

**TURISMO, CULTURA Y DESARROLLO**  
**(Fragmentos de la publicación del mismo título. AECI - 2006)**

***Damián Moragues Cortada***

## **INTRODUCCION**

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 ámbitos, 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 insistemizable 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. Ciertamente 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.

## EL IMPACTO DE LA RECIENTE HISTORIA DEL TURISMO

Es a partir del nacimiento del llamado *boom turístico*, donde encontramos algunas claves que van a determinar la relación entre turismo, cultura y desarrollo en la actualidad. No se puede negar, sin duda, que es un período aciago desde la perspectiva cultural. La cultura no ocupa un lugar preeminente en la consideración de los destinos turísticos, sino, que al contrario, es literalmente eliminada o transformada drásticamente por la masificación turística. Se imponen modelos culturales externos a las poblaciones receptoras de los flujos turísticos, se obvia la cultura local y se yuxtapone un *exotismo cultural* superficial, que ha de acompañar y complementar el conjunto de la oferta turística.

Los procesos derivados de esta primera etapa *acultural* o *transcultural* han marcado definitivamente grandes espacios de los destinos turísticos de primer orden hasta la

actualidad, llegando, incluso, al extremo de una conversión formal de lo que fueron pequeños pueblos de pescadores en auténticas ciudades de servicios, en las que se hace y se tiene que hacer un gran esfuerzo para recuperar algunas, al menos, de sus antiguas tradiciones y raíces culturales.

En otra dimensión, la del desarrollo, podría afirmarse, como se hace desde determinados círculos, que la explosión turística de los 60/70 fue algo absolutamente bendecible. No se va a discutir aquí el crecimiento, en términos cuantitativos de la cifra de negocios y de sus efectos multiplicadores sobre la economía de muchas zonas. Sin embargo, sí es absolutamente discutible la calidad de tal crecimiento, en tanto que, más allá de las *externalidades negativas* que acompañan cualquier proceso económico, se produce un verdadero desastre medioambiental y urbanístico en las zonas de mayor densidad turística. Se trata de un crecimiento basado en la *concentración*, que perdurará como modelo de desarrollo turístico, hasta la actualidad, en muchas zonas del planeta.

Hay que añadir, además, otros aspectos a esta valoración negativa del desarrollo producido por el crecimiento turístico. Por una parte, la génesis de un modelo extractivo, mediante el que los países emisores de turistas obtienen la mayor parte del beneficio del conjunto de la operación turística. Por otra, la consolidación definitiva de la vinculación del desarrollo turístico a la especulación inmobiliaria, en un proceso que tan solo se limitará, parcialmente, muchos años más tarde y que sigue, todavía vigente en muchos países en vías de desarrollo.

Pretender vincular, en este último período, el turismo con la cultura y el desarrollo de una manera razonable, parece del todo imposible. Ha nacido y, además se consolidará para muchos años, un estilo de turismo que, aún entendiéndolo como un mal menor, banaliza o substituye las culturas locales, impone modas sociales tendentes a no interactuar con los habitantes del destino y, limitando el desarrollo a su perspectiva económica más extractiva, hace un reparto injusto de los beneficios derivados de la actividad turística. Aunque pudiera tacharse de apocalíptica esta consideración sobre los resultados del *boom* turístico, no hay más que dar un breve repaso a las iniciativas públicas actuales sobre esos destinos turísticos tradicionales. Todas ellas, locales, estatales o internacionales, tienden a paliar, mediante Planes de Excelencia, de Dinamización o de Reconversión, los resultados negativos del proceso trepidante que sufrieron en la segunda mitad del siglo XX. En muchos casos se trata simplemente de asegurar la supervivencia económica de zonas, abocadas ineludiblemente al *monocultivo* turístico.

No se puede establecer una fecha *mágica* en la que algo empieza a cambiar en el sector turístico y en la percepción de la actividad turística por parte de la sociedad. La maquinaria central de la actividad turística sigue anclada en el estilo extractivo propio de la época del *boom*. Aún así, surgen nuevas actitudes y propuestas que van tomando cuerpo en el turismo y que hacen suponer un progresivo cambio en la perspectiva del desarrollo futuro de este sector. En términos de cuotas de mercado los cambios son imperceptibles o muy poco significativos, mientras que en términos de percepción social de un *nuevo* turismo, estas nuevas propuestas y actitudes adquieren mayor trascendencia.

