Cultura Turística



|  |  |
| --- | --- |
| **Grupos: 43-A****CLASE: 8** |  **Profra. Brenda Hernández González**  **Fecha: Viernes 16 de Febrero de 2018**  |

**OBJETIVO:** *Al término de la clase, el alumno de comprender la importancia de la evolución y desarrollo de las sociedades, así como las ventajas de dicha evolución.*

**TEMA: EVOLUCIÓN Y DESARROLLO**

Desde hace muchos años la relación entre el turismo, la cultura y el desarrollo -claramente evidente- ha sido tratada en artículos, libros y publicaciones desde muchas perspectivas, la mayoría, sin embargo, en el contexto de la simple reflexión académica. La acepción Turismo Cultural, que parece haberse convertido, improvisada y precipitadamente, en la concreción práctica de todas las disquisiciones teóricas, tiene una amplia literatura e infinidad de asociaciones y entidades que, con mayor o menor fortuna, discurren por un amplio campo de actuación, impreciso en ocasiones y extremadamente específico en otras. Esta aceptación del Turismo Cultural como la suma absoluta del compendio de relaciones entre turismo, cultura y desarrollo puede considerarse, en todo caso, como restrictiva de las potencialidades que implica la interacción entre estos tres ámbitos y como arriesgada, también, por un cierto estilo elitista. La aplicación práctica del llamado Turismo Cultural no ha ido más allá, en la mayoría de los casos, de una pequeña parcela selectiva de un gran mercado turístico, que dispone ya globalmente de determinados contenidos culturales o paraculturales , pero no en el contexto de lo que algunos definen como Cultura, con mayúsculas.

Se pretende, aquí, dar un paso más allá del turismo cultural -entendido en los términos más comunes- para abrir la perspectiva a un nuevo espacio de relaciones más eficaz, quizás menos ortodoxo, pero definitivamente asentado en la consecución de un marco de beneficios socioeconómicos, precisamente para las comunidades menos favorecidas y que necesitan de instrumentos de dinamización en su evolución económica y social.

En esta visión apriorística de la relación entre los tres àmbitos, no cabe duda de que se asigna un rol a cada uno de ellos. Parece poco discutible que el desarrollo es el objetivo, el gran objetivo que ha de permitir mejorar la calidad de vida y las expectativas sociales de grandes capas de población sumidas en el subdesarrollo o, simplemente, minimizar el desequilibrio entre zonas urbanas y rurales o entre zonas costeras y el interior. La cultura es el gran activo, la riqueza tangible e intangible, de la que son, objetivamente, propietarios indiscutibles sus propios actores y gestores. Por último el turismo, entendido en su dimensión de fenómeno socioeconómico de gran magnitud, es el medio que ha de concretar los activos en desarrollo, las potencialidades en realidades tangibles y cuantificables, que sean percibidas por la población protagonista de la implementación de proyectos y programas.

Es pues el momento oportuno para que quienes trabajan en el mundo del Turismo, la Cultura o el Desarrollo, asuman su trascendencia y plasmen en iniciativas prácticas la interacción positiva entre los tres ámbitos. Como profesionales, gestores o responsables de territorios implicados en este proceso, no cabe duda de que tenemos una nueva responsabilidad que obliga a superar la trayectoria inercial del turismo actual y de la gestión habitual de los activos de la cultura, en aras de un compromiso con el desarrollo social y económico de una gran parte del planeta que ve limitadas sus posibilidades por la mediatización de sus actividades productivas tradicionales.

EL TURISMO

Turismo es algo que, de una u otra manera, siempre se hizo. La curiosidad, la necesidad de descubrir nuevos espacios, de interaccionar con otras gentes, forma parte de nuestra misma condición. Evolucionamos y, por tanto, nuestras motivaciones y nuestros comportamientos van variando hasta convertir el turismo en uno de nuestros consumos cotidianos. Aún así, subyacen en nuestro inconsciente razones muy primitivas que nos impulsan a descubrir que hay detrás de la montaña y a contrastar nuestro modo de vida con el de otras sociedades con evoluciones culturales muy distintas. En cierta manera, buscamos seguridad. La convicción de que lo que hacemos es mejor que lo que vemos, o de que podemos mejorar nuestra vida actual con lo que aprendemos. Una vez detrás de la montaña, optamos por sumar o por comparar, en función de nuestra propia base ética y cultural. La actitud resultante va a ser definitiva en la proyección de nuestra práctica turística sobre el territorio que visitamos. La suma es el principio de una implicación que impulsa el desarrollo. La comparación, desde la óptica de visitantes poderosos y visitados empobrecidos, acentúa, en general, las desigualdades y la impermeabilidad a la interacción cultural.

Naturalmente, todas las definiciones de turismo, incluso las más antiguas, nos pueden proporcionar pistas sobre aspectos relevantes de su relación con la cultura. En realidad, parece indisociable el turismo de la cultura y, en todo caso, no se entendería la misma génesis del turismo sin implicaciones culturales significativas.

