Cultura Turística



|  |  |
| --- | --- |
| **Grupos: 43-A****CLASE: 13 a 16**  |  **Profra. Brenda Hernández González**  **Fecha: Del 26 de febrero al 02 de Marzo**  |

**TEMA: NUEVAS PERSPECTIVAS EN LA RELACION TURISMO, CULTURA Y DESARROLLO**

Partimos de una situación caracterizada por:

Un amplio recelo del sector cultural ante el hecho turístico.

Una organización administrativa estanca y poco permeable de los estamentos de la cultura.

Un desequilibrio notable entre los objetivos de conservación y de difusión entre los gestores del patrimonio.

La ausencia de tecnología eficaz para la conversión de los activos culturales en motores del desarrollo.

Un tratamiento extremadamente banal de la cultura por parte del sector turístico.

La imposición, en turismo, de modelos estandarizantes que no atienden a la diversidad cultural.

Una industria turística altamente agresiva, parasitada por el sector inmobiliario, con una dinámica mayoritariamente extractiva de beneficios a muy corto plazo.

Un conjunto de zonas fuertemente afectadas por las prácticas de los últimos 30 años, que son una nueva realidad dificilmente transformable o modulable hacia nuevos modelos sostenibles.

Un marco mundial de desarrollo cuantitativo que tiende a agravar los problemas de sostenibilidad en todas sus dimensiones.

La dificultad, en países y zonas en vías de desarrollo, de implementar proyectos turística y culturalmente sostenibles, en el contexto de procesos globales inestables, inmediatistas y muy mediatizados por actuaciones transnacionales con escasa perspectiva sostenible.

Un marco de organizaciones internacionales voluntarista, pero que no tiene la capacidad normativa para determinar pautas sensatas y justas, que obliguen a todos los actores del desarrollo.

Una cooperación internacional contradictoria que pretende favorecer simultáneamente el desarrollo sostenible de los países menos avanzados y proteger los intereses extractivos de las empresas transnacionales de los países donantes.

Desde la dimensión cultural

Iniciar un nuevo proceso supone una nueva posición en la que alguna de las partes ha de tomar las riendas de la situación para reconducirla a parámetros que tiendan a escenarios más justos, estables y beneficiosos para el conjunto de los ciudadanos. Las riendas, sin más justificación que las del crecimiento geométrico de un potente sector económico, las ha llevado durante mucho tiempo el sector turístico. Naturalmente, a éste, le son achacables las consecuencias culturalmente negativas del impacto de flujos masivos de visitantes sobre territorios que, previamente, no disponían de estrategias culturales adecuadas a la nueva situación turística. También, es imputable al turismo una simple consideración mercantil del patrimonio, utilizado generalmente en su forma más superficial y espectacular.

En un balance de culpabilidades, quizás superfluo, parece obvia la responsabilidad del sector turístico tanto en el tratamiento banal de la cultura como en el olvido de potencialidades atractivas ubicadas más allá de sus polos de desarrollo preferentes. Sin embargo, podríamos decir aquí que también existe el pecado de omisión, ámbito en el que los gestores de la cultura deberían entonar su mea culpa. Ante una situación agresiva, institucionalizada por la agilidad de un sector privado potente y en expansión, la gestión cultural optó por encerrarse en sus cuarteles, defendiendo, casi exclusivamente, las banderas de la conservación y de la investigación. La difusión de la cultura, como ejercicio y responsabilidad, ha contado poco o muy poco en el contexto de una nueva dimensión social propiciada por el turismo de masas. Se abandonó un espació, amplísimo, de difusión y participación, orientado hacia ese visitante masivo aunque ocasional.

Aún hoy en día, las incipientes iniciativas de inserción de productos culturales en el mercado turístico, adolecen de esa dinámica distante y prudente de la gestión cultural , que parece eludir la responsabilidad del desarrollo económico consecuente a la puesta en valor y difusión turística de activos culturales. Son innumerables las rutas e itinerarios culturales, perfectamente documentados, en cuyo diseño no intervienen más que factores académicos y conservacionistas. La creación de una ruta o de un itinerario ha de estar acompañada, si entendemos la potencialidad de la cultura como factor de desarrollo, de elementos operativos que permitan rentabilizar los flujos turísticos y de factores comerciales que permitan ubicar esa nueva oferta en los circuitos efectivos del mercado turístico.