El cliente ya no es un sujeto pasivo al que se le muestran las bellezas exóticas de un lugar remoto, encerrado en su urna de cristal, sino que es un sujeto activo que interactúa con las gentes del lugar, participa de su cultura cotidiana y sacrifica temporalmente el confort al que está habituado. En el marco de ese turismo alternativo se generan nuevas propuestas con contenidos culturales más rigurosos y sofisticados, de manera que el llamado *turismo cultural* se consolida también como una tipología turística trascendente, aunque muy centrado -en una visión muy eurocéntrica- en los atractivos de las grandes ciudades europeas.

Simultáneamente en los países avanzados se toma conciencia colectiva de la necesidad de preservar el medio ambiente. La *sostenibilidad* ha aparecido como paradigma universal y ello va a impregnar, también, la práctica turística. Aparecen ya las primeras críticas notables y con eco social al carácter depredador del turismo convencional. Ya a finales de los años 70 son múltiples los espacios de debate en los que se analizan las consecuencias de la construcción ilimitada y desordenada, de la especulación inmobiliaria y del escaso beneficio, para determinados destinos masivos, de la industria turística. Se habla ya de *subvención* a los turistas. Es decir, el volumen de servicios que presta el lugar de destino es superior, en coste real, al beneficio económico que genera la actividad turística. Todo ello, simplemente, tratando del tema económico, sin tener en cuenta, además, las implicaciones que tiene desde el punto de vista social o cultural.

## EL TURISMO CULTURAL. UNA DEFINICION DIFICIL.

Aún cuando pueda parecer un apriorismo, definir *turismo cultural*, significaría poder acotar todas las interacciones entre turismo y cultura. Por tanto es difícil aceptar, si se pretende un mayor acercamiento entre ambos ámbitos, un concepto que pueda abarcar el *todo* de esta relación. Quizás, deberíamos empezar por evitar los *apellidos* a la palabra turismo. Entender un *turismo cultural* lleva a suponer que un consumidor del *turismo de sol y playa* – esta vez con dos apellidos- no hace o no puede hacer ninguna actividad cultural o, por otra parte, a determinar qué tipo de turismo no es cultural. Una visión más amplia, más allá de las especialidades mercadológicas o de los objetivos de las personas, nos llevaría a la consideración del turismo como instrumento polivalente, adaptable a múltiples perspectivas e intencionalidades. Sería, por tanto, lógico establecer una especie de graduación de la *culturalidad* de un viaje en función de las motivaciones del sujeto y de las opciones que tiene su periplo de viaje. Habría que determinar, en un hipotético proceso de cuantificación de uso y disfrute de activos culturales, cual es el grado a partir del cual podemos *apellidar* como cultural una experiencia turística. Así como en economía se habla de *umbral de rentabilidad*, tendríamos que tratar aquí de *umbral de culturalidad*. Esta imprecisión, basada en la tan reiterada amplitud de conceptos y la dificultad de establecer los puntos de conexión nos sitúa en una posición muy escéptica sobre la utilidad del uso de la denominación *turismo cultural*.

Sería absurdo, sin embargo, intentar afirmar que el *turismo cultural*, como realidad de mercado no existe. Tanto es así que, con esta acepción, se catalogan muchos flujos turísticos, algunos tan paradójicos como cualquier viaje a una capital europea, excepto si se viaja por negocios. En una visión eurocéntrica se supone inmediatamente la asociación de los contenidos clásicos culturales de Europa al turismo cultural, mientras que, curiosamente, los viajes a África o a muchos lugares de Ibero América son catalogados indefectiblemente como *turismo de aventura*. Obviamente, nadie ha establecido un código que determine estas calificaciones, aunque no dejan de mostrar una cierta – y tendenciosa- manera de pensar con respecto al valor cultural de la oferta de unos y otros lugares del planeta.

