivo, manifiesta un gran auge, con ejemplos en el caso de los ferrocarriles, como el del majestuoso Royal Scotsman, y en general las nuevas proyecciones en los compartimentos y habitaciones de los aviones, trenes y hoteles con mayor espacio para el esparcimiento y para la oficina móvil¹⁰, y en general, más suntuosos, elegantes y personalizados.

Por análogas razones, las nuevas fórmulas destinadas al turismo de masas (campings, multipropiedad, restauración rápida, etc.) deparan un acceso más placentero al ámbito turístico que cubre las necesidades de los diferentes estratos sociales. Pero la disyuntiva entre servicios cualificados tradicionales, y los 'autoservicios' (en términos del economista Gershuny¹¹), queda determinada no sólo por la capacidad adquisitiva del turista, sino además, por la estacionalidad y la procedencia de los mercados emisores.

En este sentido el florecimiento de economías como las asiáticas (lo que supone ochenta millones más de consumidores), la introducción del libre mercado en los países de la antigua órbita soviética, los mayores deseos de cooperación internacional más que de confrontaciones militares, y la previsión de un creciente desarrollo de los países latinoamericanos, hizo prever durante los años ochenta una nueva era dorada para el consumo, el

¹⁰ Ordenador portátil, agenda electrónica, teléfono móvil que permiten el desarrollo del trabajo en los trayectos y los hoteles.

¹¹ GERSHUNY, J. (1988): *La nueva economía de servicios*, Madrid, MTSS. – (1978) *Alter industrial society*, Londres, Macmillan.

crecimiento económico y consecuentemente para la industria de viajeros; y que nuevamente, en consonancia con la tónica de los tiempos, vuelve a marcar una orientación refractaria de los flujos turísticos ante la crisis internacional iniciada con el nuevo siglo.

4. Transformaciones recientes y tendencias de futuro: del turismo cultural al turismo ético

Durante algún tiempo algunos estudiosos preconizaron una incidencia negativa de lo que se ha dado en llamar sociedad de la imagen sobre los flujos de viajeros. Entonces se argumentaba, que la mayor capacidad de visualización y conocimiento que proporcionan la televisión, los sistemas multimedia de información y las telecomunicaciones, afectaría tanto al grado de similitud cultural entre países, como sustituyendo al viaje como única vía de descubrimiento.

Rebatiendo dichos planteamientos, la industria turística se ha consolidado como una de las grandes expresiones de la globalización, con cuatro millones de viajeros de negocios diarios a lo largo del planeta, siendo en los últimos cincuenta años una actividad, la del turismo, que ha crecido más rápido que el producto interior bruto, según las estimaciones de Geoffrey Lipmann, presidente de la Organización Mundial del Turismo (WTTC).¹² Si bien es cierto que el nuevo entorno ha exigido de los servicios turísticos un mayor esfuerzo y capacidad para la promoción de un tipo de viaje vacacional más profundo y participativo, que no se quede en la recopilación de tópicos e imágenes, y que recabe en una búsqueda más activa del exotismo y las diferencias culturales. Aspectos perseguidos por modalidades pujantes de actividad turística, como el turismo de aventura, rural o cultural en alguna de sus formas, y que intentan romper el carácter redundante de los destinos típicos.

En un pasado no muy lejano, la principal preocupación que se cernía sobre la humanidad giraba en torno a la superpoblación y la escasez de recursos naturales para su abastecimiento. Sin embargo, los nuevos sistemas de cultivo y la biotecnología, han virado el interés hacia la protección de la naturaleza y el medio. La preocupación se centra ahora en la creación de esas nuevas tecnologías y actividades que, faciliten la conservación del entorno (limpieza de playas y mares, conservación de

¹² Robert Kroon (1998): "Penetration on this scale is prompting world debate", *Time*, Septiembre 21, p. 49

especies autóctonas, etc.), tanto al servicio de la provisión de alimento, como de disfrute turístico.

