

SLOW TOURISM: ¿UNA APUESTA PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL TURISMO?

Carla Izcara ¹
Ernest Cañada ²

Resumen

El presente artículo, de carácter ensayístico, pretende analizar el movimiento *slow* desde la perspectiva del *slow tourism*. Esta tendencia toma relevancia en período de pandemia ya que, en su versión más estricta, contribuye a relocalizar en la proximidad la actividad turística y promueve medios de transporte más sostenibles, así como una forma de viajar más pausada. Por un lado, el *slow tourism* pone en cuestión el modelo turístico actual, que genera dinámicas de despojo y banaliza la experiencia de visitar territorios. Por otro lado, sus límites tienen relación con el hecho de ser propuestas pensadas desde la demanda y cómo su desarrollo puede derivar en dinámicas de elitización del consumo turístico. Para contextualizar este movimiento, se enumeran varias experiencias gastronómicas y enoturísticas.

Palabras clave: *slow tourism*, turismo de proximidad, gastronomía, enoturismo.

TURISMO LENTO: UMA APOSTA PARA A TRANSFORMAÇÃO DO TURISMO?

Resumo

Este ensaio teórico visa analisar o movimento *slow* a partir da perspectiva do *slow tourism*. Essa tendência ganha relevância no contexto da pandemia porque, em sua versão mais estrita, contribui para deslocar a atividade turística para a proximidade e promove meios de transporte mais sustentáveis, bem como um modo de viajar mais tranquilo. Por um lado, o *slow tourism* questiona o modelo turístico atual, que gera dinâmicas de despossessão e banaliza a experiência de visitar territórios. Por outro lado, seus limites estão relacionados ao fato de ser uma proposta voltada para a demanda e a como seu desenvolvimento pode levar à elitização do consumo turístico. A fim de contextualizar esse movimento, várias experiências gastronômicas e enoturísticas são listadas.

Palavras-chave: *slow tourism*, turismo local, gastronomia e enoturismo.

¹ Técnico de turismo em Alba Sud. Email: info@albasud.org.

² PhD na Universidade das Ilhas Baleares (UIB). Coordenadora Alba Sud. Email: ernest@albasud.org.

SLOW TOURISM: A BET FOR THE TRANSFORMATION OF TOURISM?

Abstract

This essay-style article aims to analyse the slow movement from the slow tourism perspective. This tendency becomes relevant in a pandemic period as, in its most strict version, contributes to relocate the tourism activity in proximity and promotes more sustainable ways of transport. At the same time, enhances a measured way of traveling. On one hand, slow tourism questions the actual tourism model, which generates spoil territorial dynamics and trivialises the experience of visiting those territories. On the other hand, its limits are related to the fact that these initiatives are designed from the demand and their development can lead to the elitisation of tourism consumption. To contextualize this movement; several gastronomic and wine tourism experiences are mentioned.

Keywords: slow tourism, proximity tourism, gastronomy, enotourism

INTRODUCCIÓN

El *slow tourism* tiene su origen a principios de la década de los años 2000 como una rama del movimiento *slow*. La necesidad de desaceleración, ante las dinámicas de producción y consumo capitalista, cristaliza como forma de acción social en 1986 en Italia, impulsada por Carlo Petrini, cuando decide confrontarse con el incremento del *fast food*, que simbolizaba un crecimiento masivo y agresivo (*hard growth*), el estrés y la falta de control sobre las propias vidas (Timms y Conway, 2012).

El movimiento *slow* pretendía cambiar la forma de consumir bienes y servicios (Calzati y De Salvo, 2018), dejando de lado el modelo de vida de la sociedad occidental, caracterizado por la rapidez y la insostenibilidad (Timms y Conway, 2012), y apostaba por un consumo y una producción más sostenibles, de base local y con conciencia medioambiental (Chung et al., 2018). Esta filosofía se caracteriza, según Calzati y De Salvo (2018), por tres elementos principales: más tiempo, menos estrés y un mayor equilibrio en nuestro día a día.

Los principios del movimiento *slow* han sido relacionados con la teoría del decrecimiento (De Luis, 2011), o al menos se han identificado espacios de cercanía. El decrecimiento pone en cuestión la lógica del crecimiento ilimitado y señala la necesidad de impulsar un proceso de transformación política y social que reduzca el uso de materiales, energía, recursos tecnológicos y trabajo, al tiempo que mejora la calidad de vida de la población y hace un uso más eficiente de los territorios (Latouche, 2006, 2007). El decrecimiento ha

tenido múltiples interpretaciones e influencias de otras corrientes de pensamiento (Andriotis, 2018). Sin embargo, hay suficiente consenso para entender que fundamentalmente implica descolonizar imaginarios ampliamente asentados en el paradigma del crecimiento (Demaria et al., 2019) y transitar de manera voluntaria hacia otro modelo de organización social. Desde esta perspectiva se aboga por procesos de transformación deseados ante el riesgo de que las crisis cíclicas del capitalismo impongan otras formas de decrecimiento forzado (Blanco-Romero, 2019).

Esta perspectiva, que apuesta por la necesidad de una transformación del turismo con la que conecta el *slow tourism*, ha adquirido visibilidad renovada ante la emergencia de la crisis climática y, en especial durante el año 2020, a causa de la pandemia de la COVID-19. La emergencia climática requiere reducir la contaminación atmosférica, de la que el transporte a larga distancia y en gran escala es uno de los principales responsables (Rico et al., 2019). La apuesta por los turismos de proximidad, articulados fundamentalmente en torno a mercados de cercanía geográfica (Cañada e Izcará, 2021), y en concreto por el *slow tourism*, contribuye a relocalizar la actividad turística, promover medios de transporte más sostenibles y rebajar la presión climática. Por otra parte, los turismos de proximidad pueden actuar como dinamizadores de la actividad socioeconómica en muchos territorios que tradicionalmente han tenido baja intensidad turística. En un contexto determinado por la pandemia de la COVID-19, que ha reducido extremadamente las posibilidades de movilidad internacional, la dinamización del turismo doméstico adquiere un claro protagonismo (Cañada e Izcará, 2021).

