



PATRIMONIO
CULTURAL
Y TURISMO | 19
CUADERNOS

POLÍTICAS PÚBLICAS
Y TURISMO CULTURAL
EN AMÉRICA LATINA:
SIGLO XXI

PATRIMONIO
CULTURAL
Y TURISMO | 19
CUADERNOS

POLÍTICAS PÚBLICAS
Y TURISMO CULTURAL
EN AMÉRICA LATINA:
SIGLO XXI



CONSEJO NACIONAL
PARA LA CULTURA
Y LAS ARTES

Consuelo Sáizar Guerrero

Presidenta

Tania Carrasco Vargas

Coordinadora Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo

PATRIMONIO
CULTURAL Y TURISMO
CUADERNOS

Coordinación

Erika Berenice Rodríguez González

Coordinación editorial

Beatriz Zebadúa Yáñez

Edición general

Bruno Aceves H.

Diseño y formación

Israel De Anda

Corrección

Alma del Carmen Nava Flores

Apoyo técnico

María Cristina Tejeda Salinas

*Patrimonio cultural y turismo. Cuadernos #19. Políticas públicas
y turismo cultural en América Latina: siglo XXI*

D.R.© Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo

Av. Paseo de la Reforma 175, piso E4, colonia Cuauhtémoc,

Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06500, México DF.

Tel. 4155 0704

Fax 4255 0718

www.conaculta.gob.mx/turismocultural

culturismo@conaculta.gob.mx

Fotografías de portada e interiores: Bruno Aceves H.

ISSN: 1665-4617

“Esta publicación es de carácter público, no es patrocinada ni promovida por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan los contribuyentes. Está prohibido el uso de esta publicación para fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos de este programa deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente.”

Impreso y hecho en México

ÍNDICE

- 9 PRESENTACIÓN
- 13 I. VÍNCULO ENTRE CULTURA Y TURISMO EN LOS
 ALBORES DEL SIGLO XXI
- 15 El turismo cultural en los albores del siglo XXI
 Francisco Madrid Flores
- 23 Planificando un turismo y un patrimonio sustentables
 Xavier Cortés Rocha
- 33 Funcionamiento de los programas de turismo cultural en México.
 Algunas observaciones críticas
 Raúl Valdéz Muñoz
- 41 Visión, desde los parques arqueológicos de Guatemala, del vínculo
 entre turismo y cultura
 José Crasborn Chavarría
- 49 II. POLÍTICAS PÚBLICAS CULTURALES PARA
 FORTALECER LA IDENTIDAD LOCAL
- 51 ¿Patrimonio para la inclusión? Hacia un nuevo modelo de turismo cultural
 Ana Rosas Mantecón
- 61 Una experiencia de políticas culturales para favorecer la identidad cultural
 Katyna de la Vega Grajales
- 69 Cultura y turismo para el desarrollo local
 Ángel Moreno Marín
- 79 III. TURISMO CULTURAL COMO FACTOR DE
 DESARROLLO RURAL
- 81 Turismo cultural comunitario
 Edmundo Andrade Romo
- 87 Diversificación de la oferta turística
 Raúl Montes Elizondo
- 93 Políticas públicas para el turismo comunitario en el Ecuador:
 caso de la comunidad Kichwa Añangú
 Galo Holdemar Villamil Gualinga
- 101 Políticas gubernamentales para el desarrollo del turismo naturaleza en
 comunidades y pueblos indígenas en México
 Gustavo López Pardo

- 111 IV. PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO SUSTENTABLE EN
LOS CENTROS HISTÓRICOS
- 113 Cochambre, vida urbana y “afresamiento”.
Reflexiones acerca del rescate de algunos centros históricos y su relación
con la noción de patrimonio cultural
Luis Fernando Granados
- 119 El turismo como encuentro de valores
Alberto Martorell Carreño
- 129 La rehabilitación integral de la Habana Vieja,
una responsabilidad de la nación
Patricia Rodríguez Alomá
- 135 Patrimonio *versus* turismo sustentable en los centros históricos.
La experiencia en el Centro Histórico de la Ciudad de México
Alejandra Moreno Toscano
- 145 V. APROVECHAMIENTO DEL PATRIMONIO CULTURAL A
TRAVÉS DEL TURISMO, Y ALTERNATIVAS FINANCIERAS
PARA SU CONSERVACIÓN
- 147 El patrimonio como un bien público y el rol de la difusión de la cultura en la
redistribución de los beneficios del turismo
Verónica Grondona Olmi
- 155 Valor económico de la Semana Santa en La Antigua Guatemala
Julio Solórzano Foppa
- 163 La experiencia del FONATUR
Constanza Suárez Jiménez
- 173 El turismo en las ciudades con patrimonio
Adrián Pandal González
- 179 VI. CULTURA, TURISMO Y MEDIO AMBIENTE
- 181 Turismo, medio ambiente y pueblos indígenas
Ricardo Garibay Velasco
- 187 Turismo cultural y medio ambiente: caso Costa Rica
Melvin Bermúdez Elizondo
- 195 Cultura, turismo y medio ambiente: una mirada desde los pueblos
mayas de Yucatán
Elías Alcocer Puerto
- 201 Red Indígena de Turismo de México: una opción de cultura,
biodiversidad y turismo
Fernando Pérez Lares

El presente Cuaderno reúne las ponencias presentadas en el *Seminario de políticas públicas y turismo cultural en América Latina: siglo XXI* que se llevó a cabo los días 4 y 5 de septiembre de 2012, en el Museo Nacional de Antropología de la Ciudad de México. El evento presentó seis mesas de discusión formadas y coordinadas por expertos de México y América Latina. A continuación se presenta una relación de las temáticas abordadas en cada mesa y sus coordinadores.

- Mesa 1. *Vinculación entre la Cultura y el Turismo: Albores del Siglo XXI*.
Coordinador: Eduardo Nivón Bolán. Doctor en Antropología, Coordinador de la Especialización en Políticas Culturales y Gestión Cultural de la UAM-Iztapalapa.
- Mesa 2. *Políticas Públicas Culturales para fortalecer la identidad local*.
Coordinador: Alejandra Zorrilla. Licenciada en Administración de Empresas Turísticas. Experta en Turismo Cultural.
- Mesa 3. *Turismo Cultural como factor de desarrollo rural*.
Coordinador: Mario Humberto Ruz. Doctor en Etnología. Director del Centro Peninsular en Humanidades y Ciencias Sociales de la UNAM, Mérida.
- Mesa 4. *Patrimonio Cultural y el turismo sustentable en los centros históricos*.
Coordinador: Pablo Escalante Gonzalbo. Doctor en Historia. Investigador de la última etapa de la época prehispánica y los procesos de transformación de la cultura indígena en la Nueva España.
- Mesa 5. *Aprovechamiento del Patrimonio Cultural a través del Turismo y Alternativas financieras para su Conservación*
Coordinador: Ernesto Piedras. Economista. Catedrático de la Maestría en Políticas Públicas del ITAM.
- Mesa 6. *Cultura, Turismo y Medio Ambiente*
Coordinador: Pedro Carlos Álvarez-Icaza Longoria. Experto en política ambiental. Coordinador General de Corredores y Recursos Biológicos de la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO).

PRESENTACIÓN

En las últimas dos décadas el turismo ha crecido a un ritmo acelerado a nivel mundial. Frente a esto, es ineludible revisar sus efectos positivos y negativos de carácter ambiental, social y cultural. Sin duda, la actividad turística ha impulsado una importante generación de empleos, pero, a la vez, el modelo masivo impulsado en el siglo xx se ha convertido en una amenaza a la preservación del patrimonio cultural.

Los sitios con patrimonio cultural —sea arqueológico, histórico o intangible— muchas veces se ven afectados cuando el turismo se ejerce de manera irresponsable; pero, son más vulnerables cuando se carece o no se respetan los reglamentos de imagen urbana, de usos de suelo, cuando no se realizan planes de desarrollo urbano que consideren la conservación del patrimonio como eje para el desarrollo.

Lo anterior demuestra que es necesaria la articulación de políticas públicas entre los distintos niveles de gobierno y entre diversas dependencias con el fin de preservar el patrimonio cultural y su entorno local. Es en ese entorno donde más impacta el turismo y donde, además, puede significar un factor de beneficio local. En pocas palabras, se debe repensar el ejercicio del turismo para establecer planes específicos acordes con las características del patrimonio que se visita y de las culturas anfitrionas.

El turismo es una actividad esencialmente cultural y, también, es una acción social. Toda actividad turística significa el conocimiento de “otros”, sean pueblos, comunidades, naciones o culturas. Por eso, la forma de abordar las políticas del turismo en el siglo xxi implica la formación de profesionales del turismo con un fuerte enfoque social y cultural, incluyendo el enfoque económico o técnico.

Abordar el turismo como “industria sin chimeneas”, no debe perder de vista que sus fundamentos son esencialmente culturales y sociales, lo cual nos permite entenderlo desde la perspectiva de las industrias culturales. En torno al turismo existe una oferta cultural considerable, generadora del consumo de productos y servicios culturales. Si las industrias culturales en México generan el 7.3 por ciento del PIB,¹ imaginemos los beneficios del turismo cultural sustentable.

¹ Ernesto Piedras (2004) *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor*. México: CONACULTA, p. 90.

El turismo, entendido como industria cultural, deberá definir la manera de diseñar políticas públicas y programas de gobierno en las economías del siglo XXI; pero también, deberá definir modelos de desarrollo comunitario, con un enfoque de impulso a la diversidad cultural y al cuidado del medio ambiente.

Es momento de que las instituciones académicas de América Latina profundicen en el tema del turismo como un hecho de la cultura y se establezca que el vínculo entre el turismo y el patrimonio cultural es un elemento de primera importancia en las políticas culturales de la región. Se trata de apostar a una manera distinta de ver a esta actividad: como una vía para dinamizar, poner en valor y proteger al patrimonio cultural local.

Es pertinente subrayar que no se pretende la comercialización del patrimonio cultural, sino de identificar y promover los usos sociales del mismo. La propia UNESCO en sus programas ha dejado de entender al patrimonio únicamente como objeto al que se debe tener en celosa protección para su conservación y ha ampliado su enfoque del patrimonio como un recurso transversal en el desarrollo; como un bien subordinado a la necesidad de elaborar líneas estratégicas capaces de alcanzar fines más altos: la mejora de la calidad de vida de los pueblos, la preservación del medio ambiente, la equidad y la paz.

El nuevo siglo plantea otras formas de ejercer el turismo considerando la diversidad cultural y la autenticidad de los pueblos. El turismo cultural se distingue por la interacción y la experiencia de aprendizaje sobre otras culturas. En ese sentido, las amenazas hacia la preservación del patrimonio cultural no provienen del turismo en sí, sino de la ausencia o falta de aplicación de reglamentos y planes de manejo para la canalización del turismo y sus beneficios.

Los países latinoamericanos compartimos el reto de diseñar estrategias regionales donde los diversos niveles de gobierno participen en la tarea de identificar riesgos y proponer maneras de ejercer el turismo desde una perspectiva adecuada a las características de las poblaciones locales y su patrimonio. Compartimos, también, el desafío de generar indicadores desde las perspectivas económica, social y cultural, para evaluar la capacidad de carga de los sitios culturales y el impacto del turismo en pueblos, comunidades y ciudades. El contexto latinoamericano nos plantea una

visión de conjunto sobre el ejercicio del turismo y el reto de incorporar la preservación del patrimonio tangible e intangible y su salvaguarda en los planes del desarrollo local.

El presente número de Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo, es el reflejo del *Seminario de Políticas Públicas y Turismo Cultural: siglo XXI*, que se llevó a cabo los días 4 y 5 de septiembre del 2012 en el Museo Nacional de Antropología de la Ciudad de México. Su propósito es profundizar en el análisis de la conformación de nuevas perspectivas sobre el turismo cultural y el desarrollo sustentable para nuestros países. Es una oportunidad de intercambiar experiencias para fortalecer nuestros mejores propósitos de desarrollo con base en el turismo cultural.

Antropóloga Tania Carrasco Vargas



I. VÍNCULO ENTRE
CULTURA Y TURISMO
EN LOS ALBORES DEL SIGLO XXI

EL TURISMO CULTURAL EN LOS ALBORES DEL SIGLO XXI

FRANCISCO MADRID FLORES¹



¹ Francisco Madrid Flores es director de la Escuela de Turismo de la Universidad Anáhuac México Norte y profesor de posgrado de la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional.

INTRODUCCIÓN

Poco espacio de discusión existe para no reconocer que como resultado de la dinámica social de nuestro tiempo, el turismo se ha convertido en una parte fundamental del estilo de vida de las sociedades contemporáneas.

En consecuencia, la expansión del turismo ha sido vertiginosa en los últimos años y de acuerdo con las predicciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) (United Nations World Tourism Organization, 2012) en este 2012 se rebasará, por vez primera, la cifra de mil millones de llegadas de turistas internacionales en un año. La propia OMT, aunque ha revisado a la baja sus predicciones de largo plazo, mantiene un pronóstico que implica que el volumen de viajeros internacionales, prácticamente se duplicará en el año 2030, alcanzándose niveles del orden de 1,800 millones de llegadas de turistas internacionales anuales (United Nations World Tourism Organization, 2011). Conviene recordar que las estimaciones usuales hablan de un *ratio* aproximado de 1 a 6 entre viajes internacionales y domésticos (Hall & Page, 2009).

La evolución reciente del turismo no sólo se hace evidente en los aspectos cuantitativos de su crecimiento, sino también en la permanente transformación de los gustos y hábitos de los consumidores. Así, es claramente identificable una tendencia en los últimos años —que previsiblemente estará vigente por mucho tiempo más— en la búsqueda de nuevas experiencias de viaje, alejadas de lo que podría ser catalogado como turismo convencional, en la que los turistas buscan un mayor enriquecimiento personal, dentro de lo que, claramente, se inscribe el turismo cultural (Organización Mundial del Turismo, 1999).

1. EL TURISMO CULTURAL EN EL MUNDO

Conforme al reporte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), algunos de los datos que perfilan la importancia del turismo cultural en el mundo son los siguientes (OECD, 2008):

- a) El turismo cultural representa el 40% de los viajes internacionales.
- b) Se estima que el turismo cultural supera el 50% del turismo en Europa.
- c) El turismo cultural participa con alrededor del 30% de los viajes domésticos de los norteamericanos.
- d) El 25% de los viajeros consideran a la comida en el momento de decidir un viaje y 58% están interesados en tomar un viaje gastronómico.
- e) El turismo cultural es el segmento de gasto promedio más alto y duplica al del turismo de sol y playa.
- f) Por otro lado, siendo el mercado norteamericano de viajes el principal segmento de turismo internacional se destaca que (Mandala Research, 2009):
 - El 78% de los viajeros de placer realizan durante sus viajes actividades ligadas a la cultura y el Patrimonio, es decir, 118 millones de adultos, anualmente.
 - En promedio los viajeros por razones culturales realizan 25.9% más viajes al año que los que viajan por otros motivos de placer (5.01 vs. 3,98).

2. EL POTENCIAL DEL TURISMO CULTURAL EN NUESTRO PAÍS DESDE UNA ÓPTICA DE OFERTA...

México es el país americano con mayor número de declaratorias de Patrimonio Cultural de la Unesco. Treinta y un declaratorias del Patrimonio material y siete del inmaterial. Se destaca la existencia de diez ciudades mexicanas que cuentan con declaratoria de Patrimonio de la Humanidad.²

Existen más de 1,200 museos y cerca de 200 sitios arqueológicos³ abiertos al público, y 55 destinos que cuentan con declaratoria de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo.⁴

²Véase el sitio de Internet de la UNESCO, www.unesco.org.

³Véase el sitio de internet del INAH, www.inah.gob.mx.

⁴Véase el sitio de internet de SECTUR, www.sectur.gob.mx.

DESDE UNA ÓPTICA DE DEMANDA...

En el año 2011 se registraron 18.3 millones de visitas a museos, monumentos coloniales y sitios arqueológicos administrados por el INAH (Secretaría de Turismo, 2012).

Se puede estimar que alrededor de 20% del consumo turístico en México se debe al turismo cultural (Secretaría de Turismo, 2002).

3. LA BRECHA DEL TURISMO CULTURAL

No obstante lo anterior, hasta ahora la presencia de la cultura como un rasgo que identifique al producto turístico mexicano no parece haberse consolidado. Algunas evidencias que apuntan en esta lógica son las siguientes:

- a) A pesar de la enorme riqueza cultural del país, solo el 3% de los turistas internacionales manifiestan haber sido motivados para su visita de manera especial por el atributo cultural (Secretaría de Turismo, 2002). Un 37% de los turistas internacionales viajaron por otras razones y dentro de su estancia realizaron actividades ocasionales relacionadas con la cultura.
- b) El Country Brand Index elaborado por la firma especializada en el estudio de marcas Future Brand (Future Brand Index, 2011) señala que dos de los cinco componentes —conformados a su vez por diversas variables— que componen la imagen de marca de un país son el del patrimonio y la cultura; no obstante la existencia de una oferta real en materia de cultura, la percepción de México como un país con estos atributos es débil pues no aparece entre los primeros 25 del mundo y tampoco aparece en el top 15 de las cuatro variables que integran este componente: historia, arte y cultura, belleza natural y autenticidad. Incluso, la falta de presencia se repite en la variable gastronomía (del componente turismo), a pesar de ser uno de los dos países con declaratoria de Patrimonio de la Humanidad en el tema.
- c) Es cierto que muchos destinos con riqueza cultural tienen una importante oferta de servicios que apoya el desarrollo

del segmento. Así, por ejemplo las ciudades mexicanas Patrimonio de la Humanidad, cuentan con el 23.1% de la oferta de cuartos hoteleros de calidad turística de los 71 destinos principales del país; no obstante, si se quita a la Ciudad de México este porcentaje disminuye a menos del 10%; de igual manera, la participación de no residentes en el país como proporción de las llegadas a cuartos de hotel en estos destinos es relativamente baja y sólo en Campeche (33.8%) y en la Ciudad de México (20.1%), supera el 15% y en Guanajuato (4.4%), Zacatecas (2.9%) y Morelia (2.8%) se sitúa por debajo del 5%.⁵

Y ENTONCES, ¿QUÉ HACER PARA REDUCIR LA BRECHA?

No existen respuestas sencillas para afrontar este enorme reto. Reconociendo que hay significativos avances en las responsabilidades de las dependencias involucradas, pero al mismo tiempo teniendo la certeza de que se puede potenciar de manera extraordinaria el turismo cultural en nuestro país y como una manera de propiciar cierta reflexión inicial y bajo una perspectiva, fundamentalmente, de política pública, se propone:

1. Fortalecer la coordinación entre las instituciones de ambos sectores.
2. Modificar, de manera estructural, la forma en que se realiza la presentación de la oferta cultural, hacia una dinámica que sin perder de vista los principios de la conservación, contribuya a crear una experiencia de gran calado, significativa para el visitante y suficiente para propiciar el desplazamiento turístico.⁶
3. Se hace necesario, también, el desarrollo de una aproximación renovada a los medios para la interpretación del Patrimonio que trascienda tanto las memorísticas exposiciones de algunos guías de turistas, como las limitaciones de los recursos hoy utilizados.
4. En consecuencia, parece que llegó el tiempo de reconocer que la cultura no es un espacio reservado para los cultos y que se debería asumir una visión renovada que reconozca que, por un lado, los iconos culturales de nuestros tiempos no son, necesariamente, los que tenemos, o mejor dicho los que ofrecemos; y,

⁵Elaboración propia con datos para el año 2011, consultados en Datatur, Sistema de Información Estadística de la Secretaría de Turismo.

⁶Véase Pine II, B. J. y Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Cambridge: Harvard Business Press Books (updated edition).

que, por otro lado, la competencia en turismo tiene condiciones de globalidad e intensidad que difícilmente cambiarán.⁷

5. Encontrar mecanismos para romper rigideces institucionales que dificultan el aprovechamiento máximo del potencial del segmento, por ejemplo en materia de horarios, puesta en valor de la oferta y mecanismos de comercialización.
6. Pensar en nuevos mecanismos de aprovechamiento del patrimonio cultural que incluso prevean esquemas de asociación público-privados.
7. Propiciar la intervención de FONATUR (no, por cierto, con las limitadas capacidades que hoy tiene), en la concepción y puesta en operación de un modelo para el aprovechamiento de destinos turísticos culturales, evidentemente, bajo condiciones plenas de sustentabilidad. Sería deseable tener en los próximos años al menos un nuevo proyecto de un destino integralmente planeado, con prominente vocación cultural, elaborado con un gran sello de innovación.
8. Fortalecer el capital humano especializado para la atención del segmento. Al respecto destacamos que reconociendo esta necesidad y convencidos del potencial del segmento, la Universidad Anáhuac México Norte ha iniciado, desde el pasado mes de agosto, la operación del primer programa universitario en el mundo en materia de turismo cultural y cultura gastronómica.
9. Iniciativas como el Programa Pueblos Mágicos son claves para mejorar el aprovechamiento de pequeñas poblaciones con un potencial turístico. Sin embargo, se deben revisar cuidadosamente las barreras de entrada al concepto porque existe el riesgo de pérdida de credibilidad ante localidades que pueden ser cuestionables en términos del cumplimiento de los requisitos de participación. Asimismo, es necesario el desarrollo de instrumentos de acompañamiento del programa para desarrollar y fortalecer las capacidades locales.
10. Finalmente, debe reconocerse en la política turística y en la política cultural, que es precisamente la cultura el ingrediente diferenciador de la oferta turística mexicana en el mercado.

⁷ Véase Verdú, V. (2005). *Yo y tú. Objetos de lujo*. Madrid: Editorial Debate.

Bibliografía

- Future Brand Index, (2011). *2011-2012 Future Brand Index*, en www.future-brand.com.
(Última consulta: 15 de septiembre de 2011.)
- Hall, M. C. & Page, S. J., (2009). "Progress in Tourism Management: From the Geography of Tourism to Geographies of Tourism. A review". *Annals of Tourism, 30(1)*, pp. 3-16.
- Madrid, F. (2012). "El futuro del turismo: un futuro para México". Sin editar.
- Mandala Research (2009). *The Cultural & Heritage Traveler Study, Alexandria*. Virginia: Mandala.
- OECD, 2008. *The Impact of Culture on Tourism*. Paris: OECD.
- Organización Mundial del Turismo (1999). *Panorama 2020*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo (2011). *El Turismo hacia el 2030*. Madrid: OMT.
- Secretaría de Turismo (2002). *Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México*. México, D.F.: Secretaría de Turismo.
- Secretaría de Turismo (2012). *Compendio Estadístico del Turismo 2011*. México, D.F.: Secretaría de Turismo.
- United Nations World Tourism Organization (2011). *Tourism Towards 2030. Global Overview*. Madrid: UNWTO.
- United Nations World Tourism Organization (2012). *World Tourism Barometer*. Madrid: UNWTO.

PLANIFICANDO UN TURISMO Y UN PATRIMONIO SUSTENTABLES

XAVIER CORTÉS ROCHA ¹



¹ Xavier Cortés Rocha preside el Consejo de Certificación del Colegio de Arquitectos de la Ciudad de México, coordina y asesora varios proyectos relacionados con la conservación del patrimonio y es profesor titular de Posgrado de la Facultad de Arquitectura de la UNAM.

TURISMO SUSTENTABLE PARA EL DESARROLLO HUMANO

Solo aquellos pueblos que sean capaces de garantizar la posteridad de su pasado encontrarán la guía para discurrir a través de su proceso evolutivo. La historia nos ha demostrado, y la UNESCO ha hecho hincapié en ello, que el diálogo y la apertura entre naciones han sido de vital importancia para evitar el aislamiento basado en un concepto de identidad, así como la estandarización asociada a la globalización. Asimismo se ha dicho que la conservación y promoción del Patrimonio de la Humanidad —que representa una contribución hacia el mejor conocimiento de la humanidad y su diversidad— es un deber ético que cada nación debe asumir desde lo más profundo de sus raíces culturales.

MÉXICO Y LA PROTECCIÓN DE SU PATRIMONIO CULTURAL

México ha asumido la responsabilidad de salvaguardar su patrimonio cultural a través de instituciones como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), que articula a otras que trabajan para lograr este compromiso:

El INAH, Instituto Nacional de Antropología e Historia, que tiene a su cargo la custodia del patrimonio construido antes de 1900; el INBA, Instituto Nacional de Bellas Artes, que se ocupa del patrimonio artístico construido después de 1900; y la Dirección General de Sitios y Monumentos del Patrimonio Cultural que atiende monumentos propiedad de la nación con valor artístico e histórico.

Aunado a lo anterior, la Secretaría de Turismo tiene una línea de acción dedicada al turismo cultural para consolidar el concepto de protección de patrimonio.

La oferta de turismo cultural en México es muy variada:

- 31 sitios Patrimonio de la Humanidad. México es el primer lugar en América y el sexto a nivel mundial.
- Más de 50 Pueblos Mágicos.
- Más de 40 mil sitios arqueológicos de los cuales 180 están abiertos al público.
- Más de 110 mil monumentos de valor histórico construidos entre los siglos XVI y XIX.
- 62 grupos étnicos.
- Gastronomía, tradiciones, y artesanía son, entre otras, ejemplos de patrimonio intangible fundamentales como elementos de desarrollo turístico.

Al asumir la responsabilidad de proteger su patrimonio, México lo comparte con el resto del mundo confiriéndole así un profundo significado humanista. Esto significa que la protección de los contextos histórico, social, cultural y ecológico debe centrarse en mejorar la calidad de vida de la población en su conjunto. La colaboración social y entre instituciones aunada a la participación internacional fomenta el logro de una conservación sustentable tanto económica como ecológicamente. De esta manera, la planificación a nivel nacional para la conservación sostenible de sitios históricos se ha de centrar en lograr una integración de cultura, turismo, planeación urbana, economía, política, sociedad y conciencia ambiental.

Lo que presentamos a continuación es resultado no solo de las experiencias mexicanas, sino también de ideas tomadas de diversos países con una amplia tradición en protección del Patrimonio Mundial, así como de estudios sobre este tema, de los cuales varios puntos clave se han desarrollado e incorporado a este documento.

PATRIMONIO MUNDIAL COMO UNA OPORTUNIDAD DE DESARROLLO

En las últimas décadas ha crecido el turismo cultural de una manera significativa tanto en México como en el resto del mundo, por lo que el así llamado Patrimonio Mundial o Patrimonio de la Humanidad, del cual la UNESCO ha constituido la Lista, nos ofrece

la oportunidad de atraer la atención internacional hacia una preocupación de interés mundial en relación con el crecimiento económico, la sustentabilidad ambiental y la equidad social. Estos tres conceptos representan los principios fundamentales del turismo sustentable.

La OMT define el turismo sostenible como:

El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

Más que ser un tipo de producto, es un *ethos* que refuerza todas las actividades turísticas; y como tal se integra a todos los aspectos del desarrollo y gestión turísticos, además de constituirse en un valor agregado.

El objetivo del turismo sustentable es conservar las ventajas socioeconómicas del desarrollo turístico a la vez que se reduce o mitiga el impacto no deseado en el entorno natural, histórico, cultural o social. Esto se logra al equilibrar las necesidades de los turistas con las de los anfitriones.

Involucrar conceptos de sostenibilidad al Patrimonio de la Humanidad no es algo nuevo. Sin embargo, su revalorización en las actividades turísticas es una necesidad inmediata. Por esta razón es importante definirlo de forma más amplia y específica así como crear parámetros de medición que lo hagan más operativo.

NO SOLO CUIDAR, SINO SACAR VENTAJA DE
LOS “VALORES UNIVERSALES EXCEPCIONALES”

El Patrimonio de la Humanidad debe ser considerado una oportunidad para aprovechar su reconocido valor universal excepcional y, también, como un acercamiento a la sostenibilidad humana al identificar las áreas que pueden beneficiarse de su conservación. El turismo sostenible puede representar la pieza clave para el surgimiento de actividades económicas bajo un sistema integral que vincule la protección y el respeto con el uso racional de los recursos naturales y de los sitios culturales.

EL DESARROLLO SOSTENIBLE COMO PUNTO DE PARTIDA PARA DISEÑAR ESTRATEGIAS INTEGRALES, POLÍTICAS Y ACCIONES

El turismo sustentable deberá estar basado en una planificación global e integral, con un enfoque interdisciplinario y transdisciplinario, donde los procesos naturales, políticos y culturales sean tomados en cuenta para alcanzar un equilibrio entre conservación y aprovechamiento. Es necesario fomentar una estrecha relación entre los organismos responsables del patrimonio cultural, expertos en medioambiente, sector turístico y desarrollo urbano para que el mismo objetivo sea capaz de cubrir diversas necesidades: respeto y difusión cultural, turismo como una actividad económica y habitabilidad de los asentamientos humanos de acuerdo con las actuales tendencias de crecimiento en la sociedad. El concepto actual de sustentabilidad deberá simplificarse para facilitar su aplicación práctica; para lograr esto los grupos de trabajo institucionales, legales y de planeación y gestión deberán adaptarse a sus correspondientes guías de sustentabilidad. Sería aconsejable crear “consensos” y “acuerdos” entre actores del sector cultural, de desarrollo urbano, medio ambiente y del sector turístico para que cada actor tenga el mismo peso en el proceso de toma de decisiones para lograr una situación favorable para todas las partes.

INTRODUCCIÓN DE POLÍTICAS DE PLANIFICACIÓN PARA LA GESTIÓN DEL PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

La importancia del espacio como marco integrador y como una dimensión fundamental de sostenibilidad debe integrarse a la inscripción y protección del Patrimonio de la Humanidad. Las políticas de planeación deben estar fuertemente vinculadas a las estrategias de conservación y turismo para evitar que una actividad turística sin control que se suma a un crecimiento también incontrolado sobre el —a su vez descontrolado— espacio rural y urbano, genere un impacto negativo en los sitios Patrimonio Mundial. Tales políticas, más la información territorial, son fundamentales para lograr resultados integrales, operativos y medibles en el turismo sostenible.

Dentro de la actividad turística no solo está involucrado el sitio: también lo están los servicios que lo abastecen como el transporte, los guías, la venta de alimentos, el alojamiento y los servicios sanitarios. Nuevas atracciones turísticas pueden producir los recursos económicos que podrían colaborar en la protección y el mantenimiento de los sitios patrimoniales, productores de trabajo directo e indirecto, y tener como resultado el crecimiento planificado de comunidades de manera que su calidad de vida mejore a la vez que se protege el medio ambiente.

Debe darse un lugar importante a la dotación de infraestructura urbana, a la par o inclusive por encima de la imagen urbana, para que la conservación del Patrimonio de la Humanidad pueda beneficiar a las comunidades locales y no solamente se mejore lo que se observa a simple vista.

ELABORACIÓN Y PUESTA EN VIGOR DE PLANES DE MANEJO

Se debe alentar el trabajo con las autoridades correspondientes para poner en práctica los planes de manejo a nivel local. Esta planificación deber ser un requisito previo para que un sitio o un conjunto monumental sea declarado Patrimonio de la Humanidad, de lo contrario debe establecerse un tiempo límite para que se elabore antes de aceptarlo. La implementación de este instrumento de planificación también deberá realizarse dentro de un plazo razonable para evitar tener sitios Patrimonio de la Humanidad sin planificar.

¿QUÉ ESPERAR DE LOS PLANES DE MANEJO?

Los planes de manejo deben tener dos componentes: ser visionarios y ser realizables. El primero deberá enfatizar el logro de un determinado objetivo. El segundo deberá marcar el camino por el que este objetivo debe alcanzarse. Esta propuesta estará guiada por un enfoque objetivo y orientado a la acción realista, lo cual significa tener conciencia de la disponibilidad o escasez de medios y recursos.

Mientras se elaboran estos planes se han de enfatizar las tradiciones artísticas y artesanales y las capacidades locales, y tener en cuenta que no se deben alterar las formas de vida pero sí es deseable fortalecerlas

e incorporarlas a las actividades turísticas de manera que tengan un impacto positivo en las comunidades.

Los planes de manejo deberán reflejar un equilibrio entre las necesidades colectivas (desarrollo sustentable y de calidad) y las necesidades individuales (vivienda, infraestructura de servicios, empleo) al establecer los procedimientos. Deberán tener una visión de sustentabilidad a largo plazo que sortee los cambios que experimentan los sitios y sus comunidades en su constante evolución. Es conveniente que los equipos de trabajo institucionales busquen mecanismos que alienten la continuidad de las personas clave involucradas en estos procesos.

IDENTIFICACIÓN DE PRIORIDADES Y TEMAS CLAVE

La identificación de temas prioritarios en cada sitio por proteger debe facilitar una propuesta realista para planear el uso y la protección del Patrimonio de la Humanidad de acuerdo con las características de cada sitio y tomando muy en cuenta la problemática social.

INDICADORES PARA MEDIR UN IMPACTO POSITIVO

Los indicadores se consideran un medio tanto para obtener información de la situación actual y posibles tendencias, como para prevenir, anticipar y dar solución a problemas específicos o áreas con oportunidades de desarrollo. Mientras se construyen los indicadores hay que tener en cuenta que el turismo sustentable debe ir aparejado con el concepto de desarrollo sostenible, como un proceso de cambio cualitativo (no sólo cuantitativo) donde haya una conciliación entre el turismo de masas y el turismo sostenible.

Ha de echarse mano de sistemas de información geográfica en la creación de sistemas de información territorial, lo que será necesario para analizar las variables medioambientales, socioeconómicas e institucionales. La elaboración de estos indicadores necesita de la colaboración científica y la conciencia de su importancia en el entorno político y social.

Cada localidad necesitará sus propios indicadores. Sin embargo deberán crearse las directrices operacionales que supongan un modelo a seguir que puede establecer los siguientes puntos como

factores críticos: obtención de información, metodología, validez científica, aplicación realista, interrelación y deliberación de indicadores, participación social y comunicación desde el principio de la creación de los indicadores. La experiencia de países que han trabajado en la construcción de indicadores, como España y Alemania, puede tomarse como referencia y adaptarse para la creación de estas directrices.