La European Association for Tourism and Leisure Education ( ATLAS ) lo define como “*el movimiento de personas hacia las atracciones culturales fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de acumular nuevas informaciones y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales*”. Naturalmente en el momento de concretar los conceptos *atracciones culturales* y *necesidades culturales* la definición toma unas dimensiones mayores o menores. No deja de subyacer en ésta y en otras definiciones similares una suposición, no explicitada, que relaciona cultura solamente con elementos de patrimonio muy significativos y con las expresiones de la cultura más selectas. Al menos, es difícil adivinar si en esta acepción se incluirían los desplazamientos de jóvenes para asistir a un concierto de *ska*.

La aparente virulencia con la que se sostiene aquí este carácter mercadológico de la acepción *turismo cultural* tiene su origen en la constatación de los riesgos que supone darle otras dimensiones. Son muchas las experiencias, especialmente en zonas en vías de desarrollo, que se llevan a cabo bajo la denominación de *turismo cultural* solamente porque sus contenidos tienen un bagaje fundamentado en los atractivos culturales autóctonos, sin precisar, más allá, una estrategia de mercado que realmente ubique los productos turísticos en los circuitos de comercialización que los han de hacer viables económicamente. Al no completarse todo el proceso, gran parte de estas experiencias se ven abocadas al fracaso o a resultados de desarrollo simplemente testimoniales. En resumen, crear rutas e itinerarios con *contenidos* culturales no es hacer *turismo cultural*, sino, tan solo, la primera parte de un proyecto que debería culminar en estrategias serias, profesionales y rigurosas de comercialización turística que garanticen que los productos diseñados son viables en el mercado turístico y que van a contribuir al crecimiento económico de la zona en que se crearon.

## **EL MARCO DEL DESARROLLO. TURISMO Y ALIVIO DE LA POBREZA.**

En una perspectiva de futuro con respecto a las potencialidades del turismo en cuanto al alivio de la pobreza, habría que prestar especial atención a una serie de factores / clave, que determinan el marco en que la actividad turística se produce y sus consecuencias sobre los destinos:

- Las políticas de gestión turística que tienden a concentrar los ingresos del turismo, que son, posteriormente, transferidos a potentes centros exportadores que suministran al destino turístico. Mientras éste sufre los mayores impactos sociales, culturales y medioambientales, recibe a cambio la parte menor del total de los ingresos.
- La naturaleza de las relaciones entre la actividad turística y el destino, que tienen generalmente un carácter extractivo, deben pasar a ser contempladas en el espacio de la sostenibilidad, de manera que la actividad turística se perpetúe con el enriquecimiento social y cultural del destino.
- El protagonismo de la actividad turística recae habitualmente en el turista, cuya satisfacción es el fin último de todo el proceso. Se impone un cambio substancial hacia un nuevo paradigma en el que la actividad turística pase a ser un medio cuya finalidad es el desarrollo socioeconómico y la preservación del medio ambiente del destino, de manera que el protagonismo de la actividad turística pase a los participantes en toda la cadena productiva, básicamente la población local.
- Los indicadores que miden el éxito o fracaso del desarrollo turístico se sustentan generalmente en datos sobre el crecimiento del PIB, el número de visitantes, de hoteles, los índices de ocupación de los alojamientos, etc. Una nueva visión daría prioridad a indicadores que dieran medida de las posibilidades de continuidad del destino, la preservación y mejora de su patrimonio natural y cultural, los beneficios socioeconómicos para la población del destino, la distribución de renta entre sus distintos segmentos sociales y, con especial relevancia, las oportunidades creadas para la superación de la pobreza.
- Cualquier actividad turística es susceptible de convertirse en motor de desarrollo socioeconómico y de alivio de la pobreza. Tan importante es crear nuevas oportunidades, como integrar, en la realidad turística global existente, nuevas políticas que faciliten el alivio de la pobreza.

## CULTURA Y DESARROLLO

En una muy modesta aproximación al concepto de cultura, hay que referirse a las diferentes perspectivas con que ésta se ha analizado a lo largo de la historia y, en resumen, a la dificultad de disponer de una sola definición clara y determinante, que permita acotar el marco de relación entre cultura, turismo y desarrollo.