En este marco, el presente artículo, de carácter ensayístico, se propone aclarar algunos de los conceptos con los que se expresa el movimiento *slow*, y en particular el *slow tourism*, así como introducir algunos de los debates que ha generado: las potencialidades de su asociación con un proceso de revalorización de la gastronomía local, las motivaciones del turista *slow* y, finalmente, las contradicciones y limitaciones de una propuesta de este tipo para transformar el turismo en un sentido emancipatorio.

DIMENSIONES DEL MOVIMIENTO *SLOW*

Dentro del movimiento *slow*, aparecen iniciativas como el *slow food*, las *slow cities* o el *slow tourism* que señalan caminos que podrían ayudar a avanzar hacia una transformación del sistema actual de producción y consumo en el marco de una transformación socio-ecológica cada vez más urgente y socialmente demandada.

Slow food

El *slow food* reivindica la cultura gastronómica local y contrapone una visión ética de la producción y el consumo (Valls et al., 2019). Se concibe como una propuesta de crecimiento organizado, pausado y sostenible (*soft growth*) (Timms y Conway, 2012), ante formas superficiales o banales de consumo en forma de comida rápida.

Carlo Petrini explica los principios del *slow food* como movimiento iniciado en los años 80 en Italia en el libro *Slow Food: The Case for Taste* (2003). En primer lugar, se considera la alimentación como una parte esencial de la vida y su calidad estaría asociada al placer de ingerir alimentos saludables y de temporada. Así, se valoran los diferentes sabores y formas de consumo de estos alimentos, reconociendo el trabajo de toda la cadena de producción. Por otra parte, este movimiento no solo busca disfrutar de los alimentos, sino que trata de contribuir a un desarrollo más sostenible de las explotaciones agrarias con la recuperación de técnicas de cultivo tradicionales y la promoción del consumo de productos locales. Asimismo, la globalización alimentaria ha hecho que aumente la preocupación por reivindicar el valor nutricional, cultural, social y simbólico de los alimentos (Hernández et al., 2020).

Slow cities

Una vez iniciado el movimiento del *slow food*, su impulso se fue reproduciendo en otros ámbitos como en la forma de concebir las ciudades y su funcionamiento. A finales de los años 90, en Italia, se inició el movimiento de las ciudades *slow* y se fundó la asociación "Cittaslow, Rete Internazionale delle città del buon vivere", que luego se expandiría por todo el mundo. Estas redes de municipios apuestan por un desarrollo sostenible basado en la gestión local del territorio con el objetivo de mantener la calidad de vida y el bienestar colectivo (Presenza et al., 2014; Donaldson, 2017). Tanto las *slow cities* como el *slow food* apuestan por la producción y gestión local, promueven un ritmo de vida relajado y la conservación de las tradiciones culturales (Donaldson, 2017).

Para obtener el certificado de "Cittaslow" se deben cumplir una serie de requisitos como, por ejemplo, no sobrepasar los cinco mil habitantes o apoyar a la agricultura, la gastronomía y el comercio local (De Luis, 2011). Este certificado ayuda a conservar el paisaje y el patrimonio cultural local a la vez que contribuye a la promoción del territorio, convirtiéndose en un reclamo para turistas con intereses culturales (De Luis, 2011; Presenza et

al., 2014). De este modo, también se integran formas alternativas de turismo, alejadas del turismo masivo y del consumo acelerado de bienes y servicios, que buscan experiencias consideradas auténticas y la conservación del patrimonio cultural (Presenza et al., 2014).

Slow tourism

El *slow tourism*, como todo concepto que intenta poner nombre a una práctica social plural, ha sido sometido a numerosas discusiones y ha evolucionado a lo largo del tiempo. Actualmente se considera que no existe una definición compartida con suficiente consenso (Serdane et al., 2020). En un primer momento, se entendió como una práctica turística más respetuosa con el medio ambiente, que incidía en la importancia de utilizar medios de transporte menos contaminantes como la bicicleta o hacer rutas a pie, resaltando la relevancia del trayecto y lo que puede aportar a la experiencia del viaje en conjunto (Wilson y Hannam, 2017). Daba forma así a un compromiso ecológico que articulaba un turismo relocalizado en la proximidad.

Posteriormente, fueron tomando fuerza tres elementos claves que caracterizan este movimiento: la reducción de la huella de carbono, el aumento del bienestar y la conexión con el territorio. Así se detecta una interpretación generalizada que describe al *slow tourism* como una actitud al viajar y se considera que no se puede clasificar como una tipología de turismo o una clase de turista (Oh et al., 2014; Serdane et al., 2020). Se introduce también la idea de la necesidad de valorar más la calidad en lugar de la cantidad, oponiéndose de este modo a que el desarrollo de un destino se mida únicamente por la llegada de turistas (Timms y Conway, 2012), lo que rompe con lo que se ha considerado hasta ahora "éxito turístico". Por lo tanto, a priori, el *slow tourism* intentaría evitar los impactos negativos del turismo de masas como la división social, la dependencia económica o la degradación ambiental (Timms y Conway, 2012) y se articularía como una propuesta ética en el contexto de las prácticas turísticas (Calzati y De Salvo, 2018; Serdane et al., 2020). Asimismo, autores como Donaldson (2012) consideran la filosofía *slow* como un "antídoto" al turismo de masas. Esta nueva forma de viajar se considera también una oportunidad para conectar con la naturaleza y los paisajes rurales (Varley y Sample, 2015) y para revalorizar el patrimonio cultural construido sobre estos territorios (Moscarelli, 2019). El *slow tourism* puede contribuir a valorar elementos patrimoniales fuera de los circuitos turísticos masivos contribuyendo así a la conservación y la redistribución de los flujos turísticos. Asimismo, en la medida en que esta ha sido una práctica característica de las áreas rurales se propone como una herramienta para revitalizar espacios rurales afectados por