TURISMO RESPONSABLE Y SENSIBILIZACIÓN

La planificación no cambiará la realidad así como la legislación por sí misma tampoco lo hace; el principal factor de cambio es la población. Así, es fundamental encontrar estrategias dirigidas a crear una cultura respetuosa hacia el patrimonio, de la misma manera que la conciencia ecológica se ha ido desarrollando en las últimas décadas, para que de esta manera el turista respete los lugares que visite en su propio país y en el extranjero.

Se debe fomentar el uso y disfrute racional, adecuado y respetuoso de los sitios culturales; la población debe sensibilizarse sobre la importancia de la cultura para el turismo y viceversa. El turismo sostenible, así como el turismo de patrimonio, deben promover actitudes responsables, éticas y de conciencia. Los habitantes deben participar activamente en proyectos específicos actuando como promotores o inversores. Pueden desarrollarse políticas y líneas de acción para que la gente tenga posibilidades de involucrarse.

FORMACIÓN EN TEMAS DE CONSERVACIÓN

Se debe capacitar a las comunidades locales para que asuman la relevancia que tiene el turismo en el desarrollo social y el bienestar de su propia comunidad; también se les puede ofrecer capacitación técnica para ayudar a proteger y mantener el patrimonio cultural.

Fortalecer la educación y la búsqueda de un turismo sustentable es una obligación que debe ser fomentada por programas universitarios de conservación de este patrimonio, pero los contenidos temáticos deben introducirse desde la educación primaria.

CONCLUSIONES

Podemos concluir que la experiencia de la explotación turística de nuestro patrimonio, aplicada a la actualidad, ha generado la necesidad de incorporar el concepto de sostenibilidad como un vínculo ineludible entre cultura y turismo, como una forma ahora evidente de conciliar dos intereses de vital importancia para el engranaje de nuestro país.

Toda esta información es necesaria para que tomemos un rol proactivo en temas de sostenibilidad, asimilándola para crear conciencia de su importancia y transmitirla ya que se nos ha dado la responsabilidad de custodiar un patrimonio perteneciente a todos.

ANEXO I

EJEMPLOS DE SITIOS CULTURALES EN MÉXICO QUE PODRÍAN SERVIR DE PRÁCTICA Y RETROALIMENTAR LAS DIRECTRICES OPERACIONALES

1. Sitio arqueológico de Tulum, Quintana Roo: el turismo masivo hace peligrar el patrimonio cultural, ¿la solución deberá pasar por restringir las visitas?
2. Taxco, Guerrero. Una ciudad histórica desbordada: se debe establecer una normativa dirigida al planeamiento urbano como un tema fundamental vinculado al turismo y a la conservación.
3. Santuarios del Santo Niño de Atocha en Zacatecas y de Chalma en el Estado de México: las masivas peregrinaciones de las que son objeto a lo largo del año instan a aplicar estrategias que respondan a las necesidades sociales, culturales, urbanas y económicas de manera inmediata.
4. Santuario de la Mariposa Monarca en Morelia, Michoacán: un fenómeno natural que atrae a millones de visitantes cada año, equipado de manera adecuada para recibirlos. Sin embargo, debemos prestar atención a una posible alteración que este hecho pueda suponer al ecosistema. Y a la degradación medioambiental del entorno de la reserva.

FUNCIONAMIENTO DE LOS PROGRAMAS DE TURISMO CULTURAL EN MÉXICO. ALGUNAS OBSERVACIONES CRÍTICAS

RAÚL VALDÉZ MUÑOZ ¹



¹ Raúl Valdez Muñoz es profesor titular del Departamento de Turismo de la Escuela de Negocios y Economía de la Universidad de las Américas Puebla, Puebla, México.

CULTURA Y TURISMO CULTURAL

El concepto de cultura forma una parte esencial del turismo, ya que es una de sus vertientes más significativas. En el contexto del turismo, la cultura es un importante motivador de viajes. Por ello, el denominado turismo cultural es definido como la visita de una persona fuera de su lugar de origen motivada por intereses históricos, artísticos, científicos, estilos de vida o patrimoniales que una comunidad, región, grupo o institución ofrece. Es definido también como una actividad por la cual el visitante trata de conocer, entender y estimar el valor de un lugar y la cultura de un territorio, que abarca estructuras sociales, económicas y políticas, personas y costumbres, historia y arqueología, artes y arquitectura, comida, vino, y diversos festivales y eventos (Filippou y Goulimaris 2010).

El turista contemporáneo busca nuevos productos que lo aparten de los modelos turísticos tradicionales, donde prevalece el consumo masivo y la uniformidad de la oferta de ocio y diversión (Ballart y Tresserras, 2003). En este contexto, el turismo cultural puede constituirse en un medio eficaz para contrarrestar la estacionalidad de la demanda turística al ofrecer posibilidades de desarrollo de nuevos destinos complementarios a los destinos tradicionales.

La Secretaría de Turismo de México (SECTUR) establece que el turismo cultural es un medio eficaz para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico del país. Sus efectos traen como consecuencia la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio cultural de carácter turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades, además de ofrecer al visitante una experiencia espiritual y estética de enriquecimiento histórico y cultural (SECTUR, 2010).

Paralelamente, el turismo cultural provee una oportunidad de comunicación entre las personas para entender y respetar culturas diferentes, a la vez que representa un recurso con gran potencial para contribuir a la resolución de problemas económicos y sociales mediante la creación de empleos y la preservación del patrimonio cultural, constituyéndose en una importante fuente de ingresos para las regiones y los sitios visitados. Asimismo, el turismo cultural puede ser una excelente herramienta de desarrollo sustentable y una manera segura y confiable para mejorar la condición social de una población, contribuyendo a la prevención de conflictos de intolerancia, y ejercitando el respeto por las culturas diferentes.

Sin embargo, el desarrollo del turismo cultural no debe, de ninguna manera, perturbar el balance de las condiciones sociales y económicas de los lugares donde se practique evaluando todos los recursos de su patrimonio cultural a fin de propiciar altos niveles de calidad de vida (Rudan, 2010; Urosevic, 2010).

Es necesario tener presente que la creación de una oferta turística basada en recursos patrimoniales requiere no solo del conocimiento de los recursos que la sustentan, sino, también, de la identificación de los intereses y motivaciones del mercado al cual está dirigida y de la población residente en los lugares visitados.

En su dimensión cultural, el turismo representa para los viajeros una excelente manera de acceder al conocimiento y a la comprensión de las manifestaciones históricas, artísticas y sociales de culturas distantes o desconocidas. En contraparte, para los residentes de los lugares visitados, los turistas no solamente significan la presencia de individuos diferentes, sino también la posibilidad de aproximarse a valores, comportamientos y culturas con las cuales no tendrían la oportunidad de establecer contacto sin salir de su entorno habitual.

En su dimensión económica, el turismo representa un importante factor de cambio productivo y social. En efecto, el turismo bien planeado y controlado se convierte en una importante fuente de ingresos económicos para las comunidades residentes cuando éstas participan de manera activa en los procesos de producción de bienes y servicios destinados al turista. En contraste, cuando

el fenómeno turístico opera de manera desordenada, puede llegar a convertirse en un factor de deterioro económico, social y cultural. En síntesis, puede decirse que el turismo eficazmente planeado y operado puede llegar a constituirse en una verdadera industria cultural, sin que ello signifique que su función primordial sea únicamente económica.

PROGRAMAS DE TURISMO CULTURAL EN MÉXICO

En México, el impulso al turismo cultural se ha proyectado y realizado a partir de tres modalidades o vertientes principales: la vertiente histórico-arqueológica, cuyos destinos principales son los yacimientos precolombinos emplazados en el centro-oriente y centro-sur del país (Teotihuacan, Cholula, Cacaxtla, Xochicalco, Montealban/Mitla, El Tajín, La Venta, etc.) y en la península de Yucatán y sureste del país (Chichén-Itzá/Uxmal, Palenque, Bonampak, Yaxchilán, Tulum, etc.); la vertiente artística-colonial donde la visita turística es atraída por la riqueza arquitectónica, artística y cultural de las ciudades fundadas por la conquista española (Puebla, Morelia, Guanajuato, Querétaro, Zacatecas, etc.); y, finalmente, la vertiente folklórica-cultural cuyos atractivos turísticos se centran en el conocimiento de la diferentes expresiones de la actual cultura mexicana como la gastronomía regional, las festividades religiosas, las artesanías populares, las danzas populares y otras expresiones del folklora mestizo e indígena de las poblaciones rurales a lo largo y ancho del país.

Dentro de este contexto, recientemente la SECTUR ha creado diferentes planes y proyectos para diversificar y ampliar la oferta turística cultural del país, entre los que se destacan los programas de “Ciudades Coloniales”, “Pueblos Mágicos”, “Mundo Maya” y “Rutas de México” (SECTUR, 2011; SECTUR, 2012).

Podría identificarse como denominador común de los proyectos de turismo cultural a la voluntad de lograr la diversificación económica, social y cultural de los sitios promocionados para crear sinergias entre los distintos protagonistas y grupos de interés sobre las bases del desarrollo sostenible.

En cuanto a los objetivos a lograr, los proyectos de turismo cultural están enfocados principalmente hacia la valorización el pa-

rimonio cultural para motivar y prolongar la duración de estancia de los turistas en los destinos. Esta valorización debe manifestarse no sólo para los visitantes sino también por la población residente, quienes deben compartir simultáneamente la visión de desarrollo turístico implícita en cada proyecto. De esta forma, los proyectos de turismo cultural deben sustentarse en la instauración y la integración de estructuras de acogida y servicios de apoyo con los niveles de calidad necesarios para satisfacer ampliamente las demandas de los visitantes.

De manera paralela a los esfuerzos realizados por el gobierno mexicano para diversificar la oferta turística del país mediante la creación de programas y proyectos de turismo cultural, es pertinente mencionar el surgimiento de un gran número de empresas particulares medianas y pequeñas que se han sumado a la promoción de estos programas y/o que han creado productos turísticos complementarios a ellos. Así, es posible identificar múltiples proveedores de servicios de transportación terrestre, negocios de ventas de artesanías, pequeñas empresas de restauración y de hospedaje, agencias de viajes, etc. que ofrecen a los visitantes una gran variedad de productos de muy diversas calidades cuya valoración en términos de su aportación al éxito de los programas oficiales de promoción al turismo cultural es sumamente difícil de realizar.

EL FUNCIONAMIENTO DE LOS PROGRAMAS DE TURISMO CULTURAL EN MÉXICO: OBSERVACIONES CRÍTICAS

Antes de reflexionar sobre los resultados de los programas de impulso al turismo cultural en México, es necesario establecer que en la actualidad no existen en el país suficientes estudios descriptivos y/o explicativos que permitan determinar con precisión el impacto que la práctica del turismo ha tenido en la mejora del nivel de vida y en la preservación del patrimonio cultural de las regiones y destinos donde se practica a lo largo y ancho del territorio nacional.

En sus diferentes informes de labores la SECTUR señala la creación y promoción de diversos programas de fomento al turismo

cultural pero la información sobre sus logros es escasa y no determinante. Si bien existen datos estadísticos sobre diferentes indicadores de la actividad turística nacional como los índices de ocupación hotelera, los porcentajes de incremento en el número de viajeros que transitan por el país, o los reportes de las variaciones en los niveles de demanda en servicios de restauración o de transporte, esta información no permite, sin embargo, determinar con precisión la eficacia de los programas de turismo cultural en términos de la calidad de la infraestructura turística, del estado de conservación del patrimonio edificado, o de la derrama económica y mejora en la calidad de vida de las poblaciones residentes de las regiones o localidades incluidas en esos programas.

Ante la carencia de información precisa sobre la eficacia funcional de los programas de fomento al turismo cultural, la visita a algunos destinos turísticos representativos de estos programas permite detectar la existencia de fallas en la operación y en el logro de los resultados esperados.

Tomando como ejemplo algunos destinos específicos dentro del programa Pueblos Mágicos como es el caso de las poblaciones de Cuetzalan en Puebla, de Real del Monte en Hidalgo o de Comala en Colima, es posible observar la escasez o incluso la inexistencia de información suficiente y actualizada sobre la forma de llegar al destino, la oferta de servicios de hospedaje y de restauración, la facilidad de acceso a sitios de interés turístico, e incluso de oficinas o dependencias oficiales de información turística. También es posible detectar el estado de abandono o de escaso mantenimiento de inmuebles con valor histórico-patrimonial, así como la falta de conservación, limpieza y mantenimiento del mobiliario urbano y de las instalaciones de infraestructura de servicios públicos que deben existir independientemente de la actividad turística que se realice en estos sitios.

Por su parte, los visitantes que logran arribar a estos destinos lo hacen atraídos únicamente por las recomendaciones de terceros, siguiendo únicamente la señalización de las carreteras o con la ayuda de mapas o de guías cartográficas no turísticas y, una vez en

el destino, inspeccionan por cuenta propia la población en busca de establecimientos de hospedaje y de restauración (previamente recomendados) o por sugerencia de la población residente.

Ante estos ejemplos representativos, es evidente que la mayoría los programas de turismo cultural puestos en operación por la SECTUR funcionan con serias deficiencias que podrían catalogarse en dos grandes aspectos: el aspecto organizacional y el aspecto operativo.

En el aspecto organizacional, y pese al discurso oficial, es posible observar la desvinculación existente entre la SECTUR a nivel federal, las secretarías de turismo de los estados y sus respectivas direcciones de turismo a nivel municipal. En efecto, es notorio que la naturaleza, objetivo y contenido de los programas de fomento al turismo cultural diseñados por la SECTUR no han sido plenamente comprendidos, asimilados y respaldados por las instancias estatales y municipales responsables de estas tareas, quienes, en muchos casos, crean y ponen en operación proyectos locales muy limitados de promoción turística que no coinciden con los objetivos y propósitos de los programas de fomento al turismo cultural establecidos por la SECTUR.

En cuanto a su aspecto operativo, uno de los indicios de la deficiencia de los programas de fomento al turismo cultural es el estado de abandono y/o deterioro físico que muestran muchos de los inmuebles que integran el patrimonio edificado de estos Pueblos Mágicos. Aunado a esto, pueden observarse también serias carencias de infraestructura turística como la falta de oferta suficiente y variada de hospedaje y de servicios de restauración, de salud, de seguridad y de otros servicios de apoyo al turismo. Finalmente, el mobiliario urbano y la infraestructura de servicios básicos ofrecidos a la ciudadanía residente —pero también utilizada por los turistas— presenta serias deficiencias.

Como una reflexión consecuente, se desprende que la SECTUR debe asegurar la vinculación permanente de sus proyectos de fomento al turismo cultural a nivel nacional con el funcionamiento y la corresponsabilidad de sus oficinas a niveles estatal y municipal. Para ello, se requiere el compromiso formal de los gobiernos estatales para realizar la asignación presupuestaria destinada por el gobierno federal para la puesta en marcha y operación de estos

programas y, además, la participación activa de la SECTUR para su puesta en marcha con total apego a sus lineamientos y logística de implantación.

Adicionalmente, es responsabilidad y tarea de la SECTUR a los niveles federal, estatal y municipal la creación, implantación y seguimiento de mecanismos eficaces de monitoreo y de evaluación que permitan determinar el nivel de eficacia de los programas implantados para poder definir las acciones pertinentes de reforzamiento, ajuste, rediseño o incluso de cancelación de aquellos cuyos objetivos no hayan sido alcanzados.

Referencias

- Ballart, J. y J. J. Tresserras (2003). "El Patrimonio y el Turismo". En CONACULTA, *Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos* Vol. 3 (pp. 185-212). México: CONACULTA.
- Filippou, F. y D. Goulimaris (2010). "Dance and Cultural Tourism: The Effect of Demographic Characteristics on Foreigners' Participation", en *Tourism & Hospitality Management*, 17, p63-71. Recuperado de Ebsco Host (Business Source Premier database).
- Rudan, E. (2010). "The development of cultural tourism in small historical towns", en *Tourism & Hospitality Management*, 1, 577-586. Recuperado de Ebsco Host (Business Source Premier database).
- SECTUR (2010). *El Turismo Cultural en México*. Recuperado de: www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud.
- SECTUR (2011). *Cuarto Informe de Labores*. México: SECTUR.
- SECTUR (2012). *Quinto Informe de Labores*. México: SECTUR.
- Urosevic, N. (2010). "The Effects of including the Cultural Sector in the Tourist Product of Destination Strategic Considerations Regarding Istria as the Region of Cultural Tourism and Pula as the European Capital of Culture", en *Tourism & Hospitality Management*, p. 1305-1317. Recuperado de Ebsco Host (Business Source Premier database).

VISIÓN, DESDE LOS PARQUES ARQUEOLÓGICOS DE GUATEMALA, DEL VÍNCULO ENTRE TURISMO Y CULTURA

JOSÉ CRASBORN CHAVARRÍA ¹



¹ José Crasborn Chavarría es arqueólogo-administrador del Parque Arqueológico de Quirigua (Ministerio de Cultura y Deportes), y es catedrático de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

INTRODUCCIÓN

En una forma amplia el término cultura abarca todos aquellos aspectos tangibles e intangibles de una sociedad y de la interacción de las personas que la conforman. Uno de los elementos que forman la cultura es su patrimonio, siendo en América los sitios prehispánicos los que más presencia tienen en el colectivo. Guatemala cuenta con un patrimonio cultural único y muy amplio no solo por la cantidad de bienes que lo conforman, sino también por la extensa temporalidad que abarca: casi cuatro mil años de historia.

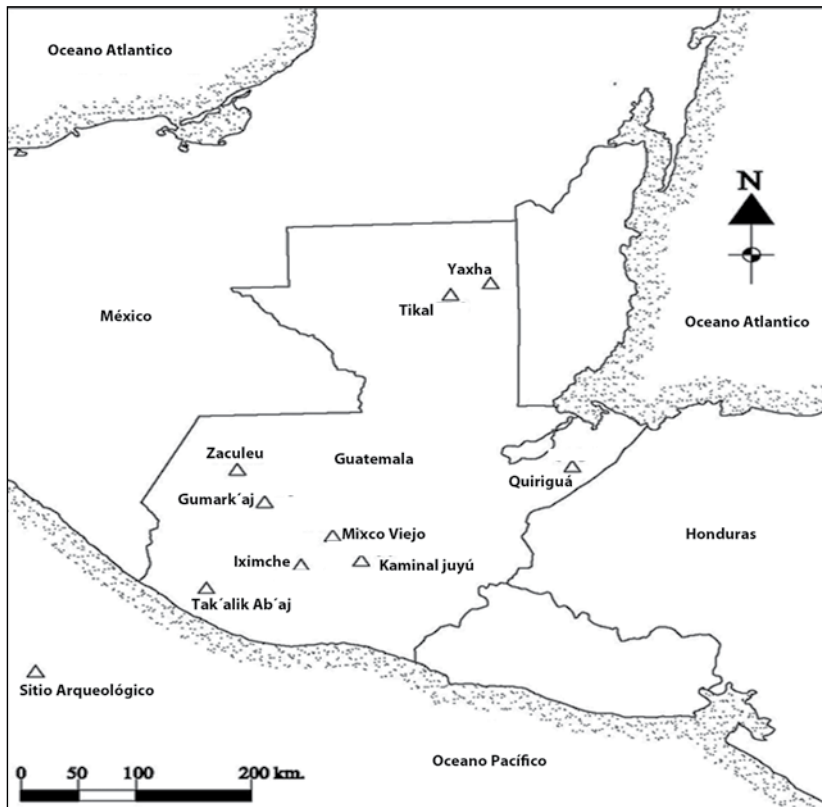
EL PATRIMONIO CULTURAL DE GUATEMALA

Según los registros del Departamento de Monumentos Prehispánicos y Coloniales de la Dirección General del Patrimonio Cultural y Natural, el país cuenta con al menos tres mil sitios arqueológicos de la época Prehispánica (2500 a.n.e.-1524), a los cuales debemos sumarle monumentos, casas e iglesias de la época Colonial (1524-1821), Republicana (1821-1898) y Contemporánea (1898-1944), que incrementan considerablemente este inventario. Para el presente trabajo únicamente nos concentraremos en los sitios prehispánicos, los cuales forman un interesante vínculo entre la cultura y el turismo.

De la totalidad de sitios registrados hasta el momento, el Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala mantiene vigilancia en al menos 100 sitios arqueológicos de los cuales 29 tienen la categoría de parque por contar con la infraestructura básica para atender al turismo. Arqueológicamente Guatemala se divide en tres grandes zonas: Costa Sur, Tierras Altas y Tierras Bajas. Los parques habilitados al turismo, aunque de forma poco equitativa, se encuentran distribuidos de la siguiente forma: uno en la Costa Sur (3%), ocho en las Tierras Altas

(28%) y 20 en las Tierras Bajas (69%), donde se encuentran las grandes ciudades del Área Maya como Tikal, Uaxactun, Yaxha y Ceibal por mencionar algunas (Figura 1).

Figura 1. Parques Arqueológicos con mayor visita turística en Guatemala



Dibujo: Crasborn, 2012.

Si bien estos parques son una muestra de la riqueza de nuestro patrimonio, ya que dentro de estos ostentamos dos sitios declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO (Tikal y Quiriguá), al mismo tiempo deja al descubierto una debilidad nacional, dado que es casi imposible dar vigilancia, mantenimiento y protección a cada bien cultural, a pesar de que por mandato constitucional el Estado debe proteger, fomentar y divulgar la cultura nacional.

El problema se debe, además de a la falta de personal, a la falta de recursos económicos. Como suceden en la mayoría de países de Latinoamérica, en Guatemala el sector cultura, a pesar de su importancia, no siempre cuenta con el presupuesto necesario para su óptimo funcionamiento. La tarea se vuelve más compleja si consideramos que dentro de nuestro territorio (108,889 Km²), convive una población de aproximadamente 16 millones de personas pertenecientes a 23 etnias agrupadas en cuatro poblaciones: maya, garífuna, xinca y ladino. Ello que nos hace un país multiétnico, pluricultural y multilingüe, aspecto que enriquece nuestra nacionalidad y cultura, pero en ocasiones dificulta, en diversos ámbitos sociales o económicos, encontrar consensos.

Los parques arqueológicos, como factor importante de la vinculación entre cultura y turismo, forman parte de la identidad nacional y pueden ser analizados desde al menos cinco puntos de vista: el cultural, el turístico, el económico, el educativo y el espiritual.

1. **Cultural.** Los parques arqueológicos son símbolos a través de los cuales el colectivo se identifica con un pasado histórico. Por tratarse de un país multiétnico, en Guatemala esta vinculación no siempre se da en función del grupo étnico al que se pertenece, como tampoco puede tener la misma significación para personas indígenas o mestizas. En algunos casos esta identificación parece estar más relacionada con un sentimiento local o regionalista que nacional. Sin embargo para cualquier guatemalteco es fácil identificar edificios emblemáticos de la cultura maya, como sucede con el Gran Jaguar o Templo I de Tikal, el cual es reconocido a nivel nacional e internacional como un icono de esta cultura.
2. **Turístico.** Según los datos del Instituto Guatemalteco de Turismo, en 2011 el país recibió aproximadamente casi 2 millones de visitantes extranjeros, de los cuales cerca de un 5% visitó sitios arqueológicos. En la oferta turística de Guatemala no solo ofrecen visitas a parques arqueológicos; también se promociona la cultura viva y nuestros recursos naturales.

Para el presente año se espera un considerable incremento en la visita turística en los parques debido al famoso 13vo *B'aktuun*, fecha de gran importancia para la cultura maya, y que desafortunadamente ha sido erróneamente interpretado como “el fin del mundo”.

3. **Económico.** La visita turística a los parques proporciona ingresos que no sólo facilitan su mantenimiento y vigilancia, sino que también en muchos casos constituyen el pilar de la economía de cientos de familias cuya actividad se ve beneficiada de manera indirecta, como los artesanos, guías de turistas y proveedores de servicios, entre otros.

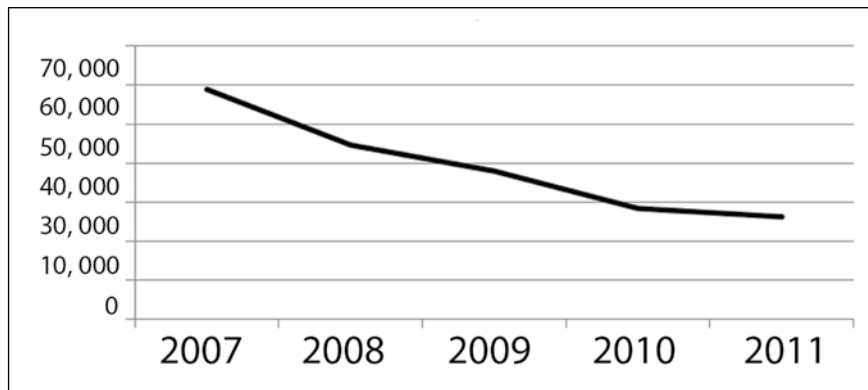
En 2007, se aprobó un acuerdo para normar las tarifas de ingreso a parques y museos, incrementando las cuotas en todos los sitios, con el objetivo de obtener más recursos e implementar, entonces, labores de protección y mantenimiento.

Un caso concreto es el parque Quiriguá, en donde hacia 2007 se recibieron 60 mil turistas, generando por concepto de entradas aproximadamente \$87,000 dólares; para 2011, que el turismo decayó un 48% ya que solo se atendieron 26 mil personas, se incrementó considerablemente la recaudación, que alcanzó los \$162,000 dólares. Así, el resultado fue menos personas, más ingresos, igual a mayor conservación del patrimonio (figuras 2 y 3).

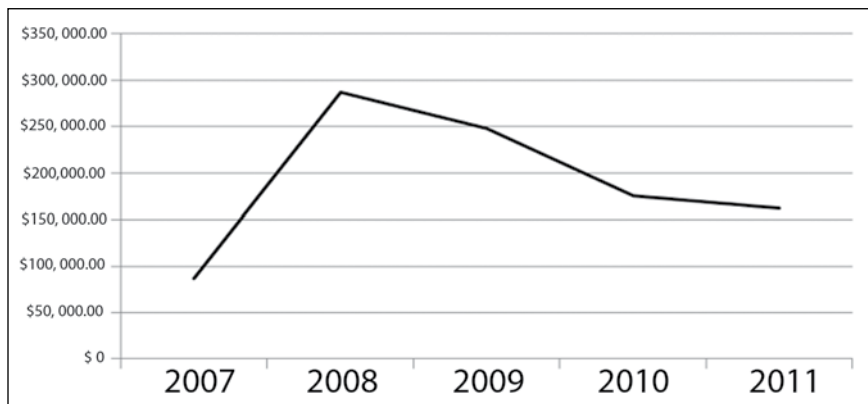
4. **Educativo.** Los parques paulatinamente han dejado de ser vistos únicamente como centros recreativos o de esparcimiento, ya que se han hecho esfuerzos por parte de las autoridades, organizaciones nacionales y extranjeras para la formación de guías comunitarios, colocación de rótulos y paneles interpretativos, la apertura de museos de sitio, y el uso de recursos audiovisuales y documentales. Los parques también funcionan como un recurso educativo para estudiantes de todos los niveles: de los 273 mil visitantes nacionales que llegaron a los parques en 2011, un 10% corresponden a estudiantes.
5. **Espiritual.** A partir de la firma de los Acuerdos de Paz en Guatemala, se abre un espacio para las comunidades indígenas, donde se les reconoce su derecho al uso de sitios sagrados

para que de forma libre pueden ejercer su espiritualidad. El concepto de *lugar sagrado* incluye cuevas, montañas, cuerpos de agua y sitios arqueológicos habilitados o no para el turismo. Esta apertura ha derivado en una iniciativa de ley de lugares sagrados, que aún está en proceso de aprobación.

**Figura 2. Visita Turística entre 2007 y 2011 en el Parque Quiriguá.
Ingreso de turismo**



**Figura 3. obtención de recursos monetarios entre los años 2007 y 2011
por ingreso de turismo al Parque Quiriguá.
Ingreso monetario**



COMENTARIO FINAL

Si bien los parques arqueológicos no representan toda la cultura de un país, son una alternativa viable para el desarrollo sostenible de las

comunidades cercanas a ellos. No existe una fórmula que pueda ser aplicada de forma general, ya que cada sitio presenta una dinámica distinta en cuanto a la cantidad de visitantes, la procedencia de estos, la utilización del sitio como lugar sagrado, su vinculación con la comunidad cercana y especialmente los procesos de manejo, protección y conservación que requiere.

Sitios como Tikal o Quiriguá, que es el único sitio que visitan los turistas que arriban al país por los cruceros del Mar Caribe, siguen siendo los que mayor ingresos generan al país porque tienen el registro más alto de visitantes extranjeros. Los sitios del Altiplano de Guatemala, como Zaculeu, aunque con baja visita extranjera, tienen una alta presencia de visitantes nacionales, llegando incluso a superar a Tikal. El altiplano guatemalteco, además, reporta mayor cantidad de ceremonias mayas.

La alta propaganda que ha recibido la cultura Maya ha incrementado considerablemente la visita especialmente nacional en varios parques. Parece alentador que los guatemaltecos empiecen a vincularse más con su patrimonio, aunque queda claro que deben hacerse mayores esfuerzos en este ámbito: se sabe de personas que nunca en su vida han visitado un parque a pesar de vivir a pocos kilómetros de estos.

Los parques arqueológicos siempre han vinculado a la cultura y el turismo. El vínculo, empero, debe fortalecerse mediante nuevas estrategias que coadyuven a fortalecer la identidad nacional y trabajar en el fortalecimiento de la función educativa y cultural que los parques tienen.

Bibliografía

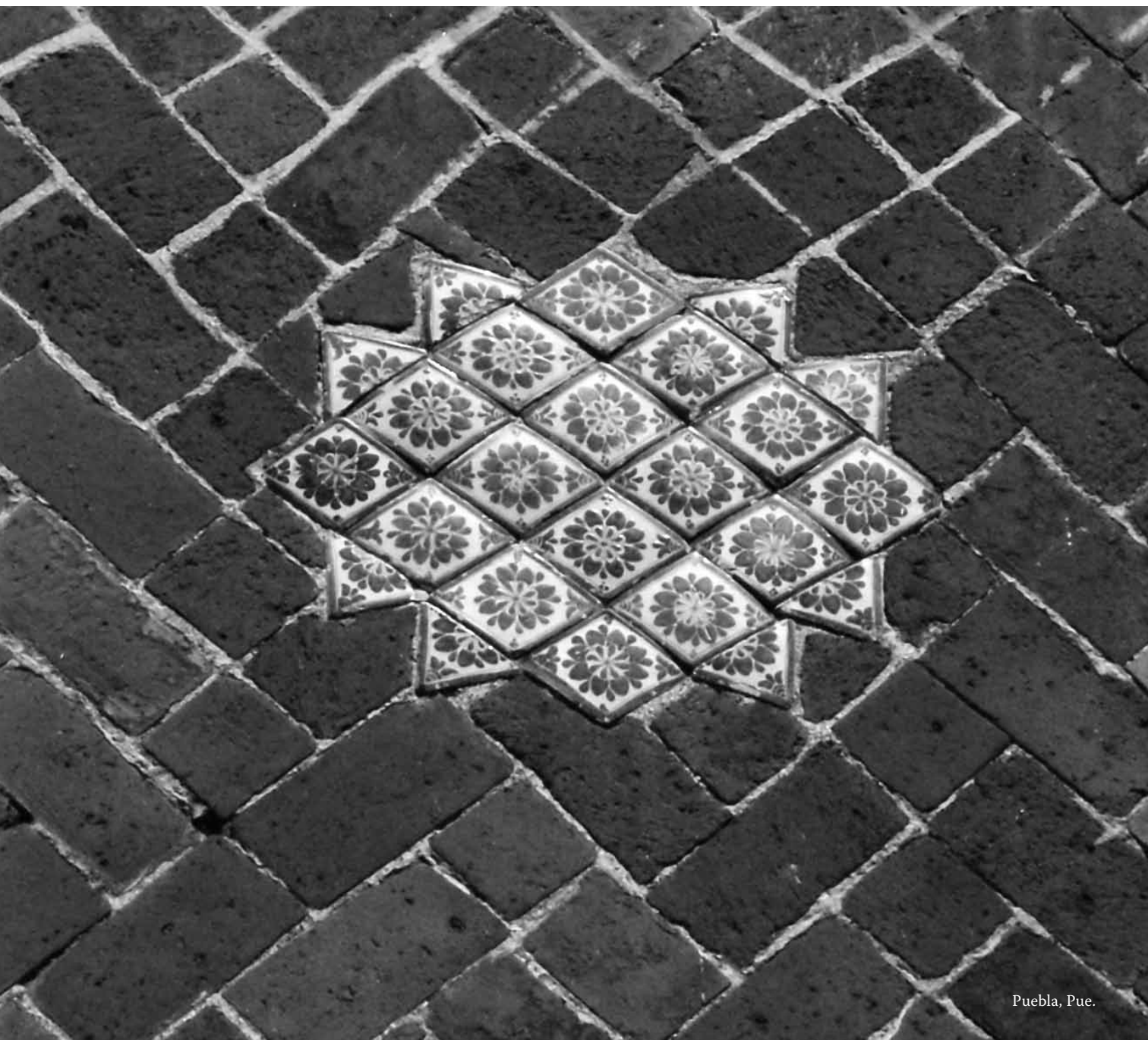
- (2000). *Constitución de la República de Guatemala. Reformada por Consulta Popular, Acuerdo Legislativo 19-93*. Nueva Guatemala de la Asunción: Organismo Ejecutivo.
- (2011). *Acuerdo Gubernativo 282-2007, reformado mediante acuerdo Gubernativo 7-2011*. Nueva Guatemala de la Asunción: Organismo Ejecutivo / Ministerio de Cultura y Deportes Guatemala C.A.
- (2008). *Iniciativa de Ley de Lugares Sagrados de los Pueblos Indígenas*. Nueva Guatemala de la Asunción: Organización Oxlajuj Ajpop / Ministerio de Cultura y Deportes / Imprenta y litografía Rucewal, Guatemala C.A.
- (1995). "Acuerdo sobre identidad y derechos de los pueblos indígenas. Acuerdos de Paz entre el Gobierno de Guatemala y la Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca", documento firmado en México, D.F. el 31 de marzo de 1995.