En 1982, la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales (MUNDIACULT) adoptó como definición: *“La cultura...puede considerarse...como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”*

Una acertada y actual visión de las definiciones de cultura ( *Introducció a la Gestió d'Organitzacions Culturals*. G.Munilla, A.Ros, J. Creus, E.Miralles. UOC. 2000 ) nos aproxima, en un primer nivel, a los conceptos *coloniales*, en los que la cultura se entiende como un conjunto de objetos singulares ( obras de arte) que adquieren valor por su carácter simbólico. Desde una perspectiva turística se podría afirmar que la mayoría de las relaciones turismo / cultura actuales se producen en el marco de esta perspectiva de la cultura.

Un segundo conjunto de definiciones se engloban en una versión *revolucionaria* de la cultura, entendida como expresión de las relaciones entre grupos humanos, en la que lo fundamental no es el proceso de creación de objetos y símbolos sino su apropiación y los conflictos entre clases que esto puede generar.

Finalmente se trata de *desarrollo*, entendiendo la cultura como vehículo y fundamento de la identidad territorial. A diferencia de la concepción marxista en este punto de vista no se considera la cultura como un simple reflejo de los procesos económicos, sino que reconoce su influencia fundamental como motor de éstos. Naturalmente, este último marco sería el más adecuado para cualquier consideración al entorno de la relación turismo, cultura y desarrollo.

En el contexto de este trabajo, no se niega una visión economicista de la cultura en tanto que, desde el primer momento, ya se trató de su consideración como *activo* de cada comunidad, *rentabilizable* por la vía del turismo. No quiere decir ello que se abogue por contemplar la cultura exclusivamente desde esta perspectiva, pero sí es cierto que la urgencia de dar soluciones dinamizadoras a las zonas en vías de desarrollo, obliga a prestar mayor atención a este enfoque que a otras opciones de la cultura.

Muy posiblemente aquí estaríamos acotando en exceso el concepto, ya que nos referiríamos casi exclusivamente al patrimonio emblemático de cada sociedad o comunidad. Es decir nos referiríamos a todo aquello inmediata y brevemente *contemplable* o *utilizable* por un visitante, por un turista. Sin embargo, esto nos puede dar pistas sobre las potencialidades desaprovechadas del conjunto – amplio- de los valores culturales de un lugar. En la medida en que reducimos los atractivos de la cultura a sus manifestaciones espectaculares ( en una visión *colonial* ), damos menores posibilidades a las sociedades que no las tienen y que no por ello, dejan de tener valores culturales de gran magnitud. Así pues, el *modo de vida*, las *tradiciones*, las *creencias* adquieren una nueva dimensión en el tratamiento de la cultura de un territorio desde el punto de vista turístico.

Se tiene que hacer referencia aquí, una vez más, a un tendencioso desequilibrio entre las percepciones de los activos culturales en las zonas más desarrolladas del planeta con respecto a las de los países en vías de desarrollo, pues se sobreentiende, en el primer

caso, una riqueza cultural superior en tanto que hay más patrimonio *espectacularizado*. Se valoran, en el segundo caso, tan solo sus atractivos naturales, dejando en un nivel marginal la cultura local, reducida, en turismo, a manifestaciones de folklore exótico complementario. Es el caso, por ejemplo, del Africa subsahariana o de grandes regiones iberoamericanas.

Siguiendo con la perspectiva económica del concepto cultura, hemos de convenir que, pese a su enorme amplitud y potencialidades, se aprovecha solamente una parte reducida de la misma, posiblemente la más tópica y *colonial*, en su relación con el turismo y el desarrollo. Mounir Bouchenaki, Subdirector general de Cultura de UNESCO, afirmaba en el Forum 2004 de Barcelona: “ *El turismo ha de desarrollar un papel con el objetivo de dar a conocer el patrimonio cultural, creando circuitos turísticos que promuevan, no los sitios más conocidos, sino los menos conocidos para evitar que caigan en el olvido*”. No es pues solamente una cuestión de *mercado turístico*, de creación de nuevos e imaginativos productos, sino de una distribución territorial más amplia y equitativa del esfuerzo de producción turística.