el éxodo y el abandono (Moscarelli, 2019). Un ejemplo son las "Vías verdes", antiguos tramos ferroviarios en desuso que se han acondicionado para hacer senderismo o bicicleta. Este proyecto, vinculado también al turismo industrial, ha ayudado a recuperar el patrimonio ferroviario en España revitalizando zonas rurales deprimidas a la vez que promueve una movilidad sostenible y se postula como una alternativa turística para conectar con el paisaje y conocer la historia de un territorio (Abellan, 2020).

Gastronomía local y *slow tourism*

Una de las características principales del *slow tourism* es poder disponer de más tiempo para viajar y el deseo de poder conectar con el territorio visitado. Ante este nuevo escenario, propuestas como las del turismo gastronómico, aparecen como una buena opción para desacelerar y acercarse a la cultura local. El interés por la gastronomía local se ha convertido en un terreno fecundo para la relación entre el turismo gastronómico y el *slow tourism*.

La alimentación puede ser un buen recurso para conocer la cultura de un país y ya se ha transformado en un símbolo de identidad (Hernández y Dancausa, 2018; Vázquez et al., 2020). Existe una relación muy estrecha entre la dieta de una zona, su paisaje y las capacidades de producción locales. Se convierte en una "expresión directa de interacción entre la naturaleza y la cultura en un entorno específico" (Corvo y Maticena, 2017: 99). La cultura alimentaria de un lugar es el conjunto de prácticas, conocimientos, técnicas y creencias que hacen referencia a todo lo que rodea la alimentación; desde formas de producción y elaboración hasta costumbres y formas de consumo, todas ellas susceptibles de patrimonialización (Espeitx, 2004).

El proceso de patrimonialización es una redefinición o reelaboración del patrimonio colectivo real, por el que se seleccionan unos elementos sobre otros. Esta elección está relacionada con la imagen que se quiere proyectar de un territorio y las estrategias que se quieren desarrollar en materia turística (Ellison, 2017). En consecuencia, los elementos que se conviertan en patrimonio no representarán completamente la cultura alimentaria de una zona (Espeitx, 2004). Destacan tres manifestaciones de protección de productos agroalimentarios y gastronomías que han permitido la consolidación de un patrimonio alimentario: la aparición y extensión de las denominaciones de origen protegidas, el aumento de investigaciones e inventarios de productos alimenticios en una determinada zona y, finalmente, la convención de la UNESCO de 2003 que favoreció la consideración de la alimentación como patrimonio de la humanidad (Ribas y Mulet, 2018). La UNESCO establece que las prácticas culturales deben

ser vivas e integrar transformaciones, pero aun así hay actores que tienden a inmovilizar prácticas alimentarias en gran parte desaparecidas (Suremain, 2017). Este proceso no está exento de riesgos y contradicciones. Ribas y Mulet (2018) señalan la paradoja que supone el intento de proteger la especificidad de la cultura alimentaria local ante los procesos de homogeneización global y, al mismo tiempo, homogeneizar y convertir en estereotipos productos alimenticios, cocinas y gastronomías en ciertos territorios.

Todos estos elementos y en concreto la producción de alimentos y las gastronomías locales, pueden convertirse en recursos turísticos en sí mismos y convertirse en una motivación para viajar. Al mismo tiempo, en un contexto de fragmentación, segmentación y particularización de los mercados turísticos, guiados bajo una lógica postfordista de reorganización de la producción y consumo capitalista (Ioannides y Debbage, 1998), y que se traduce también en una nueva territorialidad (Rullán, 2008), la oferta vinculada al patrimonio alimentario parece tener una especial potencialidad. Así, monumentos, festividades, tradiciones y alimentos, se convierten posibles objetos de consumo y pueden banalizarse y desvincularse de sus significados y valores. Las dinámicas de patrimonialización pueden responder tanto a una voluntad de recuperar o conservar elementos de identidad de una cultura, como una lógica de patrimonializar todo aquello que pueda ser comercializable.

De hecho, el patrimonio alimentario puede modificarse constantemente para adaptarse a las preferencias del visitante o a nuevas circunstancias, manteniendo algunos elementos que lo hacen identificable (Espeitx, 2004). Así, a partir del análisis de las experiencias vinculadas al proyecto europeo MEDFEST *Culinary heritage experiences: how to create sustainable tourist destinations* se identifican dinámicas de mercantilización y de espectacularización, asociada a la creación de ciertas ficciones de la vida social vinculada a la producción alimentaria para facilitar su consumo (Ribas y Mulet, 2018). Para evitar estas consecuencias se incluirá la población local en el proceso de toma de decisiones sobre qué y cómo incluir ciertos elementos culturales a la oferta turística (Zúñiga, 2012).