II. POLÍTICAS PÚBLICAS
CULTURALES PARA
FORTALECER LA
IDENTIDAD LOCAL

¿PATRIMONIO PARA LA INCLUSIÓN? HACIA UN NUEVO MODELO DE TURISMO CULTURAL

ANA ROSAS MANTECÓN ¹



¹Ana Rosas Mantecón es profesora del Departamento de Antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana, México.

En solo unas pocas décadas, el turismo se ha convertido en uno de los sectores de más rápido crecimiento en el mundo, lo cual le ha permitido a México colocarse entre los diez destinos más visitados y obtener de esta actividad una de sus principales fuentes de ingreso. El impulso al turismo cultural encuentra una coyuntura favorable ante los cambios que se están dando a nivel mundial en la demanda y ante el estancamiento o declive de diversos destinos turísticos clásicos de sol y playa. El turismo sustentable —que tiene como ejemplos emblemáticos al ecoturismo y al turismo cultural— se ha convertido así en el paradigma emergente del desarrollo turístico que busca evitar los impactos negativos del modelo basado en grandes urbanizaciones de playa que han implicado crisis ambientales, urbanas y sociales a nivel mundial, y que delatan lo erróneo de la definición del turismo como la industria sin chimeneas.

La riqueza cultural y natural de México permite que el número de atractivos con potencial turístico sea prácticamente ilimitado. Con 31 sitios reconocidos Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, el país se considera altamente competitivo por sus museos, gastronomía, festivales, arquitectura y culturas tradicionales. También han recibido reconocimiento como Patrimonio Intangible de la Humanidad los parachicos de Chiapa de Corzo, la *pirekua*, canto tradicional de los *p'urhépechas*, el mariachi, los voladores, las fiestas de muertos, los lugares de memoria de los otomí-chichimecas de Tolimán y la cocina tradicional con el paradigma michoacano.

El factor cultural es un elemento inigualable de diferenciación de la oferta turística del país: en una encuesta realizada a visitantes extranjeros trascendió que su imagen de México tiene suficiente fuerza

en sí misma y difícilmente puede confundirse con la de otros destinos (CESTUR, 2003:10). También sus atractivos naturales lo convierten en un país *megadiverso*: de hecho, es considerado el cuarto país con mayor biodiversidad a nivel mundial.

La riqueza de nuestro patrimonio cultural y natural no es garantía de éxito turístico y las aún incipientes cifras sobre los visitantes que efectivamente atrae así lo demuestran. La competitividad de la oferta turístico-cultural puede evaluarse sólo a partir de la accesibilidad de su puesta en escena, esto es, mostrando los factores que hacen factible su disfrute por parte del turista. Para empezar, no todas las expresiones culturales son apreciadas de la misma manera y están igualmente disponibles para todos, en parte debido a que el patrimonio se conserva y se pone en escena de manera diferencial. El patrimonio popular, por ejemplo, se encuentra en desventaja frente a otras producciones culturales que gozan de mayor legitimidad en un sector de la población; en el mismo sentido, las iniciativas que respaldan a las comunidades en sus intentos de apropiación y manejo del patrimonio cultural, tales como la Comisión de Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, la Dirección General de Culturas Populares o el Programa Nacional de Museos Comunitarios, comparados con otras dependencias laboran con escaso personal y recursos y por ley sus funciones son también reducidas. La falta de inversión, deficiente divulgación, etc., influyen en su desventajosa puesta en escena.

El que una expresión patrimonial pueda convertirse en “turística” dependerá de todos estos factores, además de los relacionados con el entorno geográfico, el clima, la infraestructura y la capacidad de acceso e interconexión entre los sitios turísticos de una región determinada. La manera en que se potencian en su conjunto ha producido en México una marcada concentración de la oferta en pocos destinos. En un estudio sobre turismo cultural en México realizado por la Secretaría de Turismo (SECTUR) y el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR), se identificaron 811 localidades de interés para el desarrollo del turismo relacionado con la cultura a partir del análisis de guías turísticas y registros institucionales. De éstas, 125 fueron identificadas por los turistas entrevistados como “principales destinos

culturales de México”, aunque únicamente 9 concentran casi el 70% de las menciones (CESTUR, 2003:10-11).

EL NOSOTROS DE LOS OTROS

Siendo uno de los fenómenos de masas más importantes de la segunda mitad del siglo xx, el turismo ha posibilitado el acercamiento de grupos muy diversos al patrimonio, impulsando el conocimiento intercultural y favoreciendo la creatividad local por el estímulo de los visitantes. No obstante, la masificación ha constituido también un factor de espectacularización y banalización de las producciones culturales con las que entran en contacto los turistas, las cuales no suelen mostrarse en toda su complejidad y riqueza. En su búsqueda por atraer visitantes, los gestores del patrimonio apelan a manifestaciones que homogenizan las particularidades culturales y se vuelven promotores de uniformidad. Es por ello que el debate también debe abrirse sobre la imagen y mensajes que se ofrecen. Es sintomático al respecto el caso de Nayarit, donde la Unión de Comunidades Indígenas Huicholas ha manifestado su rechazo a ser “parte del atractivo turístico” del megaproyecto que se está impulsando (Morales y Martínez, 1999:269). Como lo ha mostrado Llorenç Prats, con la espectacularización de la realidad y la masificación del turismo nacen nuevos tipos de *activaciones patrimoniales*, cuya motivación no es ya de carácter identitario, sino abiertamente turística y comercial, la cual responde a la imagen externa y a menudo estereotipada que se tiene de nuestra identidad desde los centros emisores de turismo (Prats, 1997:41-42). Bajo esta lógica, las posibilidades diferenciadoras del patrimonio como atractivo turístico se desvanecen: todas las ciudades “marca” acaban pareciéndose.

Como herramienta principal contra la imposición arbitraria de la lógica turístico-comercial del patrimonio, estaría el derecho a la diversidad: por parte de las culturas locales a expresarla en toda su complejidad y por parte de los visitantes a disfrutarla. De ahí la importancia tanto del desarrollo de una oferta basada en la calidad de la experiencia, como del reconocimiento de la relevancia de sensibilizar a los visitantes hacia la protección y conservación del patrimonio natural y cultural. Se trata de una tarea irrealizable si a la par del diseño y puesta

en escena más o menos atractivos, no se prioriza la conservación y la investigación. En el mismo sentido,

[...] los programas turísticos deberían alentar la formación de los intérpretes y guías del sitio provenientes de la propia comunidad anfitriona, para aumentar la capacidad de la población local en la presentación e interpretación de sus propios valores culturales [Martín, 2001].

EL PATRIMONIO COMO RECURSO PARA EL DESARROLLO O PARA LA EXCLUSIÓN

El turismo puede ayudar no sólo al entendimiento y respeto entre diferentes sociedades, sino también al interior de una misma sociedad, alentando el reconocimiento del legado cultural propio ya sea comunitario, regional o nacional. Es reiterada la experiencia de mexicanos que conocen museos, zonas arqueológicas, zonas naturales o monumentos a los que usualmente no acudirían, sólo porque llevaron a alguien a visitarlos. El desinterés de algunos sectores por la cuestión patrimonial debe ser visto como producto no sólo de ignorancia o de una falla en el reconocimiento de nuestra herencia cultural, sino también como una consecuencia de las desiguales condiciones en las que se constituyó —y sigue haciéndolo— el patrimonio. Ello, claramente, además, tiene repercusiones políticas. En México, no se fundieron en igualdad de condiciones los patrimonios de los pueblos indios y los colonizadores europeos, ni tampoco se crearon las circunstancias que permitieran el desarrollo de significados indirectos positivos de cada cultura en relación con las demás; es decir, no existió un principio de comprensión y aceptación que hiciera posible la valoración positiva de la cultura del otro (Bonfil Batalla, 1991:146-147).

Las comunidades que buscan impulsar sus propios proyectos en torno al patrimonio local se enfrentan a condiciones desiguales. Muchos de ellos son desarrollados al margen de los megaproyectos que sí cuentan con gran financiamiento; desafortunadamente no se encuentran bien documentados y es poca su difusión. Respecto al patrimonio natural, los proyectos ecoturísticos que reciben recursos gubernamentales pertenecen a importantes grupos financieros nacionales e internacionales. En cambio es muy débil el apoyo para los proyectos con la

participación de la comunidad local, que generalmente no es tomada en cuenta en la planeación de los complejos turísticos a pesar de ser la base social afectada. En El Tajín, ejemplo paradigmático del impulso a políticas de conservación arqueológica y de desarrollo turístico realizadas sin considerar su impacto en las comunidades circundantes, prevalece una grave tensión entre el INAH y la sociedad del entorno arqueológico (Nahmad, 2005:15; Morales y Martínez, 1999:272). En general, los pueblos indígenas no han contado con mecanismos ni instrumentos que les permitan el acceso a recursos financieros para modernizar y renovar sus procesos de producción y comercialización, ocasionando que muchos abandonen sus propuestas, las posterguen indefinidamente o actúen por la fuerza contra el enajenamiento de sus tierras y sus derechos territoriales, como ocurrió en la zona arqueológica de Chinkultic, en Chiapas, o en el proyecto Mundo Maya (impulsado por instituciones públicas y privadas, gobiernos federal, estatales y municipales de Yucatán, Quintana Roo, Campeche y Chiapas).

A pesar de que el Programa Mundo Maya mexicano expresamente busca atender “la necesidad impostergable de integrar a las comunidades locales al sector turístico, de proteger el medio ambiente natural y de salvaguardar el patrimonio cultural e histórico del área, promoviendo un desarrollo turístico sostenible” (Hernández, 2003:195 y 198) y sin dejar de reconocer sus logros,² se ha iniciado un cambio social dramático en las poblaciones locales, que va desde el incremento del costo del nivel de vida, hasta la prohibición de paso a playas consideradas ahora de uso *privado* por los consorcios hoteleros.³

El mayor beneficio económico del consumo turístico es principalmente para los grandes inversionistas, hoteleros, restauranteros y arrendadores del transporte, la menor parte de los cuales pertenece al capital nacional. Los pobladores y vecinos de esos destinos turísticos se benefician sólo del ambulante, de la oferta de servicios a pequeña escala y del empleo que llegan a ocupar. Poco se logra en realidad respecto al paradigma de la sostenibilidad que recupera, como actor primordial del desarrollo turístico, a la comunidad receptora en términos de revalorar sus formas de participación en la toma de decisiones en el proceso productivo de los bienes y el servicio turístico. En el

² Hay casos ejemplares de articulación entre impulso turístico y desarrollo comunitario basado en el patrimonio, como el del Museo del Pueblo Maya de Dzibilchaltún, Yucatán, y el proyecto de los ejidos circunvecinos de Chankaban, en Quintana Roo (Peraza, 1999:69-70. Cortés de Brasdefer, 1999).

³ Varias de las playas del corredor Cancún-Tulum, por ejemplo, originalmente se encontraban abiertas al público y la comunidad obtenía un beneficio económico de quienes deseaban conocerlas. Ahora han pasado a ser propiedad privada, al haber sido vendidas a inversionistas nacionales y al grupo español Meliá para el desarrollo de un proyecto ecoturístico (Morales y Martínez, 1999:267-268).

caso de los cerca de siete millones de indígenas que habitan el Mundo Maya, pertenecientes a 25 etnias distintas, su imagen se utiliza como un atractivo más de los circuitos de visita, generalmente con maquillajes folclorizantes (Machuca, 1999:22). Mientras se enaltece al indio muerto (el maya prehispánico), se margina y explota al indio vivo, para el que no hay programas ni planes de educación específicos y que se mantiene en situación de pobreza.

Se desarrolla entonces un modelo turístico revalorizador del patrimonio cultural y natural, pero fuertemente excluyente para diversos sectores del potencial turismo nacional y extranjero, y también para las comunidades circundantes. Sobra decir que no se han desarrollado vías para relacionar la utilización del tiempo libre de la población local con el turismo internacional: ¿alguien ha pensado que ambos sectores pueden convivir? El rol para el “nativo” ya está prefigurado como proveedor de servicios y/o de imagen y folclor. De esta manera, el modelo de actividad turística cultural que sigue siendo dominante privilegia a un solo tipo de turista y sigue constituyendo un mecanismo de polarización social.

PATRIMONIO EN TIEMPOS DE GLOBALIZACIÓN

La posibilidad de conciliar la actividad turística con la preservación del patrimonio natural y cultural pasa por el desarrollo de modelos diversos para demandas diferenciadas. Para la formulación y definición de estrategias de planeación, desarrollo, promoción y usos de los espacios patrimoniales se requiere la participación y el intercambio de ideas y experiencias entre todos los actores involucrados: autoridades municipales, estatales y federales de turismo y cultura; y empresas turísticas, visitantes, comunidades y asociaciones civiles.

Se han generado enclaves turísticos exitosos cuyos beneficios no han sido suficientes para detonar integralmente procesos de crecimiento y alternativas económico-sociales en sus entornos. En realidad, el problema ha sido que no se ha logrado enmarcar al turismo dentro de una estrategia global que defina mecanismos que beneficien a la población local económica, social y culturalmente.

Parte integral de estos proyectos es el cuestionamiento al modelo de desarrollo turístico montado exclusivamente sobre el impulso a las grandes empresas transnacionales. Se trata de una ocasión de expandir las oportunidades de las comunidades de poseer y responsabilizarse del patrimonio cultural, maximizar los recursos financieros disponibles (públicos, privados y voluntarios), y ligarse a fuentes de financiamiento para sus proyectos culturales y turísticos. Se requieren, por tanto, políticas que regulen los usos del patrimonio con criterios de sustentabilidad y participación de las poblaciones involucradas, tanto en la gestión y apropiación de beneficios como en la interpretación de los bienes culturales. Al respecto resulta inaplazable la apertura legislativa y política de espacios de participación civil, ya que en general las legislaciones latinoamericanas —incluida la mexicana— mantienen a raya su necesario involucramiento, no obstante las limitaciones de las instituciones para atender la problemática patrimonial en un contexto de crisis generalizada, polarización, cambio social e integración mundial.

Bibliografía

- Bonfil Batalla, Guillermo (1991). *Pensar nuestra cultura*. México: Alianza Editorial.
- CESTUR (2003). *Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México*. México: SECTUR, en www.sectur.gob.mx
- Cortes de Brasdefer, Fernando (1999). “Chakanbakan: ayer, hoy y mañana” en *Memorias Jornada Académica: Dimensión Social del Patrimonio Cultural y Natural Maya*. México: INAH.
- Hernandez Santoyo, Gil (2003). “Mundo Maya” en *Patrimonio cultural y turismo. Cuaderno 6. Congreso Iberoamericano sobre Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo, Morelia, Michoacán, 2003. Memorias/Parte II*. México: CONACULTA.
- Machuca, Jesús Antonio (1999). “Presentación” en *Memorias Jornada Académica: Dimensión Social del Patrimonio Cultural y Natural del Mundo Maya*. México: INAH.

- Martín, Marcelo (2001). "Sobre el necesario vínculo entre el patrimonio y la sociedad V. Reflexiones críticas sobre Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible", en www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/marcelo_martin.htm.
- Morales Cano, Lucero y Néstor Martínez Carrasco (1999). "El discurso del desarrollo sustentable en el turismo" en *Memorias Jornada Académica: Dimensión Social del Patrimonio Cultural y Natural Maya*. México: INAH.
- Nahmad, Daniel (2005). "Patrimonio cultural, turismo y desarrollo social en El Tajín", en *Bricolage*. México: UAM (año 3, núm. 9, septiembre-diciembre, pp. 15-25).
- Peraza Lopez, Ma. Elena (1999). "El Museo del Pueblo Maya y su relación con las comunidades del entorno" en *Memorias Jornada Académica: Dimensión Social del Patrimonio Cultural y Natural del Mundo Maya*. México: INAH.
- Prats, Llorenç (1997). *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel Antropología.
- Rosas Mantecon, Ana (1998). "El patrimonio cultural. Estudios contemporáneos. Presentación", en *Alteridades*. México: UAM (año 8, núm. 16, julio-diciembre).
- Tresserras, Jordi Juan (2003). "Los problemas del turismo cultural. Las tendencias del turismo cultural" en *Patrimonio cultural y turismo. Cuaderno 6. Congreso Iberoamericano sobre Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo. Morelia, Michoacán, 2003. Memorias/Parte II*. México: CONACULTA.

UNA EXPERIENCIA DE POLÍTICAS CULTURALES PARA FAVORECER LA IDENTIDAD CULTURAL

KATYNA DE LA VEGA GRAJALES¹



¹Katyna de la Vega Grajales, antropóloga y especialista en urbanismo, planificación de modelos turísticos, señalización turística y gestión sociocultural, es directora de la empresa Mi Poblado.

Mi experiencia en el área de políticas públicas, patrimonio y turismo inicia a partir de una organización no gubernamental que fundé en el año de 1992 y presidí desde entonces, denominada Patronato Chiapas, Mejoramiento Integral de Poblados. El punto de partida de dicha organización fue el de revertir el deterioro arquitectónico y urbanístico de la ciudad de Comitán, en Chiapas, pero sobre todo revertir la ruptura del tejido social, la pérdida de identidad, y la auto devaluación de sus habitantes ante el deterioro de la ciudad.

El objetivo de nuestra organización, entonces, se encaminó a recuperar el orgullo de la ciudad y su gente y prepararlos hacia un futuro protagónico. Para lograrlo, impulsamos como política de trabajo la concientización de la población y su activa participación en la mejora integral de la imagen urbana de su ciudad. Los resultados de ello han sido sorprendentes para los propios pobladores, los especialistas, las autoridades y los visitantes; incluso lo han sido para mí.

De ser aquella ciudad deteriorada, Comitán ha dado el salto y hoy es un centro receptor de turismo en ascenso, que cuida su dimensión patrimonial, cultural, artesanal, gastronómica, tradicional y el cumplimiento de su Plan Parcial de Desarrollo Urbano tal como lo proyectamos entonces. Garantiza, indudablemente, un proceso de sostenibilidad de largo plazo; quienes lo visitan, así lo han confirmado.

Basados en el éxito de Comitán, decidimos hacer lo propio en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, que experimentaba procesos de deterioro similares. San Cristóbal tradicionalmente ha atraído un turismo creciente del que forman parte científicos e intelectuales. La concepción y propuesta de nuestra ONG para la ciudad, además de proveerla de un Programa de Desarrollo Urbano y Territorial, y de un Plan Parcial, fue la de dotarla de cableado subterráneo,

imagen urbana, mobiliario urbano y andadores peatonales en los que la gente se reencontrara, reconociera e interactuara.

Trabajamos de manera total el Andador Santo Domingo-El Carmen y previmos el trazo de nuevos andadores, de los cuales las autoridades posteriores han avanzado con el de la calle Real de Guadalupe. Para nadie es un secreto que dicha intervención, a la par de otras acciones, detonó el turismo en gran escala en la ciudad, con su consecuente puesta en valor, al punto que en el 2012 fue el destino nacional con más elevado índice de turismo. La intervención y sus resultados han merecido, incluso, reconocimientos nacionales e internacionales, como el de Iconos del Diseño, en 2005, de la revista *Architectural Digest*. La trascendencia de los resultados alcanzados nos hizo posible, además, incluir la ciudad en el programa federal Pueblos Mágicos; San Cristóbal de las Casas podrá lograr su sostenibilidad a largo plazo en la medida que sus autoridades apliquen adecuadamente su Plan Parcial de Desarrollo y su normatividad.

Con los resultados alcanzados en estas dos importantes ciudades de Chiapas, sumados a las intervenciones en la capital de Tuxtla Gutiérrez, Palenque y Chiapa de Corzo para la cual gestionamos la Declaratoria de Zona de Monumentos Históricos y la Declaratoria de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, logramos que el consenso de la población fuera la principal política pública cultural para realizar los programas de reordenamiento territorial, los planes parciales y sus respectivos proyectos; y que se conjuntaran la voluntad de servicio y de vitalidad cultural ante el turismo en puerta.

Chiapas, sin embargo, es un estado diverso y preponderantemente rural. Nuestra ONG fue invitada por las autoridades de cabeceras municipales, ejidales y comunales con los propósitos de aplicar un trabajo integral en sus poblados. Decidimos llevar la experiencia a algunos de ellos, adoptando sus características particulares. Puedo decir con orgullo que tuvimos experiencias exitosas, algunas de las cuales perduran y se replican, mientras que otras han sufrido alteraciones sustanciales, ya sea por intereses gubernamentales, ya por credos y criterios discrepantes de su gente, como ha ocurrido en San Juan Chamula.

Debo reconocer que los procesos anteriores, que nos implicaron un sinnúmero de gestiones sociales, comunitarias e institucionales, y que han merecido los calificativos de Buena Práctica por el Premio Dubai para mejorar la calidad de vida, mucho se debe a los chiapanecos de esos pueblos y ciudades, pero también a la credibilidad de instituciones como la Sedesol, Sectur, Comisión Federal de Electricidad y el Instituto Nacional de Antropología e Historia, que nos han favorecido con apoyos y recursos de vital importancia.

El éxito de nuestro trabajo en poblados y ciudades de Chiapas, propició que el gobierno estatal me invitara a fundar y dirigir un instituto, a partir del cual se priorizara la gestión social y la concientización de la población en asuntos de mejoramiento integral para reforzar el patrimonio edificado y cultural. Fue así como en el año 2001 nace el IMIP (Instituto de Mejoramiento Integral de Poblados y Ciudades), primero en su género en México: con ello las políticas impulsadas por nuestra ONG adquirieron el rango de política pública, inicialmente para la regulación de intervención en pueblos y ciudades y para el resguardo de los patrimonios edificado y cultural; posteriormente para el ordenamiento del desarrollo turístico y patrimonial; estos últimos, cuando el gobierno del estado me invitó, en el año 2003, a ser la titular de la Secretaría de Turismo.

A partir de nuestro bagaje en experiencias y conocimiento de intervenciones y diseño de políticas públicas, nuestra ONG, junto con Sedesol, impulsó en el año 2000, la formación de FEMOS, Federación Mexicana de Organizaciones Sociales para el Mejoramiento Integral de Poblados y Ciudades. Agrupamos 103 organizaciones civiles involucradas en el trabajo de mejoramiento del patrimonio edificado, lugares emblemáticos, centros históricos, tradiciones y gestión social y económica. En un primer momento, compartimos experiencias, esfuerzos y diagnósticos. En un segundo momento, discutimos métodos de intervención y ponderamos la relevancia de la gestión social como núcleo de todo trabajo sostenible y de largo plazo, según experiencia de nuestra ONG. Realizamos un foro nacional con el interés de alcanzar políticas públicas nacionales en favor de la armonización de intervenciones integrales en pueblos

y ciudades, resguardo de los patrimonios histórico y cultural, y el impulso al turismo.

Con estas acciones favorecimos el reconocimiento de la diversidad cultural sobre los embates de la modernización estandarizante, que parece relegar el acervo construido a lo largo de la historia, en favor de un molde que folcloriza “lo llamado mexicano”. Agrupar en una Federación a las organizaciones que trabajaban temas afines al patrimonio, la cultura y la identidad fue un paso importante para desarrollar una política pública cultural a través de la Sedesol.

Puedo resaltar que la búsqueda de sostenibilidad a que hemos apostado, primero en Chiapas y luego a nivel nacional, se centra en intervenciones que parten de la sociedad siempre tomándola en cuenta. No es que los programas gubernamentales sean desdeñables. Sencillamente, si no se sitúan en el encuentro con la sociedad, corren el riesgo de debilitarse o de promover, exclusivamente, demandas económicas, aunque para ello deban los pueblos renunciar a su identidad.

Ser parte del servicio público en una entidad federativa del país fue un reto y un aprendizaje. Un reto porque debido al manejo del tiempo político en las instituciones de gobierno, no es común que convoquen a los habitantes para que tomen conciencia de la importancia que tiene el cuidado y la preservación de sus manifestaciones culturales, lo cual es posible hacer. Un aprendizaje porque desde la concepción de mediano y largo plazos es posible acordar con la sociedad y llevar a cabo proyectos y obras sostenibles. Intenté eso desde la Secretaría de Turismo del estado de Chiapas. Desde ella vinculamos el tema patrimonial, conjuntos patrimoniales edificados, concientización y turismo en una visión más integral.

En los últimos 7 años, hemos intervenido más de 35 pueblos y ciudades en los estados de México, Puebla, Hidalgo, Veracruz, Sonora y 9 poblados más de Guatemala, en torno al lago Atitlán; además hemos desarrollado Programas integrales de turismo en varios estados y creamos el concepto y el diseño para llevar a la práctica la Señalética Turística Nacional. Corroboro también que cualquier política pública pierde fuerza o no logra los efectos deseados, si no se respetan las normativas y lineamientos, y si no se acompaña de una gestión social

amplia de modo que los pobladores se sientan y sean los actores de los cambios en su medio natural y edificado. Estos dos pasos son los que ofrecen la puesta en valor de los poblados y ciudades. De allí nuestra insistencia en intervenciones integrales y en tratamientos integrales planificados y a largo plazo, y nuestra reiteración en la gestión social.

Mejorar la calidad de vida de los pobladores y enaltecer su dignidad, ha sido el objetivo que guía nuestro trabajo. Hemos coincidido en ello con el espíritu de los organizadores del Premio Dubai, con la asociación de líderes emprendedores del mundo (ASHOKA), con cantidad de voces que se manifiestan en el país, con el espíritu que acompaña al programa Pueblos Mágicos.

A propósito de Pueblos Mágicos, me es honroso reconocer lo acertado de su existencia, del afán que lo mueve, contar con reglas claras de operación y comités que lo componen; el integrar sitios emblemáticos del país y participar en algunas de sus proyecciones. La denominación misma funciona como emblema: cuando una ciudad o pueblo es incluido en su lista, comienza, ciertamente, a ser receptor de turismo. A los gobernadores y alcaldes, pero sobre todo a su gente les estimula este hecho, porque consideran que su municipio se beneficia económicamente, y a ellos se les facilita la gestión.

Algunos sitios en los que hemos trabajado han sido incluidos en la lista de Pueblos Mágicos; otros que se encuentran en tal denominación nos invitan para garantizar su desarrollo y permanencia en el mismo; en algunos casos nos llaman con el propósito definido de alcanzar esa meta. En todos los casos nos ha motivado y mueve el mismo interés de trabajar con la población y en favor de la gente. Es nuestro *sello*. También lo es el desarrollar una intervención integral, considerando el cuidado y la relación de los medios natural y edificado, la mano de obra especializada de cada lugar, el impulso a la cultura popular y sus manifestaciones, el valor de las identidades y la trayectoria histórica en su relación con el país. Pensamos siempre en la sostenibilidad de los programas, basada en el compromiso de sus habitantes. No se garantiza ni la sustentabilidad ni la permanencia, ya sea de un programa o de cualquier acción de imagen urbana, turismo, patrimonio o cultura, si no se incluye una visión de mediano y largo plazo. Deseo, al igual

que cuantos estamos en esta línea de trabajo, que nuestro país, nuestro patrimonio, nuestra identidad y cultura, mantengan su vitalidad y autenticidad como el valor primordial de México, pues en aquello que nos identifica como mexicanos se fundamenta cualquier tipo de desarrollo, incluido el turístico.

CULTURA Y TURISMO PARA EL DESARROLLO LOCAL

ÁNGEL MORENO MARÍN ¹



El desarrollo humano, como enfoque, se ocupa de lo que yo considero la idea básica de desarrollo: concretamente, el aumento de la riqueza de la vida humana en lugar de la riqueza de la economía en la que los seres humanos viven, que es sólo una parte de la vida misma.

Prof. Amartya Sen, Premio Nóbel de Economía 1998

¹Ángel Moreno Marín es asesor del Ministerio de Cultura de Colombia, y tiene a su cargo la Coordinación de Emprendimiento Cultural e Industrias Culturales.

LA POLÍTICA DIALOGANTE ENTRE LA CULTURA COMO DERECHO Y LA CULTURA COMO RECURSO

En las circunstancias actuales del planeta, donde los recursos naturales son cada vez más escasos, y —como se nos reiteró y aún se sigue reiterando a cada uno de nosotros desde muchos años atrás, incluso desde las clases de ciencias naturales en nuestro paso por las aulas—, por su condición de no renovables muchos de estos recursos están llegando a su grado máximo de agotamiento.

En vista de la crisis medioambiental en la que nos encontramos, debemos echar mano de sectores y enfoques que nos posibiliten generar procesos de mejoramiento de la calidad de vida del entorno, basados en el respeto por la diversidad y la biodiversidad y por el conocimiento y el *saber hacer* de las comunidades. En esta perspectiva, la cultura como derecho y como recurso, parafraseando a Jesús Prieto de Pedro y a George Yudice, respectivamente, recobra un papel fundamental en la tarea de alcanzar un verdadero desarrollo, ese desarrollo y libertades que magistralmente nos ha propuesto y nos ha insistido el profesor Amartya Senn.

Pensar el binomio de turismo y cultura separados, es imposible. Las experiencias de quienes disfrutamos descubrir nuevos terri-

torios, bien sea por trabajo, placer o por cualquier otra razón que nos lleve a nuevos mundos, pasa por el goce y las vivencias de las manifestaciones y expresiones culturales, de los entornos naturales, geográficos y sociales que visitamos. La cultura, entonces, desde la mirada del recurso, debe ser planteada como centralidad en las políticas a formular, entendiendo la dimensión más social que el turismo cultural, como alternativa de desarrollo local, nos puede suscitar.

Por supuesto que pensar y dinamizar a la cultura como recurso también pone en la balanza el contrapeso: la cultura como derecho; los derechos culturales; y hasta dónde las políticas públicas y las acciones privadas relacionadas con el turismo logran generar diálogos y compromisos que conlleven a la preservación, promoción y difusión del patrimonio cultural y natural, con reglas del juego claras que permitan el disfrute de la cultura sin que el turismo se convierta en un fenómeno avasallador imposible de detener. Por tanto, una política de turismo cultural sostenible y respetuosa con el desarrollo humano debe saber balancear en su justa medida a la cultura como recurso y como derecho.

ALGUNAS CIFRAS

En 2009, según datos reportados por la Organización Mundial del Turismo (OMT), se proyectaba que el turismo internacional continuaría creciendo a una tasa anual de entre 4 y 4.5%, acercándose a unas mil millones de entradas de turistas en el mundo en 2010 y aproximadamente 1600 millones en el 2020. Los ingresos turísticos (gastos totales de los turistas internacionales) ascenderán a 2 billones de dólares para ese año, donde una de cada cuatro llegadas será de larga distancia, es decir, de un turista que viaja entre diferentes regiones y continentes del mundo.

Estos datos nos revelan un sector creciente y de gran importancia en las apuestas de fortalecimiento de las economías de nuestros países, pero, insisto, nos alertan sobre las políticas culturales que debemos formular e implementar para establecer sinergias y armonías en la perspectiva de ver a la cultura como recurso fundamental para el posicionamiento y consolidación del sector turístico de nuestras re-

giones, y sobre todo, la urgencia de construir lineamientos y acuerdos sociales que velen por el valor de la cultura como derecho fundamental de las comunidades y la preservación y salvaguardia de la misma como patrimonio de los pueblos.

En Colombia, un país de 46 millones de habitantes, con dos océanos, y el reconocimiento de ser el segundo lugar del mundo con mayor biodiversidad, después de Brasil, hemos podido avanzar a pasos lentos en políticas públicas que soportan el enfoque de lo que en la actualidad se quiere desarrollar como turismo cultural. Tal vez en el momento en que estos lineamientos de política fueron puestos en marcha, se hacía conciencia de la necesidad de generar procesos en distintos frentes y ámbitos del país, para poder enmarcar más adelante la relación entre turismo y cultura desde la apuesta por el desarrollo de los territorios, y por supuesto de la nación.

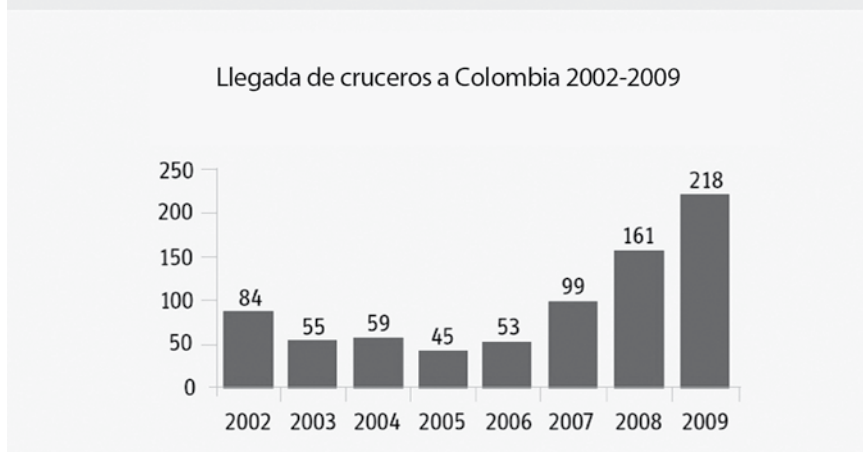
En el 2003, hace casi 10 años, las cifras arrojadas por la Encuesta de Turismo a Hogares realizada por el Registro Nacional de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Estadística (DANE), se evidenció que los turistas nacionales que viajaban por Colombia no lo hacían por motivos estrictamente culturales, aunque manifestaban estar interesados en conocer más sobre el patrimonio del país.

