Cultura Turística



|  |  |
| --- | --- |
| **Grupos: 43-A****CLASE: 12** |  **Profra. Brenda Hernández González**  **Fecha: Viernes 23 de Febrero de 2018**  |

**TEMA: SOSTENIBILIDAD CULTURAL Y TURISTICA**

Se trata de sostenibilidad en muchas dimensiones y no existe, formalmente, un patrón aplicable de manera uniforme a cualquier aspecto del desarrollo. En cada caso hay que crear parámetros y medidas, que hagan posible la aplicación del concepto de sostenibilidad. Básicamente, se entiende la sostenibilidad en su dimensión ambiental / ecológica, económica, social, cultural y político institucional, por lo que se hace difícil, en todo caso, dar recetas parciales en una perspectiva global de sostenibilidad. Es decir, la dificultad estriba en si nos podemos plantear proyectos culturales o turísticos sostenibles en entornos económica o institucionalmente insostenibles. Aún así, con la modestia de no poder abarcar más allá de lo que en el espacio de nuestro trabajo y responsabilidad nos es permitido, sí que podemos, al menos, intentar enmarcar nuestros proyectos de desarrollo turísticos y culturales en el ámbito de la sostenibilidad.

La Organización Mundial del Turismo definió , en el 2002, como turismo sostenible "...aquel que atiende las necesidades de los turistas de hoy y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege y amplía las oportunidades para el futuro. Se percibe como el marco principal para la gestión de todos los recursos, de tal forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, sin detrimento de la integridad de la cultura, de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los sistemas que preservan el mantenimiento de la vida".

No se puede hablar pues de sostenibilidad turística y de sostenibilidad cultural a un mismo nivel, ya que , en definitiva, el turismo es la actividad potencialmente desequilibrante de la sostenibilidad cultural de un territorio. Hemos pues de referirnos a modelos turísticos sostenibles, que tengan siempre en cuenta la preservación, mantenimiento y desarrollo de la cultura local. Mike Robinson ( "Por un Turismo concertado". El Correo de la Unesco. 1999) afirma que una de las causas del conflicto es que la mercantilización de las culturas se inicia muy lejos de su territorio y demasiado a menudo sin la participación de miembros de la cultura local y que para avanzar en la dirección de un turismo sostenible se debe, en primer lugar, reconocer el valor de la diversidad cultural y, a la vez, establecer mecanismos para garantizar la cooperación con las culturas locales.

La definición más aceptada de turismo sostenible es la que dimana de la Carta de Lanzarote que explicita que la actividad turística ha de ser "soportable ecológicamente a largo plazo, económicamente viable y equitativa, desde una perspectiva ética y social, para las comunidades locales".

Si profundizamos algo más en esta idea, veremos que un turismo socialmente justo abarca una enorme cantidad de aspectos, que van desde la misma distribución de las rentas que genera hasta el respeto y mantenimiento de la cultura local. Por descontado, queda patente la preservación del medio ambiente, aunque la experiencia práctica demuestra que, al margen de zonas específicamente protegidas, este axioma es difícilmente aplicable en el contexto de evoluciones urbanísticas y de tratamiento del territorio muy poco sostenibles. Aunque los dos parámetros tratados fueran cumplidos estrictamente, queda un tercero, la viabilidad económica, que es muy poco tenido en cuenta generalmente en procesos de desarrollo asentados en iniciativas públicas. Mientras que, desde las actuaciones del sector privado, se suelen poner en peligro tanto la preservación del medio ambiente como la equidad social, en las actuaciones de la administración pública se acostumbra a minusvalorar el factor de la viabilidad económica. En muchos casos, iniciativas públicas en el terreno del llamado turismo cultural o del ecoturismo, son solamente sostenibles gracias a una aportación constante y significativa de fondos públicos, que cuando finalizan, abocan el proyecto al fracaso. Se trataría en todo caso de experimentos culturales o experimentos medioambientales pero nunca de turismo sostenible.

En términos de sostenibilidad cultural, se tiende, casi siempre, a considerar el aspecto de la preservación como fundamental, por encima de otras cuestiones, como la evolución o la difusión, tanto o más significativas. Un riesgo de una visión excesivamente conservacionista de las culturas locales, abonado por una parte notable del sector turístico, es la inmovilización de estas culturas, convirtiéndolas en algo pintoresco que no debe evolucionar, para no perder su exotismo en el contexto de una especie de parques temáticos o reservas culturales. En un cierto paralelismo, hay que destacar que, en el tratamiento del patrimonio natural de un territorio, existe en algunos países la figura de Reserva de Inmovilización, que viene a significar que cuando no se sabe que hacer con aquel espacio, se inmoviliza hasta que se sepa su destino. Sería, como mínimo, socialmente injusto condenar a determinadas comunidades a mantener, sin evolución posible, su cultura ancestral, simplemente por la oportunidad de exhibirla como atractivo turístico o por no disponer de opciones concretas para su desarrollo, es decir, convertirlas en reservas de inmovilización culturales. La evolución puede y debe, también, formar parte de la atractividad de la cultura, como de hecho se demuestra en los países más avanzados, en los que gran parte de flujos turísticos muy notables se basan en lo más reciente de la producción o investigación cultural.