No sin riesgos de caer en este tipo de dinámicas, ciertas formas de organizar la actividad turística, como por ejemplo el turismo gastronómico cuando se vincula a la filosofía del *slow tourism*, pueden ayudar a dar a conocer la producción alimentaria y la gastronomía de determinados territorios. En este proceso también puede haber un acercamiento a la población local. Así el *slow tourism* potenciaría prácticas turísticas que valoran el tiempo de preparación de los alimentos, verifican la calidad y sostenibilidad de los productos o resaltan la importancia

de interactuar en compartir una comida (Corvo y Maticena, 2017). Por tanto, al vincularse con una propuesta de *slow tourism*, el turismo gastronómico puede contribuir a estimular la agricultura local a la vez que ayuda a conservar y revalorizar la cultura de aquel lugar, y en particular a estimular la producción alimentaria ligada a unidades familiares campesinas (Gascón, 2018). En consecuencia, se desarrolla un sentimiento de apropiación territorial y cultural que contribuye a preservar la identidad de un territorio en un contexto de globalización y homogeneización (Corvo y Maticena, 2017), un proceso que no es ajeno tampoco a riesgos y contradicciones.

Esta relación entre turismo, producción alimentaria y gastronomía, que permite una reorganización de las prácticas turísticas a partir del movimiento *slow* ha sido identificada en diferentes contextos. Así se han destacado experiencias como las del turismo vinculado al conocimiento y consumo de alimentos como el café en contextos tan diferentes como Costa Rica (Candelo, 2019), El Salvador (Cañada, 2017), Indonesia o Etiopía (Woyesa, 2021), en los que se identifican evidencias positivas en términos de diversificación y complementariedad de ingresos, apertura de nuevos mercados para la comercialización de la producción de café y la conservación de los recursos naturales. Pero probablemente el enoturismo, y en particular la experiencia desarrollada en Cataluña, pueda servir como ejemplo virtuoso de las potencialidades de un turismo *slow* que centra su atención en la cultura del vino y el cava.

Enoturismo en Cataluña

Esta última década ha habido un crecimiento del turismo gastronómico y el enoturismo en España, que se ha consolidado como un producto independiente. En Cataluña, territorio con larga tradición agraria, se ha apostado por esta iniciativa turística para diversificar la oferta y ayudar al desarrollo económico de las zonas rurales a la vez que se ha recuperado y revalorizado el trabajo y los conocimientos del campo (Molleví y Fusté, 2016). Estas propuestas turísticas se organizan en formas de rutas gastronómicas que incluyen vistas a los atractivos culturales y naturales de la zona con la posibilidad de complementarlo con otros servicios turísticos como alojamiento o deportes de aventura. Por otra parte, fomentan la colaboración entre los agentes públicos y privados, ya que esta estructura implica a diferentes actores (Jeambey, 2016).

Entre las rutas gastronómicas en las que se destaca un producto en concreto, las dedicadas al vino y al cava son las más conocidas y asentadas en el marco europeo, con especial arraigo en España y Cataluña (Jeambey, 2016). En el caso del vino en Cataluña, la comunidad

cuenta con doce Denominaciones de Origen Protegidas y todas ellas están relacionadas con diferentes rutas gastronómicas. Este sello por un lado establece unos estándares de calidad y asegura la presencia de una variedad de uva concreta y, por otro, garantiza unas formas de cultivo y elaboración características del territorio y relacionadas con la tradición y cultura locales, que brindan un valor añadido en la promoción turística (Medina y Tresserras, 2008; Jeambey, 2016; Molleví y Fusté, 2016).

La segunda ruta del vino y el cava más importante en España se encuentra en Cataluña en la comarca del Penedès con 441.467 visitas anuales (ACEVIN, 2019), y en las que participan tres bodegas internacionales de renombre, Cavas Codorniu, Freixenet y Bodegas Torres, además de muchas otras de distintas dimensiones. El conjunto de actividades enoturísticas que se organizan bajo el nombre de EnoturismePENEDÈS incluyen desde visitas a los viñedos y bodegas, catas de vinos o visitas al Museo de las Culturas del Vino de Cataluña, el VINSEUM, fundado en 1945 en Vilafranca del Penedès, el primer museo de la temática a nivel estatal. Las características principales que han hecho que esta ruta sea de las más exitosas son la fuerte presencia en los mercados internacionales de las bodegas mencionadas y que se puede llegar a la zona en tren desde Barcelona, foco turístico muy importante (Molleví y Fusté, 2016). Aun así, el hecho que la oferta se centre en tres grandes empresas ha dificultado la participación de pequeñas y medianas bodegas (Medina y Tresserras, 2008). También hay que apuntar que a veces, la etiqueta *slow* se utiliza como atractivo comercial o herramienta de marketing y no para establecer unos principios más sostenibles dentro de la actividad turística.

Sin embargo, en la zona también han surgido iniciativas públicas y privadas claramente identificadas con los principios del *slow tourism*. Así, por ejemplo, la empresa Bikemotions, ubicada a la salida del tren del municipio de Subirats, en la misma comarca del Penedès, a menos de una hora de la ciudad de Barcelona, ofrece un amplio servicio de alquiler de todo tipo de bicicletas con rutas señalizadas y guiadas para hacer recorridos entre viñedos y poder conocer pequeñas bodegas de la zona. La empresa gestiona una concesión pública.

Encontramos también propuestas de enoturismo dentro de la Economía Social y Solidaria como, por ejemplo, la de la Bodega Comalats, ubicada en la Ametlla de Segarra, Lleida. Esta bodega familiar ofrece visitas a los viñedos complementadas con propuestas gastronómicas o culturales como representaciones teatrales o conciertos de pequeño formato. En segundo lugar, en la comarca del Bages, se encuentra la primera Cooperativa productora de Cava de España con más de cien años de historia. La visita guiada a la Bodega Cooperativa de

Artés incluye la entrada al museo y en las cavas, junto con una cata de siete vinos y cavas maridados con productos de la gastronomía local. En último lugar, destacar la propuesta del Mas Vida, una pequeña bodega artesanal de la comarca del Alt Empordà, que complementa las ofertas ecoturísticas y gastronómicas con propuestas musicales. Además, organizan excursiones en Kayak por el Cap de Creus o el río Fluvià acompañado de una cata de vinos y aceites posterior.

