



Caderno Virtual de Turismo

E-ISSN: 1677-6976

caderno@ivt-rj.net

Universidade Federal do Rio de Janeiro
Brasil

Cuevas Contretas, Tomas Jesus

Reseña de "Turismo creativo: el fin de la competitividad" de Sergio Molina

Caderno Virtual de Turismo, vol. 12, núm. 3, diciembre, 2012, pp. 399-401

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Río de Janeiro, Brasil

Disponibile en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115425043009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Turismo creativo: el fin de la competitividad de Sergio Molina

por **Tomas Jesus Cuevas Contretas** <tcuevas@uacj.mx>

Professor e pesquisador do Instituto de Ciencias Sociales y Administración, Departamento de Ciencias Administrativas, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ), Juárez, México.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 12-mar-2012

Aceite: 20-set-2012

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

CONTRETAS, T. J. C. Resenha de Livro: Turismo creativo: el fin de la competitividad. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p.399-401, dez. 2012.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



PATROCÍNIO



El libro de *Turismo Creativo. El fin de la competitividad*, destaca la necesidad de encontrarse con la realidad del contexto de cada ciudad. El efecto túnel, como se trastoca en el preludio del manuscrito, es sin duda un acto de reflexión del encuentro y del desencuentro de la actividad con la comunidad. Molina nos lleva de la mano y nos indica, se generan externalidades negativas, cuando no se contempla a la comunidad receptora, en visualizarlo como parte o no de su proyecto social. Más aún cuando en muchos de los casos a la población se obliga al desplazamiento de su interés por el sueño de la mejora y el desarrollo de su entorno a través del turismo.

Luego entonces la propuesta del autor es, El turismo creativo el cual se orienta a la creación del bienestar compartido y extendido, al desarrollo de habilidades y valores únicos. Con el propósito de la generación de ganancias, considerando refundar el espacio y las relaciones, a partir de la comunidad y su población.

La idea del libro con sus primeros trazos gruesos, se gesta como comenta Molina en el marco de los trabajos de la Cátedra Patrimonial en Turismo Sergio Molina, que se lleva a cabo anualmente desde el año 2008 en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Estado de Chihuahua, en México.

La obra se integra por un prefacio, introducción y dos partes con su capitular. Las dos partes integran diez capítulos. La primer parte, se enfoca en los Fundamentos del turismo creativo, mientras la segunda, su examen va dirigido a la Planeación del turismo creativo.

Ambas partes

La 1ª parte Fundamentos del turismo creativo, cuenta con seis capítulos. El Capítulo 1; versa sobre Conceptos y hechos sobre la evolución del turismo; Bases epistemológicas del turismo creativo; El turismo creativo y el socio constructivismo; Paradigma de la sociedad del conocimiento; Teoría General de Sistemas y Ciencias del turismo creativo.

El Capítulo 2, se enfoca en Los turismos; Las dimensiones del desarrollo del turismo creativo; y Niveles de conocimiento y turismo creativo. Mientras el Capítulo 3, se sumerge en El principio de escasez, La competitividad como instrumento de la carencia; Conceptos y limitaciones de los enfoques de competitividad; Panorama general del turismo en América Latina; Competitividad imitativa en el turismo en México. Por su parte, el Capítulo 4, estudia El escenario catastrófico como base para el despegue. La incertidumbre como motor de las transformaciones; y Ejes de una política turística en la fase post competitiva.

El Capítulo 5, responde a la lógica de la Operativización de los principios del turismo creativo; No localidad y sincronidad del turismo creativo; La reconexión como requisito del turismo creativo; Nodos de poder del turismo creativo; La red de actores es dialógica en la sociedad del conocimiento; así como a las Estrategias integrativas: papel del Estado en el turismo creativo. Finalizando con Capítulo 6, el cual es un amplio examen sobre la Economía de la felicidad: trabajo y consumo creativo; Los precursores del turismo creativo; La empresa en el turismo creativo; La empresa extendida; Negocios de orquestación y redes de valor; Modelo de negocios en el turismo creativo, El consumidor es un ser humano; Destinos turísticos de profundización; Estrategias de doble vínculo; Hacer presente: una de las claves del turismo creativo; Estrategia de centro social, Coaching ontológico, El cambio sísmico y su impacto en el turismo, Los tecnorebeldes: productos y experiencias de turismo creativo, Moneda local: una estrategia del turismo creativo, Filantropía y políticas públicas, y la Educación para el turismo creativo.