En esa encuesta quedó demostrado que el 10% de los colombianos realizaba actividades culturales durante sus vacaciones y el 20% de ellos viajaba por motivos religiosos (una de las preferencias de las expresiones más auténticas de la cultura colombiana) y no hacían otras actividades relacionadas con las industrias culturales y creativas. Para ese entonces, el impacto económico sobre las industrias culturales se centraba especialmente en el sector artesanal, representado en el 7% de su gasto turístico, y un 1% proveniente del gasto en servicios culturales.

En la actualidad, esas cifras sin duda no corresponden a la dinámica que los turistas nacionales e internacionales tienen respecto del país. Más aún, cuando en Colombia se ha hecho un gran esfuerzo por recuperar territorios otrora dominados por grupos al margen de la ley. En este nuevo contexto, el Estado a través del Ministerio de Cultura debe jugar y juega un papel preponderante, y consciente de ello,

se vienen implementando distintas políticas enfocadas a generar un entorno favorable y sostenible para el desarrollo del país con el aporte de la cultura y el turismo.

Las visitas de viajeros extranjeros a Colombia subieron de 0.6 millones en el año 2000 a casi 1.4 millones en 2009, reflejando un crecimiento promedio de la tasa anual compuesta de 10.4%, casi 4 veces el promedio mundial y uno de los más altos en la región al igual que en el mundo. En el 2009 Colombia tuvo una actuación sobresaliente en un año de crisis con un crecimiento del 16% en llegadas internacionales mientras el mundo se contrajo en un 4% y las Américas en un 5 por ciento.



Fuente: <http://www.unwto.org>

COLOMBIA, POLÍTICAS PARA EL BINOMIO CULTURA Y TURISMO

La Constitución Política de la República de Colombia promulgada en 1991, en su Artículo 2, consagra como fin esencial del Estado el “facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación”. De esta manera reconoce y protege la diversidad étnica y cultural del país, lo cual ha permitido tener un soporte constitucional para incidir en las decisiones de políticas que involucren aspectos de la cultura y las culturas de la nación.

La Ley General de Cultura de 1997, de acuerdo con el mandato constitucional, estableció los roles de actuación del Estado frente a la cultura a partir de la función social del patrimonio, y de su reconocimiento, aprovechamiento y protección, en coordinación con las entidades territoriales. De esta forma, establece como uno de sus principios el estímulo a los proyectos y actividades culturales, la valoración, la protección y la difusión del patrimonio cultural de la nación, la infraestructura artística y cultural, la interacción con la cultura universal y la democratización en el acceso a los bienes y servicios de la cultura.

En este contexto, el Ministerio de Cultura, en asociación con los entes territoriales, promueve el rescate de los centros históricos municipales en el marco del Plan Nacional de Recuperación de Centros Históricos (PNRCH). Este Plan es el instrumento de planeación diseñado por el ministerio para la recuperación y revitalización de los centros históricos, con el objeto de mejorar la calidad de vida de sus habitantes. La recuperación y revitalización se llevan a cabo mediante la formulación e implementación de los Planes Especiales de Manejo y Protección (PEMP), instrumentos de planeación definidos con la participación de distintos actores públicos y privados de los niveles nacional, departamental y local, lo cual garantiza la sostenibilidad de dichos centros y se convierte en un elemento fundamental para el turismo cultural y de actividad productiva para las comunidades en las zonas de influencia de los centros recuperados.

A partir de los lineamientos del PNRCH para la preservación y revitalización del patrimonio y su articulación con la oferta turís-

tica del país, se han declarado 44 centros históricos en 16 departamentos, de los cuales se han recuperado en su totalidad 3 de ellos (Barranquilla, Santa Cruz de Mompox y Santa Marta), y el resto se encuentra en la etapa de elaboración de los PEMP. Se cuenta con más de un millar de bienes de interés cultural de carácter nacional (BICN), distribuidos entre patrimonio inmaterial, patrimonio material mueble y patrimonio material inmueble.

En el PEMP se articulan proyectos con otros ministerios e instituciones del Estado, como es el caso de los inventarios turísticos, las campañas de promoción turística y los programas de señalización adelantados por el Viceministerio de Turismo, que depende del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como la labor que realiza Proexport en la promoción del país como destino turístico en distintas áreas, como destino de negocios, de salud, y de cultura, entre otras.

Por otra parte, y desde la gestión y políticas del Ministerio de Cultura impulsadas junto con las comunidades, a la fecha se ha logrado la inscripción de siete sitios en la lista del Patrimonio Mundial de la Humanidad de la UNESCO: Cartagena de Indias, Bolívar (1984), Parque Nacional Natural Katíos, Chocó (1994), Mompox, Bolívar (1988), Parque Arqueológico San Agustín e Isnos, Huila (1995), Parque Arqueológico de Tierradentro, Cauca (1995), Santuario de Flora y Fauna Malpelo (2006) y Paisaje Cultural Cafetero (2011). Así mismo, siete manifestaciones de la cultura de nuestras comunidades están inscritas en la lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO, a saber: el Carnaval de Barranquilla, Atlántico (2003), el Espacio Cultural de San Basilio de Palenque, Bolívar (2006), el Carnaval de Negros y Blancos, Nariño (2009), las Procesiones de Semana Santa de Popayán, Cauca (2009), las Músicas de Marimba y Cantos Tradicionales del Pacífico Sur de Colombia, Cauca, Valle del Cauca y Nariño (2010), el Sistema normativo de los wayuus, aplicado por el pütchipü'üi (“palabrero”), La Guajira (2010) y “He Yaia Keti Oka, el conocimiento Tradicional (Jaguas de Yuruparí) para el manejo de los grupos indígenas del río Pira Paraná”, Vaupés (2011), lo que significa la formulación y puesta en marcha de cada uno de los Pla-

nes Especiales de Salvaguardia (PES), que reciben desde el año 2003 recursos de financiación con destinación específica, a través de un porcentaje de recaudo por concepto de IVA a la telefonía móvil.

Con la relevancia que para una política de turismo cultural significa el rescate de la cocina tradicional de nuestras comunidades en armonía con sus territorios, y al igual que lo han hecho hace ya bastantes años países como México y Perú, en Colombia este año se ha puesto en marcha la política nacional para las cocinas tradicionales, que propende por el rescate, valoración y promoción de los saberes de nuestros pueblos en relación con la mesa tradicional que los paladares del turista buscan.

Desde la política nacional para fortalecer el emprendimiento cultural y las industrias culturales, se han capacitado y asesorado a más de 2 mil organizaciones en cerca de 100 municipios del país, donde casi cerca de un 40% de las ideas de negocio y emprendimientos están relacionados con la generación de productos y servicios para turismo cultural; se han generado fuentes de financiación para que los emprendedores culturales puedan acceder a recursos de capital semilla, de cara a poner en marcha sus ideas de negocio. Éstos son recursos financieros adicionales a los que ofrece el Fondo de Promoción Turística² que el Estado colombiano a través del Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entrega a los emprendedores relacionados con este renglón de la economía.

Para medir el impacto económico y cultural de festivales y fiestas tradicionales del país, se han realizado 11 estudios de manifestaciones culturales entre 2010 y 2011 (y estamos investigando 6 más en el 2012) que arrojan cifras interesantes del incremento de la participación de turistas en estas expresiones de la cultura, así como de la dinámica económica que se genera en estos territorios y la valoración y apropiación cultural en torno a las mismas.

Hay otros proyectos de carácter regional como es el Gran Camino de los Andes, o más conocido como el Qhapaq Ñan, que involucra a Argentina, Bolivia, Chile, Colombia y Perú, en el que también desde el Ministerio de Cultura estamos comprometidos en su desarrollo, como también con la Ruta de las Aboliciones de la Esclavitud y de los

² Véase www.fondodepromocionturistica.com/.

Derechos Humanos, conocida antes como la Ruta del Esclavo, impulsada por la UNESCO.

ALGUNOS RETOS

Si bien se han recuperado lugares patrimoniales y un sin número de manifestaciones y expresiones culturales reconocidas nacional e internacionalmente, se hace necesario apoyar y fortalecer a las comunidades poseedoras de esos patrimonios para que generen una amplia oferta de calidad en productos y servicios culturales, de manera que se generen actividades productivas respetuosas de la cultura y con procesos que permitan el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores de esos territorios.

La recuperación de los centros históricos resulta de gran importancia para nuestro país pero es aún mayor el reto de conservar en ellos a sus nativos pobladores, puesto que la revitalización del patrimonio arquitectónico genera el interés de inversionistas nacionales y extranjeros que ofrecen el pago de precios muy elevados y en algunos casos generan centros históricos carentes de cotidianidad, espacios vacacionales y de habitabilidad por temporadas que a su vez está generando en los antiguos pobladores una pérdida de identidad con el territorio.

Una apuesta por el turismo cultural no es responsabilidad única y exclusiva del ente rector de la política cultural de un país. Por el contrario, concita la participación de otros muchos sectores de la vida nacional. Participación de los ministerios o entes de transportes, de defensa, de educación, de medio ambiente, de comercio, de tecnologías, de vivienda, de salud, y otras instancias más, pero sobre todo, de la gente. Es decir, el turismo cultural debe implicar una política transversal e integral.

²Véase
www.fondodepromocionturistica.com/.

Bibliografía

- _____ (1991). *Constitución Política de Colombia* de 1991, en <http://www.banrep.gov.co/regimen/resoluciones/cp91.pdf>.
- _____ (1996). *Ley General de Turismo*. Ley 300 de 1996, en http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1996/ley_0300_1996.html.
- _____ (2010). “Ley 156”, en *Ley de Turismo*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- _____ (2010). *Compendio de Políticas Culturales*. Bogotá: Ministerio de Cultura, en <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=41557>).
- _____ (2010). Documento CONPES 3659 de Abril de 2010, en <http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=nEjxf0TOgGo%3D&tabid=1063>.
- Organización Mundial de Turismo, OMT, en <http://www.unwto.org>.



III. TURISMO CULTURAL COMO FACTOR DE DESARROLLO RURAL

TURISMO CULTURAL COMUNITARIO

EDMUNDO ANDRADE ROMO ¹



¹Edmundo Andrade Romo, catedrático de la Universidad de Guadalajara, pertenece al Cuerpo Académico Análisis regional y turismo.

América es un referente para el desarrollo global a través del turismo. Tan sólo Estados Unidos y Canadá representan dos tercios del mercado mundial. En América Latina los países más representativos turísticamente son México, Costa Rica, Puerto Rico, Brasil y Argentina.

El Índice de Competitividad Mundial Turística, en el pasado Foro Económico Mundial, arrojó los siguientes datos de la industria turística en México: de 2009 a 2011 el país pasó del lugar 53 al 43, lo que significa que escaló diez posiciones en dos años; México obtuvo sus mejores calificaciones en recursos naturales y culturales, mientras que sus peores cartas fueron la infraestructura de transporte terrestre, el sistema de salud e higiene, y la seguridad (OMT, 2012).

En 2010, los destinos de América Latina y el Caribe recibieron alrededor de 74 millones de llegadas de turistas internacionales. En 2009, los ingresos por turismo internacional de la región superaron los 58,000 millones de dólares estadounidenses.

Según Carlos Vogeler (ARECOA, 2012), director de la Organización Mundial del Turismo para las Américas, Argentina, Chile, Perú, Colombia, y especialmente Brasil, han registrando últimamente un “crecimiento interesante” de su capacidad emisora de turistas, mientras México se está convirtiendo en un gran referente a nivel mundial en la aplicación de políticas de Estado que ayuden a fortalecer y fomentar el turismo.

Durante la primera década del siglo XXI, el turismo se mantiene como uno de los sectores más dinámicos de la economía internacional y cada vez más países lo incorporan como estrategia de desarrollo nacional por su alto potencial de crecimiento y por ser

el mercado que genera más riqueza y empleo en el mundo. América Latina no es la excepción. Pero, ¿cómo lograr que los beneficios del turismo lleguen al sector rural de forma tal que el concepto de sustentabilidad no sea contradictorio? ¿El turismo cultural comunitario puede llegar a ser factor de desarrollo local endógeno en el sector rural?

A diez años de impulsar un modelo iberoamericano centrado en políticas conjuntas, en la elaboración de un instrumento internacional, plural y diverso como parte privilegiada de la agenda iberoamericana, CONACULTA, a través de la Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo, centra su esfuerzo e interés en la agenda Latinoamericana.

A finales del siglo pasado y principios del presente, el turismo representó una gran oportunidad de desarrollo para el sector rural, quizá como única posibilidad para combatir la pobreza creciente y la migración incesante de América Latina (Solana, 2002; López y Lustig, 2011). Sin embargo al término de la primera década del siglo XXI las reflexiones en torno a ello podrían sintetizarse en el subtítulo empleado por Guimarães (2010): “Por una nueva ética que rescate el significado de desarrollo sustentable.”

El concepto de *desarrollo* no escapa de las megatendencias mundiales, que en caso de concretarse para América Latina serían: incremento en la desigualdad social; mercado no competitivo por efecto de alianzas y megafusiones (neomonopolios); transformación del espacio rural por expansión turística y apropiación de los recursos; y finalmente el uso de la tecnología que revolucionará procesos y servicios (SECTUR, 2000:136). Por otro lado, deben considerarse los efectos de un posible y amenazante cambio climático: los pronósticos para Latinoamérica contemplan los siguientes escenarios: incremento en número e intensidad de huracanes; aumento de temperatura hasta de 4°C; sería amenaza a la biodiversidad regional; y transformación del litoral.

En cuanto al patrimonio cultural de América Latina y su relación con el turismo, existe al parecer el consenso de que en los últimos años se ha trabajado bien, al margen de la impresión generalizada de que la cultura en general es un adorno o lujo; además,

parece que en América Latina no se valora del todo el papel de la cultura y de las actividades culturales en la preservación de la paz social, la generación de empleo y el consumo (CONACULTA, 2003:15).

Actualmente América Latina representa aproximadamente el 12.3% del total de bienes culturales registrados en la lista del Patrimonio Mundial. Sin discusión alguna esto impacta de forma positiva en la oferta turística de la región, pero no garantiza que el crecimiento y la derrama económica impacten de forma significativa al sector rural.

Al considerar las posibilidades del binomio *turismo cultural y desarrollo rural*, y atendiendo a la preocupación discursiva de los gobiernos de América Latina sobre el combate a la pobreza, no solo la generación de empleos con salarios mínimos, sino la generación de oportunidades en proyectos turísticos culturales comunitarios para el desarrollo endógeno, el turismo cultural comunitario —y por tanto las empresas turísticas comunitarias—, más que una modalidad, un gesto de inclusión de sectores vulnerables o una etiqueta de programas sociales, debe considerarse una de las estrategias de desarrollo en las políticas públicas en los tres niveles de gobierno.

Parte importante del patrimonio cultural de América Latina aun está presente en las culturas vivas dispersas en el espacio rural del continente, aunque habrá que advertir que estamos frente a una nueva ruralidad (Monterroso, 2010), un nuevo escenario del territorio rural donde las condiciones y capacidades de la comunidad rural no son suficientes para emprender con éxito una nueva actividad: el turismo.

Finalmente, en el debate nacional de los expertos plasmado en *El turismo mexicano en el largo plazo. Memoria del encuentro nacional de turismo. La perspectiva 2020*, se advierte sobre todo que el denominador común es la ausencia de la participación de las comunidades locales y municipios en el desarrollo del turismo (SECTUR, 2000).

Resulta imperativo discutir el objetivo de encuentros como el que motivaron el presente libro: a) lograr que el turismo cultural sea “simplemente” factor en el desarrollo rural; b) propiciar condiciones y garantías para que la nueva ruralidad latinoamericana emprenda proyectos de turismo cultural comunitario; c) ambas; d) otra. No solo es necesario planear, sino que debemos definir políticas y estrategias

adecuadas y productos turísticos acordes a las características de las comunidades (Ascanio y Vinicius, 2011).

Un turismo cultural comunitario para el desarrollo rural es aquel que empodera, incluye y valora los elementos culturales y naturales locales.

Se requieren políticas públicas que garanticen el verdadero papel de las comunidades en el territorio rural, sea como miembros de empresas comunitarias con actividades agrícolas, sea como prestadores de servicios turísticos, sea con otras fórmulas que permitan y aseguren el desarrollo local.

Bibliografía

- Arecoa (2012). *Diario turístico del Caribe y Latinoamérica*, en <http://www.arecoa.com/destinos/america-latina>, consultada el 14 de julio de 2012.
- Ascanio, A. y Vinicius, M. (2011). *Turismo sustentable. El equilibrio necesario en el siglo XXI*. México: Trillas.
- Guimarães, R. P. (2010). “La insustentable domesticación del desarrollo sustentable”, en *Contra la domesticación del turismo. Los laberintos del turismo rural*. México: Fondo de Cultura Económica.
- López Calva, L. y Lustig, N. (comps.) (2011). *La disminución de la desigualdad en América Latina. ¿Un decenio de progreso?* México: Fondo de Cultura Económica.
- Lozoya, J. A. (2003). “Unidad y Diversidad de Iberoamérica”, en AA. VV., (2003), *Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos No. 5. Congreso Iberoamericano sobre Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo*. Morelia, Michoacán. México: CONACULTA.
- Monterroso, N., (2010). “La nueva ruralidad: un paradigma para la demostración del turismo rural en América Latina”, en AA. VV., *Contra la domesticación del turismo. Los laberintos del turismo rural*. México: Fondo de Cultura Económica.
- OMT (2012), en <http://www.unwto.org/es>, consultada el 17 de julio de 2012.
- Schatan, C., Montiel, M., y Romero, I. (2010). *Cambio climático y retos para el sector turismo de Centroamérica, Estudios y perspectivas*, México: CEPAL (Series CEPAL. Núm. 123).

SECTUR (2000). *El turismo mexicano en el largo plazo. Memoria del encuentro nacional de turismo: La perspectiva 2020*. México: SECTUR.

Solana, F. (coord.) (2002). *América Latina XXI: ¿Avanzará o retrocederá la pobreza?* México: Fondo de Cultura Económica / Parlamento Latinoamericano.

DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

RAÚL MONTES ELIZONDO ¹



¹ Raúl Montes Elizondo es Director general de Desarrollo de Productos Turísticos de la Secretaría de Turismo.

México tiene lo necesario para ofrecer una inolvidable experiencia turística. Playas, desiertos, montañas, y selvas; sitios arqueológicos, ciudades virreinales, arquitectura moderna y postmoderna; diversos museos y pueblos pintorescos, y manifestaciones culturales vivas, como arte popular o gastronomía, forman el caudal de recursos que sustentan la estrategia de diversificación de segmentos aplicada por la Secretaría de Turismo, que busca desarrollar y fortalecer la oferta para consolidar los destinos turísticos tradicionales y posicionar nuevas propuestas.

El tema que me compete se refiere al turismo cultural como pieza fundamental en el desarrollo rural, por lo que primero hago un breve repaso del segmento y posteriormente presentaré un ejemplo específico sobre el trabajo que se está llevando a cabo en el estado de Michoacán.

EL SEGMENTO TURÍSTICO EN POCAS PALABRAS

Antes de entrar de lleno en materia, comparto con el lector un par de definiciones de turismo cultural: la primera, de la Organización Mundial de Turismo (OMT), dice que el turismo cultural “Es la inmersión en la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes y la filosofía, y las instituciones de otros países y regiones”; la segunda, del Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR) de SECTUR, lo define como “Aquél viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.”

¿CÓMO SEGMENTAMOS EL TURISMO CULTURAL DE MÉXICO SI NUESTRO PATRIMONIO (TANGIBLE E INTANGIBLE) ES TAN VASTO?

Dependiendo de la razón del viaje, de la información que se tiene y de lo atractivo de los sitios, SECTUR segmenta al turismo, entre muchos,

en *turismo arqueológico* (admirando los majestuosos monumentos de las diferentes culturas de nuestro país, no solo experimentando las formas de construcción, los vestigios de pinturas y su relación con la naturaleza, sino descubriendo la forma de vida, usos y costumbres de los descendientes actuales de los pobladores originarios); *turismo urbano*, que posee una correlación directa con los monumentos religiosos y civiles, los centros históricos, la arquitectura moderna, la magia de los pueblos mexicanos, las manifestaciones culturales a través de sus fiestas, sus leyendas, su arte popular y su gastronomía, entre otros; *turismo espiritual*, cuyo auge se debe a la tendencia de los viajeros de experimentar unas vacaciones con un sentido místico y que contengan educación, cultura y acercamiento con las comunidades receptoras; turismo idiomático, segmento que ha crecido como resultado de la globalización, conformado por aquellos viajeros que se desplazan a un destino por el deseo de aprender el idioma local, involucrarse en sus costumbres y en su forma de vida y que después de su estancia se suelen constituir en valiosos promotores del lugar; y *turismo gastronómico*, que —realizado por cuestiones de gusto y olfato—, desde hace algunos años es una de las motivaciones más citadas para hacer turismo (el reconocimiento de la UNESCO de algunas cocinas tradicionales como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad ha tenido efectos positivos en el posicionamiento de este segmento, al igual que la oferta de recorridos por zonas vitivinícolas, festivales medievales, o las Rutas Gastronómicas de México).

¿QUÉ ES UN PRODUCTO TURÍSTICO?

Un producto turístico, además de los atractivos que motivan el desplazamiento y las actividades que consumen el tiempo de los visitantes (y los beneficios que satisfacen necesidades y expectativas relacionadas con el tiempo libre), es el conjunto de componentes tangibles e intangibles (se incluye aquí infraestructura, equipamiento y servicios), que permite el acceso, la circulación y la permanencia en la localidad. Tratando, justamente, de satisfacer las citadas necesidades del turista, se impulsa el turismo vivencial a través de apoyos de inversión en infraestructura y profesionalización del servicio con nuestras comunidades étnicas, promoviendo el turismo cultural como factor de desarrollo rural.

CASO PRÁCTICO DE TURISMO CULTURAL EN EL DESARROLLO RURAL: COCINERAS DE MICHOACÁN EN LA RUTA DE DON VASCO

La gastronomía es una manifestación cultural que nos habla del origen, las costumbres y el bienestar de un pueblo. Durante cuatro años el Gobierno del Estado de Michoacán, en coordinación con SECTUR y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), llevó a cabo los Encuentros de Cocineras Tradicionales de todas las regiones de Michoacán con el objeto de preservar, conservar, promover y difundir el patrimonio culinario de la entidad. Resultado: la cocina michoacana se dio a conocer a nivel nacional e internacional. De hecho, tales encuentros y las experiencias que de ellos emanaron, abonaron buena parte del expediente que se presentó ante la UNESCO para la inscripción de nuestra gastronomía en la Lista del Patrimonio Inmaterial.

Adicionalmente, se elaboró en SECTUR un plan piloto para desarrollar el producto de las cocinas tradicionales dentro de la Ruta de Don Vasco. Sus objetivos principales fueron:

- Incorporar a estas cocineras como insumo del turismo cultural en la región.
- Asociar esas actividades en proyectos de desarrollo económico y social.
- Dotar a las Cocineras Tradicionales de la Ruta de Don Vasco de infraestructura, equipamiento y elementos básicos, sin obligarlas a ceder en su autenticidad, para que pudieran ofrecer servicios de calidad.
- Dar a conocer y motivar la apreciación del patrimonio cultural y en particular de la cocina tradicional de Michoacán.

Se planteó la necesidad de crear una red de establecimientos que ofrecieran platillos regionales preparados y servidos por las cocineras tradicionales utilizando recetas y técnicas ancestrales, y vincularla con otras manifestaciones culturales, capacitando en la calidad del servicio, higiene en el manejo de los alimentos y administración de negocios, apoyado todo ello con acciones de promo-

ción, comercialización y difusión. La implementación consistió en llevar a cabo las siguientes acciones:

1. Levantamiento de un inventario actualizando la base de datos de cocineras tradicionales con información de datos generales, platillos y recetas de todas las comunidades.
2. Identificación de sitios potenciales, mediante un mapeo de la región, incluyendo: accesos, señalización, transporte, y atractivos turísticos culturales cercanos.
3. Diagnóstico de cada cocinera con su respectivo análisis de contexto sociocultural, interés o aceptación para participar en el proyecto y factibilidad de mejoramiento.
4. Dotación de equipo e instalaciones necesarias para atender a los visitantes.
5. Planteamiento de un plan de negocios. Las cocineras cuentan con amplios conocimientos de la cocina tradicional, pero tienen limitada preparación en la administración y gestión de los establecimientos.
6. Capacitación. La capacitación que se precisa tiene que ver con la compra de insumos, el cálculo de precios, la higiene personal, el manejo y buenas prácticas de higiene de alimentos y la atención al visitante.
7. Inclusión de los usos y costumbres, a través de técnicas tradicionales de preparación de los alimentos, origen de los platillos, ingredientes autóctonos, artesanía local, ferias y fiestas vinculadas a la gastronomía y, en general, sobre la conservación de los valores culturales que hacen de su cocina una parte de la identidad.
8. Búsqueda de apoyos de financiamiento en sinergia con otros programas, sean del ámbito federal, estatal, internacional o de ONG'S, creando alianzas estratégicas.
9. Promoción y difusión utilizando los medios tradicionales, desde inserciones en prensa, revistas, guías turísticas, eventos promocionales locales y regionales, visitas técnicas de operadores, páginas web, redes sociales y otros instrumentos de alta tecnología.

10. **Comercialización.** Las visitas se pueden captar por sí mismas con ayuda de internet, guías, artículos y recomendaciones, o por medio de visitas organizadas por operadores que cuentan ya con recorridos o visitas preestablecidas y/o pactadas con antelación.

Este proyecto ha sido implementado en varias comunidades con recursos de dependencias federales (Turismo, Desarrollo Social y Comisión de Desarrollo de los Pueblos Indígenas) y estatales. Se han llevado a cabo acciones de mejora de viviendas, hospedaje, cocinas y talleres de cerámica. Es importante mencionar que los proyectos están encabezados por mujeres, portadoras del conocimiento gastronómico de su pueblo, que han sido capacitadas y formadas en diversas materias para la atención de sus propios negocios.

El producto ya está listo, hay que trabajar más en su promoción y comercialización. Es preciso lograr que los entes encargados de dar a conocer la oferta de México integren este producto en su estrategia comercial; que lo sumen a las nuevas experiencias que darán valor y harán turísticamente único al un país, involucrando a sus comunidades de forma que sean ellas mismas las creadoras de su propio producto y que la derrama económica se quede en sus lugares de origen. De esa forma haremos que el país crezca con más equilibrio e igualdad en beneficio de todos.

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR: CASO DE LA COMUNIDAD KICHWA AÑANGÚ

GALO HOLDEMAR VILLAMIL GUALINGA¹



¹ Galo Holdemar Villamil Gualinga es licenciado en gestión, manejo y preservación de recursos naturales y especialista en desarrollo integral comunitario.

El presente texto es resultado de la transcripción de la ponencia presentada por Galo Holdemar Villamil Gualinga.

Ecuador cuenta con 4 regiones claramente definidas: Costa, Andes, Amazonía y Galapagos. En cuanto a la actividad del turismo existen tres sectores: el público, el privado y el comunitario. En este texto nos ocuparemos específicamente del turismo comunitario.

El reconocimiento del turismo comunitario como un sector más de la actividad turística fue incorporado en la Ley de Turismo del Ecuador tras un esfuerzo y diálogo de 25 años entre nuestras comunidades y el Estado. Considero que las comunidades que nos organizamos en Ecuador somos pioneras en haber logrado que un Estado apoye al turismo comunitario e incorpore en la Ley de turismo derechos de las comunidades indígenas, campesinas montubias, afro descendientes de pueblos y nacionalidades.

En esta Ley, su Capítulo II, “De las Actividades Turísticas y de Quienes las Ejercen”, Artículo 12, establece:

Quando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

En el capítulo III, “Del Consejo Consultivo de Turismo”, se establece la creación de un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador y se especifica que entre sus miembros con voz y voto estará “un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE)” (Art. 14. Numeral 8), a la cual pertenece mi comunidad.²

² La FEPTCE del Ecuador es una organización sin fines de lucro, reconocida mediante Acuerdo núm. 059 expedido por el Ministerio de Turismo el 11 de septiembre de 2002. Es una organización con jurisdicción nacional que agrupa a las comunidades, recintos, centros, palenques de las nacionalidades y pueblos del Ecuador que se desarrollan en un territorio determinado y la cual busca el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades (el bien vivir), a través de la defensa de los territorios y la valoración de su patrimonio cultural y natural.

En el *Plan Nacional de Desarrollo* del Ecuador, llamado también *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*,³ el turismo comunitario está considerado como eje transversal de la economía popular y solidaria. Asimismo, en el *Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible* en Ecuador hacia el año 2020 (PLANDETUR 2020), el turismo comunitario es interpretado como un sector más de la actividad turística y por lo mismo con políticas y acciones propias, que ante todo respetan la especificidad cultural de las comunidades que forman Ecuador. La riqueza natural y cultural de las comunidades es también observada en el *Plan Nacional de Marketing Turístico 2010-2014*. Además, el Ministerio de Turismo ha puesto en práctica el *Programa Nacional de Capacitación en turismo comunitario* en el cual las comunidades interesadas participan activamente.⁴

Por otra parte, tras 24 años de lucha y diálogo con el gobierno, las comunidades del Ecuador conseguimos expedir el *Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios*, el cual tiene el objetivo de normar su ejercicio.⁵ En el Artículo 2 de dicho reglamento se plantea que

Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades: Alojamiento, Alimentos y bebidas, Traspotación turística, Operación, Organización de eventos, Congresos y Convenciones.

Las comunidades pioneras en impulsar el turismo comunitario en Ecuador fueron Pastaza Pavaçachi, en la Sierra Norte; Canelos Llanucha Macocha, en la Costa; y Curaray, en el Amazonas.

CONCEPTO DE “TURISMO COMUNITARIO”

El “turismo comunitario” para la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador⁶ es una actividad económica solidaria que relaciona a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural con la participación consensuada de sus miembros, proponiendo el manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados. Sus ejes principales son:

- a) Defensa de los territorios de vida de las comunidades.

³ Véase: <http://es.scribd.com/doc/36953479/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2009-2013-version-completa>

⁴ El Programa puede ser consultado en www.turismo.gob.ec/turismo-comunitario/

⁵ Reglamento Comunitario. Registro oficial No 154, acuerdo No 20100016, vigente a partir del 19 de marzo de 2010.

⁶ Véase Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, en www.feptce.org/

- b) Revitalización de la cultura.
- c) Promoción del mejoramiento de los ingresos económicos para la comunidad.
- d) Seguridad alimentaria.
- e) Fortalecimiento de la organización interna de nuestra comunidad.⁷

En la actualidad la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador está formada por 136 comunidades indígenas, campesinas, montubias, afro descendientes de Pueblos y Nacionalidades.

COMUNIDAD KICHWA AÑANGÚ

Ahora voy a centrarme exclusivamente en mi comunidad. Vengo de la región de la Amazonía Ecuatoriana, con un territorio de 21,640 hectáreas, designada Reserva por el gobierno en 1973.

La Comunidad Kichwa Añangú es parte de la Nacionalidad kichwa de la Amazonía, tiene una estructura organizativa con personería Jurídica ante el CODENPE (Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador).

Los kichwas amazónicos se han asentado a lo largo de los ríos Pastaza, Aguarico, Napo, Curaray (entre otros). El factor determinante de su identidad es el idioma. Uno de estos territorios es la comunidad Kichwa Añangu, a orillas del río Napo, dentro del Parque Nacional Yasuní.

Somos 180 habitantes de la nacionalidad Kichwa Amazónica y todos hablamos el idioma kichwa. La autodeterminación de nuestro pueblo está relacionada con la visión económica del “dando-dando” (*randi-randi*), tú me das, yo te doy; en la equidad, en la solidaridad. Para nosotros el turismo es una actividad alternativa para el bienestar de la comunidad o el *Sumak* que le decimos en nuestra lengua. En lo político buscamos el consenso, todos nos ponemos de acuerdo sobre quiénes van a ser nuestras autoridades, no nos peleamos, aplicamos la democracia en último caso, ese es el consenso rotativo. El principio es la unión, la madurez, el respeto a los principios y reglamentos de la comunidad. Ideológicamente buscamos el *buen vivir*, fortalecer nuestra cultura y conservar nuestros recursos naturales (el respeto a nuestra *Pachamama*), y todo eso nos lleva a una buena organización, al buen vivir que todos queremos.

En nuestra comunidad hemos puesto mucha atención a la educación y la salud. Se han construido aulas para la escuela y el colegio

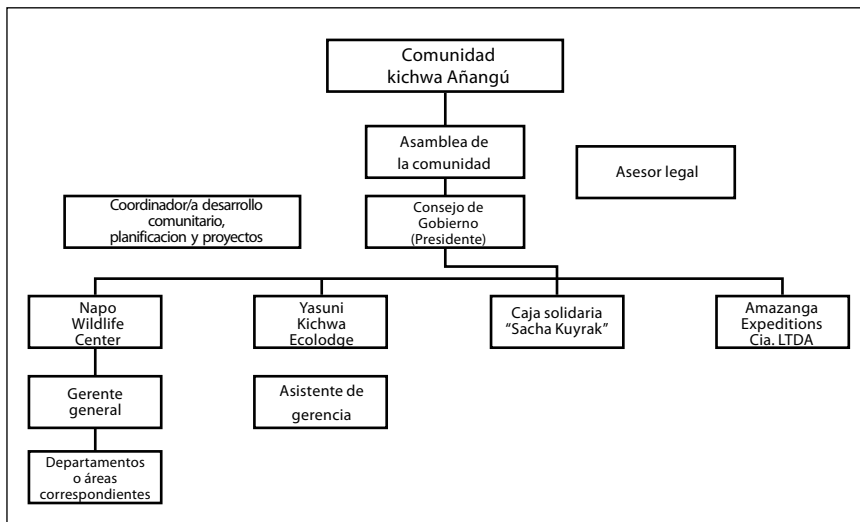
⁷ Ibid.

respetando nuestra arquitectura Kichwa. La temperatura de mi comunidad alcanza los 36 grados centígrados de manera que en el interior de un salón de clase puede alcanzar temperaturas muy altas, lo que provoca un gran cansancio en los jóvenes. Por eso le solicitamos al gobierno la construcción de escuelas adecuadas a nuestro entorno natural (el techo de paja).