Estas experiencias muestran la posibilidad de que, bajo el paraguas del *slow tourism*, se puedan producir dinámicas que contribuyan a revalorizar el patrimonio cultural y frenar el éxodo rural, así como redistribuir los flujos turísticos y, en consecuencia, los beneficios económicos generados. No obstante, encontramos claras limitaciones en esta estrategia, como puede ser la baja participación de pequeñas y medianas empresas o que los productos turísticos comercializados suelen tener tarifas altas, excluyendo gran parte de la población.

MOTIVACIONES DEL TURISTA SLOW

La literatura científica ha descrito numerosas y diferentes motivaciones que han llevado a algunas personas a apostar por el *slow tourism* y, por tanto, intentar viajar de una forma más pausada y sostenible. En primer lugar, se destaca la preocupación y voluntad del turista por reducir su impacto medioambiental (Barr, 2018; Özemir y Çelebi, 2018). A su vez, se hace hincapié en la necesidad de que el turismo genere, en términos equitativos, beneficios sociales y económicos causando el menor impacto ambiental posible para así conservar la integridad natural local y asegurar un futuro sostenible (Timms y Conway, 2012; Donaldson, 2017).

En segundo lugar, hay una fuerte orientación hacia actividades de turismo vivencial (Meng y Choi, 2016). Así, se argumenta, que los turistas que practican *slow tourism* pueden conocer el territorio visitado teniendo experiencias que son consideradas más auténticas, genuinas y significativas en contraposición a aquellos que viajan de una forma más rápida (Meng y Choi, 2016; Donaldson, 2017). Este factor, además de ser decisivo en el proceso de elección, puede influir en la conexión con el territorio y la conducta de los turistas (Shang et al., 2019).

En tercer lugar, se valora que, bajo esta forma de entender el turismo, el consumidor deja de ser un elemento pasivo en la cadena y se convierte en un "co-creador" del valor social que se genera a partir de la experiencia turística (Calzati y De Salvo, 2018). De acuerdo con

esta forma de entender la participación, se origina una mayor interacción con la población local (Özemir y Çelebi, 2018; Shang et al., 2019) y, en consecuencia, el turista experimenta un sentimiento de pertenencia o vinculación mayor hacia el territorio visitado (Shang et al., 2019; Valls et al., 2019). En el caso de los turistas con intereses gastronómicos, sus viajes también tienen una función social muy importante, suelen viajar en grupo y el momento de la comida es una oportunidad para compartir y socializar, tanto con sus compañeros de viaje como con la población local. No solo buscan degustar platos, sino que valoran la posibilidad de conocer hábitos de consumo, rituales o recetas y, a partir de ahí, la cultura de la localidad (Oliveira, 2011).

En cuarto lugar, varios autores recalcan la búsqueda del bienestar como una de las principales motivaciones de esta forma de entender el turismo. Todos ellos coinciden en que al disminuir el ritmo del viaje los efectos positivos en la salud, en un sentido amplio, son mayores (Calzati y De Salvo, 2018). Así, el deseo por escapar, desacelerar y relajarse se considera también parte de las motivaciones principales para hacer *slow tourism* (Oh et al., 2014; Özemir y Çelebi, 2018) como respuesta al ritmo frenético de vida actual (Shang et al., 2019). De forma relacionada, también se detecta que algunas personas optan por el *slow tourism* cuando quieren hacer un viaje que les ayude a hacer una introspección interna (Oh et al., 2014; Özemir y Çelebi, 2018) a través de la conexión con la naturaleza (Varley y Sample, 2015).

Por último, dentro del marco del *slow tourism* se pueden incluir diferentes intereses turísticos como los culturales o gastronómicos. Todos estos turistas tienen dos puntos en común destacables. Por un lado, todos viajan motivados por conocer la cultura local y vivir una experiencia considerada auténtica. Por el otro, todos ellos tienen un nivel de estudios superior y un presupuesto medio-alto (Mondéjar et al., 2009; Oliveira, 2011; Özemir y Çelebi, 2018; Shang et al., 2019).

CONTRADICCIONES Y LÍMITES DE LA PROPUESTA

A pesar de las buenas intenciones que se le presuponen, las prácticas asociadas al *slow tourism* acumulan también contradicciones que han generado un fuerte debate sobre sus implicaciones. Así, se han enfatizado algunas contradicciones entre la filosofía del movimiento y algunas de sus prácticas. Originalmente, el *slow tourism* no estaría tan condicionado por el tiempo como otras prácticas turísticas convencionales. Contrariamente, se intentaría evitar horarios estrictos y valorar el tiempo en función de la experiencia del momento y de la

posibilidad de disfrutarlo tranquilamente. Aun así, algunas de las formas a través de las cuales ha sido comercializado incluirían algunos elementos que precisamente se caracterizarían por su rapidez, como son el transporte aéreo o Internet. Por esta razón se ha cuestionado hasta qué punto es compatible una mentalidad *slow* con prácticas *fast* (Serdane et al., 2020).

Otro elemento en debate destacado ha sido cómo quedaría la contribución al medio ambiente que pretendía favorecer inicialmente el *slow tourism*. De este modo, se ha puesto en duda la coherencia del uso del avión u otros medios de transporte de larga distancia para llegar a determinados destinos, aunque una vez allí se sigan principios identificados con el *slow tourism* (Donaldson, 2017; Serdane et al., 2020). De hecho, detectamos varias ofertas clasificadas dentro del *slow tourism* dirigidas sobre todo al turismo internacional. A partir de esta contradicción aparece la duda de si se pueden seguir considerando *slow tourism* prácticas que implican desplazamientos de larga distancia por vías convencionales si una vez en el destino se adoptan principios y prácticas de la filosofía *slow*, tal como argumentan algunos autores (Meng y Choi, 2016). ¿Cuál sería entonces la contribución de esta forma de hacer turismo en la reducción de la huella de carbono que inicialmente se pretendía?