Esta mentalización colectiva, está llevando a que sean cada vez más denostadas las formas turísticas que afectan más negativamente al entorno, y por el contrario, valoradas las que revalorizan el contacto con la naturaleza y su conservación. Siguiendo a F. Fuster (91:70) los tipos de turismo que más afectan a las cadenas biológica y al conjunto del ecosistema son las que giran en torno a la demanda de artículos de origen animal o vegetal (por ejemplo las pieles o el marfil), ciertas actividades deportivas, como la caza y la pesca, la navegación en embalse que destruye la fauna acuática, la construcción de puertos deportivos o embarcaderos, o de remontes mecánicos en las montañas. También la demanda de condiciones sanitarias que exigen campañas de desinsectación, y por su puesto los graves problemas derivados de los residuos de los centros receptivos, como las aguas fecales, la contaminación de playas, basuras y sobre todo, la de los mares, debido al transporte de crudo.

En un sentido inverso, también existen efectos positivos del turismo sobre el medio, sobre todo en las modalidades de turismo alternativo, entre las que pueden destacarse: las políticas dirigidas a la preservación y defensa del entorno natural, que contribuye uso racional de los recursos naturales y sociales de un territorio, y a evitar el despoblamiento de algunas localidades por la generación de puestos de trabajo y la revitalización de algunas actividades como la agricultura, que ayuda a la conservación del terreno y del entorno natural en general.

El turismo es en este contexto, un agente que pujará en su propio beneficio y el del patrimonio de la humanidad en su conjunto, por un tipo de visita que no sólo defienda un desarrollo contenido de los entornos (limpieza de playas, hoteles ecológicos, conservación de la fauna y la flora autóctona), sino además, proponiendo nuevas alternativas conservacionistas (safaris, parques naturales, etc.). En resumen, para garantizar la sostenibilidad del desarrollo turístico y huir de patrones de la actividad de tipo extractivo y perentorios, es necesario, como apuntan Martínez y Solsona (00:11), que se cumplan algunas condiciones, como “la participación de la sociedad local en el desarrollo de la actividad, la limitación de las capacidades de carga de los atractivos, tanto de los naturales como de los de carácter sociocultural, la actuación sobre las infraestructuras y equipamientos, consiguiendo la adaptación de los recursos al uso turístico a la vez a que son preservados de posibles agresiones.

En esta línea el turismo Cultural es la modalidad que en mayor medida ha favorecido las actividades encaminadas a la conservación del entorno ambiental y el patrimonio histórico-artístico. Respetuoso con la forma de vida de las comunidades en las que se inserta, es cada vez más solicitado por colectivos de estatus medio-alto, con un gasto superior a la media. Todo lo cual hace prever un gran desarrollo futuro, tanto por el efecto del mimetismo característico de los comportamientos socialmente determinados, como por ser un tipo de turismo que se manifiesta con una menor concentración espacial y temporal.¹³ Es decir, que rompe con los aspectos más perniciosos en el crecimiento turístico, como son la masificación, el impacto en las comunidades receptoras y la estacionalidad.

Si hasta ahora la asociación de actividades de ocio y vacaciones con las áreas de valor natural se han conjugado con graves peligros para las segundas, en la actualidad la necesidad de armonizar la conservación y el desarrollo, junto con el potencial económico del turismo, convierte a esta actividad en una de las principales implicadas en la protección del medio. Así, mientras otros sectores económicos se encuentran directamente relacionados con la explotación de los recursos, la propia fragilidad del turismo será capaz de atraer el consenso social sobre la conveniencia del respeto por el patrimonio cultural y ambiental.

En este sentido, en los albores del nuevo milenio surge el turismo ético, como un tipo de vacaciones que se manifiesta positivo en un doble sentido: por la atribución de un contenido moral del que el viaje en sí carece y que como tal beneficia al individuo que lo practica, y por su contribución a la mejora de vida de pueblos deprimidos. Un ejemplo es la iniciativa Campfire en Zimbabwe, que permite a través del ingreso turístico correr con los gastos de la conservación de la vida salvaje, así como de la manutención y educación las comunidades locales.