Comunidad Kichwa Añangú



La organización de la comunidad Kichwa Añangú



La actividad principal de la comunidad Kichwa Añangu es el Turismo Comunitario. Respecto a ello, nuestra comunidad cuenta con un plan de desarrollo local que empezó en 1998 con un proyecto de turismo comunitario llamado Napo Wildlife Center, un destino ecoturístico construido por los hombres y mujeres de la comunidad Kichwa Añangú con la contribución para equipamiento de una fundación extranjera. A cambio de esta contribución la administración era realizada por la fundación extranjera. Sin embargo, desde el año 2007, este Lodge es administrado y controlado al 100% por la comunidad Kichwa Añangu, mi comunidad. Nos visitan un promedio de 200 turistas al mes. El Lodge se ubica a orillas del lago Añangucocha, dentro de nuestro territorio ancestral, que forma parte del Parque Nacional Yasuní, el cual posee una enorme riqueza en especies de flora y fauna. Cuenta con 16 cabañas de lujo, las cuales tienen un diseño Kichwa de acuerdo a nuestra cosmovisión; sin descuidar las comodidades modernas, con servicios de electricidad las 24 horas, baño privado, internet, balcón, ventiladores, etc. Este centro turístico permite a los visitantes convivir adecuadamente con la fauna, porque en las 21,640 hectáreas que poseemos todos tenemos que respetar el reglamento y el código de ética para no destruir la fauna y flora en nuestro territorio. El Rango de edades de los turistas que nos visitan va desde 2 años hasta 90. Sin embargo, podemos determinar que el promedio anual es de 50-55 años.

Panorámica de Napo Wildlife Center⁸



⁸ Comunidad Kichwa Añangu: www.comunidadanangu.org; centro Napo Wild Life: www.napowildlifecenter.com

Gracias a nuestra organización y convivencia respetuosa con los recursos naturales hemos recibido premios de organizaciones internacionales como Rainforest Alliance. Smart Voyager nos certificó en el año 2000, y desde 2010 somos recomendados por organizaciones como Condé Nast Johansens, Virgen Holidays, y Lata Awards, entre otras.

En el centro turístico compartimos nuestra cultura con el turista. ¿Qué significa eso? Invitamos a los visitantes desde las 4 de la mañana a compartir nuestras actividades diarias: a participar de nuestras asambleas de trabajo y nuestras ceremonias, y le organizamos las visitas por nuestro territorio —claro— dependiendo del paquete que elijan. Todas las familias de las comunidades se turnan para atender a los visitantes. Además de servicios de calidad ofrecemos un entorno natural, cultura, baile, danza, asambleas, etcétera.

Yasuni Kichwa Ecolodge



Actualmente fruto de la actividad turística desarrollamos proyectos sociales: damos de comer a 200 personas, entre ellos 120 niños y jóvenes estudiantes, 14 profesores, médicos y enfermeras que trabajan en nuestra comunidad. Por otro lado, ya que el Estado no nos provee de todas las medicinas necesarias, con el excedente del turismo compramos remedios y desarrollamos nuestra propia medicina natural y

le damos un apoyo económico a las personas de la tercera edad, que son quienes han protegido y cuidado nuestros bosques y a quienes ahora nosotros seguimos el camino.

Otro proyecto de turismo comunitario desarrollado en mi comunidad es *Yasuní Kichwa Ecolodge*, ubicado en el centro de la comunidad, el cual cuenta con 16 habitaciones en las que podemos atender cómodamente grupos de hasta 42 personas,⁹ y también ofrecemos la experiencia del intercambio directo con nuestra cultura y nuestro patrimonio.

⁹ Yasuní Kichwa Ecolodge: www.yasuniecolodge.travel

POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO NATURALEZA EN COMUNIDADES Y PUEBLOS INDÍGENAS EN MÉXICO

GUSTAVO LÓPEZ PARDO ¹



¹ Gustavo López Pardo es miembro y fundador de la Academia Mexicana de Investigación en Turismo A. C., e investigador del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM.

El presente trabajo es resultado de la investigación "Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y fracaso" (Clave 0148201) que con apoyo del Fondo Sectorial SECTUR-CONACYT se realiza en el Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM.

² En este surgimiento y en las transformaciones que vivió la actividad turística, fue determinante la llamada crisis ambiental, pues no solamente propició el surgimiento de los movimientos sociales conservacionistas, ecologistas y ambientalistas, sino también propició que entre los gobiernos y las poblaciones se empezaran a buscar, y en algunos casos adoptar, nuevas formas de organización social productiva que se adecuaron a los requerimientos de transformación y aprovechamiento de la naturaleza y a la necesidad de su conservación como condición para preservar la propia existencia humana

INTRODUCCIÓN

El proceso de globalización que caracteriza las últimas décadas del siglo pasado e inicios del actual, ha transformado las relaciones socioeconómicas. Se han estructurando diversos bloques económicos para facilitar el intercambio de bienes y servicios en el marco del libre mercado, modificando las estructuras de las economías locales, específicamente las rurales, al incorporarlas de facto a su lógica de nuevo orden mundial. En este contexto, todas las fuentes de información especializadas tanto de carácter económico como turísticas confirman que el turismo se desarrolla como una actividad de gran dinamismo.

Conviene recordar que en la década 1980 se da la crisis del modelo de turismo convencional fordiano con su lógica de producción masiva y en serie, estandarizada, de productos y servicios, predominantemente de sol y playa. Ello dio lugar a la existencia de turistas mejor informados, preocupados por el ambiente,² con nuevos hábitos y valores, que demandan productos y servicios "a la medida", enmarcados en el llamado turismo alternativo. Esta nueva modalidad de hacer turismo se desarrolla paulatinamente desde entonces como "la otra cara" que revitalizaría a esta actividad económica, social y cultural.

El turismo alternativo se plantea como un turismo no masivo, de baja densidad, que busca interrelación estrecha con el entorno natural y social del área visitada. Por lo tanto el primer segmento de turismo alternativo que empieza a desarrollarse de forma organizada es el llamado turismo naturaleza, definido como el "viaje responsable que conserva el entorno natural y sostiene el bienestar de la población local". De forma amplia se puede definir como el viaje turístico comprometido, que con interés y respeto tiene como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y con las expresiones culturales asociadas (OMT, 2004).

Con el tiempo han surgido y se han desarrollado otros segmentos especializados de turismo alternativo como el turismo cultural, el turismo de salud, el turismo científico, el turismo esotérico, entre otros. El llamado turismo naturaleza, fue rápidamente difundido en la década de los años noventa como turismo *sustentable*, a pesar de que el turismo —realmente— sustentable³ hacía referencia a la búsqueda de formas de organización y prácticas turísticas diferentes. Por eso pervive la confusión entre turismo alternativo, turismo naturaleza y turismo sustentable.

EL TURISMO NATURALEZA EN MÉXICO

En México, a juzgar por el financiamiento que le dedican las instituciones gubernamentales, el turismo naturaleza adquiere día a día mayor importancia. Aunque los segmentos que lo conforman (turismo de aventura, ecoturismo y rural) tienen como destino y escenario de sus actividades la naturaleza, es conveniente precisar que *per se* no son respetuosos del entorno natural y cultural. Se sabe que causan impacto negativo en los lugares receptores porque sobreexplotan los recursos naturales o alteran la dinámica de la sociedad anfitriona, por ejemplo. Así, el ecoturismo es el que más puede contribuir a la sustentabilidad ecológica, social y económica de los sitios receptores, transitando hacia el llamado turismo sustentable.

El turismo alternativo / turismo naturaleza⁴ surge en el campo mexicano cuando los impactos de la globalización en los territorios rurales se manifiestan con la agudización y profundización de la crisis de un campo cada vez más proletarizado, pobre y en algunos casos en franco proceso de desestructuración de su tejido social. Las actividades productivas tradicionales, como la agricultura, la ganadería y la pesca a baja escala, aseguran cada vez menos el bienestar de la población mayoritaria. Todo lo anterior acompañado de la presión del capital y de la expansión urbana sobre las riquezas naturales. En forma simultánea, se reconoce que se desarrolla una diversificación productiva en el campo ya sea como estrategia de supervivencia de amplios grupos de la población rural o como una estrategia de acumulación por parte de grupos minoritarios de campesinos que cuentan con recursos y posibilidades de insertarse en el mercado mundial con mejores ventajas.

³ "Aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida". (WTTTC, OMT y Consejo de la tierra, 1996) Posteriormente se establece que los principios de sustentabilidad se refieren a los aspectos ecológico, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. (OMT, 2004)

⁴ La Secretaría de Turismo (SECTUR, 2006) define al Turismo Naturaleza como "los viajes que tienen como finalidad realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales". A partir del desarrollo especializado de actividades se han conformado tres segmentos del turismo naturaleza: el ecoturismo, el de aventura y el rural.

La corriente analítica de la Nueva Ruralidad considera que la multifuncionalidad del campo mexicano puede ser ventajosa para un desarrollo rural sustentable a partir de la revalorización de los procesos que lo dotan de esencia. Así, por los bienes y servicios ambientales que proporcionan para la su propia sobrevivencia, la del espacio urbano y la de la biodiversidad; por ser fuente de formas de “ser” y “hacer” que han mantenido su ancestral vigencia; por sus instituciones sociales, económicas y culturales que dan sentido y explicación a la cultura universal globalizada; por proveer espacios para el contacto y disfrute de la naturaleza, entre otros aspectos, el medio rural representa un filón de oportunidades para impulsar procesos desarrollo que reactiven o generen nuevas opciones productivas, mejoren la calidad de vida de las sociedades rurales y conserven sus riquezas naturales y culturales.

El turismo naturaleza se ha insertado en la agenda nacional y diversos organismos de la administración pública lo han incorporado en sus políticas para apoyar su desarrollo. Particular importancia ha adquirido su desarrollo entre los pueblos y comunidades indígenas.

Si bien es cierto que en nuestro país los pueblos y comunidades originarios han estado sujetos a políticas denominadas genéricamente *indigenistas*, ello ha significado por lo general la intención de incorporarlos al mundo occidental-moderno conduciéndolos paternalista y corporativamente en su inserción al mercado en condiciones desventajosas (Sámano 2004; Arce 1990; Warman 1978). No obstante, en la última década del siglo pasado los movimientos y luchas de los indígenas reivindicando su identidad, su cultura, su territorio y patrimonio, junto con una mayor preocupación ambiental y el reconocimiento del papel estratégico de estos pueblos en el cuidado del ambiente y la conservación del capital natural que da vida al planeta, llevaron a que estos actores sociales fueran —al fin— considerados interlocutores y sujetos de su propio desarrollo.

En esta revaloración de lo indígena, también contribuyeron las nuevas tendencias turísticas internacionales que modificaron las prácticas turísticas a escala mundial. Así, la búsqueda de destinos turísticos naturales y conservados, generalmente asociados a culturas vivas que los custodian, hizo que el turismo alternativo y particularmente el

ecoturismo, vivieran un gran momento de interés y expansión, poniendo en valor muchos de los territorios en posesión de los pueblos y comunidades indígenas.⁵

Aunque en México la política turística había tenido como eje de acción el impulso privado y gubernamental del modelo convencional de “sol y playa” a través de los llamados Centros Integralmente Planeados, y en menor medida de los centros tradicionales, a finales de la década de 1980 se empezó a estimular la conformación de productos del llamado turismo alternativo. Curiosamente el desarrollo de esta actividad no fue resultado de la acción del sector turismo, sino de la ejecución de otras políticas desde el sector ambiental, económico y social. Por ejemplo, a partir del año 2004, en el ámbito del sector ambiental, bajo el principio de que la conservación de la biodiversidad no es viable si no se enfrentan simultáneamente los problemas de la pobreza, se promovió la utilización productiva de áreas naturales como instrumento para la erradicación de la pobreza, mediante el aprovechamiento sustentable de sus recursos y el reforzamiento de la identidad cultural de los pueblos y comunidades que las ocupaban (CONANP, 2007). También en esos años, el gobierno federal impulsó en las regiones pobres, campesinas e indígenas en las que coincidían las grandes riquezas biológicas y ecológicas, diversos programas sociales condicionados a la preservación, conservación o aprovechamiento del entorno natural. Entre estos destacan el Programa para el Desarrollo Sustentable de Regiones Marginadas e Indígenas (PRODERS) y el Programa de Empleo Temporal (PET), en los que una de las acciones y actividades contempladas era precisamente la creación de proyectos ecoturísticos en comunidades indígenas y campesinas (SEMARNAT 1994).

Por su parte, otros organismos del sector social encargados del combate a la pobreza visualizaron que la nueva demanda de destinos turísticos podría ser aprovechada para generar alternativas económicas para las poblaciones rurales. Así, bajo la estrategia para promover el desarrollo productivo, generar empleo y mejorar el bienestar social en las zonas de marginación, el Fondo Nacional de Empresas de Solidaridad (FONAES), la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y el entonces Instituto Nacional Indigenista (INI, hoy CDI), canalizaron

⁵ En México, la población indígena se encuentra en todas las entidades federativas, pero se calcula que el 90% de ella vive en las regiones biogeográficas más ricas del país, como lo son el trópico húmedo, el trópico seco y las zonas templadas. De acuerdo con los datos del inventario forestal se calcula que en el territorio nacional existe una extensión arbolada de 109.1 millones de hectáreas, de las cuales 60% se encuentra en municipios indígenas; y casi la tercera parte de la población que habita en las zonas forestales del país es indígena (CONAFOR, 2004).

recursos a grupos campesinos e indígenas en las zonas rurales que contaban con una relevancia ambiental y disponían de atractivos naturales o socioculturales con potencial para convertirse en destinos turísticos.

Ya en el siglo XXI los nuevos gobiernos nacionales, a partir del reconocimiento de la existencia de una generación de turistas cada vez más “verdes”, más conscientes, que buscan destinos más auténticos, así como del incremento en la demanda de operadores y mayoristas de destinos turísticos alternativos, incorporaron en la política turística los criterios de sustentabilidad y revaloración de los recursos ecológicos y culturales, marcando en los dos últimos planes nacionales de desarrollo al turismo como una actividad “prioritaria” capaz de contribuir a la generación de una economía competitiva y generadora de empleo con posibilidad de mejorar las condiciones de vida de las poblaciones locales involucradas.

TURISMO ALTERNATIVO Y COMUNIDADES Y PUEBLOS INDÍGENAS

En México, las actividades turísticas (particularmente las llamadas alternativas: ecoturismo, rural y de aventura), adquirieron pasaporte de llegada entre los pueblos y comunidades indígenas por dos frentes; desde la perspectiva de las instituciones gubernamentales como un nuevo medio para su incorporación productiva al mercado nacional, mediante el aprovechamiento de sus ventajas comparativas al poseer riquezas naturales y culturales que demanda esta actividad; y a través de iniciativas comunitarias autodirigidas que además de opción económica, consideraron al turismo como el mecanismo para mejorar su calidad de vida, fortalecer su organización social, valorar sus patrimonios identitarios y reapropiarse y rehusar los recursos naturales básicos para su existencia, de los que fueron privados al ser decretados muchos de sus territorios Áreas Naturales Protegidas (ANP).⁶

En los últimos 10 años, desde los tres órdenes de gobierno se instrumentaron una serie de acciones para impulsar la creación de empresas ecoturísticas brindando recursos orientados a la dotación de infraestructura y equipamiento para la operación de establecimientos

⁶ En el año 2012, al interior de polígonos de las 160 ANP se calculó una población de casi 1,500,000 personas, de las cuales 200 mil eran indígenas, un 13.3 (CDI-PNUD, 2002). Paradójicamente frente a la gran riqueza biológica que guardan las ANP de México, contrasta el elevado grado de marginación de sus habitantes: aproximadamente 84% de sus localidades se encuentran en los grados de marginación muy alta o alta marginación, por encima del promedio nacional (79%) ubicadas en estos dos grados (CDI/PNUD/CONAPO, 2002).

de hospedaje, principalmente del tipo cabañas. Tales acciones tuvieron como resultado la creación de 1,350 empresas sociales o comunitarias que ofrecen sus servicios en el mercado nacional e internacional y que se concentran en entidades federativas reconocidas por su riqueza natural, cultural y con importantes comunidades indígenas.⁷

En esta actuación gubernamental los organismos encargados de la conservación de los recursos naturales han sido los más activos, pues como muchos de los espacios conservados y de importancia ecológica con los que cuenta el país se encuentran en los territorios propiedad de las comunidades indígenas, que los utilizan como los insumos fundamentales para su existencia, cualquier intento para su conservación requiere necesariamente de su participación, incluidos aquellos territorios decretados formalmente como ANP. Para estas instancias y para las organizaciones conservacionistas nacionales e internacionales, el llamado turismo alternativo, y particularmente el ecoturismo, era una de las mejores opciones para la utilización “sustentable” de los recursos naturales que se querían conservar. En el fomento de esta actividad también confluyeron los organismos encargados del combate a la pobreza que lo visualizaron como una opción de generación de empleos e ingresos para paliar la contracción que vivía y vive el campo mexicano.

Aunque el impulso al hoy llamado turismo naturaleza ha implicado la concurrencia de distintos sectores gubernamentales, sociales y privados, todavía no se cuenta con una política clara y definida que haga avanzar dicha actividad. No obstante, en el ámbito de las acciones gubernamentales para el desarrollo del turismo naturaleza en el 2011 se identificaron 71 programas del ámbito federal que de manera directa o indirecta⁸ fomentaron el turismo naturaleza en México, a través del otorgamiento de recursos económicos, la prestación de capacitaciones, acompañamientos y asesorías técnicas especializadas, así como acciones de difusión y promoción. De estos, por lo menos 31 programas centran su objetivo específico en el fomento del Turismo Alternativo en comunidades y pueblos indígenas. En estos años, nuevas dependencias y organizaciones hacen su aparición destacando las que provienen de perspectivas relacionadas con el cuidado del patrimonio cultural, la generación de conocimiento científico y tecnológico para la creación de bienes públicos; y la equidad de

⁷ “Las empresas comunitarias de turismo naturaleza: factores de éxito y fracaso” (Clave 0148201) que con apoyo del Fondo Sectorial SECTUR-CONACYT estamos realizando en el Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.

⁸ De los 71 programas gubernamentales registrados, 7 tienen una orientación clara y específica a fortalecer el turismo naturaleza; 25, aunque no se dedican exclusivamente a apoyar al turismo naturaleza, sí contemplan en sus objetivos o en alguno de sus apartados el fomentar esta actividad; y 39 pueden, de manera implícita, apoyar a este sector.

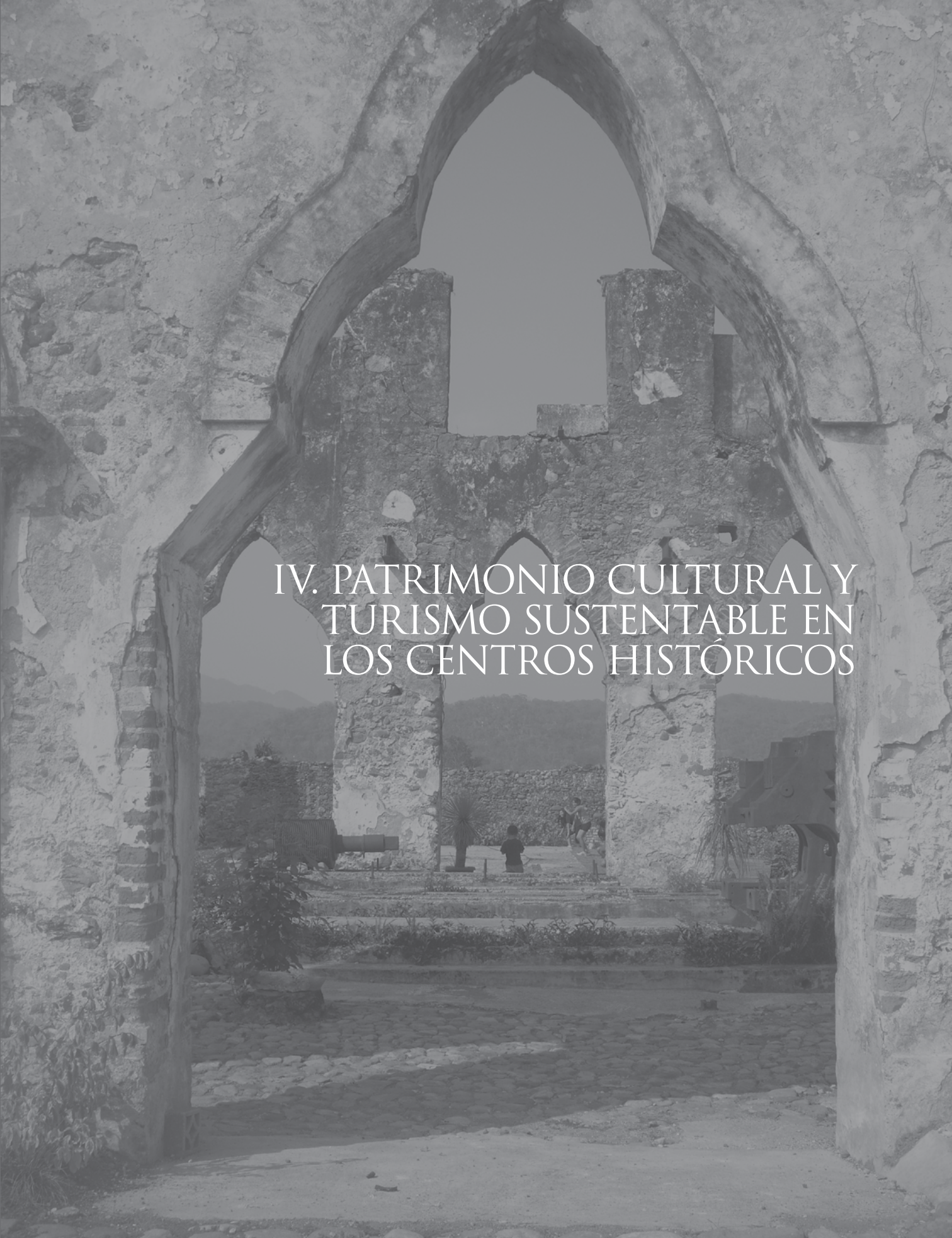
género. Cabe mencionar que además de haberse multiplicado las instituciones gubernamentales y civiles interesados en el fomento del Turismo Alternativo Indígena (TAI), también se han diversificado los tipos y aumentado sus montos en forma notoria. Sin embargo, como los programas siguen siendo operados desde visiones sectoriales, más orientadas por sus objetivos específicos que por un enfoque de desarrollo de territorios que considere las necesidades de las comunidades que los habitan, se atomizan los recursos y se minimizan los posibles resultados.

Las acciones gubernamentales muestran una serie de limitaciones que les impiden alcanzar sus objetivos institucionales. De hecho, en esta primera década se habían manifestado las limitaciones del modelo de intervención gubernamental; no bastaba con financiar infraestructura y planta turística para que el turismo se convirtiera en la panacea que sacara al campo y a sus habitantes de la pobreza y marginación, o que contribuyera realmente a la conservación de los ecosistemas. El desarrollo y consolidación de la actividad requería una coordinación real entre los actores gubernamentales que no solo permitiera un uso racional de los recursos, sino que atendieran una de las grandes ausencias, la reconversión productiva de los grupos y empresas, y que lograra la cabal comprensión de los propios funcionarios públicos que no terminaban de entender la complejidad de la actividad turística sobre todo cuando esta pretendía responder a un modelo de sustentabilidad.

Es evidente que a pesar de los esfuerzos el turismo naturaleza no ha logrado posicionarse como una estrategia totalmente exitosa para atender los problemas de pobreza y marginación del medio rural, especialmente en términos de la creación de empleos y la generación de ingresos para las comunidades. Ello porque a pesar de más de una década de fomento gubernamental al TAI las diversas instancias participantes siguen interviniendo a partir de visiones y ejercicios sectoriales y no con enfoques de desarrollo territoriales integrales, de tal suerte que la predominancia de una orientación así impide dirigir los esfuerzos y recursos en forma conjunta y comprometida a la construcción social de objetivos comunes y consensados que mejoren la calidad de vida de los participantes en estas experiencias. Otro factor es que la mayoría de los proyectos comunitarios no han detonado como negocio y, por lo tanto, las empresas no han alcanzado la rentabilidad esperada.

Bibliografía

- CDI-PNUD (2002). *Sistema nacional de indicadores sobre población indígena de México*. México: CDI-PNUD.
- CONAFOR (2004). *Inventario Forestal*. México: CONAFOR.
- CONANP (2007). Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas 2001-2006, en <http://www.conanp.gob.mx/programa>.
- OMT (2004). *Desarrollo Sostenible del Turismo. Definición Conceptual*, en www.unwto.org/español/frameset/frame_sustainable.html, consultada el 1 de agosto de 2007.
- SECTUR (2006). *Primer inventario de empresas y proyectos de turismo naturaleza*. México: SECTUR.
- SEMARNAT (2000). *Logros y retos para el Desarrollo Sustentable 1994-2000*, México: SEMARNAT-PRODERS.
- Warman, Arturo (1978). “Indios y naciones del indigenismo”, en *Nexos* (Núm. 2. Febrero. 1978). México.
- Sámano Rentería, Miguel Ángel (2004). “El indigenismo institucionalizado en México (1936-2000): un análisis”, en José Emilio Ordóñez Cifuentes (coord.), *La construcción del Estado nacional: democracia, justicia, paz y Estado de Derecho. XII Jornadas Lascasianas*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas-UNAM (Serie Doctrina Jurídica Núm. 179).



IV. PATRIMONIO CULTURAL Y
TURISMO SUSTENTABLE EN
LOS CENTROS HISTÓRICOS

COCHAMBRE, VIDA URBANA Y
“AFRESAMIENTO”. REFLEXIONES
ACERCA DEL RESCATE DE ALGUNOS CENTROS
HISTÓRICOS Y SU RELACIÓN CON
LA NOCIÓN DE PATRIMONIO CULTURAL

LUIS FERNANDO GRANADOS ¹



¹ Luis Fernando Granados, historiador, es profesor de tiempo completo de la Universidad Iberoamericana.

Los puntos de vista que a continuación expreso son resultado de un cierto conocimiento de la historia de la capital mexicana, sobre todo entre los siglos XVI y XIX, así como de un gran interés por los debates recientes acerca de la función y el futuro del patrimonio cultural. Y son también consecuencia de haber experimentado, a lo largo de una quincena de años, los efectos de dos oleadas de "rescate" en la parte norte de la antigua ciudad española. Por tanto, esta breve presentación busca ofrecer algunas reflexiones sobre el rescate integral del Centro Histórico de la Ciudad de México a partir de tres perspectivas diferentes aunque complementarias: la historia urbana, la teoría patrimonialista y la experiencia individual. Su objetivo último, con todo, es contribuir a la discusión pública —no nada más académica— acerca del presente y el futuro de las ciudades "históricas".

Vivo en un edificio construido en los años cuarenta del siglo XX, a un par de cuadras de la plaza de Santo Domingo, más o menos donde comienza un singular corredor comercial dedicado a la fabricación y venta de vestidos de novia y atuendos de quinceañeras. Hasta hace un par de meses, se encontraba más allá del perímetro que, desde principios del siglo XXI, ha sido objeto de una serie de acciones de rescate cuyo propósito aparente es detener el deterioro de la infraestructura urbana de la antigua ciudad española, repoblar una región que no ha dejado de expulsar habitantes desde mediados del siglo XX, renovar su vida social, y consolidarlo como destino turístico. (Con la nueva línea del metrobús, sin embargo, puede que la calle de Cuba por fin se integre al área objeto de reformas.)

Como en otros rincones de la antigua ciudad española —o sea el espacio comprendido por la llamada traza del siglo XVI—, la vida de los advenedizos en mi pequeño barrio está definida por una paradoja acaso irresoluble: nos instalamos ahí atraídos por un espacio rico en

connotaciones históricas, con nuestra presencia contribuimos a modificar su perfil sociológico (pues nuestro nivel de escolaridad e ingresos es mucho más elevado que el promedio secular de la zona), pero ello resulta en una experiencia urbana asaz difícil dado que —supongo que inevitablemente— tenemos expectativas de vida y socialización que se ven cotidianamente frustradas: estacionarse es imposible, el ruido es incesante, la basura se acumula por todas partes, el hedor de ciertos zaguanes es vomitivo, los teporochos no terminan de irse, el único sitio donde puede comprarse queso *camambert* está en el mercado de San Juan. Etcétera, etcétera. (Para algo más serio acerca de las tensiones entre los nuevos habitantes del centro de la Ciudad de México y su entorno social y espacial, véanse los trabajos de Alejandra Leal² y de Jerónimo Díaz.³)

Implícita en nuestras quejas —ojalá el centro fuera como lo imaginamos: más limpio y armónico, con más cafés que nos recuerden Sevilla o Montpellier— hay no sólo una profunda contradicción cultural sino un eco de lo que parece ser el problema general de los procesos de *afresamiento* urbano (que es lo que, digo yo, en inglés se llama *gentrification*): a saber, la aparente imposibilidad de preservar espacios dotados de valor histórico y cultural al mismo tiempo que se protege la experiencia y vida cotidianas de quienes los habitan y quienes, en razón de su ignorancia y pobreza, contribuyen decisivamente a su deterioro. Aunque no puede expresarse con claridad, parecería que la única manera de remozar y revitalizar una comarca urbana es la expulsión de todos aquellos habitantes sucios, ruidosos, “incultos” —y casualmente más bien prietos— que no pueden apreciar y comprometerse con la preservación de tan bonitos edificios de la época colonial.

Me parece que lo que permite pensar en esos términos es la confluencia de dos corrientes de pensamiento: por una parte el acendrado clasismo de una parte de la sociedad mexicana y, por la otra, una idea más bien fetichista de lo que constituye el patrimonio arquitectónico y cultural. Aquél nos invita a sentir repugnancia por vidas que transcurren entre ratas, discos piratas, tacos de longaniza y estatuillas de San Judas Tadeo. Ésta nos hermana con varias generaciones de estudiosos y defensores de la Ciudad de México —pienso por ejemplo en Manuel

²Véase Alejandra Leal Martínez (2007). “Peligro, proximidad y diferencia: negociar fronteras en el Centro Histórico de la Ciudad de México”, en *Alteridades*, 17, 27-38. México:UAM.

³ Véase Jerónimo Díaz, (2012). “¿Gentrificación? Un acercamiento teórico”, en *Mapa al aire*, <http://mapaal aire.agenciasubversiones.org/2010/08/02/gentrificacion-un-acercamiento-teorico/>.

Toussaint, Francisco de la Maza y Guillermo Tovar y de Teresa—, que dedicaron obras por lo demás notables a documentar y denunciar el deterioro de edificios y espacios públicos casi todos construidos en la época colonial. Escrupulosa y casi siempre académicamente correcta, la crítica de las muchas destrucciones ocurridas en el siglo xx parece además, con frecuencia, un lamento antimodernista, una expresión de nostalgia por el pasado colonial; por ello no es sorprendente que quienes participaron y participan de esa tradición sean a menudo tildados de "hispanistas".

Como ocurre a menudo con los epítetos empleados en la vida político-académica, el cargo revela más del sectarismo de los acusadores que de la identidad de los acusados. Con todo, lo peor de ese modo de entender la defensa del patrimonio es el hecho de que orienta el debate hacia un callejón conceptual sin salida; es decir, que construye una dicotomía irreconciliable entre el presente y los distintos pasados del país (como la que Pablo Escalante retrató en la introducción del volumen 2 de *Patrimonio cultural de México*). El problema no es que a uno le preocupe el deterioro de éste o aquel edificio, que encuentre más agradable la arquitectura barroca que la vigesímica, o que en el fondo le guste más el siglo xvii que el siglo xxi. El problema es la noción de cultura, y por ello de *patrimonio*, que sustenta toda la argumentación. Hija de un debate en lengua alemana del que no tiene caso hablar ahora, la *cultura* sobre la que se ha construido el *patrimonio* es una idea esencialmente pre-antropológica y eso quiere decir que todavía iguala cultura con producción artística y que distingue entre "alta" y "baja" cultura. Más todavía, es una idea de *cultura* eminentemente encarnada; esto es, que gravita en torno de objetos o artefactos que se supone condensan las ideas o el espíritu de un pueblo.

Gracias a la antropología hoy sabemos que esto no es así. O más bien sabemos que *cultura* es algo más que los objetos que la representan y, así, que importa tanto o más comprender las prácticas y los sistemas de significación de un grupo humano como los artefactos de los que éste se sirve para actualizar esa significación. Dicho de otra forma, la antropología nos ha permitido comprender que los artefactos son indicios, marcas, evidencia de una cultura pero no la cultura misma, y también —por lo

tanto— que la cultura no es ni puede ser una construcción estática. De ahí se infiere fácilmente que cualquier intento por proteger o preservar o cuidar una cultura no puede limitarse a proteger o preservar o cuidar los efectos materiales de una cultura, y que tanto los artefactos como las prácticas y las ideas que le dan sentido son fenómenos históricos, sujetos a la inevitable transformación que ocurre con el paso del tiempo.

Estudiar las transformaciones de la cultura de la Ciudad de México con cierta sensibilidad antropológica es un ejercicio que permite, que me ha permitido, abandonar un poco el esencialismo que con frecuencia —todavía— distorsiona la mirada de las historiadoras. Así, por ejemplo, en lugar de imaginar indios “resistentes”, o como heraldos del mestizaje que supuestamente caracteriza al México de hoy, en mi trabajo de investigación he preferido conceptualizar a los indios que habitaban la Ciudad de México a fines del siglo XVIII como *cosmopolitas*, o sea como sujetos históricos libres y creativos, que lo mismo eran capaces de entender de manera típicamente mesoamericana sus espacios y comunidades que vestirse “a la española”, hablar castellano y devorar cantidades ingentes de pan de trigo y carne de res.