Por otra parte, el hecho de dar prioridad a la proximidad también ha sido cuestionada desde diferentes perspectivas. De esta manera, hay quien ha considerado que la eliminación de medios de transporte de larga distancia conllevaría elegir destinos más cercanos, accesibles en coche, autocaravana, bicicleta o incluso a pie. Esta orientación podría impactar negativamente de dos maneras diferentes: se considera que el *slow tourism* se convertiría en una alternativa limitada a las regiones más acomodadas del planeta excluyendo los destinos de difícil acceso o más lejanos (Donaldson, 2017) y, por otra parte, el hecho de viajar de forma local supondría un descenso en la demanda de alojamiento y, en consecuencia, un impacto en la economía local (Serdane et al., 2020). Estas críticas, a nuestro entender, subvaloran la capacidad de dinamización económica local de las propuestas de proximidad porque probablemente limitan la perspectiva a consumos de alto poder adquisitivo, lo que pone en evidencia la tentación elitista en la forma de concebir esta propuesta.

Precisamente, el otro gran elemento en controversia que se produce alrededor del *slow tourism* ha sido el riesgo de que quedara absorbido por dinámicas de consumo elitistas, dirigidas a sectores de la población con mayor capacidad de consumo que buscarían productos y experiencias consideradas de más calidad y con posibilidades de distinción. La incorporación de elementos y prácticas que puedan ser integradas por esta lógica de consumo capitalista bajo

formas de distinción es realizada constantemente, aunque sea asumiendo discursos contraculturales o supuestamente alternativos (Frank, 2011). Asimismo, hay quien alerta de que la fiebre por el movimiento *slow* puede jugar en contra de su misma filosofía original, convirtiendo lo que era una apuesta por un consumo más sostenible en un "producto *mainstream*" más. Meng y Choi (2017), Donaldson (2017) o Özemir y Çelebi (2018), mencionan que la etiqueta *slow* es fundamentalmente un atractivo comercial. En el libro de Ronnie Donaldson, *Small Town Tourism in South Africa* (2017), se ilustran diferentes casos donde la comunidad percibe el movimiento *slow* como una imposición. Así se considera que las estructuras organizacionales de estas "ciudades *slow*" no son gestionadas desde la base y la toma de decisiones recae en un grupo reducido de personas de clase media. En consecuencia, se crea una sensación de elitismo y se acentúa la división de opiniones, ya que diferentes miembros de la comunidad piensan que se limita el desarrollo de otras actividades en el territorio. Por otra parte, la lógica de una cierta exclusividad en la oferta ha facilitado también su encarecimiento (Varley y Sample, 2015) lo que ha derivado en prácticas turísticas que en algunos casos se han considerado elitistas y excluyentes. De hecho, diferentes autores han detectado que la mayoría de personas que practican *slow tourism* tienen estudios superiores o universitarios (Özemir y Çelebi, 2018; Shang et al., 2019), característica compartida con los turistas con inquietudes culturales o gastronómicas. Inevitablemente, estas críticas abren el interrogante de si ya en sus orígenes la propuesta del *slow tourism* estuvo marcada por esta voluntad de generar una oferta dirigida a sectores de mayor poder adquisitivo que huían de un consumo masificado. En cualquier caso, la tensión por este elitismo ha estado siempre presente.

Asimismo, la preferencia de viajar de esta manera y vivir experiencias únicas puede acabar derivando en una sobrecarga de determinados destinos que podría tener efectos indeseables, alejando a los mismos turistas "*slow*" (Meng y Choi, 2016) y reproduciendo impactos similares al turismo de masas en forma de fricciones entre población local y turistas o falsas autenticidades (Serdane et al., 2020).

CONCLUSIONES

slow tourism pone en cuestión un modelo de desarrollo turístico que genera dinámicas de despojo y que banaliza la experiencia de conocer y visitar territorios que no son los habituales. Contradice también las bases de la producción y consumo *express* del turismo de carácter masificado. Da valor a otras formas de consumo turístico y cultural que requieren más

tiempo y voluntad de conexión con la realidad visitada. Las emergencias globales que afronta nuestra sociedad, como la sanitaria por la COVID-19 y la climática, limitan, o deberían hacerlo, el modelo de crecimiento constante de la movilidad internacional a gran escala. En este contexto, hay un reconocimiento cada vez más amplio de la necesidad de una transformación del turismo y la importancia de la proximidad. El *slow tourism*, en su versión más preocupada por los impactos ambientales del turismo, puede ayudar a relocalizar esta actividad y generar interrelaciones que estimulen económica y socialmente determinados territorios.

Sin embargo, probablemente parte de sus límites tengan relación con el hecho de ser propuestas pensadas más desde la demanda, sin tener en cuenta las formas a través de las cuales se debe garantizar su producción. Al mismo tiempo, su desarrollo puede derivar también en dinámicas de elitización del consumo turístico que generen efectos de exclusión. Su historia nos alerta sobre cómo prácticas tradicionales pueden ser reinterpretadas a la luz de valores de distinción de sectores de mayor poder económico y acabar perdiendo potencialidad de transformación social de carácter emancipatorio, es decir, con el propósito moral de eliminar cualquier forma de opresión o dominación y, a su vez, favorecer una expansión de las capacidades humanas que permitan una vida digna en una sociedad justa en paz con el planeta.