En la cadena de relación cultura/turismo, con el objetivo puesto en el desarrollo, es imprescindible un cambio de liderazgo en la gestión de todo el proceso. El liderazgo de la industria turística se ha demostrado ya como pernicioso para el objetivo de un desarrollo sostenible, en el que la conservación y la distribución justa de los beneficios tengan un papel relevante. Es pues el momento de un cambio de liderazgo en este proceso, que se debe asumir desde el mundo de la cultura y ello lleva , ineludiblemente, a la consideración del turismo como un instrumento de difusión, que la cultura debe utilizar en aras del desarrollo social y económico de las poblaciones menos favorecidas.

Admitir el liderazgo significa, por descontado, asumir también todos los procesos tecnológicos y comerciales propios del sector turístico. Aunque ello pueda parecer exótico para los gestores culturales, hay que recordar que se usan de manera habitual en cultura, en cuanto a difusión se refiere, gran cantidad de tecnologías y procesos de comercialización tan ajenos a la gestión cultural como el propio turismo.

Naturalmente, se está tratando de dos niveles distintos, ya que, en efecto, sí se admiten como propias tecnologías que permiten rentabilizar la misma entidad gestora del patrimonio en la búsqueda de ingresos que complementen las aportaciones del erario público. Un segundo nivel, más allá de ese primer estadio de dinamización económica interna, estaría en la responsabilidad sobre las potencialidades del impacto económico de los activos culturales en el entorno territorial. Es decir, se trata de sobrepasar los muros, físicos o virtuales, del patrimonio tangible o intangible, para implicarse en el desarrollo económico del territorio en que se asientan los activos culturales. Ello significa, por ejemplo, plantearse no tan solo la cifra de visitantes de una exposición, sino, también, sus niveles de consumo en el territorio, la organización de los servicios que esa afluencia precisa y la creación de dinámicas comerciales en los mercados emisores. Es, en definitiva, tecnología turística utilizada por los gestores culturales en beneficio del desarrollo social y económico del territorio, a partir de sus propios activos culturales.

En una visión pragmática, hay que hacer notar, además, que el incremento de flujos turísticos basados en la atractividad cultural, contribuye notablemente a la generación de recursos para conservación y a la sensibilización de los gestores administrativos del territorio hacia la preservación de los activos culturales, que están siendo, precisamente, la base dinámica del desarrollo económico.

En una nueva situación de liderazgo desde el mundo de la cultura, hay que hacer referencia a productos, ya que, en resumen, tratamos de procesos de desarrollo que implican movimientos mercantiles y comerciales. Es en este ámbito en el que hay que hacer hincapié en la necesidad de acomodar los productos turísticos basados en los activos culturales a las características de la demanda potencial del territorio. Cierto es que, desde una perspectiva elitista o selectiva, solamente hay unas pocas maneras de mostrar el patrimonio, atribuyendo un substrato cultural al visitante, que probablemente no tiene. De ahí la necesidad de adecuar técnicas de interpretación y de creación de productos, basadas en posiciones menos selectivas y más lúdicas, adecuando las opciones a los muy distintos niveles educativos y de percepción cultural de los visitantes. El estudio de la demanda potencial y sus características se hace imprescindible, antes de abordar procesos de producción, de manera que los activos culturales puedan ser utilizados en diferentes graduaciones, desde una simple aproximación lúdica , prevista, posiblemente, para un gran flujo de turistas escasamente implicados en la cultura local, hasta la más sofisticada y extensa propuesta dirigida a colectivos especializados.