La segunda parte, Planeación del turismo creativo, solo cuenta con cuatro capítulos, que van de la planeación, técnicas y el control. Es así, como el Capítulo 7, va De la planeación por evento a la planeación transformacional, Consideraciones sobre un plan de desarrollo del turismo creativo, Liderazgo transformacional y planeación, Funcionamiento integrado del sistema de planeación, Otros subsistemas vinculados, La planeación en el contexto del turismo creativo, Significados de la planeación para la comunidad local, culminando con Contenidos mínimos de un plan de desarrollo del turismo creativo.

Mientras, el Capítulo 8 se enfoca en La planeación estratégica y Metodología de proyectos de inversión en activos fijos. De manera que el Capítulo 9, considera las Técnicas participativas para la planeación del turismo creativo y como Generar nuevas realidades en un mundo de abundancia. Concluyendo en el Capítulo 10, con el Control de gestión de la estrategia, Matriz relacional del turismo creativo y el Ciclo integral del turismo creativo.

Sergio Molina es un intelectual chileno que ha incursionado en la actividad del Turismo. Su trayectoria ha sido reconocida en Latinoamérica, primordialmente por sus términos alternativo, nuevo tiempo libre, ocio creativo, libertad personal, bienestar individual y colectivo, desarrollo social, calidad de vida, cambio o transformación humana, entre otros. Su obra publicada en turismo invita a la reflexión entre lo público y lo privado de la actividad, pasando por El posturismo: turismo y posmodernidad, en donde propone cambios y desafíos de una sociedad que requiere un nuevo paradigma en la estructura, funcionamiento y práctica del turismo que desbordan el uso del tiempo libre y del ocio. Abordando además tópicos que van de la Conceptualización del turismo; la Modernización de empresas turísticas; la Planificación integral del turismo: un enfoque para América Latina (con Sergio Rodríguez); Turismo: metodología para su planificación; hasta la Política turística en México: 1950-2005; El turismo sin límites; Los sistemas turísticos; El posturismo; Un nuevo tiempo libre o bien Turismo y ecología así como, Fundamentos del nuevo turismo: de la fase industrial a la de innovación; Reflexiones sobre el ocio y el tiempo libre (con Daniel Olivares, Sergio Rodríguez, Gabriela Gama, Mario Márquez, Sergio Salmón y Víctor M. Santos); entre otros.

Ahora en la tesis del Turismo Creativo. El fin de la competitividad, nuevamente dirige su mirada a una sociedad más justa e incluyente, en donde los actores e interesados participantes cuenten con las herramientas de planeación adecuada para lograr capacidades estratégicas que beneficien el conjunto de la publicación. Enfrenta en el documento los retos de la periodicidad, y con ello la garantía del seguimiento, mediante cuestionamientos e involucramiento en primera persona: Si nos es ahora, ¿cuándo?; Si no es aquí, ¿dónde?; Si no somos nosotros, ¿quién?; Si no es con nosotros, ¿cómo?; y Si no es para nuestro beneficio, ¿para qué?

En efecto el Turismo Creativo mediante la magistral pluma de Sergio Molina anuncia una postura de innovación, pero también de “coalición entre potenciar y movilizar a las personas, activar recursos e instrumentar, en el contexto de procesos de planeación participativa; [pero al igual] plantea pensar y llevar a cabo la vida y el quehacer a nuevos orbitales cada vez más complejos, sintetizadores y efectivos”.