Creo que algo semejante puede hacerse con los espacios de la antigua ciudad española que hoy quieren ser objeto de *afresamiento* urbanístico y social. En concreto, eso supondría reconocer que, del mismo modo que Nueva York o París, el casco viejo de la Ciudad de México no tiene por qué limpiarse de vendedores ambulantes, u ofrecer calles impolutas, para recuperar su dignidad como espacio urbano. Si el patrimonio cultural ya no son las piedras sino la gente que las construye, las habita y —ni modo— también las ensucia, entonces los problemas de conservación de los centros urbanos tienen también que ser otros. Así también podrían remediarse las consecuencias, acaso inevitables, que han provocado las políticas de renovación asociadas al *afresamiento*. Lo que importa de un centro histórico ya no puede ser nada más la preservación de los viejos edificios y la limpieza de sus calles; ya no puede imaginarse cómo la expulsión de los indeseables que afean un paisaje sólo digno de turistas.

En tanto que expresión de cultura viva —y por ello contradictoria—, el centro es también sus prostitutas y sus inmensas pilas de basura, la falta de rejillas antigrasa y el estruendo de esos muchachos de

rostro amenazante que surcan sus calles en motoneta, quien sabe si como sicarios de un cartel todavía sin nombre o como agentes logísticos de las mafias de comerciantes callejeros. No quiero, sin embargo, idealizar la pestilencia y el escándalo, los baches y la inseguridad, que todavía imperan en mi barrio. Digo sólo que no me gustaría que el centro de la Ciudad de México se convierta un día en un museo: petrificado, hostil, separado de la vida. A mí, al menos, me encantaría tocar algunas de las piezas que pueblan éste, imponentes y heladas como son, para ver si de ese modo consigo emular la experiencia y el disfrute sensoriales que me produce recorrer las calles que unen San Sebastián con Santa María la Redonda por más que a veces el abandono de algunos de sus edificios, la suciedad de sus banquetas y la facha tenebrosa de sus habitantes me haga añorar el confort asfixiante de la colonia del Valle.

EL TURISMO COMO ENCUENTRO DE VALORES

ALBERTO MARTORELL CARREÑO ¹



¹ Alberto Martorell Carreño es catedrático de la Universidad de San Martín de Porres y miembro del Observatorio de Turismo del Perú.

En el proceso de globalización que vive el mundo, uno de los fenómenos más importantes en términos humanos es el turismo. La cantidad de desplazamientos, gracias en gran parte a los adelantos en la tecnología del transporte de larga distancia, se han multiplicado de manera insospechada desde hace algunas décadas. Las previsiones del Barómetro OMT del Turismo Mundial pronostica que este año 2012 se alcanzará el hito de los mil millones de llegadas de turistas.² Al mismo tiempo, la experiencia del viaje muchas veces se ha trivializado y ha reducido sus alcances para sucumbir a la vorágine de velocidad y fugacidad que parece envolver todo tipo de actividad humana en nuestros tiempos. Así, los destinos culturales y, en el caso que nos ocupa, los centros históricos, corren el riesgo de convertirse en simples puntos de visita en un listado, como si carecieran de valores y peculiaridades propias. Frente a ello, uno de los retos de las políticas del turismo cultural debiera ser desarrollar estrategias que eviten que el turismo, en lugar de ser un encuentro significativo de valores, sea una experiencia efímera contra la que advierte Augé (2008), una experiencia que convierte a unos en espectadores y a otros en espectáculo; habla de “viajar” como la actividad deseada y del turismo como aquello que sobre todo no hay que hacer.

Desde nuestro punto de vista, la clave está en recuperar antiguos sentidos del viaje e incorporarlos en el turismo de tal modo que se convierta en una experiencia significativa, evitando el rol de espectadores por un lado y de representaciones vacuas por el otro. Formularé, en ese sentido, algunas premisas en la búsqueda de alternativas para preservar espacios de valores dentro de la actividad turística, en las que el patrimonio cultural es la piedra angular que puede salvar al encuentro entre lugareño y viajero de ser una experiencia líquida más (en términos de Bauman) en tiempos de globalización.

² Véase Organización Mundial del Turismo. *El turismo internacional alcanzará la cifra de los mil millones en 2012*, en <http://media.unwto.org/es/press-release/2012-01-16/el-turismo-internacional-alcanzara-la-cifra-de-los-mil-millones-en-2012> (Último acceso el 02-08-2012).

- 1. El patrimonio es esencialmente local.** En efecto, el patrimonio es un fenómeno esencialmente local, que puede ser conocido y difundido a nivel global, pero que debe mantener esa esencia que le otorga unicidad. Debe ser el patrimonio, entonces, el elemento central de los procesos de planificación de todo tipo de actividades para su apropiación social mediata e inmediata, incluyendo en ello al turismo. Nótese, por favor, que proponemos que el turismo se trate como una actividad más, no la única y ni siquiera la más importante, que se debe generar en torno al patrimonio.
- 2. En los procesos de utilización sostenible del patrimonio, es necesario reconstruir una escala coherente de prioridades.** Lamentablemente el enfoque más extendido en el mundo es el que busca convertir al patrimonio en un factor de crecimiento económico financiero a través de su explotación turística, sin entender todas las posibilidades que encierra para generar procesos sociales sostenibles. Se trata de un pensamiento que plantea una especie de fórmula que podríamos graficar de la siguiente manera:

Gráfica 1. Enfoque limitado del patrimonio cultural únicamente como recurso turístico



El enfoque es absolutamente reduccionista, en cuyo proceso se pierden los más importantes valores que el patrimonio posee, y que lleva a pensar que el destino natural del patrimonio es

servir al turismo, afirmándose también que el turismo, al generar movimiento de recursos monetarios, genera casi necesariamente bienestar a la población local. El fenómeno es mucho más complejo que eso. Personalmente me gusta citar una experiencia peruana en el proceso de apropiación social del patrimonio, que finalmente otorga a los bienes culturales presencia suficiente en el imaginario mundial como para motivar el crecimiento del turismo.

Aunque ha registrado un aumento en el número de visitantes, la costa norte del Perú no se ha caracterizado históricamente por ser un destino turístico. De hecho, aún hoy las visitas turísticas son poco significativas si las comparamos con la cantidad de arribos al sur del Perú, y, específicamente, al Cusco y Machu Picchu. ¿Qué ha generado el interés (aún limitado, es cierto) de visitantes hacia las regiones de Lambayeque y Trujillo, principalmente, y en menor escala hacia la región Amazonas, todas ubicadas al norte peruano? Hace algunas décadas, el llamado Museo de Oro del Perú, surgido del afán cultural y coleccionista de un rico terrateniente peruano, Miguel Mujica Gallo, organizó exposiciones internacionales de sus colecciones en diversos puntos del mundo. Se habla mucho de la importancia que esas exposiciones alcanzaron en su momento. Es indiscutible que entre las piezas de orfebrería fina que el Museo de Oro del Perú contiene, hay algunas que sorprenden por lo elaborado y complejo de las técnicas con las que fueron creadas.

Además de la colección de Mujica Gallo³ otra gran colección se forjó desde el esfuerzo de otro acaudalado y sensible personaje peruano, don Rafael Larco Herrera, quien logró reunir una de las colecciones arqueológicas más interesantes con las que cuenta el Perú, hoy convertida en un bien gestionado museo.⁴

Aunque Oro del Perú llamó la atención de los visitantes que hacían colas inmensas para ser testigos de su leyenda, no pudo ser esa la causa del creciente interés del turista por visitar el norte del país. Me atrevo a formular la hipótesis, entonces, de que esto se explica por el actual “boom arqueológico” que

³ Véase www.museoroperu.com.pe/oro.html.

⁴ Véase también www.museolarco.org.

experimentamos en el norte de nuestro territorio, que surge en parte con el descubrimiento de la Tumba del Señor de Sipán, gobernante de la antigua cultura mochica, que por primera vez fue íntegramente estudiado con el rigor exigido por la arqueología, y que representa el caso más sonado entre otros proyectos arqueológicos de alto nivel que se han llevado a lo largo de las últimas décadas en la costa norperuana. En la colindante Región de Trujillo (Sipán queda en la Región Lambayeque), por ejemplo, el Proyecto Huacas del Sol y de la Luna ha despertado igualmente el interés de numerosas personas y se han seguido sumando otros proyectos y sitios arqueológicos: el Complejo Arqueológico el Brujo, donde se descubrió a la denominada “Señora de Cao”, personaje mujer que también habría gobernado en tiempos pasados; el Bosque de Pómac donde se encontró el enterramiento del Señor de Sicán; el Complejo Arqueológico de Túcume, con sus numerosas pirámides, la mayor parte aún por investigar; Ventarrón, lugar ceremonial vinculado a los orígenes mismos de la cultura en el Perú; Chotuma, que podría ser el lugar fundacional de la cultura Lambayeque, etc.

Lo anterior nos coloca directamente frente al fenómeno de la cultura como el gran atractivo para los visitantes, y frente al turismo cultural como potencialidad de importancia. Una cosa era acudir a observar piezas admirables en una exhibición, y otra muy distinta entender, a partir de ellas, que son resultado de ricos procesos culturales con su propia cosmovisión, plasmada en sitios arqueológicos de gran interés. El acceso a información culturalmente significativa es, entonces, lo que ha motivado a los turistas a voltear la mirada hacia nuevos destinos culturales y en específico hacia el norte peruano.

Toda esta larga explicación sobre el rol que ha jugado la arqueología en la costa norperuana, nos sirve para retornar al tema de la escala de prioridades. El patrimonio, sobre todo en sociedades de tradición oral, se asemeja a un libro único. Si de pronto, al leerlo, nos damos con el descubrimiento penoso de que le faltan algunas de sus páginas, sabremos que nuestra lectura

queda definitivamente frustrada. En el caso de los sitios arqueológicos, es el arqueólogo como lector especializado el que puede rescatar la información y luego socializarla, y en ese proceso el sitio se convierte en un referente incluso para visitantes muy remotos. Por lo tanto, antes que turístico, el patrimonio es un hecho científico y de ello se desprende un primer eslabón en la escala de prioridades.

Al mismo tiempo el patrimonio está vinculado con el territorio, sobre el que “conviven” diversas culturas del pasado y del presente. Generalmente el “poblador local”, tiene un fuerte arraigo territorial. Aun cuando a lo largo de su vida pueda desplazarse, la tendencia es que pase la mayor parte de ella cerca de donde nació, creció, y espera algún día morir. La relación de ese poblador local con el patrimonio de su jurisdicción es permanente. Entonces es lógico que ocupe un primer lugar en la escala de prioridades de gestión.

3. Existen muchos usos válidos para el patrimonio cultural. Por lo tanto, circunscribirlo al turismo es no comprender las múltiples dimensiones y beneficios que puede generar para la sociedad.

Combinando los dos últimos criterios, el de la escala de prioridades y el de multiplicidad de usos, podemos avanzar hacia una propuesta integral. Desde el punto de vista de la relación del patrimonio con su medio humano, proponemos que los principales actores interesados en el proceso de conservación son: la población local, la sociedad nacional, la comunidad académica, los turistas y visitantes y, finalmente, la humanidad en su conjunto. Teniendo en cuenta todos esos actores, ¿qué tipo de usos del patrimonio le resulta interesante a cada uno de ellos? Proponemos en el siguiente cuadro que resume diferentes tipos de usos que se podría dar al patrimonio.

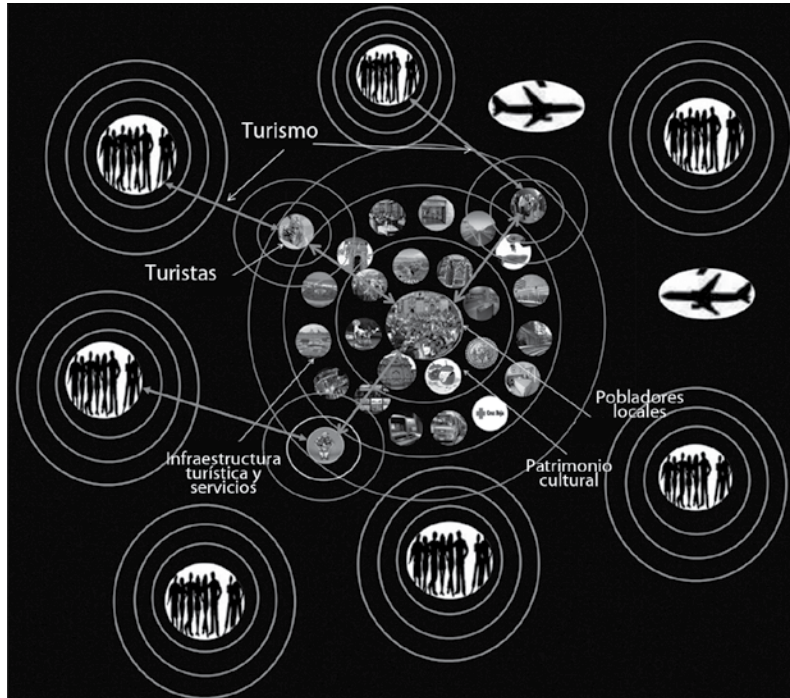
Como se puede ver, el patrimonio posee una serie de usos potenciales de gran importancia. Por lo tanto, su gestión debe ser multidimensional y de alguna manera puede circunscribirse al turismo. Pretender planificar el desarrollo de la ciudad, del destino turístico y del patrimonio en general, desde el turismo,

Cuadro 1. Actores y usos del patrimonio

| | Uso urbano-ambiental | Uso ritual | Uso simbólico | Uso educativo | Uso turístico | Uso económico | Otros |
|------------------------------|--|--|---|---|--|--|--|
| Población local | Elemento integrado a su <i>modus vivendi</i> | Muchas veces presente (ritos religiosos y civiles) | Símbolos de identidad y prestigio | Visitas escolares. Espacios de experimentación directa | Como atractivo turístico, factor de presentación de los valores locales al mundo | Turismo Productos culturales con identidad. Artesanías | Fuente de información tecnológica, uso lúdico y recreativo. Ocio y tiempo libre |
| Población nacional | (No) | Muchas veces participa en ciertos ritos | Símbolos de identidad y prestigio | Visitas escolares nacionales | Integrándolo hacia la gestión nacional del turismo | El movimiento turístico genera beneficios al conjunto social | Fuente de información tecnológica, uso lúdico y recreativo. Ocio y tiempo libre |
| Comunidad académica | (No) | (No) Salvo como elemento de estudio | (No) Salvo como elemento de estudio | En especialidades del área | Especializado (viajes de estudio, conferencias, congresos, etc.) | El conocimiento contribuye a generar un valor agregado | Prestigio de los investigadores Material para tesis y títulos |
| Turistas y visitantes | (No) | (No) salvo propuesta de integrarlo a prácticas locales | Muy difuso | La visita turística puede ser una experiencia formativa | La visita y actividad turística fundamental | Indirecta (Muchas veces la experiencia de viaje contribuye al estatus del turista) | --- |
| La humanidad | (No) | El patrimonio mundial como fuente de nuevos territorios sagrados | Símbolos patrimoniales adquieren dimensión global | En programas generales | (Genérico) | (Genérico) | Asociaciones globales de "amigos de..." y similares. El fenómeno de las transnacionales de la cultura |

equivale a generar una grave distorsión en la escala, los usos y, como consecuencia, en los potenciales beneficios de la gestión del patrimonio.

Gráfica 2. Los componentes de la actividad turística en torno al patrimonio



Si ya la utilización del patrimonio únicamente con fines turísticos deja de lado muchos otros factores, la situación se vuelve crítica cuando se busca convertir al patrimonio, a través del turismo, exclusivamente en un generador de divisas. Queda claro lo anterior en la Gráfica 2. En ella encontramos a la comunidad local, cuya relación con el patrimonio es permanente, forma parte de valores surgidos desde procesos internos, interiorizados por la propia población y que son parte funcional de la vida social (consciente o inconscientemente), porque las funciones otorgadas a los bienes patrimoniales en el contexto local son esenciales y porque los actores tienen identidad propia (son determinados). Eso, aplicable a todo patrimonio, es mucho más claro si lo pensamos en términos de centros históricos.

Los elementos patrimoniales, que son los referentes de las relaciones mencionadas, generan un doble interés, desde lo local por la identidad y los valores propios, y, desde fuera, hacia la identidad y los valores propios de esa localidad. Para atender ese segundo interés se crea toda una infraestructura turística y de servicios, que permite que el turista pueda acceder al patrimonio. Si se respetan las prioridades, se planifica considerando lo permanente, interno, propio, esencial y resultante de la vida de los actores permanentes. Entonces el patrimonio cumple un servicio para la comunidad y hace sostenible el centro histórico y la ciudad en sí misma. Luego puede cumplir válidamente otros roles, como es el caso de su uso turístico. El “turista”, a diferencia del poblador local, es temporal, externo, ajeno a los procesos locales, y por lo tanto no forma parte de los valores esenciales de la vida de la ciudad histórica.

Cuando se plantean las prioridades invertidas y el turista pasa a convertirse en el centro del proceso de planificación, se comienza a gestionar el patrimonio y la vida ciudadana priorizando lo que no es esencial a la ciudad; se distorsiona el patrimonio tratando de hacerlo más atractivo para el visitante, la cultura viva se convierte en espectáculo, y el poblador local se ve envuelto en una lógica esquizofrénica por la que debe “complacer” a cada momento al “turista” cuando este es absolutamente cambiante (hoy el turista es un grupo de japoneses, mañana de brasileños y pasado mañana de anglosajones... ¿Cómo pretender que se complazca a todos por igual?).

La experiencia turística debería contribuir a inspirar en los turistas y en los pobladores locales formas reales de acercamiento, que generen verdaderos encuentros de valores humanos. Bajo la lógica veloz, y feroz, de la globalización centrada en el flujo del dinero se rompe esa posibilidad. El poblador local se despoja de su autenticidad para “disfrazarse de sí mismo”. La ciudad cambia sus usos y disfraza sus barrios más auténticos, en espacios de moda superficial y prácticas banales. Por un lado, todas las técnicas imaginables para hacer que el visitante “gaste más” en nuestra ciudad determinada, son válidas. Y eso trae muchas veces verdaderas lacras sociales, como la prostitución y la mendicidad. Por otro, el turista es tratado

como si fuera un ser superior y con derecho a obtener todo lo que su dinero permita. La oportunidad del encuentro humano se ve rota por la lógica del negocio.

Utilidad no es una mala palabra. Generar beneficios económicos para los habitantes de las ciudades históricas y experiencias gratificantes y enriquecedoras para los turistas, no es imposible. Para ello requerimos desarrollar una experiencia turística inclusiva y creativa, donde el turista pueda disfrutar de la autenticidad de la cultura local, conocer las formas de vida, costumbres, valores y tradiciones de los pueblos que visita hasta donde los pobladores están dispuestos a presentarle.

No todas las prácticas culturales locales fueron pensadas para su exhibición, y si el poblador local no desea recibir en determinado contexto a foráneos, se debe respetar ese deseo. Los espacios urbanos fueron diseñados para dar calidad de vida a los habitantes locales. No se debe permitir que hordas de turistas arrinconen al ciudadano, especialmente a los más débiles, como niños y ancianos. La visita a nuestros centros urbanos debe ser diseñada de tal forma que permita que el turista enriquezca su forma de entender otras culturas, y no que su presencia lleve al empobrecimiento y reduccionismo de esas culturas. Si lo logramos, entonces, habremos avanzado en la tarea de hacer del turismo patrimonial, en especial en las ciudades históricas, un proceso sostenible.

Bibliografía

- Augé, Marc (1998). *El viaje Imposible. El turismo y sus imágenes*. Barcelona: Gedisa.
- Correa, Ana (1999). *Ciudades, turismo y cultura*. Tucumán: La Crujía.
- Moraes de, Denis (Coord) (2007). *Sociedad Mediatizada*. Barcelona: Gedisa.

LA REHABILITACIÓN INTEGRAL DE LA HABANA VIEJA, UNA RESPONSABILIDAD DE LA NACIÓN

PATRICIA RODRÍGUEZ ALOMÁ ¹



El patrimonio puede ser productivo, y una eficiente explotación del mismo, siempre bajo una óptica cultural y de desarrollo social, permite dar continuidad a la obra rehabilitadora en su dimensión más integral.

Eusebio Leal Spengler, Historiador de la Ciudad de La Habana.

¹ Patricia Rodríguez Alomá es Directora del Plan Maestro de la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana.

TURISMO Y CULTURA

La Carta del Turismo Cultural² refiere que esta modalidad de turismo es aquella “que se plantea, entre otros objetivos, el descubrimiento de sitios y monumentos”, proponiendo que el mismo ha de realizarse mediante la integración

[de] los valores culturales con los objetivos sociales y económicos, comprometidos en la planificación de los recursos del Estado, de las regiones y de las comunidades locales. Asimismo alerta que cualquiera que sean las motivaciones y los beneficios que de él se desprenden, el turismo cultural, tal y como es actualmente practicado, no puede separarse de los efectos negativos que acarrea el empleo masivo y descontrolado de sitios y monumentos que son objeto del turismo.

El turismo, definido como la acción de viajar por placer, deporte o instrucción, es una experiencia que beneficia solo a un sector de la humanidad. En la profunda brecha que cada vez separa más al Primer Mundo del tercero, el turismo se vuelve para unos una economía de sobrevivencia y, para otros, un indicador de calidad de vida. Esta industria deviene en una fuente generadora de recursos para los países subdesarrollados, no exenta de riesgos. Para resolver este encuentro entre desiguales, resulta impres-

² ICOMOS, Bruselas 1986

cindible desarrollar políticas que garanticen la integridad, la salvaguarda de los bienes patrimoniales y que actúen sobre el medio social, para mitigar el impacto negativo del turismo.

La explotación del turismo en territorios valiosos debe ir acompañada de una actitud culta y sensible para el tratamiento de todos los temas (desde los sociales hasta los que competen al ámbito físico y medioambiental) en una conciliación de intereses que minimice los impactos negativos y potencie aquellos de altos beneficios socioeconómicos.

La cultura es uno de los principales recursos con que cuentan nuestros países. En la Cumbre sobre la Ciudad (Estambul, 1996), se calificó al siglo XXI como el “Milenio de las Ciudades”, pues el aceleramiento del proceso de urbanización provocará que más de la mitad de la población mundial sea urbana. En una época en que el desarrollo de los medios de transporte, las telecomunicaciones y la informática viabilizan como nunca antes el proceso de globalización, resulta obvio el papel que, como defensores de la identidad regional, nacional o local, desempeñarán los centros históricos, espacios donde se manifiesta de manera más clara la diversidad cultural de los pueblos.

El binomio cultura-turismo resultará una buena fórmula en la medida en que se desarrollen estrategias de explotación del recurso cultural en estrecha relación con el desarrollo social para mitigar su impacto. “Las actividades del turismo y de la conservación del patrimonio deberían beneficiar a la comunidad.”³ Según Eusebio Leal, si el desarrollo del turismo no se embrida con claras políticas sociales que incorporen ampliamente a los residentes, que generen empleo y beneficios para la ciudadanía, los resultados serían dramáticos.

EL CASO DE LA HABANA VIEJA

El Centro Histórico y el Sistema de Fortificaciones Coloniales de la ciudad de La Habana, villa fundada en 1519, son considerados desde 1978 Patrimonio Cultural de la Nación, y fueron declarados por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad en el año 1982.

La inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial significó, en primera instancia, una responsabilidad aún mayor de la Nación, en el sentido de garantizar su salvaguarda, que ya había comenzado en 1981 con el establecimiento del “Primer Plan Quinquenal de Restauración”.

³ Principio 5 de la “Carta internacional sobre turismo cultural” de 1999 (ICOMOS).

Consciente de la responsabilidad que significa la deferencia de compartir con el mundo un bien que es patrimonio cultural nacional, la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana⁴ fue responsabilizada por la más alta dirección del país para la restauración de La Habana Vieja, primero bajo un esquema de asignación financiera central y, posteriormente y bajo el escenario de la peor crisis económica que viviera el país en las últimas décadas, bajo un concepto de autofinanciamiento integral.

El Centro Histórico de La Habana, de 214 hectáreas con 3,370 edificaciones (de ellas 551 monumentos arquitectónicos de excepcional valor) y con una población que asciende a 66,742 personas que habitan en 22,623 viviendas, fue declarado Zona Priorizada para la Conservación mediante el decreto Ley 143 de octubre de 1993, y Zona de Alta Significación para el Turismo por el Acuerdo 2951 del Consejo de Ministros, de noviembre de 1995. La Oficina del Historiador de la Ciudad cuenta por ello con un fuero legal especial, actualizado recientemente para atemperarlo a la nueva política económica del país, que la ha dotado de la autoridad necesaria para desarrollar la gestión para la recuperación del Centro Histórico a partir de un proceso económico autofinanciado que posibilita desarrollar por vía estatal, y en alianza con el sector privado, una economía local mediante la cual se invierte en el área urbana lo que ella misma genera.

Se creó un sistema empresarial propio y —con los ingresos provenientes de la explotación de los recursos turísticos, terciarios e inmobiliarios, del cobro de servicios culturales, y de los impuestos a empresas productivas enclavadas en el territorio y a trabajadores por cuenta propia—, se han fomentado significativos niveles de inversión en el área, fundamentalmente en la recuperación del fondo de edificios de valor patrimonial destinados a las propias instalaciones turísticas, programas de viviendas y obras sociales.

El objetivo es rehabilitar el Centro Histórico compatibilizando los valores culturales con el desarrollo socioeconómico, conservando su carácter residencial, y garantizando la sostenibilidad del proceso.

El desarrollo de un amplio programa social hace presentes en la zona centros de salud para gestantes con factores de riesgo, para niños con necesidades educativas especiales, y centros geriátricos; bibliotecas públicas,

⁴ La Oficina del Historiador de la ciudad de La Habana fue fundada en 1938 por el Dr. Emilio Roig de Leuschenring. Esta entidad siempre ha estado involucrada en la salvaguarda del patrimonio cultural como testimonio de la identidad nacional. Es conducida desde 1967 por el Dr. Eusebio Leal Spengler y desde 1981 tiene a su cargo la restauración del Centro Histórico de La Habana. Desde su fundación hasta 1993 fue un órgano subordinado al gobierno de la ciudad; a partir de ese año se subordina al Consejo de Estado y desde 2011 a la Presidencia de la República.

parques infantiles y jardines, salas de concierto y museos (que además de su actividad cultural acogen en aulas a estudiantes de primaria, en un novedoso programa pedagógico llamado “El aula en el museo”). La premisa es generar dentro de este perímetro urbano los recursos para su recuperación equilibrando proyectos sociales y proyectos que produzcan fondos económicos para la reinversión en un plazo breve.

Este proceso se clasifica como abierto y continuo, basado en la prospectiva y el planeamiento estratégico, y en la filosofía de aprender haciendo, con soluciones en el corto, mediano o largo plazos. Se trata de una gestión urbana novedosa, un proceso simultáneo de gestión patrimonial, socioeconómica, financiera, legal e institucional.

Desde 1994 se introdujo un nuevo modelo de gestión del desarrollo territorial que ha generado más de 500 millones de dólares, que han sido invertidos en el propio territorio y en obras realizadas en otras partes de la ciudad. También de la cooperación internacional se han movilizado alrededor de 30 millones. El 40 % de los ingresos fue destinado a proyectos productivos, mientras que el 60% a programas sociales. En ese período se recuperaron diez veces más inmuebles que en los quince años precedentes, se recuperó un tercio del territorio y se crearon más de 13,000 puestos de trabajo directos y unos 2,000 indirectos, estando el 50% de los mismos ocupado por residentes locales o de municipios aledaños.

RASGOS DISTINTIVOS DEL PROCESO DE GESTIÓN

- Voluntad política al más alto nivel del estado para la implantación y desarrollo del proyecto.
- Autoridad pública *sui generis*, con legislación especial y fondo patrimonial propio, explotable en favor de la recuperación del área de alto valor cultural (la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana).
- Relaciones horizontales con los gobiernos de la ciudad, del municipio y con el Consejo de Ministros, para la gestión del desarrollo local.
- Visión de la Cultura como eje transversal del desarrollo humano.
- Proceso autofinanciado e integral.
- Reinversión de utilidades en programas y obras que garantizan el uso y apropiación social del patrimonio.
- Puesta en marcha de nuevos procesos de revalorización del patrimonio.

- Concepción del Centro Histórico como espacio para la participación social e institucional, intercambio y cooperación.
- Sostenibilidad económica y sociocultural.

LECCIONES APRENDIDAS

- Impedir deformaciones en la imagen de la zona.
- Impedir pérdida del carácter residencial o desequilibrios del sector terciario.
- Impedir la gentrificación, segregación espacial o exclusión social.
- No “congelar” ni “museificar” la zona histórica habitada.
- Consensuar y monitorear continuamente los procesos de gestión.
- Apoyar la sostenibilidad ambiental de la zona.
- Prever los procesos inversionistas en la zona histórica habitada a manera de adaptar su infraestructura a las necesidades económicas, a la vida y la tecnología contemporáneas, sin causar impactos negativos urbanos, sociales ni patrimoniales.

PATRIMONIO *VERSUS*
TURISMO SUSTENTABLE EN LOS CENTROS
HISTÓRICOS. LA EXPERIENCIA EN EL CENTRO
HISTÓRICO DE LA CIUDAD
DE MÉXICO

ALEJANDRA MORENO TOSCANO ¹



¹ Alejandra Moreno Toscano, historiadora, encabeza la Autoridad del Centro Histórico de la Ciudad de México.

En octubre de 2011 la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) realizada en la ciudad coreana de Gyeongju convocó a la reflexión de los estados mundiales en torno al papel que puede jugar el turismo para el logro de los objetivos de desarrollo del milenio². Su conclusión fue que el turismo puede convertirse en una poderosa herramienta para revertir fenómenos como pobreza y exclusión, propiciar la igualdad de género y combatir el deterioro del medio ambiente. Con mayor responsabilidad respecto al aprovechamiento de los recursos, y la incorporación de estrategias locales de mejoramiento social, urbano y ambiental, el turismo pasará de ser una actividad de consumo a convertirse en una oportunidad de desarrollo.

Bienes naturales y culturales son recursos con gran potencial turístico. Las ciudades aglutinan una gran cantidad de elementos materiales e inmateriales producidos a lo largo de su historia que las distinguen como referentes de destinos mundiales atractivos. Los centros históricos como conjuntos singulares ofrecen la posibilidad de descubrir una extraordinaria mezcla de expresiones culturales, y ello los convierte en los sitios más visitados o referidos por los viajeros.

Frente a públicos cada vez más diversos, los requerimientos de los destinos turísticos deben responder a las nuevas necesidades y demandas para mantenerse vigentes en la mente de los usuarios. Ampliar la gama de atractivos y elevar el nivel de los servicios turísticos forma parte de las políticas de desarrollo de los sitios patrimoniales. Es preciso considerar que si el turismo es un factor de desarrollo debe ser conducido para evitar que provoque condiciones de exclusión o segregación social, o la franca destrucción de valores culturales.

La gama de atractivos y servicios expresa los valores intrínsecos (culturales o ambientales) de cada sitio. También responde a las nuevas nece-

² La Declaración del Milenio aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en septiembre de 2000 estableció un conjunto de objetivos comunes para abordar los grandes problemas de la humanidad. Bajo la denominación de Objetivos de Desarrollo del Milenio se incluye la erradicación de la pobreza extrema, lograr educación universal, igualdad entre géneros, reducir la mortalidad infantil, mejorar la salud de las mujeres embarazadas, combatir decididamente el VIH y otras enfermedades, y lograr la sostenibilidad del medio ambiente.

sidades de públicos cada vez más diversos. Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías son canales para llegar a públicos más amplios al tiempo que promueven una mayor competencia posicionando los diversos destinos en el gusto de los viajeros.

El Centro Histórico de la Ciudad de México reúne un conjunto de valores culturales excepcionales, por lo que quedó inscrito en la Lista de Patrimonio Mundial desde 1997. La inscripción reconoce la autenticidad del sitio como una ciudad viva y no falsificada que conserva su forma y composición inclusive frente a nuevas funciones urbanas; asimismo reconoce su integridad dado el constante esfuerzo por la conservación del conjunto urbano. Después de varias décadas de abandono en el que el Centro Histórico perdió relevancia urbana, los últimos 10 años han marcado un permanente esfuerzo por revitalizarlo. Las acciones para este propósito incluyen el mejoramiento del espacio público, la renovación de redes de infraestructuras, la recuperación y rehabilitación de edificios, la conformación de nuevos equipamientos, el mejoramiento de la movilidad y de la calidad urbana, la atención de factores de riesgo, la introducción de nuevas tecnologías en los servicios y espacios públicos, así como la reactivación económica. Se trata de acciones que atienden prácticamente todos los aspectos del desarrollo local considerados desde una perspectiva integral que tiene como propósito lograr que el Centro Histórico mejore y sostenga en el largo plazo su calidad de centro de una ciudad de vanguardia asequible y de calidad para todos. Se pretende que estas condiciones hagan propicia elevar la calidad de vida de las personas, quienes habitan o desean habitar en el centro, quienes lo visitan o trabajan en él.

Esta manera integral y sistémica de abordar la complejidad del Centro Histórico y que puede ser replicada en otros espacios similares, implica dejar atrás la conservación de los sitios patrimoniales como sitios inamovibles, estáticos frente a una realidad que se transforma todos los días. La revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de México está guiada por su reconocimiento como espacio urbano vivo, capaz de ofrecer a los locales y visitantes las mejores condiciones de vida y estancia posibles. Para lograrlo, debe brindar una gran calidad urbana, ser un lugar de altos estándares de habitabilidad y suficientemente capaz de adecuarse a las necesidades de una sociedad en continua transformación. De otra manera,

los antiguos centros de las ciudades estarán condenados a su deterioro ante la pérdida de su centralidad y ante la imposibilidad económica de mantener en buenas condiciones inmuebles sin uso social o productivo; o bien, entrarán en conflicto con las necesidades locales no atendidas que pueden derivar en una pérdida irreparable de los valores patrimoniales de estos espacios.