En esta dimensión de preeminencia de la gestión cultural sobre la industria turística, hay que plantear, sin duda, la acomodación de las mimas estructuras organizativas de la cultura para adaptarlas a la nueva realidad. Ello implica, a un primer nivel, una adecuación formativa de los mismos profesionales de la cultura para la adquisión de la tecnología necesaria para abordar el nuevo escenario. También, supone una nueva escala de valoración profesional de los gestores culturales, en la que intervienen nuevos factores de éxito/fracaso en la evaluación de su quehacer. Asimismo, esta nueva visión sería imposible de articular sobre el territorio, si no existiera una nueva posición de las instituciones y entidades culturales en el contexto del entramado administrativo del territorio. Se trata , en resumen de órdenes jerárquicos en la cadena de decisiones sobre aspectos de planificación y de desarrollo territorial. La decisión, por ejemplo, de la construcción de una nueva carretera o de cualquier infraestructura trascendente en un territorio, tiene implicaciones notables con los flujos de visitantes y , por tanto, con el impacto en términos de desarrollo sobre las poblaciones locales y, naturalmente, sobre las opciones de rentabilización de sus activos culturales. Es decir, la posición de los estamentos de la cultura, en el espacio del poder, tiene, necesariamente que perder su típica característica de marginalidad, para adoptar un nuevo protagonismo, que le permita ir bastante más allá, por ejemplo, de la simple participación en el diseño y gestión de un centro de interpretación. La consideración formal de los activos culturales como elementos de primera magnitud en los procesos económicos de desarrollo, colaboraría, sin duda, a una nueva percepción del mundo de la cultura por parte de los gestores administrativos de un territorio, especialmente si , aparte del turismo, existen pocas opciones de dinamización económica de ese terriitorio.

Desde la dimensión turística

La opción se plantea en los términos de una nueva perspectiva de negocio para la industria turística, basada en un cambio de modelo estratégico que se oriente hacia una perspectiva más sostenible, tanto por un proceso regulatorio de las administraciones públicas, como por la misma autorregulación que la industria debe asumir como consecuencia de las variaciones que está experimentando la demanda. Se apuntan ya expectativas formales en este campo, como consecuencia de que el marco competitivo actual , en el turismo all inclusive por ejemplo, se basa en los bajos precios y las ofertas, lo que significa una reducción progresiva de los beneficios de este modelo de gestión turística. Las facilidades que proporcionan las nuevas tecnologías para superar barreras de intermediación, nos sitúan en un escenario en el que lo más importante serán, sin duda, los contenidos y la calidad de la oferta en el destino. De ahí la oportunidad de impulsar un nuevo modelo de gestión turística, que, con servicios de calidad, ofreza contenidos culturales garantizados por la implicación efectiva de los gestores culturales en el proceso de negocio. Es, en síntesis, un camino hacia la demostración de que también hay opciones de negocio muy significativas para la industria turística de masas, en el marco del turismo sostenible.

Puede extrañar la referencia explícita al turismo de masas, que, convencionalmente situamos en el polo opuesto de otras opciones turísticas más selectivas entre ellas el llamado turismo cultural. No hay que olvidar que tratamos aquí también de desarrollo y que éste es inmediatamente necesario en infinidad de zonas y países con grandes capas de población en el umbral de la pobreza. Si se obvía la parte cuantitativamente más importante de la actividad turística, reducimos las posibilidades de dinamización socioeconómica de los lugares menos avanzados del planeta a pequeñas opciones minoritarias o experimentales. Cabe añadir que cuando nos acercaremos muy próximamente, según la OMT, a cifras de más de 1000 millones de turistas en todo el mundo, es dificílmente comprensible no tratar el turismo como un fenómeno masivo.

En esta nueva perspectiva juegan un rol fundamental las administraciones públicas de los países en vías de desarrollo, a quienes corresponde la responsabilidad de establecer las normas de juego de la actividad turística emergente en sus territorios. Es natural que la perspectiva inmediatista de grandes inversiones externas, con el consecuente impacto inmediato sobre empleo, por ejemplo, hagan perder el norte de lo que implica un desarrollo sostenible.

Hay que tomar en cuenta que, al menos nominalmente, existen controles, en casi todo el mundo, sobre los aspectos medioambientales de cualquier iniciativa turística. Es decir, hay , al menos, un marco normativo -tecnológicamente bastante avanzado- que ubica la actividad turística en parámetros que garanticen la conservación y un uso racional del medio ambiente. Aún así, es cierto que este control no se ejerce como se debiera en muchos lugares y que cualquier proyecto, por depredador que sea, tiene su vestimenta de sostenibilidad medioambiental. Sin embargo, no ocurre lo mismo cuando nos referimos a la conservación y uso racional de los activos culturales, donde raramente se encuentran elementos de control que sitúen la actividad turística dentro de parámetros de sostenibilidad cultural. Existe, pues un déficit normativo que impide abordar con garantías este espacio de la interacción cultura/turismo. Un avance significativo en este campo debería basarse en tres ejes fundamentales. Por un lado la determinación, con tecnologías fiables, de capacidades de carga culturales, garantizando la preservación de la cultura local. Por otro, la limitación en la creación de atractivos turísticos a partir de elementos superpuestos a la identidad cultural autóctona. Finalmente, la graduación de la participación de la población local en las iniciativas y proyectos vinculados a su propia identidad cultural.