A pesar de estas limitaciones o contradicciones, el *slow tourism* más que como una respuesta por sí misma, debería considerarse como parte de un puzzle complejo de distintas piezas a articular entre ellas para avanzar hacia una transformación del turismo en un sentido más sostenible, equitativo e inclusivo.

AGRADECIMIENTOS

Este artículo se ha elaborado en el marco del proyecto «Plataforma de investigación en turismo, derechos humanos y equidad de género sobre América Latina. 2ª fase» gestionado por Alba Sud con el apoyo de la Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament (ACCD) (convocatoria 2020).

REFERENCIAS

ABELLAN, Núria. **Turismo industrial, motor de cambio**. *Alba Sud*, 14/08/2020. Recuperado en: <http://www.albasud.org/noticia/ca/1244/turisme-industrial-motor-de-canvi>

ANDRIOTIS, Konstantinos. **Degrowth in tourism**. Conceptual, theoretical and philosophical issues. Wallingford: CABI, 2018.

- BARR, Stewart. Personal mobility and climate change. **WIREs Clim Change**, v. 9, n. 5, p. 1-19, 2018.
- CALZATI, Viviana; DE SALVO, Paola. Slow tourism. A theoretical framework. En: CLANCY, M. (Ed.). **Slow Tourism, Food and Cities**. Plance and the Search for the “Good Life”. Nueva York: Routledge, p. 33-49, 2018.
- BLANCO-ROMERO, Asunción. Tourism edgrowth. En: CAÑADA, Ernest (ed.). **Tourism in the geopolitics of the Mediterranean**. Barcelona: Alba Sud Editorial. Contrast Reports Serie, n. 9., p. 66-69, 2019.
- CANDELO, Elena; CASALEGNO, Cecilia; CIVERA, Chiara; BÜCHI, Giacomo. A ticket to coffee: Stakeholder view and theoretical framework of coffee tourism benefits. **Tourism Analysis**, v. 24, n. 3, p. 329-340, 2019.
- CAÑADA, Ernest. Contribución del turismo comunitario a la economía campesina: la Cooperativa Los Pinos en El Salvador. En GASCÓN; MILANO, C. (Eds.). **El turismo en el mundo rural**. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas indígenas? El Sauzal: PASOS, Colección PASOS Edita, 18, p. 111-137, 2017.
- CAÑADA, Ernest; IZCARA, Carla. **Turismos de proximidad**. Un plural en disputa. Barcelona: Icaria Editorial, 2021.
- CLANCY, Michael. **Slow tourism, food and cities**. Pace and the search for the "good life". Londres: Routledge, 2017.
- CHUNG, Jin Young.; KIM, Jinok Susanna; LEE, Choong Ki; KIM, Myung Ja. Slow-food-seeking behaviour, authentic experience, and perceived slow value of a slow-life festival. **Current Issues in Tourism**, v. 21, n. 2, p. 123-127, 2018.
- CORVO, Paolo; MATA CENA, Raffaele. Slow Food in Slow Tourism. En: CLANCY, Michael (Ed). **Slow Tourism, Food and Cities: Peace and Search for the “Good Life”**. Londres: Routledge, p. 95-110, 2017.
- DE LUIS, Andrea. Una aproximación al turismo Slow: el turismo Slow en las Cittaslow de España. **Investigaciones Turísticas**, n. 1, p. 122-133, 2011.
- DEMARIA, Federico; KALLIS, Giorgio; BAKKER, Karen. Geographies of degrowth: Nowtopias, resurgences and the decolonization of imaginaries and places. **Nature and Space**, v. 2, n. 3, p. 431-450, 2019.
- DONALDSON, Ronie. Cittaslow: Going Nowhere Slowly? En: DONALDSON, Ronie. (Ed.). **Small Town Tourism in South Africa**. Nueva York: Springer, p. 87-117, 2017.
- ESPEITX, Elena. Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. **Pasos**, v.2, n. 2, 193-213, 2004.
- FLETCHER, Robert; MURRAY, Ivan.; BLANCO-ROMERO, Asunción; BLÁZQUEZ-SALOM, Macià. Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 27, n. 12, p. 1745-1763, 2019.

FRANK, Thomas. **La conquista de lo cool**. El negocio de la cultura y la contracultura y el nacimiento del consumismo moderno. Barcelona: Alpha Decay, 2011.

GASCÓN, Jordi. Turismo, gastronomía y alimentación. De la teoría del enlace a la patrimonialización de la gastronomía. En: MEDINA, Francesc Xavier; LEAL, María del Pilar (Eds.). **Gastronomía y turismo en Iberoamérica**. Gijón: Ediciones Trea, 2018, p. 15-32.

HAKIM, Luchman; SISWANTO, Dian; RAHARDI, Brian; ZAYADI, Hasan. Fostering coffee agroforestry for agrotourism development in degraded land in a buffer zone of a national park: A case study from Poncokusumo, Malang, Indonesia. **EurAsian Journal of BioSciences**, v. 13, n. 2, 1613-1620, 2019.

HERNÁNDEZ ROJAS, Ricardo; DANCAUSA MILLÁN, María Genoveva. Turismo Gastronómico. La gastronomía tradicional de Córdoba (España). **Estudios y perspectivas en turismo**, n. 27, p. 413-430, 2018.

IOANNIDES, Dimitri; DEBBAGE, Keith G. Neo-Fordism and Flexible Specialization in the Travel Industry. En: IOANNIDES, Dimitri.; DEBBAGE, Keith. (Eds.). **The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-side Analysis**. Abingdon: Routledge, 1998, p. 97-119.

LATOUCHE, Serge. **Le Pari de la décroissance**. París: Fayard, 2006.

LATOUCHE, Serge. **Petit traité de la décroissance sereine**. París: Mille et Une Nuits, 2007.