Elevar la calidad de los centros históricos implica mejorar las condiciones en que se desarrollan las actividades cotidianas; lo cotidiano es, a su vez, atractivo por sí mismo para el turismo. Una experiencia aprendida en el Centro Histórico de la Ciudad de México es que los visitantes no necesariamente asisten a espacios urbanos como los centros históricos por la oferta cultural que ofrecen; ésta más bien es un complemento en sus recorridos. El principal atractivo de los centros históricos es lo común de la vida y de la sociedad local, su vitalidad urbana. Por ello, desde la perspectiva del turismo, es tan importante que el mejoramiento de los centros históricos forme parte de las políticas urbanas y sociales de las ciudades, para asegurar que los habitantes se apropien y den vida a estos espacios: sólo así entonces los turistas encontrarán esa autenticidad como un atractivo para su visita. La revitalización es un proceso en el que todos deben ser ganadores.

Desde nuestro punto de vista, una estrategia poco afortunada y comúnmente observada en los procesos de conservación de bienes culturales (urbanos y arquitectónicos) es la intención deliberada por producir atracciones que no encuentran referentes en la autenticidad de estos bienes, lo que implica un gran esfuerzo para sostenerlos, renovarlos y mantenerlos activos; por el contrario, representan importantes costos para los promotores con beneficios francamente pobres.

Referirse a políticas públicas que incorporen el mejoramiento y revitalización integral de estos bienes y particularmente de los centros históricos implica centrar la atención de manera sostenida, por lo que su implementación debe ser sobre periodos suficientemente largos para generar impactos positivos en la calidad de vida de las personas. Cabe recordar que la preservación del patrimonio es usualmente una tarea de meses y años. Políticas diseñadas con este enfoque contribuyen a lograr la sostenibilidad de los sitios patrimoniales.

La arquitectura singular es un componente inherente a los centros históricos. Muchos de ellos conservan un importante bagaje de edificios con tipologías distintivas que dan cuenta de las corrientes culturales desarrolladas a lo largo del tiempo y de las interpretaciones locales cuando dichas corrientes se adoptan del extranjero; también denotan la calidad de su manufactura, los materiales locales y hasta las representaciones simbólicas de cada cultura. La arquitectura por sí misma genera un atractivo delimitado temporalmente; su verdadero valor está en mantener un uso vigente de largo plazo, conservar su valor social. Algunas ramas del turismo son más afines a esta condición; el turismo cultural, el turismo de convenciones y el turismo académico, son algunas de ellas. La capacidad de adaptar las antiguas estructuras a los nuevos requerimientos de accesibilidad, servicios y tecnologías, es fundamental para garantizar el aprovechamiento de los edificios. Esto implica comprender que los usos originales no deben regir el destino de los monumentos, sino que éstos deben responder a necesidades contemporáneas, lo que implica reflexionar sobre los valores culturales por preservar y aquellos elementos que deban ser adaptados para asegurar la permanencia de dichos valores.

Es importante que el patrimonio no pierda capacidad de recibir innovaciones (de diseño, arquitectura, tecnología, arte público, usos y actividades). La recuperación de edificios históricos para nuevos usos ha sido un tema sustancial en el Centro Histórico de la Ciudad de México. Más de 60 edificios se han adaptado para nuevas funciones en los últimos 10 años; muchos de ellos se han convertido en recintos culturales, académicos o centros de administración y servicio. Las adaptaciones realizadas están constituyendo un recurso para captar públicos diversos, logrando que la apreciación y utilización de los espacios monumentales no esté reservada a ciertos grupos sociales, sino que sea incluyente. Esto incrementa las oportunidades para asegurar la conservación del patrimonio y amplía el espectro de visitantes y usuarios del Centro Histórico.

Una premisa para el proceso de revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de México ha sido contrarrestar la tendencia hacia la especialización de funciones urbanas que en las décadas anteriores inclinó la balanza hacia el comercio. Los servicios, aunque con un crecimiento relevante, ocupan el segundo escaño de las actividades económicas. Recuperar los equilibrios urbanos implica considerar no sólo la intervención física sino también

la atracción de funciones para ampliar la gama de usos y actividades que inician en el interior de los edificios, extendiéndose hacia los espacios públicos. La función residencial ha llevado el acento en las acciones realizadas dentro del Centro Histórico, dado su efecto catalizador en el aprovechamiento y conservación del sitio, pero sobre todo dada su vitalidad como efecto cotidiano.

El Corredor Peatonal Madero, convertido en un escaparate del Centro Histórico, es escenario de la más amplia diversidad social que en un día cualquiera se expresa con más de 100,000 personas, uno de los principales atractivos actuales del centro. El Corredor Peatonal Alhóndiga, situado en el populoso entorno de la antigua Merced es, al contrario de Madero, el eje del comercio tradicional y la vida barrial, atractivos únicos de públicos que buscan adentrarse en lo más profundo de las ciudades históricas.

Un ejemplo de equilibrio urbano logrado con los procesos de revitalización de entornos históricos puede apreciarse en torno al ahora llamado Corredor Cultural Regina, un proyecto iniciado en 2007 y que fue el gran detonador de la regeneración del sector sur del Centro Histórico. Este sector que conservaba aún una buena cantidad de viviendas habitadas, muchas de ellas rehabilitadas a raíz del sismo de 1985, conservaba una vida comunitaria contenida entre sus muros ante el deterioro de sus espacios públicos, ocupados por automóviles, indigentes e inseguridad. La transformación de la calle Regina y la plaza en un corredor peatonal transformó la dinámica de la zona; se incorporó un diseño contemporáneo, y se mejoró el alumbrado introduciendo también la iluminación artística de fachadas para estimular su recorrido nocturno. La población local, inicialmente dudosa del beneficio que el proyecto traería a la zona, se apropió inmediatamente del corredor adoptándolo como escenario de su vida urbana, del encuentro entre vecinos y de actividades culturales. Proyectos alternos se han ido sumando a la vitalidad de la zona; la llegada de nuevos residentes que han ido aprovechando los espacios antes ocupados por bodegas o simplemente abandonados en los años precedentes ha conformado una mezcla social que es su principal atractivo. A cinco años de la intervención, Regina muestra la cotidianidad del Centro Histórico, lo nuevo y lo antiguo conviven con la propia controversia de sus edades pero construyen nuevos valores que son reconocidos por vecinos y visitantes. La oferta cultural ligada a la actividad académica y artística de

las instituciones formales se entrelaza con las tradiciones populares y las nuevas expresiones de jóvenes creadores.

Comenzar la recuperación de los centros históricos por el mejoramiento del espacio público es una fórmula bondadosa para la revitalización urbana que se ha comprobado en el Centro Histórico de la Ciudad de México:

- Mejora las condiciones en las que se realiza la vida diaria.
- Propicia el sentimiento de orgullo por la ciudad entre ciudadanos.
- Es un mecanismo de inclusión pues se democratiza el uso y aprovechamiento del espacio.
- Fomenta el conocimiento y apreciación sobre el sitio.
- Despierta el interés y la construcción de un sentido de responsabilidad sobre su cuidado.
- Detona la recuperación de edificios y de actividades diversas.
- Ubica al Centro Histórico como referente de la ciudad.

Con el mejoramiento del espacio público, se facilitan otros proyectos que han sido estratégicos en la regeneración del Centro Histórico. Si bien todos ellos son visualizados desde las necesidades de la ciudad y su población, se transforman de cierta manera en atractivos turísticos. Algunos ejemplos:

- Refuncionalización y rehabilitación de edificios históricos para museos, centros educativos, centros de cultura tradicional y experimental, servicios gastronómicos y de hospedaje, centros de información y documentación, espacios deportivos.
- Modernización de infraestructuras y servicios públicos (modernización de la red eléctrica y del alumbrado público, renovación de redes hidráulicas y fibra óptica).
- Nuevos mecanismos de mantenimiento del espacio público, tratamiento de áreas verdes y saneamiento del arbolado (Intendencia del centro Histórico, cartillas de mantenimiento).
- Nuevas formas de naturación (jardines verticales, jardines itinerantes y azoteas verdes).

- Mejoramiento de la movilidad (bicicleta, taxis eléctricos y ciclo taxis, y Metrobús Línea 4).
- Nuevos servicios dirigidos a sectores vulnerables (jardín vecinal para niños, Clínica Impulso con métodos interactivos para la salud de los jóvenes).
- Señalización y comunicación urbana adecuada (a escala del peatón, utilizando modelos de navegación integrales y precisos, en diferentes idiomas).

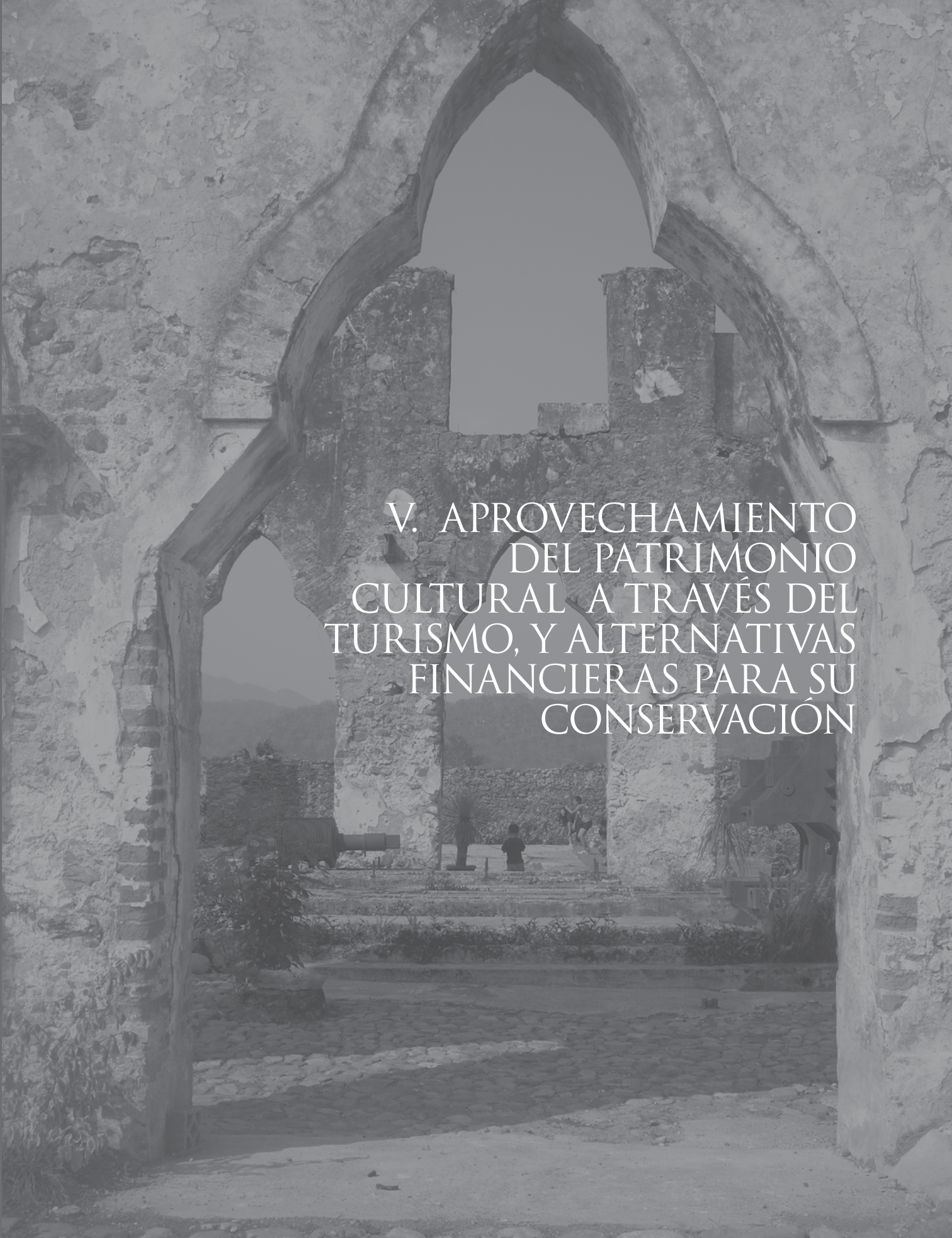
Elevar y sostener la calidad de los servicios turísticos es fundamental para ofrecer destinos que respondan a las necesidades de los visitantes. Para ello es necesario contar con información actualizada sobre el perfil del turista y sobre los niveles de servicio. Con base en estos datos se deben diseñar estrategias que mejoren la situación de ambos aspectos. En el caso del Centro Histórico de la Ciudad de México, se cuenta con estudios sobre el perfil de los visitantes y el grado de satisfacción de los servicios turísticos, así como sobre la percepción que tienen del espacio público como elemento de contacto más importante con la ciudad.

Puede destacarse que el Centro Histórico de la Ciudad de México se ha convertido en uno de los principales destinos turísticos del país, recibiendo más de 2 millones de turistas alojados en el sitio. Los datos indican que 9 de cada 10 visitantes extranjeros que recibe la ciudad, visita el Centro Histórico. La vinculación con el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México mediante la Línea 4 del Metrobús está aumentando estos números demostrando que la conectividad es una condición buscada en los sitios turísticos y que puede ser otorgada mediante proyectos específicos que los acerquen a la modernidad sin dañar sus valores culturales.

La opinión rescatada entre vecinos y visitantes del Centro Histórico, así como las estadísticas y estudios específicos, indican también que el mantenimiento cotidiano del espacio público es un aspecto que debe ser cuidado por las administraciones locales. En las ciudades las actividades urbanas usualmente generan impactos que deterioran la calidad de la residencia y de la estadía en el caso de los turistas. Una manera de abordar estos impactos incorpora la participación colectiva de vecinos, comerciantes, operadores turísticos e incluso visitantes, para detección

de conductas que dañan el patrimonio, la eficiencia de los sistemas urbanos y la salud de las personas. A partir de ello las administraciones locales deben establecer parámetros, reglas y mecanismos para controlar tales condiciones. Involucrar a los ciudadanos en el cuidado de la ciudad y de los bienes culturales es también una manera de lograr mejores resultados y de manera más permanente, pues la conciencia colectiva puede ser más perdurable que las administraciones gubernamentales.

Conviene también indagar continuamente sobre la percepción de los ciudadanos respecto a los procesos de revitalización para medir los impactos en las costumbres y valores arraigados, y los conflictos por nuevas actividades y nuevos flujos de población, evitando el mono uso comercial o turístico que se evidencia en algunos lugares y lograr un equilibrio armonioso entre usos y actividades. Los medios de difusión, la incorporación de redes sociales, la comunicación sobre eventos, la realización de noticias y demás medios de conocimiento y divulgación permiten mayor acercamiento con los visitantes y habitantes de estos sitios.



V. APROVECHAMIENTO
DEL PATRIMONIO
CULTURAL A TRAVÉS DEL
TURISMO, Y ALTERNATIVAS
FINANCIERAS PARA SU
CONSERVACIÓN

EL PATRIMONIO COMO UN BIEN PÚBLICO Y EL ROL DE LA DIFUSIÓN DE LA CULTURA EN LA REDISTRIBUCIÓN DE LOS BENEFICIOS DEL TURISMO

VERÓNICA GRONDONA OLMI ¹



¹ Verónica Grondona Olmi desarrolla, desde hace cinco años, un sitio web cuya visión es ser la web de referencia en la integración del turismo y la cultura en Argentina, con el título: *Argentina para mirar: el país a través de su cultura*, www.argentinaparamirar.com. Además es consultora experta en turismo y economía para el Ministerio de Turismo de la Nación.

El patrimonio material e inmaterial tiene estrechos vínculos con la economía, al grado de ser considerado un importante actor económico.

El patrimonio es utilizado hoy como soporte natural de festivales de luces y sonido, de teatro, conciertos, reconstrucciones históricas, exposiciones, seminarios, hotelería, etcétera, y es también generador de “productos culturales” específicos, clasificados hoy dentro de las “industrias culturales”.

Asimismo, la continua interacción entre el sistema de valores, determinado por la identidad cultural —que tiene su anclaje también en el patrimonio cultural—, y las instituciones, consolida la transmisión del *know-how* entre pequeñas y medianas empresas, jugando un importante rol en la innovación tecnológica.²

Por otra parte, el turismo, reconocido hoy por los aportes que puede hacer al desarrollo económico por involucrar a una amplia gama de empresas, muchas artesanales, pequeñas y medianas, brindando importantes fuentes de empleo, se desarrolla en torno al patrimonio cultural y natural.

Finalmente, para que puedan desarrollarse ambos aspectos del patrimonio, el cultural y el económico, deben llevarse a cabo actividades de conservación, las cuales a su vez constituyen una fuente de recursos económicos para profesionales, empresas y artesanos.³

A la hora de pensar la manera en que debe gestionarse el patrimonio, es necesario considerar que éste tiene las características de lo que en economía se conoce como bienes públicos.

Los bienes públicos tienen dos propiedades básicas. En primer lugar, no cuesta nada que otra persona más disfrute de sus ventajas. Formalmente, el hecho de que un individuo adicional disfrute del bien tiene un costo marginal nulo.⁴ Es decir, los costos de mantenimiento de un edificio que

² Para un mayor análisis, véase Arnoldo O. Delgado (2004), “Operacionalización del patrimonio para el Desarrollo Local”, en *Premio Anual de Arquitectura, Urbanismo, Investigación y Teoría 2001*. La Plata: CAPBA.

³ Beatriz Amarilla (1998). “El significado económico del patrimonio cultural y natural”, en *Anales LINTA (Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente)* 98. Buenos Aires: Comisión de Investigaciones Científicas-Ministerio de la Producción y el Empleo de la Provincia de Buenos Aires.

⁴ Joseph E. Stiglitz (1988). *La Economía del Sector Público*. Barcelona: Antoni Bosch, editor. 2ª Edición.

por sus características pueda ser considerado patrimonio arquitectónico, son los mismos si quienes disfrutan de apreciarlo son diez ó 500 personas por día. En segundo lugar, en general, es difícil o imposible impedir que se disfrute del bien público. No se puede restringir del disfrute de un centro histórico a quienes deseen hacerlo, excepto que amurallemos la ciudad y dejemos pasar únicamente a un número limitado de personas.

En resumen, los beneficios del patrimonio para la sociedad en su conjunto son superiores a sus costos, pero los beneficios para un individuo o empresa resultan inferiores a los costos que éstos deben afrontar para su conservación.

De la misma manera, puede considerarse que la salvaguarda del patrimonio, tanto del natural como del cultural, material e inmaterial, genera lo que se conoce como “externalidades positivas”: no sólo brinda beneficios para quien explota económicamente dicho patrimonio, sino que también los genera para un conjunto más amplio de agentes, como quienes lo aprovechan desde el turismo, y para la sociedad para la cual forma parte de su identidad.

Es por ello que cuando llevamos estos bienes al mercado, nos encontramos con que éste tiende a subvalorarlos. Y así, cuando queremos proponerle al sector privado, a un individuo o a una empresa, que se haga cargo del mantenimiento de un edificio que ha sido considerado patrimonial, difícilmente estará dispuesto a afrontar los costos totales por no considerar posible la apropiación de los beneficios completos de su explotación, ya que habrá un conjunto de agentes externos que también se beneficiarán de ellos, sin que necesariamente se les pueda cobrar nada.

Dado el importante beneficio que reporta el patrimonio cultural a las comunidades a las que pertenece, es necesario que el sector público acompañe y apoye al sector privado para lograr su conservación ya que el mercado, por sí mismo, hará un uso ineficiente de estos recursos. Aun cuando esto ocurre muchas veces en la práctica, su eficacia es compleja de analizar en parte porque los bienes considerados patrimoniales o lugares de exhibición del patrimonio, como los museos, se encuentran en manos de propietarios diversos (que pueden ser privados, municipales, provinciales o nacionales) pero también porque los gobiernos no siempre

logran destinar recursos para la conservación de todos los bienes patrimoniales.

Esto lleva a que haya bienes que se encuentran en buen estado porque tanto el estado, como la comunidad y organismos no gubernamentales participaron en su conservación. El ejemplo argentino de ello son las innumerables capillas coloniales del interior del país o los museos nacionales, muchas veces apoyados por asociaciones de amigos que recaudan fondos tanto para su mantenimiento como para el montaje de las muestras.

En otros casos, en que su conservación depende únicamente del estado, sin contarse para ello de aportes privados quizá por motivos vinculados a la apropiación que del bien hace o no hace la sociedad a la que le pertenece (como es el caso de Las Tamberías del Inca de Chilecito en la provincia de La Rioja),⁵ los bienes patrimoniales terminan en una situación de supervivencia tan precaria como si ésta dependiera únicamente del mercado.

Existen otros casos, cuya conservación es aún más compleja de analizar porque no han sido declarados patrimoniales, que sin embargo forman parte de la identidad cultural de una comunidad, barrio o localidad; y que además pueden ser aprovechados para una distribución más equitativa de los beneficios del turismo.

Se podría citar a modo de ejemplo al Barrio de La Boca, en la ciudad de Buenos Aires. Es un barrio históricamente marginado, que a partir de la segunda mitad del siglo xx sufrió profundas transformaciones como consecuencia del cese del Riachuelo como puerto auxiliar de Buenos Aires y las crisis económicas y las políticas desindustrializadoras que fueron desarticulando su vida económica y su entramado social. Siendo hoy el turismo su eje de actividad económica, se desarrolla principalmente alrededor de dos arterias: la Av. Pedro de Mendoza y su desvío hacia la calle Caminito, declarada Monumento Histórico Nacional, y la Cancha de fútbol del Club Atlético Boca Jrs.

El hecho de que su actividad turística se dé hoy en torno a dos polos de atracción patrimonial genera una serie de conflictos para el barrio: los beneficios económicos de la explotación turística son captados por un número limitado de agentes; se ha recurrido a una mercantilización

⁵ Sobre las Tamberías del Inca de Chilecito, en la provincia de La Rioja, Argentina, Alberto Rex Gonzalez decía en 1982 que sin duda era "el asentamiento inca más importante de la región del Centro-Oeste[...]." Sin embargo, hoy se encuentra muy deteriorado por haber sido utilizado en la construcción del cementerio y del Hotel Nacional de Turismo de Chilecito en 1942, y como un predio para arrojar basura y escombros en la actualidad. Para más información véase "Las Tamberías del Inca de Chilecito, provincia de La Rioja" (2011) en www.argentinaparamirar.com.ar.

de la cultura, con la consiguiente pérdida en la identidad cultural de los locales: ¿Dónde se asienta ésta hoy? ¿En el puerto que fue La Boca ayer? ¿O en Caminito y los colores que Quinquela Martín, el más internacionalmente conocido de sus artistas, le dejó al barrio?; y termina en una pérdida de valor para el turista, ya que su explotación turística termina siendo artificial.

Sin embargo, La Boca tiene un conjunto más amplio de bienes culturales que forman parte de la identidad cultural del barrio, hayan sido o no declarados patrimoniales, que se encuentran en diversas manos, y abarcan un espacio geográfico menos delimitado. Por ejemplo, las múltiples asociaciones de La Boca (Asociación Ligure de Socorros Mutuos, Asociación de Bomberos Voluntarios, la Sociedad Verdi, Asociación El trapito, etc.); las comparsas de carnaval; las técnicas constructivas en los conventillos; la ornamentación de las casas de La Boca; los titiriteros y teatros; la Calle Garibaldi; los artistas que han retratado La Boca y que continúa generando el barrio; y las fiestas religiosas; entre otros.

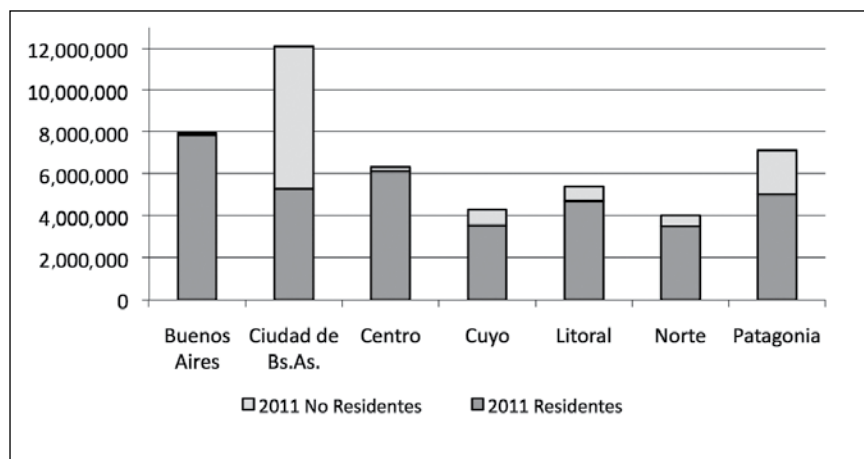
Actualmente, estos bienes culturales permanecen ocultos detrás de la publicidad que recibe la Av. Pedro de Mendoza, Caminito y la cancha de Boca Jrs. como elementos identitarios del barrio.

Este mismo ejemplo podría extrapolarse para la Argentina en su conjunto, cuya diversidad cultural queda muchas veces oculta para el turista, y confusa para el local, tras la continua difusión turística de los estereotipos del gaucho, las empanadas, el asado y el tango como rasgos característicos de lo que parecería querer ser una “única” cultura argentina. Ello, por su parte, no contribuye a resolver las asimetrías existentes en la captación de turistas entre la ciudad de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires a la que está integrada después, y el resto del país (véase Gráfico 1 en la página siguiente).

Desde el ámbito privado o de las organizaciones no gubernamentales se han generado en los últimos años algunas alternativas de desarrollo turístico más descentralizadas y colaborativas, como son las Redes de Turismo Sostenible o Turismo Rural Comunitario, que abarcan a un amplio conjunto de actores con interés en dedicarse al turismo considerando su sostenibilidad.

En el caso citado del Barrio de La Boca, algunas asociaciones culturales importantes por su identificación con la identidad del barrio, así como

Gráfico 1. Pernoctaciones de turistas residentes y no residentes en alojamientos hoteleros y parahoteleros. 2011.



Fuente: elaboración propia con base en datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del Ministerio de Turismo de la Nación Argentina.

por estar compuestas enteramente por vecinos, han logrado integrarse a los circuitos turísticos, como es el caso del Grupo de Teatro de Catalinas Sur, un grupo de actores barriales que reproduce la tradición titiritera de La Boca desde hace 28 años y que además pertenece a la Red de Turismo Sostenible de La Boca y Barracas. Estas iniciativas contribuyen a quitar la atención de los polos de atracción turística, redistribuyendo las ganancias que genera el turismo entre un conjunto más amplio de personas de manera más equitativa.

Podría reforzarse el aspecto sostenible, en particular el culturalmente sostenible de estas iniciativas de turismo si quienes las integran utilizaran el material que tienen a la mano por su historia y pertenencia a los lugares en que se desarrollan como hilo conductor de la red, y así difundirlo para el turismo desde los rasgos que hacen a su diversa y compleja identidad.

Asimismo, es importante acompañar estos esfuerzos desde la academia, difundiendo el significado cultural del territorio y los recursos existentes en él, desde una perspectiva antropológica, histórica, arquitectónica, arqueológica, y no meramente turística, vertebrados a través de rutas culturales en vez de rutas turísticas.

El Estado tiene un rol clave también en la difusión cultural. En la Argentina, ha asumido esta tarea desde la Secretaría de Cultura de la Presidencia de

la Nación y desde el Ministerio de Educación, los cuales, entre otras cosas, incentivan la creación de contenidos audiovisuales vinculados a la transmisión cultural. En este marco, el Canal *Encuentro* y el Canal *Paka Paka* contribuyen al afianzamiento de la identidad, mostrando imágenes y experiencias que dan cuenta de la diversidad cultural de la Argentina y de Latinoamérica.

Estos esfuerzos impactan en el turista nacional a la hora de hacer su valoración de los destinos a elegir y las experiencias a valorar. Sin embargo, aún resta orientar hacia el mismo objetivo la difusión que se realiza para el turismo receptivo.

VALOR ECONÓMICO DE LA SEMANA SANTA EN LA ANTIGUA GUATEMALA

JULIO SOLÓRZANO FOPPA ¹



¹ Julio Solórzano Foppa, maestro en historia, es productor de cine, televisión, conciertos y festivales.

EL VALOR ECONÓMICO DE LA CULTURA EN GUATEMALA

El único estudio integral que se ha hecho sobre el valor económico de la cultura en Guatemala fue realizado por el economista mexicano Ernesto Piedras en el año 2007 y fue encargado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala. Aunque este tipo de estudios se ha llevado a cabo en la mayor parte de los países de Europa, y en Estados Unidos, Canadá, México, Brasil, Argentina, Colombia y Perú, el de Piedras fue el primero que se hizo en la región Centroamericana. Ese estudio, denominado *Guatemala: un análisis de la contribución económica de la cultura*, nos presenta algunos datos reveladores:

- Las industrias culturales contribuyen con el 7.26% del PIB de Guatemala y, si se incluye la economía “sombra” (informal o ilegal), el aporte sube al 9.02% del PIB.
- El crecimiento del sector registró una tasa promedio anual de 7.3% entre 2001 y 2005.
- En esos años, el valor agregado de la economía cultural pasó de Q11,399 millones en 2001, a Q15,115 millones en 2005.
- Comparando la aportación de las industrias culturales contra otros sectores económicos de Guatemala, éstas se ubican por encima de sectores como la minería, la construcción y algunos servicios como agua, electricidad y gas.
- Las industrias culturales contribuyeron a emplear el 7.14% de la Población Económicamente Activa del país.
- En 2005, las industrias culturales generaron 318,490 empleos y representaron uno de los sectores más dinámico y con mayor potencial en la generación de nuevos empleos.

- A pesar del enorme acervo cultural de Guatemala y de su dinámica economía interna, en el ámbito del Comercio Exterior, en el periodo de 2000 a 2004, el sector de las industrias culturales presentó un déficit comercial promedio de casi 4 a 1; esto significa que por cada dólar que exportamos de bienes culturales, importamos cuatro.

Tanto el estudio general del valor de las industrias culturales en Guatemala realizado en 2007, como el presente estudio sobre la Semana Santa en La Antigua realizado entre 2011 y 2012, permiten comprender mejor el extraordinario potencial de desarrollo económico que tiene la cultura en Guatemala, ya que se trata de actividades económicas que propician el desarrollo en todos los estratos sociales y que son, además, industrias no contaminantes que promueven de manera muy significativa otros aspectos del desarrollo social y humano.

Estos estudios que nos revelan el valor económico de la cultura y su enorme potencial, constituyen esfuerzos que pueden encaminarse hacia la elaboración de una Cuenta Satélite de Cultura, derivadas de —y complementarias a— la información contenida en las Cuentas Nacionales que calcula el Banco de Guatemala, así como de estudios como los mencionados anteriormente y otros estudios específicos a realizarse. Eventualmente, la realización de la Cuenta Satélite de Cultura en Guatemala proporcionará de manera precisa y detallada información útil para el diseño de políticas públicas nacionales que permitan el aprovechamiento de los recursos culturales por parte de las instituciones del Estado y de los inversionistas privados.

MOTIVACIÓN Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE LA SEMANA SANTA EN LA ANTIGUA GUATEMALA

Las celebraciones populares, como fenómenos culturales, tienen un innegable impacto económico y social, tanto sobre las comunidades donde tienen lugar como en los lugares aledaños. Aunque en Guatemala se producen innumerables celebraciones populares a lo largo del año, no existen estudios concretos donde se estime tal impacto. El presente estudio tiene como propósito empezar a llenar ese vacío de información mediante un ejercicio de cuantificación del valor económico de la Semana Santa en La Antigua Guatemala,

una de las celebraciones populares culturalmente más ricas e impresionantes del país. A partir de dicha cuantificación es posible extraer conclusiones y recomendaciones de potencial utilidad para la definición de políticas públicas que no sólo preserven el patrimonio cultural, sino que también lo potencien como una fuente generadora de bienestar para los guatemaltecos.

Las manifestaciones de arte y cultura tienen en sí mismas un valor simbólico en muchos sentidos, de calidad, estético e histórico, pero tienen, además, valores de carácter humano, social y económico. Para la comprensión de los valores económicos de la cultura en la actualidad, y de su potencial para el futuro, es menester realizar estudios en los ámbitos específicos en los que se está interesado. Así, los estudios de economía de la cultura tienen el propósito de comprender cómo funcionan los distintos fenómenos económicos asociados a las manifestaciones culturales, a fin de aprovecharlos en todo su potencial y facilitar la elaboración de políticas públicas que permitan un mayor beneficio para todos los involucrados.

Como se verá más adelante, en Guatemala casi no existen antecedentes al respecto, mientras en otras regiones abundan los estudios sobre la economía de la cultura, los cuales pueden ser de muy diversa naturaleza: estudios generales de la economía de la cultura de un país completo, de una región o una ciudad; estudios de industrias culturales específicas como la música, el cine o las industrias editoriales; estudios económicos de actividades culturales como el turismo cultural, los museos y sitios arqueológicos; o, el estudio del impacto económico de fenómenos culturales como festivales artísticos, fiestas populares y eventos religiosos-culturales. A esta última categoría pertenece el presente análisis.

La relevancia de las celebraciones de la Semana Santa en La Antigua Guatemala radica en que estas generan una gran cantidad de visitantes nacionales y extranjeros, dadas cinco características fundamentales que definen a esta celebración popular:

- Primera, las procesiones. La importancia y belleza de las celebraciones religiosas católicas de la Semana Santa en La Antigua, principalmente centradas en —aunque no circunscritas a— los cortejos procesionales en andas, sumamente elaborados, algunos con elementos artísticos de la época colonial y en los cuales las figuras son cargadas por miles de devotos ataviados con túnicas, con diversos

accesorios y complementos de vestuario, y el acompañamiento de bandas musicales.