Tratar de regulación y normativas en ámbitos dominados por la más cruda expresión del mercado, puede parecer exótico. Sin embargo, nuestra sociedad ha aceptado ya la sostenibilidad como axioma fundamental en sus procesos de desarrollo y es en este contexto en el que se plantea la opción normativista.

Desde la planificación del desarrollo

El desarrollo no tiene tan solo distintos alcances sociales, económicos, culturales, etc., sino que, además, tiene o puede tener diversas opciones temáticas -agrícola, industrial,etc.- y, por tanto, una primera reflexión estaría en el peso temático que ha de tener ese desarrollo. Así pues, es difícil de entender una planificación del desarrollo turístico, sin un proceso previo que determine el marco global del desarrollo del territorio y el peso específico que debe jugar el sector turístico en ese contexto evolutivo. Por una parte se evitaría el riesgo, muy común y fundamentado en las expectativas de alivio de la pobreza definidas por la misma OMT, del monocultivo turístico . Por otro, quizás el más importante, se daría opción a planificaciones en las que el turismo tuviera un papel porcentualmente menor en todo el proyecto de desarrollo. Esta segunda opción, la menos frecuente, incidiría de manera muy eficaz en la incorporación de colectivos desfavorecidos a los procesos de desarrollo de muchos territorios. Es decir, si la opción de desarrollo de una zona se basa en la agricultura, admitir que el turismo, quizás en un pequeño porcentaje, puede complementar el desarrollo global significa dar mayores opciones a la población local, no perder oportunidades de crecimiento y proporcionar alternativas de diversificación y equilibrio al proyecto global.

Es, también, especialmente importante, cuando se trata de planes en los que el turismo tiene el papel más relevante, contemplar las otras opciones temáticas de manera que no se produzca un proceso de exclusión de cualquier otra actividad, cuando se opta por el turismo como herramienta de primer orden. El monocultivo turístico es un riesgo extraordinario para el equilibrio social y cultural de un territorio, pues mediatiza, quizás sin una intencionalidad manifiesta, todos los activos sociales y culturales de la población local.

Sí, pues, al desarrollo turístico en un marco previo de decisión democrática y participativa sobre el desarrollo global y entendido en las dimensiones que resulten más eficaces para los objetivos generales del proyecto de desarrollo territorial. En este ámbito habría que combatir, en cierta manera, las estrategias de planificación de algunos gobiernos, especialmente en países en vías de desarrollo, que determinan zonas como polos de desarrollo turístico o centros de dinamización turística integral, etc., denominaciones que ya implican la exclusión de otras opciones y que están muy influenciadas por un inmediatismo desarrollista que pone en riesgo la sostenibilidad global del territorio.

El replanteamiento de los procesos de planificación del desarrollo, con respecto a la actividad turística, no debería tan solo propugnarse para los gobiernos de cada país, sino que debería influir de manera decisiva, las políticas de ayuda al desarrollo de los organismos internacionales. Una mayor transversalidad en el diseño de las estrategias de desarrollo daría, además de mayores perspectivas de sostenibilidad, opciones más amplias a la interacción entre distintos ámbitos, como, por ejemplo, cultura y turismo.

Cuando se trata de planificación del desarrollo de un territorio es evidente que uno de los factores fundamentales es el urbanismo y, en el caso del turismo, es un elemento determinante. Sean cuales fueren las dimensiones de la planificación urbanística que se aborde, es lógico pensar en que hay que transformar la tendencia al desarrollo de grandes concentraciones puntuales hacia fórmulas que se exitiendan en red sobre el mismo territorio aprovechando, precisamente, el entramado territorial propio de la idiosincracia de la zona. De un lado las transformaciones socioculturales serían menores y más aceptables, los impactos se diversificarían y se facilitaría una mayor relación entre la realidad sociocultural autóctona y el visitante. De otro lado, la opción de distribuir todo el flujo turístico en un espectro territorial más amplio, daría mayores oportunidades a los emprendedores locales, de manera que gran parte de los beneficios de la actividad turística quedarían en la zona, generando efectos multiplicadores sobre la economía local.