Si difícil es precisar qué es la cultura, tanto o más difícil es determinar con precisión el concepto de desarrollo. Teniendo en cuenta el marco en el que se mueve este trabajo acudimos a la idea simple de que desarrollo significa la mejora de las condiciones de vida. Desde una óptica de los países menos desarrollados, la mejora de las condiciones de vida tendría un componente básicamente económico, en tanto que la precariedad económica es lo que condiciona su calidad de vida. Aún así, se puede constatar que, además de la precariedad económica, existe un elemento adicional -trascendental en la población más joven-, que tiene también relación con el concepto del desarrollo. Se trata, en definitiva, de la falta de esperanza, de la inexistencia de cambios positivos, de oportunidades evolutivas. Así pues, incluso en sociedades donde aspectos muy básicos como alimentación, vestido y hogar estarían en unas condiciones, aunque mínimas, aceptables, la ausencia de proyectos, de perspectivas, es un elemento a tener en cuenta en la concepción del desarrollo. El mismo techo, el mismo alimento, el mismo vestido se convierten en una reiteración tediosa, que no tiene opción de cambio.

Por otra parte, en las sociedades desarrolladas, se habla precisamente de desarrollo como algo ya más allá de los bienes materiales. Obtenido un determinado nivel económico, en ocasiones excesivo y opulento, el concepto de desarrollo incluye también valores de otra índole, tales como las emociones o la espiritualidad.

Una muy interesante perspectiva sobre el desarrollo es la que efectúa Amartya Sen ( Premio Nobel de Economía 1998 ), que se refiere a una doble perspectiva del mismo. En primer lugar el desarrollo entendido desde la óptica del crecimiento y de sus valores subyacentes cuyo objetivo es la expansión acelerada y sostenida del Producto Interior Bruto, que tendría como principal requisito establecer una distribución equitativa de la riqueza generada, de manera que beneficie a toda la población. Por otra parte el desarrollo “*como un proceso que enriquece la libertad de los involucrados en la búsqueda de sus propios valores*”. Este concepto, que denomina de “*libertad real*”, no se mediría tanto por los índices objetivos de crecimiento del PIB, sino por la percepción de los involucrados con respecto a su progreso social y económico.

En estas visiones de doble perspectiva sobre el desarrollo subyace la cuestión de quién debe ser realmente el protagonista del desarrollo. Se podría afirmar que frente a políticas de desarrollo en las que “el cliente siempre tiene la razón” existirían otras políticas en las que “ los habitantes locales son quienes tienen la razón”. Es decir, trasladándolo al terreno de lo turístico, los procesos de desarrollo que se pueden inducir serían de muy distinta manera en una perspectiva en la que los intereses –naturalmente de crecimiento- abonaran la tesis de que lo más importante es el rendimiento económico que se pueda extraer de los recursos, incluidos los culturales, del destino turístico, pagando para ello el



precio de someter el proceso de crecimiento a los gustos y usos de los visitantes. Otro caso sería si, esos procesos de desarrollo, fueran previamente mediatizados por la voluntad específica de los habitantes de un lugar, en función de sus intereses y valores, de manera que el crecimiento final fuera el resultado de la *razón* de la población autóctona, sometiéndose el visitante y las industrias que gestionan su periplo, a los parámetros definidos por la comunidad, en uso de su libertad de elección.

En este punto es importante tener en cuenta algo que, en turismo, se puede considerar inaudito. Parece habitualmente impensable que se pueda plantear, especialmente en planificación estratégica, la opción del “no” al desarrollo turístico. Se supone que, indefectiblemente, cualquier tipo de dinamización de la actividad turística va a suponer un desarrollo que, también, se supone -sin más- valioso para la población residente en el destino. Aunque en una perspectiva pragmática y economicista ello sea así, poder admitir plantearse la opción del “no”, es decir establecer las fronteras a partir de las cuales la comunidad receptora, en uso de su libertad, podría rechazar el desarrollo turístico, es especialmente higiénico en cuanto a los modelos de desarrollo a aplicar. Adoptar como dogma indiscutible que el turismo beneficia, de cualquier manera y a cualquier coste, el desarrollo de una comunidad, zona o región, comporta asumir un modo de planificación que tiene poco en cuenta a las personas involucradas y mucho en cuenta a los visitantes externos y a todo el aparato empresarial de soporte que les acompaña.