MENG, Bo.; CHOI, Kyuhwan. The role of authenticity in formin slow tourists' intentions: Developing an extended model of goal-directed behavior. **Tourism Management**, n. 57, p. 397-410, 2016.

MEDINA, Francesc Xavier; TRESSERRAS, Jordi (2008). Turismo enológico y rutas del vino en Cataluña. Análisis de casos: D.O. Penedès, D.O. Priorat y D.O. Montsant. **Pasos**, v. 6, n.3, p. 493-509, 2008.

MOLLEVÍ, Gemma; FUSTÉ, Francesc. El turismo gastronómico, rutas turísticas y productos locales: el caso del vino y el queso en Cataluña. **Geographicalia**, n. 68, p. 25-47, 2016.

MONDÉJAR, Juan Antonio; CORDENTE, María; MONDÉJAR José; MESEGUER, María Leticia. Perfil del turista cultural: una aproximación a través de sus motivaciones. **Her & Mus**, n. 2, p. 25-58, 2009.

MOSCARELLI, Rossella. Slow tourism infrastructure to enhance the value of cultural heritage in inner areas. **Il capitale culturale**, n. 19, p. 237-254, 2019.

OH, Haemoon; ASSAF, George; BALOGLU, Seyhmus. Motivations and Gloals of Slow Tourism. **Journal of Travel Research**, v. 55, n. 2, p. 205-219, 2014.

OLIVEIRA, Simão. La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. El turismo gastronómico en Mealhada – Portugal. **Estudios y perspectivas en turismo**. n. 20, p. 738-752, 2011.

ÖZDEMİR, Gökçe; ÇELEBI, Duygu. Exploring dimensions of slow tourism motivation. **Anatolia**, v. 29, n. 4, p. 540-552, 2018.

- PETRINI, Carlo. **Slow Food: The Case for Taste**. Nueva York: Columbia University Press, 2003.
- PRESENZA, A.; ABBATE, T.; ALIBRANDI, A. From Conservation to Valorization of Heritage Assets: The Contribution of Cittaslow Certification. **Heritage, Tourism and Hospitality: International Conference HTHIC 2014** November 6-8, 2014 Istanbul, Turkey / Boğaziçi University, Erasmus University, Adnan Menderes University and Elgin & Co., p. 195-205, 2014.
- RIBAS, Joan; MULET, Margalida. Patrimonio alimentario, turismo y espectáculo. Reflexiones en torno a un proyecto de desarrollo de experiencias turísticas gastronómicas. En: ODELA. **Polisemias de la alimentación**. Salud, desperdicio, hambre y patrimonio. Barcelona: Observatorio de la Alimentación – ODELA, 2018, p. 77-96.
- RICO, Anna; MARTÍNEZ-BLANCO, Júlia; MONTLLÉO, Marc, RODRÍGUEZ, Gustavo; TAVARES, Nuno; ARIAS, Albert; OLIVER-SOLÀ, Jordi. Carbon footprint of tourism in Barcelona. **Tourism Management**, n. 70, p. 491-504, 2019.
- RULLÁN, Onofre. Reconversión y crecimiento de las zonas turística. Del fordismo al postfordismo. En: TROITIÑO, Miguel Ángel.; GARCÍA, Joaquín Saúl.; GARCÍA, María. **Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?** Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2008, p. 587-624.
- SERDANE, Zanda; MACCARRONE-EAGLEN, Agata; SHARIFI, Sudi. Conceptualising slow tourism: a perspective from Latvia. **Tourism Recreation Research**, v. 45, n. 3., p. 337-350, 2020.
- SHANG, Wenwen; QIAO, Guanghui; CHEN, Nan. Tourist experience of slow tourism: from authenticity to place attachment – a mixed-method study based on the case of slow city in China. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, v. 25, n. 2, p. 170-188, 2019.
- TIMMS, Benjamin F; CONWAY, Dennis. Slow Tourism at the Caribbean's Geographical Margins. **Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment**, v. 14, n. 3, p. 396-418, 2012.
- VALLS, Josep Francesc; MOTA, Luís; VIEIRA, Sara Cristina Freitas; SANTOS, Rossana. Opportunities for slow tourism in Madeira. **Sustainability**, v. 11, n. 17, p. 1-23, 2019.
- VARLEY, Peter; SEMPLE, Tristán. Nordic Slow Adventure: Explorations in Time and Nature. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 15, n. 1-2, p. 73-90, 2015.
- VÁZQUEZ HERNÁNDEZ, Ivone; JIMÉNEZ-RUIZ, Andrea; PALMAS CASTREJÓN, Yaneli; CONTRERAS, Daniel de Jesús; SERRANO BARQUÍN, Rocío del Carmen. Turismo agroalimentario y revalorización de alimentos tradicionales: el caso del Yatay en Ubajay, Argentina. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 12, n. 2, p. 309-333, 2020.
- WILSON, Sharon; HANNAM, Kevin. The frictions of slow tourism mobilities: Conceptualising campervan travel. **Annals of Tourism Research**, n. 67, p. 25-36, 2017.

WOYESA, Tamagn; KUMAR, Satinder. Potential of coffee tourism for rural development in Ethiopia: a sustainable livelihood approach. **Environment, Development and Sustainability**, n. 23, p. 815-832, 2021.

ZÚÑIGA, Federico. El patrimonio biocultural frente a los procesos de apropiación turística y mercantilización como estrategia de desarrollo para el Totonacapan veracruzano. En CASTELLANOS, A.; DEL CAMPO, C. (Coord.). **Turismo y antropología: miradas del Sur y el Norte**. México: Universidad Autónoma Metropolitana, 2012, p. 233-266.

Recebido em 11 de outubro de 2021

Aprovado em 28 de janeiro de 2022

Publicado em 07 de fevereiro de 2022.