Al considerar aspectos territoriales en la planificación del desarrollo es ineludible hacer referencia a , por una parte, los costes que implica la conservación del patrimonio cultural y medioambiental de ese territorio y, por otra, a las inversiones y mantenimiento de servicios públicos que el desarrollo turístico necesita. En cuanto a la conservación, ya se ha consolidado la figura de la denominada ecotasa como modelo para contribuir a sufragar esos costes. Aunque generalmente aceptada, esta tasa tiene algunas dificultades en sus formas de recaudación, pues suelen recaer en los establecimientos de alojamiento, cuyos gestores no acostumbran a ver con buenos ojos su papel de recaudadores de impuestos. Otro debate al respecto se sitúa en la manera de aplicar los ingresos por la ecotasa, que normalmente tiene solución fácil en planificaciones en las que hay amplia participación popular. En zonas de alta densidad turística de países avanzados este modelo impositivo ha causado serios conflictos, más aparentes que reales, al entenderse como una sobrecarga adicional al conjunto impositivo de los establecimientos turísticos. En países en vías de desarrollo la aplicación de esta tasa puede ser mucho más transparente y eficaz si sus fines son también claramente explicitados, tanto a la población local como al visitante, usuario ocasional del territorio.

Otro tema es la tasa de estancia, entendida como el pago por la contraprestación de unos servicios específicos para el turismo que ofrece el territorio. Debe entenderse que se trata tanto de los servicios públicos que genera la actividad turística por sí misma, como de los servicios que debe realmente recibir un turista durante su periplo. Esta tasa sería obviable si el territorio dispusiera de mecanismos de rentabilización de los flujos turísticos, es decir , si el cómputo global de los servicios específicamente turísticos fuera compensable por el volumen de actividad económica que generan los turistas.

Se entiende por mecanismos de rentabilización de los flujos turísticos todas las actividades económicas que pueden rentabilizar la estancia del turista en el territorio. Naturalmente estas actividades pueden tener tipologías bien distintas, desde la misma prestación de servicios básicos al turista ( restauración, alojamiento, por ejemplo) hasta la reactivación del comercio local o de la artesanía.

La tendencia macro, en planificación del desarrollo, puede hipotecar las posibilidades más inmediatas y directas de reactivación socioeconómica de zonas que sobreviven en el umbral de la pobreza, o, simplemente, puede colapsar las posibilidades de creación y comercialización de nuevos productos turísticos emergentes basados en los activos culturales del territorio. Por otro lado, la tendencia al desarrollo de iniciativas muy menores, concebidas desde una perspectiva casi experimental, suele conllevar situaciones de fracaso por la escasa entidad de la oferta en el contexto de los mercados turísticos, que culminan , normalmente, con el abandono del proyecto tras un muy breve período de tiempo. Hay, pues, que buscar el equilibrio en las dimensiones de la planificación que permita procesos de planificación más ágiles y que contengan la suficiente masa crítica como para tener una presencia significativa en los mercados.

Para finalizar las referencias a la planificación del desarrollo turístico no se puede soslayar el tema de la distribución de los flujos turísticos en todo el mundo. En el capítulo dedicado a las cifras del turismo se constaban ya algunos datos que pueden dar idea de la trascendencia de la distribución de la creciente demanda turística en las diferentes áreas del planeta. Así , se podía observar como en el año 2000 la cuota de mercado mayoritaria, más del 60% correspondía a unos pocos países dentro del ámbito del desarrollo, la mayoría de los cuales son, al mismo tiempo, los principales mercados emisores del turismo mundial. Sin obviar los beneficios que el desarrollo turístico puede producir en el equilibrio zonal interno de estos países, sí que hay que resaltar el enorme hueco entre países desarrollados y países en vías de desarrollo, especialmente teniendo en cuenta las potencialidades de los activos culturales y naturales de estos últimos.

Las previsionbes de la Organización Mundial del Turismo cifran el crecimiento del sector en los próximos años en una cifra cercana a los 250 millones de turistas, cuya distribución va a ser capital en la virtualidad del turismo como factor de desarrollo socioeconómico. En realidad, se pueden contemplar tres escenarios posibles para esta distribución:

- La hiperstauración de los destinos turísticos tradicionales.

- La creación de nuevos desarrollos de corte extractivo en polos y centros de preferente implantación de la industria turística.

- La distribución entre destinos emergentes de zonas poco desarrolladas con planificaciones sostenibles en base a los activos culturales y naturales.