5. La humanidad del futuro y el turismo que viene

En lo concerniente al turismo, al igual que ocurre con las anticipaciones que sobre el destino humano se han vertido, las predicciones catastrofistas suelen alcanzar, por lo general, mayor resonancia en los medios de opinión, que los argumentos más razonados. Máxime cuando la proximidad a los albores de un nuevo siglo, y con él, del tercer milenio, deviene en

¹³ Ver Cachón, L. (1995): "Nuevos yacimientos de empleo en España", *Economía y Sociedad*, nº. 29-30, pp. 42-44, MTAS.

interpretaciones apocalípticas que se alzan de forma contradictoria, sobre meras explicaciones de lo que no es otra cosa, que expresión de la altura de los tiempos: los avances técnico-científicos, la globalización económica que empeora los peligros de confrontaciones bélicas a gran escala, la introducción de nuevas tecnologías en la esfera del trabajo, etc.

Teniendo además en cuenta las tendencias marcadas por las reformas fiscales en los países europeos, que alivian la carga impositiva y favorecen el consumo, el descenso paulatino de la natalidad y el trabajo de ambos cónyuges, queda patente una tendencia progresiva hacia el incremento de la aportación destinada al gasto turístico en la distribución de los recursos y el tiempo en cada unidad familiar.

Asimismo, la elevación del nivel cultural de la sociedad en su conjunto, las edades más tempranas de jubilación y la incorporación de la mujer al mundo del trabajo, han ido ampliando los segmentos de población demandante del viaje cultural. Manifestándose, sobre todo para los colectivos de pensionistas y mujeres sin cargas familiares, como un mecanismo de participación, de ampliación de las redes sociales y con ellas de mejora de su calidad de vida. La introducción de unos servicios de información turística más evolucionados, departamentos de relaciones públicas y animación¹⁴, ha ido relegando la rigidez de los primeros viajes organizados y superando ese tipo de turismo anónimo y estandarizado, configurándose el viaje en la actualidad como fuente idónea de conocimiento y relaciones humanas.

Por otro lado, el turismo en un sentido genérico, favorece el desarrollo de las culturas regionales, de las artes populares, de los museos y centros recreativos y de arte, y contribuye a salvar por medio del propio valor turístico las costumbres autóctonas de las comunidades receptoras.

En la sociedad contemporánea los desplazamientos, el trabajo y la vida urbana privan a hombres y mujeres de un encuentro sereno con la vida intelectual, a la que invita la capacidad pedagógica que entraña toda actividad turística en sí, como agente educador en las relaciones humanas y los contenidos artístico-culturales.

Por último, si una de las primeras fuerzas motivadoras y potenciadoras para el viajero lo fueron los destinos religiosos (Jerusalem, Roma y Santiago de Compostela han sido grandes centro de peregrinación del mundo cristiano), uno de los beneficios fundamentales, es además de ser un agente

¹⁴ Ya en 1980, la entonces cadena de hoteles Sol crea su propio departamento de formación al mismo tiempo que organiza el primer curso de Animación Hotelera.

de conocimiento mutuo y por tanto de paz entre las naciones, el de facilitar el recogimiento, el encuentro del individuo consigo mismo, con otros pueblos y con otras formas de vida espiritual.

A pesar de la crisis política y de desconfianza desencadenada por otra crisis de mayor calado, como es la económica y de estabilidad internacional, el turismo se ha perfilado, de una u otra forma como un fenómeno en permanente proceso expansivo, a escala tanto cualitativa (especialización y calidad de la oferta y la demanda), como cuantitativa (proliferación de los flujos emisores y centros receptivos). La oferta turística como expresión cultural de las sociedades avanzadas, pasa así a insertarse como parte del patrimonio formativo de cada individuo, en consonancia con un nuevo entender la existencia en la línea que resume un gran poeta español al decir: “vivir es hacer todo lo contrario de lo que quiere la muerte”.