En el contexto de la relación cultura y desarrollo se entiende, pues, la cultura en un sentido amplio, más allá de los tópicos espectaculares o, incluso, huyendo fundamentalmente de los tópicos, para descubrir nuevos espacios de interacción y dar valor al conjunto real de todos los activos culturales, y el desarrollo como crecimiento económico y social en el marco de la libertad de elección de la comunidad receptora de los flujos turísticos.

## **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 *“...aquél 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 atraktividad 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. Ciertamente 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 tuviéramos 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, comercialmente 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

## **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 difícilmente 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 espacio, 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 atraktividad 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 mismas 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 adquisición 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 territorio.

### **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, ofrezca 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 obvia 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 difícilmente 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 extiendan *en red* sobre el mismo territorio aprovechando, precisamente, el entramado territorial propio de la idiosincrasia 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 obvia 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 *hiperstauration* 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.

## **Desde los organismos internacionales**

En las referencias a la interacción entre cultura y turismo que se hacen en diversas partes de esta publicación, se reclama, en general, un acercamiento técnico y metodológico y, aún más allá, la asunción de un rol de liderazgo del mundo de la cultura en el proceso de incentivación, a través del turismo, del desarrollo sostenible. Naturalmente, la expresión del alejamiento entre los dos ámbitos se refleja, también, en las organizaciones internacionales, en las que, desde la cultura, se reduce toda relación con el turismo al espacio marginal del *turismo cultural*, tal cual si se tratara de una vacuna preventiva ante la posibilidad de determinados riesgos de *contaminación*. Más allá de esta consideración anecdótica, es patente que son innumerables las organizaciones que de uno u otro modo tienen que ver con la cultura y el desarrollo y, entre ellas hacemos referencia a la más notable por sus dimensiones y vinculación con Naciones Unidas, la UNESCO, que, tal como ya se apuntaba, reduce en la actualidad operativamente su relación con el turismo al ámbito del turismo cultural, en el que lleva a cabo iniciativas puntuales en algunos lugares del mundo. Aún así, UNESCO, muestra su preocupación por el futuro de las relaciones cultura / turismo y manifiesta su interés en profundizar en temas, alguno de los cuales ha sido ampliamente tratado en estas páginas. La organización expresa sus perspectivas en la siguiente forma: “*Los efectos del turismo son tales, que hacen falta absolutamente estrategias innovadoras para sentar las bases de unas verdaderas políticas internacionales, regionales y locales. La UNESCO se propone acompañar a sus 191 Estados Miembros en la formulación de sus políticas, replanteando la relación entre turismo y diversidad cultural, entre turismo y diálogo intercultural, y entre turismo y desarrollo. De este modo piensa contribuir a la lucha contra la pobreza, a la defensa del medio ambiente y a un aprecio mutuo de las culturas*”. Recuérdese lo que ya se dijo anteriormente, en relación con la necesidad de *replantear*, pero con la urgencia de *actuar*.

También son numerosos, aunque en menor cantidad, los organismos dedicados al sector turístico, máxime teniendo en cuenta que gran parte de ellos atienden solamente a una

visión industrial del fenómeno turístico y que la más relevante, la Organización Mundial del Turismo, vinculada a Naciones Unidas, ha adquirido casi un papel omnímodo en todo lo referente al turismo y su entorno. Si bien, desde la OMT se hacen referencias a la cultura de manera reiterada en la mayor parte de sus documentos y publicaciones, es patente que no existe un acercamiento formal entre organizaciones de uno y otro ámbito que tenga como objetivo el trabajo común y sus potencialidades conjuntas en la generación de desarrollo socioeconómico. Desde la OMT se concibe el turismo como una actividad que lo abarca todo y, por tanto, se trata, desde la OMT, de organizar y coordinar ese *todo*, sin lo que podríamos llamar *contactos externos*. Prima, además, como se puede observar en sus documentos, una muy notable preocupación por la parte empresarial de la actividad turística.

Reiterando reflexiones anteriores se trataría de plasmar a nivel organizativo aquello que se trató en la planificación del desarrollo turístico, es decir, la consideración del turismo por parte de las organizaciones de la cultura, como instrumento operativo para la rentabilización de los activos culturales y, en consecuencia, la generación de convenios y acuerdos que permitieran caminar con mayor eficacia por esta vía de interacción.