GESTION CULTURAL Y GESTION TURÍSTICA

Tratar de gestión cultural y gestión turística implica necesariamente reconocer, en primer lugar, el distinto nivel, desde múltiples perspectivas, al que están cada uno de los ámbitos de gestión. No reconocer esta diferencia supondría poder llegar a conclusiones tan simples como que la interacción cultura/turismo pasaría, tan solo, por un intercambio tecnológico y una colaboración entre distintos colectivos profesionales. La realidad no es tan simple como esto. Por una parte - importantísima - se puede ya reconocer que el turismo puede ser considerado como una experiencia cultural y, por tanto, existe ya un primer grado de dependencia entre gestión cultural y gestión turística, que nos obliga a situarlos en distintos niveles. Otro aspecto a considerar es la base organizativa en la que se asienta cada uno de los ámbitos. Mientras que la gestión cultural está mayoritariamente relacionada con la administración pública, la gestión turística lo está con el sector privado.

Lógico es que se recurra, desde una visión turística, al dualismo gestión cultural/administración pública y gestión turística/ sector privado, ya que, en realidad el uso mayoritario de la cultura que se hace desde el turismo es sobre el pasado cultural ( el patrimonio, la historia, etc.), que casi siempre gira en la órbita de lo público. Otra cosa es si tratásemos en turismo - y, quizás, sería deseable- de evolución cultural o presente cultural, en el que el papel de la industria privada cultural es mucho más relevante.

Esta confrontación público/privado se convierte, en muchas ocasiones, en un gran muro que imposibilita la relación ágil cultura/turismo. Las prácticas lentas, tediosas y burocráticas de la administración pública se hacen incompatibles con la agilidad y evolución organizativa de un sector privado, tecnológicamente joven y presionado por el beneficio a corto plazo. Tiene, además, mucho que ver con la administración pública su propia organización, con compartimentos estancos para la gestión del patrimonio, de la cultura y del turismo.

Otra plataforma en la que se observa el desnivel entre los dos ámbitos de gestión, está en la distinta extracción profesional de sus gestores y, por tanto, en sus mismas expectativas. La gestión cultural está dominada por el mundo académico, con una dinámica propia, en la que el éxito profesional no se mide por número de visitantes o por las cifras de rentabilización económica de los activos culturales, mientras que los profesionales de la gestión turística están definitivamente inmersos en el mundo de la gestión económica y mercadológica.

Naturalmente se ha ido evolucionando en gestión cultural y , de manera progresiva, especialmente en temas de patrimonio, se introducen aspectos de gestión que sí tienen que ver con ámbitos mercadológicos. Aún cuando la conservación prima sobre otras consideraciones, la perspectiva, a no muy largo plazo, de la escasez de recursos públicos para conservación e investigación, induce a diseñar nuevas estrategias en las que los fondos no provengan solo y exclusivamente del erario público.

La gestión turística, por otra parte, esta inmersa en una vorágine de cambios tecnológicos y de hábitos de consumo, aunque las metodologías extractivas, de beneficio a corto plazo, son absolutamente preeminentes. Su asociación, deseada o no, con la parte de la industria inmobiliaria más depredadora, hace del estilo de gestión turística mayoritario en la actualidad, un serio riesgo para una perspectiva de desarrollo sostenible del turismo en el planeta. Cierto es que, progresivamente, aparecen nuevas fórmulas más sensatas y equilibradas, aunque no hay que olvidar que la parte del león de la actividad turística se mueve en ese ámbito de la insostenibilidad.

Si tuvieramos que encontrar un encaje para que la interacción entre la gestión del turismo y la de la cultura, favoreciera realmente el desarrollo económico, social y cultural, tendríamos que plantearnos un nuevo nivel de relación en el que la cultura asumiera un papel de liderazgo y el turismo se ubicara en el rol de una más de las industrias culturales. Podría parecer, a algunos, que el turismo está muy lejos, por su imagen global, de poder ser tratado como una industria cultural. Sin embargo, hay que recordar que muchas industrias culturales tradicionales, sumidas también en el ámbito del consumo masivo, generan y comercializan productos, cuya valoración cualitativa desde el punto de vista cultural sería equiparable a gran parte de los productos turísticos existentes en el mercado.

Asumir el liderazgo de la relación cultura/turismo, por parte de la gestión cultural, implica obviamente el compromiso con una nueva tecnología y con nuevos espacios mercadológicos. La interpretación del patrimonio, por ejemplo, que aún cuando ha evolucionado sensiblemente en los últimos tiempos, no deja de ser un apéndice menor en aras de una cierta preocupación por la difusión, pasará a ser un elemento clave de competitividad. Téngase en cuenta algo que ya se subrayó con anterioridad, que resulta trascendental en este ámbito y que se resume en que cuando la industria turística no encuentra activos culturales consumibles sistematizados en el mercado, los inventa y resultan, además, comercialmemnte exitosos.

No se trata aquí de crear una nueva presión indiscriminada sobre el patrimonio, sino de su explotación racional, lúdica y eficaz, en el contexto de la sostenibilidad. Tampoco se trata de turistizar la cultura, creando o sobredimensionando monstruosas ofertas culturales espectacularizadas, ya que se correría el riesgo de perder la autenticidad, valor en alza entre los visitantes. No es pues tanto crear para atraer, sino atraer a los visitantes a partir de la propia realidad cultural, bien explicada e interpretada y con el objetivo, entre otros, de obtener un rendimiento económico significativo.

En resumen se trata, si hablamos de desarrollo, de rentabilizar los activos culturales y, por tanto, de mercados y productos