"La suma total de operadores principalmente de cariz económico directamente relacionados con la llegada, la estancia y el movimiento de forasteros en un determinado país, ciudad o región" ( H. Von Schullard.1910).

La Liga de las Naciones (1937) define al turista como "cualquier persona que viaja por placer y abandona su lugar de residencia habitual por menos de un año y por más de 24 h.Los viajes de menos de 24 horas se definen como excursiones".

"El turismo es la totalidad de las relaciones y fenómenos generados por el viaje y la estancia de forasteros, siempre y cuando la estancia no implique el establecimiento de una residencia permanente y no esté relacionada con actividades remuneradas" (Hunziker y Krapf. 1942)

"Turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación"( Tourism Society of England. 1976).

La Organización Mundial del Turismo, en 1994, lo definió como, "el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos "

Teniendo en cuenta una definición tan amplia y el hecho, constatado, de las dificultades de ubicación de la actividad turística en el contexto administrativo, se nos sugiere que estamos tratando, en resumen, de situar, en términos de poder, las decisiones sobre el devenir turístico de cada territorio en un marco operativo, cuyos objetivos han de responder al modelo de desarrollo y al modelo de sociedad que los gestores del territorio decidan, en una primera y trascendental decisión.

Aún cuando el turismo tiene la gran opción de acomodarse para ser compatible con una innumerable cantidad de otras actividades, subyace aquí un paradigma básico en el desarrollo turístico y que se resume en la subordinación de otras políticas a las políticas turísticas o viceversa. En resumen, no se trata tanto de la definición de instituciones que rijan la política turística, sino del orden jerárquico por el que los distintos estamentos de un Gobierno ( a la escala que sea) determina la importancia del turismo en esa zona. Ello tiene que ver, ineludiblemente, no tan solo con el turismo, sino, como se afirmaba anteriormente, con la visión general, el modelo de desarrollo, que se prevé para ese territorio.

EL TURISMO COMO INSTRUMENTO

En la exploración de los conceptos de turismo y de las consecuencias de éstos sobre la sociedad, adquieren especial valor, en una perspectiva de futuro y muy especialmente en su relación con la Cultura y el Desarrollo, definiciones actuales como la de Bertram M. Gordon ( Mills College. California ) "La expresión de la curiosidad. Curiosidad en movimiento". Merece especial atención la aproximación de la idea del turismo a la necesidad de conocer , de descubrir. En un mundo en el que el volumen y la calidad de las informaciones es prácticamente insistematizable e incontrastable, adquiere especial importancia aquello que, con curiosidad, queremos conocer por nosotros mismos, sin mediatizaciones. Ello nos lleva, sin grandes elucubraciones, a la calidad de instrumento del turismo actual. Estamos, en realidad, ante un gran medio de comunicación que en lugar de acercar la noticia, la novedad, el conocimiento -posiblemente mediatizado- a nuestra confortabilidad cotidiana, nos proporciona la oportunidad de satisfacer nuestra curiosidad, nuestro deseo de aprender, en directo, en el lugar de los hechos y contrastarlo con nuestro bagaje cultural y nuestra experiencia vivencial. En este ejercicio, además de satisfacer nuestra curiosidad, abandonamos el entorno confortable de nuestra sociedad del bienestar para enfrentarnos a nuevas dimensiones sociales y culturales, algunas menos confortables, lo que nos proporciona la opción de experimentar nuestras capacidades personales ante lo extraño, ante lo ajeno.

Si aceptamos este contenido principal de curiosidad y de instrumento de comunicación, en un concepto moderno del turismo, nos acercamos, mucho más, a la valoración de la cultura, en un sentido amplio, como elemento clave en las motivaciones de los viajeros y proporcionamos una herramienta trascendental para el desarrollo, en aquellos lugares con contenidos culturales capaces de atraer la curiosidad del viajero moderno. Cierto es que la contraposición del bagaje cultural del viajero, muy en especial cuando éste proviene de sociedades económicamente avanzadas, con la cultura autóctona local, en lugares supeditados económicamente a los mercados emisores, puede suponer y de hecho ya lo supone en muchos lugares del mundo, riesgos muy notables que solamente son minimizables en una perspectiva de sostenibilidad,

Quedaría idílicamente definido el marco conceptual del turismo moderno en esta línea de medio de comunicación cultural, si no tuviéramos que admitir que gran parte, quizás la mayoritaria, del turismo de hoy en día se mueve en el entorno del uso banal de un territorio. Si bien esto es evidente y perjudicial en una visión sostenible del desarrollo, hay que aceptar que no se hace, en turismo, otra cosa distinta de la habitual en la mayoría de los medios de comunicación masivos. Las cuotas de audiencia, también en la actividad turística, prevalecen sobre otros muchos valores de mayor relevancia cualitativa, aún cuando estos últimos sean reiteradamente reivindicados por los profesionales del mismo medio.