### **Desde la cooperación internacional**

Si se pretendiera evaluar el papel de la cooperación internacional en relación con el turismo, la cultura y el desarrollo, se debería aceptar, ante todo, la dificultad de la misma evaluación por la enorme dispersión temática y operativa de proyectos y programas, procedentes de un conjunto extremadamente amplio de organizaciones de cooperación, que van desde las más significadas hasta las pequeñas ONGs. Ya se ha hecho notar, a lo largo de este texto, la *transversalidad* de cultura y turismo y, por tanto, la diversidad de puntos de encuentro y la dificultad de establecer parámetros homogéneos que rijan, en cierta manera, el diseño e implementación de proyectos que afecten a cultura, turismo y desarrollo. A ello hay que añadir la proliferación de entidades, públicas y privadas, que intervienen en este tema, desde perspectivas muy distintas.

Nos hallamos pues ante un conjunto de iniciativas deslabazadas que, en muchas ocasiones, incluso interfieren unas con otras. Sería deseable, en todo caso, un intento de coordinación global de la cooperación internacional en los ámbitos de cultura y turismo, para propiciar una mayor eficacia en su virtualidad como promotores del desarrollo socioeconómico.

Pasando de las consideraciones globales a las más específicas, tres serían los ámbitos en que la adopción de medidas concretas podría favorecer un mayor grado de éxito de proyectos y programas en relación con la cooperación para el desarrollo de las zonas menos avanzadas o en vías de desarrollo.

- La obligatoriedad, en los equipos técnicos que diseñan e implementan los proyectos de cooperación, de que tengan un mayor carácter multidisciplinar, incluyendo expertos en cultura, en medio ambiente, en turismo y en procesos de desarrollo global. Tanto si la iniciativa parte de ámbitos turísticos, como culturales, como de desarrollo, es imprescindible una visión amplia, que permita articular todos los factores de manera que se ganatice una correcta y eficaz interacción.
- La limitación de las ayudas de la cooperación internacional a proyectos que se pueden ubicar en el entorno del turismo extractivo. Estas ayudas son, generalmente, procedentes de acuerdos bilaterales, en los que el país donante, en aras de la cooperación para el desarrollo, colabora en el diseño de zonas turísticas que van a ser posteriormente explotadas por la misma industria del país donante. Se produce, en ocasiones, una triple incentivación de estos proyectos,

a partir de facilidades del país *receptivo* para la implantación de industria turística, de apoyos en la formulación del proyecto por parte del país cooperante y, finalmente, de facilidades financieras del país de origen para inversiones en el exterior. Podríamos pues afirmar que los proyectos que reciben, en general, más ayudas para su consolidación, son los menos sostenibles y los más extractivos. Sería conveniente, a nivel global, una especie de *moratoria* internacional para este tipo de proyectos, de manera que se facilitara el crecimiento de procesos de desarrollo alternativos, más sostenibles y adecuados a las necesidades estratégicas de las zonas con mayores dificultades de desarrollo. En la cooperación bilateral entre países avanzados y países en vías de desarrollo hay que tomar en consideración la paradoja de que, en ocasiones, mientras se está cooperando en la génesis de iniciativas de turismo sostenible, se está propiciando la implantación de industrias, procedentes de los países cooperantes, de corte netamente extractivo.

- La consideración de los proyectos y programas como un *todo* global que implica como objetivo prioritario y final, el desarrollo socioeconómico de la zona afectada. La aplicación de programas y proyectos parciales deja, en la mayoría de los casos, sin efecto operativo muchos de los esfuerzos que se hacen en cooperación. Tal como se dijo antes, no podemos hablar de desarrollo si al final de cualquier proceso no se han mostrado beneficios reales en la calidad de vida de la población local y, para que ello sea posible, es necesario completar el círculo que ha de permitir planificar, convertir los activos culturales y naturales en productos y ubicarlos en los mercados turísticos. En este marco trataríamos de muchos proyectos de rehabilitación de patrimonio cultural que no se ven acompañados por estrategias consecuentes que permitan rentabilizar, en beneficio de la zona, los nuevos activos puestos en valor. Nadie duda de la necesidad de rehabilitar y de conservar, pero si tratamos de desarrollo es necesario un paso más que garantice que la conservación y la rehabilitación, son además de valores identitarios para la población protagonista factores de desarrollo socioeconómico, que precisan de una tecnología y actuaciones, sin las que no es posible la dinamización socioeconómica.

## PARAMETROS PARA NUEVOS ENFOQUES

Ya se hizo referencia, en las primeras páginas de esta publicación, a que, en ningún caso, se pretendía elaborar un *manual de buenas prácticas*. La pretensión no va más allá de que del conjunto de realidades y reflexiones, que quizás inconexamente, se han ido plasmando, surjan, como producto del sentido común –capital en estos procesos-, nuevos debates y, sobre todo, propuestas de acción que concreten en realidades tangibles las potencialidades del turismo y la cultura como motores de desarrollo. A pesar de ello, parece imprescindible hacer algunas consideraciones al entorno de los principales factores a tener en cuenta al abordar cualquier iniciativa en este ámbito:

- La relación cultura / turismo en la perspectiva del desarrollo solamente es posible y eficaz en el marco de planificaciones globales sostenibles que tengan en cuenta todos los aspectos del territorio y las dimensiones amplias del turismo y la cultura. Se debe minimizar el riesgo que suponen los proyectos experimentales en pequeños lugares y comunidades, que pueden, potencialmente, hipotecar la credibilidad del desarrollo turístico y de los mismos gestores del proyecto.
- La perspectiva de generación de dinámica turística a partir de un activo cultural singular es, naturalmente, positiva, pero lo más trascendente en cuanto a desarrollo socioeconómico es la virtualidad de integrar la cultura y, por tanto, a sus protagonistas –la población local- en los movimientos turísticos cuantitativamente importantes.

- La creación o consolidación de atractivos culturales debe ir indefectiblemente acompañada de *mecanismos de rentabilización de los flujos turísticos*. Es decir, si el territorio no obtiene beneficios económicos del uso de sus atractivos naturales y culturales acaba *subvencionando* al visitante.
- En una perspectiva de desarrollo, el visitante pasa a formar parte del *mercado* y, por tanto, cualquier proceso debe asentarse en un tratamiento formal y adecuado de estrategias mercadológicas. Dentro del *mercado* turístico no existe un segmento específico, fácilmente acotable, para el consumo cultural, ya que el turista es, fundamentalmente, *policonsumidor*.
- La adaptación e interpretación de los activos culturales de un territorio debe *adecuarse* a los lógicos requisitos de la dinámica turística, pero no *transformarse* en algo nuevo, ajeno a la identidad cultural autóctona. La magnificación o mixtificación de determinados atractivos culturales puede excluir otros aspectos de la cultura local y/o puede hacer perder uno de los valores más importantes del desarrollo turístico sostenible, la autenticidad.
- En la planificación, diseño y gestión de cualquier proyecto se debe contar con profesionales de la cultura y del turismo que complementen sus tecnologías para el desarrollo de propuestas coherentes. La ausencia de una u otra especialidad profesional conlleva, habitualmente, el colapso del proyecto o de su perspectiva de sostenibilidad.
- La preeminencia en la dirección del proyecto de las instituciones culturales da mayor valor a los contenidos de los productos finales y garantiza, frente al consumidor, el rigor cultural de la oferta.
- La cooperación para el desarrollo, tanto desde la cultura como desde el turismo, debe cumplir un ciclo completo que va desde los primeros pasos de identificación de activos convertibles en atractivos turísticos, pasa por su documentación, puesta en valor, adaptación e interpretación, estructuración de productos y finaliza en la ubicación de éstos en los mercados turísticos con entidad suficiente para generar beneficios socioeconómicos para la población local.
- Ninguna iniciativa de desarrollo es posible ni sostenible si no cuenta con un alto grado de participación de la población local en todas las partes del proceso. La implicación en la misma planificación y en la gestión final de productos y servicios es la garantía de una consecuencia positiva directa para la población y, por tanto, para su desarrollo socioeconómico.