- Segunda, las alfombras. Las coloridas alfombras hechas por los propios habitantes de la ciudad para el paso de las procesiones, elaboradas con vistosos materiales como aserrín, flores, frutas y verduras.
- Tercera, las tradiciones. Se trata de tradiciones muy arraigadas en la comunidad, que se han mantenido a lo largo de los años debido a numerosos factores, siendo quizás el más importante el enorme trabajo y dedicación de las hermandades, organizaciones de devotos que aportan un trabajo voluntario a lo largo de muchos meses, en la preparación y realización de las procesiones y demás actos conmemorativos.
- Cuarta, el escenario. La Antigua Guatemala es una ciudad colonial de extraordinaria belleza, clima benigno y una naturaleza circundante excepcional que incluye tres volcanes, uno de ellos en actividad.
- Quinta, la accesibilidad. La Ciudad de La Antigua Guatemala se encuentra cerca de numerosas poblaciones y ciudades; en particular, a una hora por carretera está la Ciudad de Guatemala (de cuatro millones de habitantes) y de su aeropuerto internacional, el más importante del país. Todo esto permite que muchos de los visitantes puedan participar de las celebraciones sin necesariamente tener que hospedarse en La Antigua Guatemala.

Este fenómeno cultural y religioso genera una actividad económica concentrada en esos días, tanto en los procesos preparativos de las procesiones, como lo generado por los visitantes durante la Semana Santa. Aunque las preparaciones se dan a lo largo de los meses anteriores y en particular, desde el principio de los 40 días de la Cuaresma, resultaba importante estudiar el fenómeno concentrado en esa ciudad durante los 8 días comprendidos entre el Domingo de Ramos y el Domingo de Resurrección. Las preparaciones y algunas ceremonias tienen lugar también en municipios aledaños a la ciudad de La Antigua, aunque este estudio de impacto económico se circunscribe al municipio de La Antigua.

ALGUNAS CONCLUSIONES

- La Semana Santa en La Antigua es la fiesta popular más importante de la ciudad y una de las más importantes del país. Es una tradición

que fusiona muchos elementos de arte, cultura y religiosidad, que conjuntan un rico patrimonio cultural material e inmaterial, capaz de convocar a visitantes del resto de Guatemala y del extranjero para participar de forma directa o como espectadores. Todo lo anterior lleva a concluir que la Semana Santa en la ciudad de La Antigua Guatemala constituye un fenómeno cultural y económico de trascendental importancia con proyección desde lo local a lo nacional, trascendiendo fronteras.

- Aproximadamente el 86% de quienes visitan La Antigua durante la Semana Santa son Guatemaltecos. Del restante 14% (de origen extranjero), la mayoría (52%) proviene de Centroamérica (sobresaliendo los visitantes de El Salvador), seguidos en orden de importancia por los europeos (18% del total de visitantes extranjeros) y estadounidenses (17%).
- En la metodología de cálculo empleada en este estudio se cuantifican los efectos económicos por el lado del gasto, es decir, contabilizando los gastos (la demanda de bienes y servicios) que realizan los directamente involucrados en el evento (efecto directo) y el público (efecto indirecto), así como los gastos “de segunda vuelta” (efectos inducidos) derivados de los dos mencionados, los cuales arrojan un impacto económico total de alrededor de Q672.7 millones, tal como se muestra en el cuadro de la página siguiente.
- De las cifras anteriores se deduce que la Semana Santa antigüeña es un fenómeno económico-cultural altamente costo-efectivo pues, por un lado, el efecto indirecto que genera el público asistente es más de 62 veces superior al costo (efecto directo) que genera su producción y, por otro lado, la generación de valor de producción derivada (es decir, los impactos indirectos sumados a los inducidos) es más de 165 veces mayor a los costos de producción de la celebración (es decir, los impactos directos).
- En términos relativos, el valor bruto de la producción generado por la Semana Santa en La Antigua (Q671.7 millones de impacto total) equivalen a un 0.13% del valor nacional; eso quiere decir que si ese valor generado en una sola semana se replicara a lo largo del año (52 semanas), el valor bruto de la producción generada por este evento

**Resumen del impacto económico
 de la Semana Santa en La Antigua en el 2011**

| | | |
|------------------------------|----------------------|--------|
| I. Efecto total | Q 672,712,608 | 100.0% |
| Ii. Efecto inducido | Q 416,352,719 | 61.9% |
| A. Por gasto directo | Q 6,587,231 | 1.0% |
| B. Por gasto indirecto | Q 409,765,488 | 60.9% |
| Iii. Efecto indirecto | Q 252,303,948 | 37.5% |
| A. Por residentes | Q 15,927,345 | 2.4% |
| B. Por foráneos | Q 236,376,603 | 35.1% |
| Iv. Efecto directo | Q 4,055,940 | 0.6% |
| A. Por hermandades | Q 1,889,435 | 0.3% |
| B. Por entes de gobierno | Q 1,314,760 | 0.2% |
| C. Por residentes | Q 851,745 | 0.1% |

cultural equivaldría a un 6.99% de la producción bruta nacional. Al tomar en cuenta que la población total de La Antigua (de alrededor de 45 mil habitantes en 2011) representa solamente un 0.3% de los 14 millones de guatemaltecos, es posible afirmar que, como acontecimiento económico, la Semana Santa en la Ciudad Colonial es un evento con un altísimo grado de expansión de valor productivo.

LA EXPERIENCIA DEL FONATUR

CONSTANZA SUÁREZ JIMÉNEZ ¹



¹ Constanza Suárez Jiménez, arquitecta, es subgerente de Nuevos Proyectos de FONATUR.

LA EXPERIENCIA DE FONATUR

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), como eje estratégico para el desarrollo de la inversión turística sustentable en México, contribuye a la mejora e igualdad social y a la competitividad de sector turístico mediante la concreción de proyectos de inversiones sustentables orientados a mejorar la calidad de vida de la población, a la generación de empleos y al pleno desarrollo de su personal en un ambiente libre de discriminación e igualdad entre hombres y mujeres.

La experiencia de FONATUR se ha centrado en la creación de los llamados Centros y Proyectos Integralmente Planeados, que han puesto en el mapa mundial a México durante los últimos 38 años, a través de la planeación, desarrollo, comercialización y administración de sus seis polos de desarrollo turístico: Cancún, Ixtapa, Huatulco, Los Cabos, Loreto, Litibú y, de desarrollo en proceso, Playa Espíritu, Capomo y Marina Cozumel.

Desde hace una década, FONATUR instrumentó el Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios con el objeto de compartir su experiencia en la planeación integral de nuevas regiones y destinos para el aprovechamiento sustentable de sus recursos naturales y culturales, y la transformación de su potencial en oportunidad responsable de negocio.

EL TURISMO EN MÉXICO

Nuestro país se encuentra entre los diez primeros países con mayores llegadas de turistas en el mundo. En los últimos 12 años se ha movido, con ascensos y descensos, en la franja de los 20 millones de turistas internacionales al año y se realizan más de 140 millones de viajes turísticos domésticos.

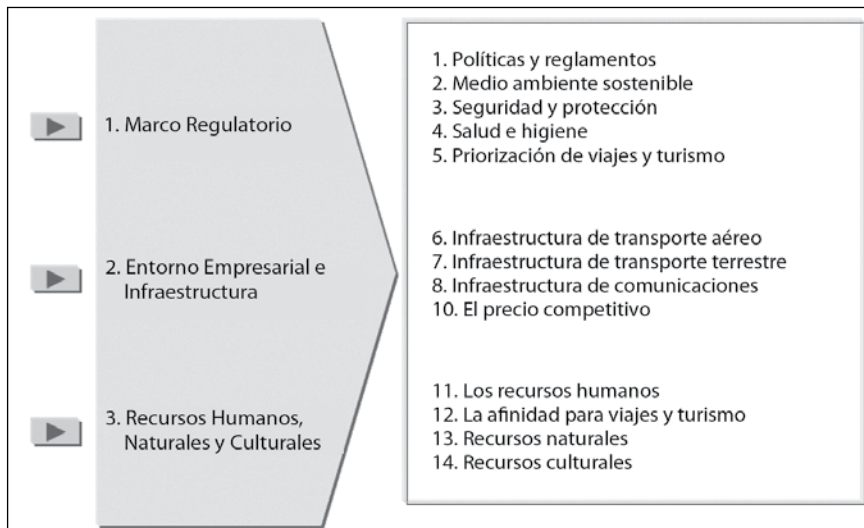
Sin duda el turismo representa una de las principales fuentes de divisas para muchos países por su efecto multiplicador y de distribución del

ingreso, además de que fomenta la creación de empleos en el corto plazo. En este sentido, el turismo, como actividad económica, impulsa la reactivación de economías locales y regionales.

Para la economía nacional el turismo representa hoy la cuarta actividad más importante en la generación de divisas² después de las exportaciones petroleras, la industria maquiladora y las remesas.

En nuestro país tenemos una enorme responsabilidad en materia de aprovechamiento de los recursos naturales y culturales; para mejorar el nivel de competitividad que a nivel mundial detenta el turismo en México (lugar 43 mundial y primero en Latinoamérica), podemos apoyarnos en la metodología y cálculo del Índice de Competitividad de Turismo del Foro Económico Mundial, en el cual se evalúan 14 elementos en tres aspectos generales: Marco regulatorio; Elementos de Infraestructura/Entorno Empresarial; y Recursos (humanos, naturales y culturales). Los resultados de estos elementos para México son muy interesantes ya que nos indican en qué sentido debemos dirigirnos.

Esquema 1. Componentes del Índice de Competitividad del Turismo



Fuente: *The Travels & Tourism Competitiveness Report 2011*. World Economic Forum.

México cuenta con:

- Grandes recursos naturales y culturales
- Una calificación promedio de infraestructura y entorno empresarial.

² Banco de México (2009). "Balanza Comercial, Informe Anual 2009", en *Estudio de Gran Visión en la Definición de Estrategias y Líneas de Acción para el Desarrollo de los Nuevos Proyectos Turísticos de FONATUR, después de la crisis económica mundial 2009*. México: Banamex.

- Un marco regulatorio menor al promedio.

FONATUR tiene facultades para atender al segundo punto como engrane que se mueve entre los recursos naturales y culturales bajo un marco regulatorio, a través de la planeación integral de los destinos, que para el caso de los estados y municipios, se traduce en la generación de planes y programas (regionales, municipales, especiales, sectoriales, de desarrollo turístico) con validez oficial que aseguren su consecución y permanencia en el tiempo.

PLANEACIÓN INTEGRAL TURÍSTICA

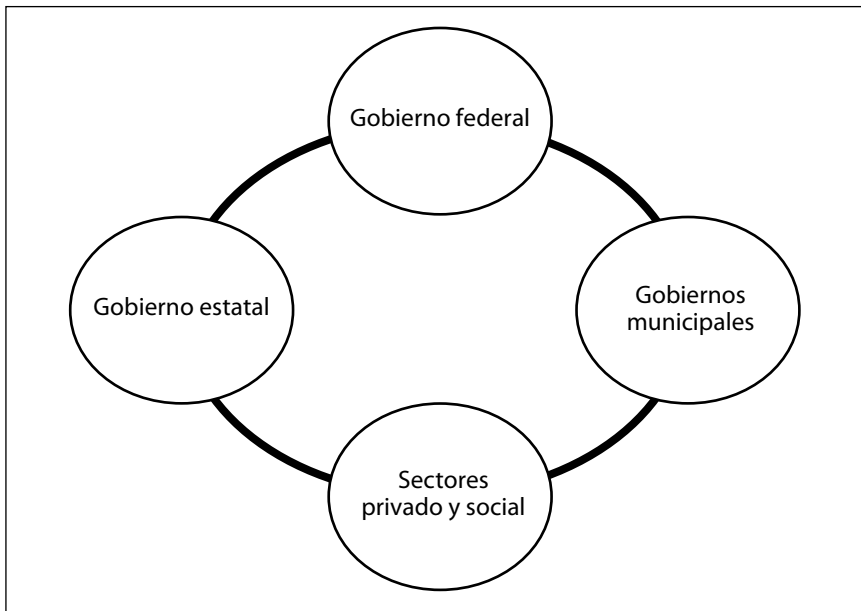
“Desarrollar para conservar” resume la visión que FONATUR tiene en relación con el patrimonio natural y cultural tangible e intangible de nuestro país. Se requiere generar las condiciones de rentabilidad de un recurso para su conservación y permanencia en el mercado turístico. Sin embargo, estas condiciones de rentabilidad, muchas veces, si no es que casi siempre, representan acciones que van más allá del valor absoluto propio del recurso (natural o cultural) para ponerlo en valor turístico; es por ello que se debe tener una visión integral para su aprovechamiento y transformación en producto turístico.

En este sentido, la planeación integral articula y programa, en el corto, mediano y largo plazos, las inversiones públicas y privadas, tendientes a implementar o complementar la infraestructura y equipamiento urbano y turístico, y la mejora de la imagen urbana de los sitios con potencial para posicionarlos o reposicionarlos en los mercados nacional e internacional.

Esta planeación integral involucra un análisis multifuncional de todos los factores y actores que inciden en el fenómeno turístico de forma estratégica y coordinada (ver esquema 2 en página siguiente).

De forma general, los factores del fenómeno turístico se identifican en el diagnóstico de un sitio o región con potencial, lo cual significa la realización de una serie de estudios preliminares (clúster, mercado, técnicos, entre otros) en el cual se identifican los recursos, sus características, el entorno (conectividad, mercado actual y potencial, segmentación de mercado, oferta primaria, secundaria y terciaria, demanda actual y potencial, capacidad de carga, horarios y estaciones de visita), y sus limitantes y/o condicionantes (legales, normativas, urbanas, geográficas, de accesibilidad, de infraestructura y servicios básicos).

Esquema 2. Actores de la planeación integral



A partir de este diagnóstico, se conciben los posibles productos, los objetivos y las metas, y se articula una estrategia de desarrollo para ponerlos en valor turístico, que de forma necesaria y conjunta se concilia con la comunidad, las autoridades públicas y organismos colegiados mediante talleres de planeación estratégica de participación.

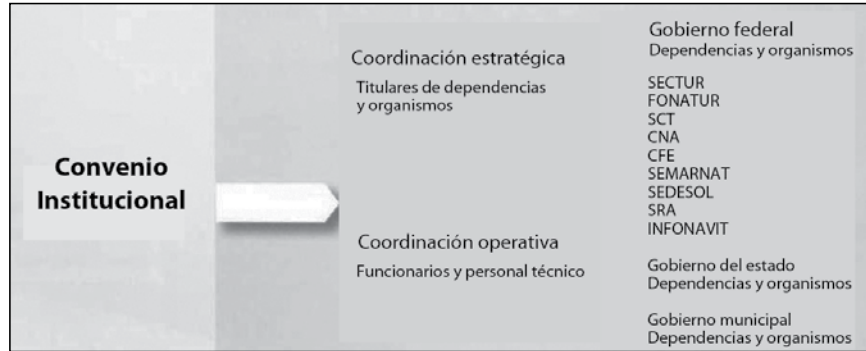
Una vez establecida la estrategia, se definen los programas específicos, las acciones y las inversiones a través de un programa multianual e intersectorial de ejecución, en el cual se integran los plazos, montos, responsables y rutas críticas necesarias para su desarrollo.

Este programa es el instrumento de mayor peso para el aprovechamiento de los recursos y su atención y seguimiento puntual puede garantizar su puesta en valor como producto(s) turístico(s) y alcanzar resultados exitosos; asimismo promueve la capacidad de gestión intergubernamental en las tareas de planeación, desarrollo y promoción de las inversiones turísticas, a través de la firma de Convenios Interinstitucionales.

En un esfuerzo sectorial, se ha convenido que, de forma prioritaria FONATUR, a través de este programa, atienda destinos seleccionados en el Programa de Pueblos Mágicos (cuyo objetivo primordial es poner en valor turístico

el patrimonio tangible e intangible de nuestro país) para articular la estrategia correspondiente y generar las condiciones para dotar de la infraestructura y obras necesarias para su correcta operación y funcionamiento.

Esquema 3. Involucrados en un Convenio Institucional

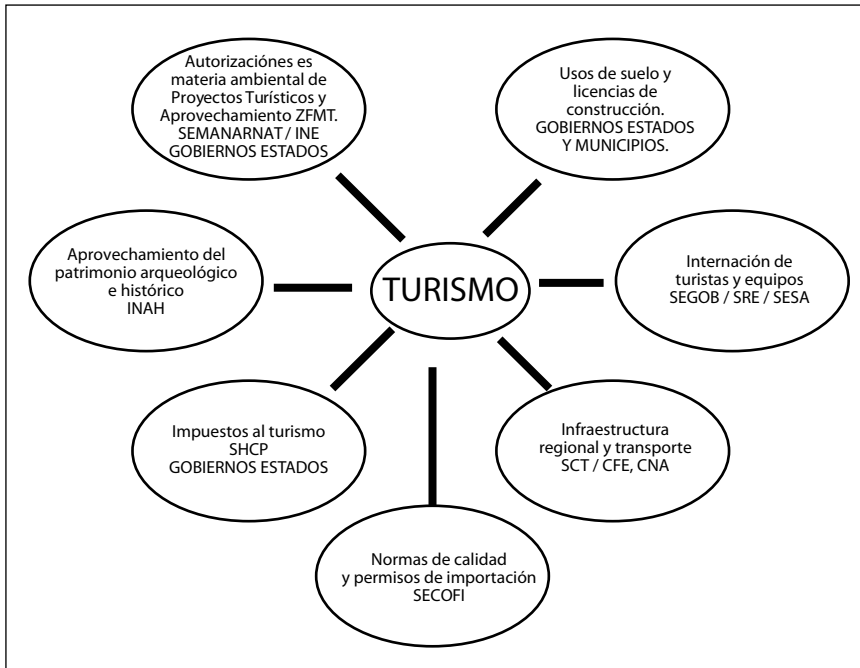


Asimismo FONATUR participa en el Comité Interinstitucional de Evaluación y Selección del Programa Pueblos Mágicos y en el Grupo de Trabajo de Evaluación Interna (GEI) de proyectos de la Secretaría de Turismo (SECTUR), en el que se analizan los proyectos presentados por las entidades federativas para ser incluidos en los convenios de coordinación en materia de reasignación de recursos celebrados entre SECTUR y los gobiernos estatales y municipales. A través de tales convenios se detonan inversiones que se vinculan, principalmente, con acciones identificadas en los planes y programas elaborados por FONATUR en materia de equipamiento turístico, mejoramiento de imagen urbana, accesibilidad carretera, desarrollo de infraestructura básica, saneamiento y protección al medio ambiente y al patrimonio cultural.

La planeación integral no sólo funciona para nuevos proyectos. También permite consolidar aquellos recursos que pueden considerarse productos turísticos formados y que requieran de una revisión para fortalecerse y hacerse más competitivos de acuerdo con las nuevas tendencias turísticas, ampliando o diversificando su mercado, y proponiendo líneas de acción que permitan su reposicionamiento.

El esfuerzo de la planeación integral trae sus frutos al sumar esfuerzos de las diferentes instancias que inciden en el turismo, para detonar destinos y/o productos a la altura de nuestro patrimonio.

Esquema 4. Áreas del sector público que inciden en el turismo



FONATUR, en el marco del Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos, ha celebrado convenios con instituciones públicas y organismos privados para fortalecer el aprovechamiento del patrimonio cultural de casos específicos mediante la evaluación de la factibilidad integral y el análisis de riesgo de los proyectos turísticos presentados por personas físicas, personas morales y grupos sociales, facilitando el acceso al financiamiento de la banca comercial, de desarrollo y de otras fuentes de recursos como las siguientes:

- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Apoya en el desarrollo de proyectos ligados con la actividad turística alternativa. En apoyo al Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas.
- Federación de Haciendas, Estancias y Edificios Históricos de México, A.C. Apoya en la transformación y consolidación de inmuebles históricos como proyectos turísticos.
- Financiera Rural. Presta servicios de capacitación, asesoría y consultoría a personas físicas y morales ubicadas en zonas rurales.

PRINCIPALES RETOS EN EL APROVECHAMIENTO DEL PATRIMONIO CULTURAL

Desde la perspectiva turística, existen grandes retos para el aprovechamiento sustentable del patrimonio cultural, que de atenderse, podrían dar resultados exitosos:

1. El principal reto es contar con un marco normativo que indique los pasos y los instrumentos necesarios para el aprovechamiento sustentable del patrimonio cultural, como ha sido el caso de los instrumentos que para los recursos naturales ha establecido la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, SEMARNAT, (caracterización ambiental, manifestación de impacto ambiental, estudio técnico justificativo...) que dirijan y acoten las acciones para facilitar la creación de nuevos proyectos turísticos que generen la derrama económica necesaria para su conservación.

Los planes de manejo de las zonas arqueológicas han sido un instrumento favorable para dicho fin. Sin embargo, no se debe perder de vista que las condicionantes ahí establecidas deben favorecer una tasa de retorno atractiva para el desarrollo de los proyectos; éste es el gran reto y el punto de equilibrio necesario.

2. El segundo es contar con un estudio de gran visión integral de aprovechamiento del patrimonio cultural de México, en el cual se identifiquen zonas prioritarias de atención de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo y el Programa Sectorial de Turismo, en colaboración y participación con las dependencias competentes (INAH, INBA, SECTUR, FONATUR, y gobiernos estatales). Debe evaluarse no sólo el valor absoluto del patrimonio, sino también su factibilidad de desarrollo turístico dentro de regiones turísticas identificadas con el objeto de generar sinergias, segmentación de mercado y productos turísticos factibles que incluyan los proyectos detonadores identificados por FONATUR, así como las acciones e inversiones identificadas en los programas que competen al aprovechamiento del patrimonio cultural de nuestro país.
3. Desde el ámbito del desarrollo y operación de los programas dirigidos al aprovechamiento de los recursos culturales, el reto

prioritario es la coordinación interinstitucional en los tres niveles de gobierno y la voluntad para asegurar las inversiones y acciones necesarias para el aprovechamiento exitoso del nuestro patrimonio.

EL TURISMO EN LAS CIUDADES CON PATRIMONIO

ADRIÁN PANDAL GONZÁLEZ ¹



¹ Adrián Pandal es director de Centro Histórico de la Ciudad de México.

El turismo puede considerarse la industria más importante del mundo, ya que representa alrededor del 10% del PIB mundial, y en los últimos años ha mostrado un crecimiento ligeramente mayor al resto de la economía, alcanzando cerca de un 3% anual. En nuestro país, de acuerdo con cifras de la Secretaría de Turismo, este sector representa el 9% del PIB y genera 7.5 millones de empleos: por ello se vislumbra como uno de los mayores promotores del desarrollo de nuestra sociedad.

En México, el turismo puede verse como un amplio abanico que conjuga distintos intereses y donde tienen cabida el mundo de los negocios, el entretenimiento, el ecoturismo, los deportes extremos y el turismo cultural, entre otros.

El turismo cultural, definido como el “viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” que abarca distintas temáticas o intereses, como puede ser lo urbano, lo arqueológico, etnográfico, literario, cinematográfico, funerario, de estudios o formación, científico y gastronómico, por mencionar algunos.

Este tipo de turismo está menos relacionado con las estaciones del año y tienen una duración promedio de 3 a 4 días. Anualmente, se dice que 70 millones de turistas realizan actividades relacionadas con la cultura. Sin embargo, en cuanto al turismo nacional, solo el 21% de nuestra población viaja por razones culturales.

El turismo cultural enriquece la vida no sólo de los viajantes sino también de los pobladores de las localidades ya que favorece la subsistencia de las tradiciones locales que a efecto de la globalización se han ido perdiendo frente a la homogeneización del mundo.

Aunado a los beneficios que el turismo trae al rescate de la cultura, es bien sabido que genera también una derrama económica y son muchos

los ejemplos en el mundo y en México en donde se puede constatar que localidades enteras se mantienen de la variedad de servicios que ofrecen a los turistas.

Todo esto convierte al turismo cultural en una gran alternativa que genera ofertas en las ciudades con patrimonio histórico o valor cultural. Tal es el caso de localidades donde se ubican haciendas, ex conventos o antiguas fábricas de gran valor arquitectónico, que han renacido gracias al turismo.

Por tanto, el turismo es claramente una gran fuente de ingresos para un país. Genera ofertas, empleo y en muchas ocasiones es la mejor alternativa para mantener con vida edificios obsoletos que han quedado en desuso a lo largo del tiempo. Sin embargo, es muy importante no abusar del turismo para que no llegue a convertirse en algo inestable que puede cambiar con facilidad, como la moda.

El turismo homogeniza la oferta y comportamiento de las localidades receptoras, situación que si no se controla puede significar su decaimiento, al cambiar los usos y costumbres de un lugar modificando la esencia que lo hizo atractivo en un inicio. La sobreexplotación de los sitios turísticos también podría generar la visita de turistas que compiten por precio y buscan un estándar en la prestación de los servicios, destruyendo a su paso gran parte de la cultura tangible e intangible.

Es por eso que las políticas públicas juegan un papel fundamental. El gobierno tiene que estar al tanto de los usos de suelo y mantener un sano balance entre la vida cotidiana y el turismo. De tal forma que los habitantes del lugar puedan tener alternativas apropiadas de vivienda así como de servicios adecuados. Es fundamental que las autoridades sean flexibles cuando es necesario generar usos nuevos que requiere la ciudadanía o vecinos y quizás más severo cuando las cosas se salen de control.

Un ejemplo de este descontrol son calles llenas de bares que suben el precio de los inmuebles mientras ahuyentan a los vecinos. El propósito debiera ser asegurar que las colonias o barrios mantengan su identidad y costumbres y aprovechar las exenciones fiscales para zonas de valor histórico que promueven la vivienda y ciertos giros como los supermercados, etcétera.

Por otro lado, el turismo tiene que ser un motor de desarrollo e inversión, una forma de disminuir la pobreza, proteger y recuperar el patrimonio cultural y mejorar el medio ambiente. Para esto hay que aplicar medidas con un enfoque integral e interdisciplinario que ayuden a conservar la herencia cultural. Las telecomunicaciones, y en particular internet, son una excelente herramienta para fomentar el diálogo, la investigación y la conservación, crear bases de datos, e intercambiar experiencias para formular las políticas adecuadas y así poder aplicar las mejores prácticas.

En cuanto al financiamiento, lo más sano y sustentable es la participación integral entre el sector público y el privado. En México encontramos diferentes modelos o combinación de modelos, tenemos casos de inversión puramente privada y casos en los cuales las organizaciones sociales juegan un papel importante en la conservación del patrimonio, y en otros lugares vemos inversiones muy importantes por parte del estado.

Sin embargo no es sólo en proyectos específicos que se requiere la inversión pública y privada, como puede ser la creación de un museo o la recuperación de un edificio de gran valor histórico o cultural, sino que ese trabajo conjunto se debe reflejar también en el desarrollo urbano.

Partiendo de un ejemplo de una ciudad histórica en decadencia en donde se busca por medio de intervenciones generar inversión y recuperar el patrimonio, mi recomendación es hacer un plan de desarrollo urbano en conjunto con los inversionistas que sepan las zonas que se van a arreglar, los usos y la infraestructura que busca tener, los servicios, la demanda y el mercado que se quiere atender. De tal forma que si una calle se arregla al mismo tiempo se estén arreglando los edificios y se este invitando a los comercios, oficinas, escuelas, viviendas, restaurantes y hoteles que le van a dar vida.

Hay gran cantidad de patrimonio en mal estado o abandonado en zonas centrales de las grandes ciudades y al mismo tiempo vemos cómo los desarrolladores están construyendo proyectos gigantescos en lugares donde no hay agua, accesos o servicios. Por otro lado vemos esfuerzos del gobierno descoordinados de la iniciativa privada que no tiene el impacto o beneficio que podrían alcanzar si se trabaja de manera conjunta, como mencioné antes.

Para mejorar las actividades relacionadas con el patrimonio cultural se puede hablar con las instituciones financieras y los fondos de

inversión para que participen ya sea directamente con inversiones o a través de créditos especiales para zonas específicas. Hay instituciones que apoyan este tipo de proyectos, que trabajan con los bancos en la implementación de iniciativas para la preservación, promoción y administración de activos culturales.



VI. CULTURA, TURISMO Y
MEDIO AMBIENTE

TURISMO, MEDIO AMBIENTE Y PUEBLOS INDÍGENAS

RICARDO GARIBAY VELASCO¹



¹ Ricardo Garibay Velasco, antropólogo social, es especialista en desarrollo sustentable y medio ambiente

La combinación de la enorme diversidad ambiental y cultural que posee México, lo coloca en una situación privilegiada para desarrollar políticas públicas que consideren al turismo como un detonador del desarrollo. El potencial que aún tiene México en el campo del turismo es enorme, y las ventajas que esta actividad tiene para las comunidades rurales están demostradas en innumerables ejemplos. Sin embargo, sin negar las oportunidades de esta rica veta, se deben tomar en consideración también los enormes riesgos que implica el turismo para los pobladores del medio rural, sobre todo considerando las características y objetivos de los “desarrolladores” y de los turistas, así como sus particulares consideraciones sobre cómo deben ser sus vacaciones y sus prejuicios sobre las comunidades rurales, en especial las comunidades indígenas.

LOS LÍMITES DE LA HOSPITALIDAD

En un artículo de hace ya algunos años, Gustavo Esteva se refiere al turismo en comunidades indígenas como una buena alternativa económica pero también alerta sobre los riesgos que implica. A su artículo lo tituló “Los límites de la hospitalidad” y su principal temor gira en torno a la actitud del turista nacional hacia los prestadores de servicios turísticos (meseros, playeros, lancheros, camareras, etc.) a quienes no trata como microempresarios, sino como se trata a una servidumbre que como tal está a su servicio, pasiva y sometida a los caprichos del cliente, porque el que paga manda, ¡faltaba más! Para colmo los turistas mexicanos son, a decir de los mismos prestadores de servicios turísticos, los peores turistas, porque quieren sacar el mayor provecho a su dinero y salen de vacaciones con el ánimo de descansar, divertirse y de que les sirvan, para eso están —nuevamente— pagando,

¡faltaba más! Esteva proponía, entre otras cosas, que la capacitación a los nuevos microempresarios indígenas debía incluir como algo muy importante, el tema de la dignidad y el respeto a la cultura local, para que los indígenas no terminaran siendo parte únicamente de la escenografía pintoresca del lugar, como sucede en algunos restaurantes de comida típica, en los que una nativa ataviada a modo, esté echando tortillas a mano en algún rincón del restaurante, adornado con mazorcas, metates y artesanías.

NO ES DISCRIMINACIÓN, SE LLAMA RACISMO

Lo ha dicho incluso Stavenhagen, *¿es por temor, pudor, vergüenza, eufemismo, el no llamar por su nombre al racismo que en México se confunde o disfraza de discriminación?* Somos un país profundamente racista que se manifiesta en todo momento y de las más variadas formas. El turista nacional cree saber cómo tratar a los indígenas porque cuando menos tiene a uno en casa como parte de su servidumbre y esa “criada” podría tener 10 años o más trabajando en casa de su patrón sin que éste se interese por saber de ella ni siquiera su apellido, ¿para qué?, al igual que las mascotas de casa tampoco necesitan apellido, el perro se llama sólo Fido, no Fido González. Esta es la misma actitud que asume el turista en las comunidades indígenas cuando se hospeda en unas cabañas ecoturísticas. Con esta actitud se dirige el turista al nativo, y la acompaña de una sonrisa con compasión o con sorna por contemplar al “buen salvaje” domesticado... aunque eso sí, exigiendo la atención que —supone—, su condición social merece.

LOS TERRITORIOS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS

Existen casos exitosos de ecoturismo, pero también existen experiencias negativas en nuestro país, en donde la pobreza induce a la venta de ejidos enteros en los que el paisaje de bosques, selvas, cascadas, arroyos y cenotes se convierten en la principal atracción y en donde los pobladores locales se transforman en meseros, jardineros, recamareros, cocineros y sirvientes, trabajos muy dignos que no estrarían mal si lo hicieran como parte de las labores de su propia empresa, en sus propias tierras, manejando su proverbial hospitalidad dentro de

los límites de la dignidad y el respeto. El problema es cuando la pobreza obliga a vender la tierra, lo que anula toda posibilidad de participar en un proyecto de desarrollo propio, porque vender la tierra es quedarse sin la base material de reproducción cultural; quedarse sin tierra es quedarse sin *matria*, y acabar solamente como empleado, jornalero o sirviente.

LO INDÍGENA VENDE

Lo indígena vende es una frase textual que un alto funcionario del sector medioambiental utilizó para adornar un proyecto forestal y que confirma el uso mercantil de la etnicidad, la etno-mercadotecnia, que nos lleva hasta la indumentaria pretendidamente autóctona de la delegación mexicana en las recientes olimpiadas de Londres. Ni totalmente auténticas ni totalmente innovadoras, fue la versión posmoderna de algún diseñador que desconoce los auténticos textiles mexicanos.

Eso significa la enajenación selectiva de la cultura con fines mercantiles, la cultura concebida como las manifestaciones artísticas de un grupo humano, la danza, la música, los trajes típicos y a veces la gastronomía, vaya, “lo bonito”, el indígena como la máxima expresión del folclore mexicano. Ni para qué meternos en “política”, no toquemos el tema de la organización social, ni los derechos de propiedad intelectual, ni la normatividad comunitaria para el manejo de los recursos de uso común, ni los procesos comunitarios autogestivos, porque se trata de que los indígenas sean un atractivo para los turistas, no que los espanten con política.

¿ECO-CUL-TURISMO?

Turismo rural, ecoturismo, turismo de aventura, turismo alternativo, turismo cultural, etnoturismo. La expropiación selectiva de la cultura llega al extremo de promover en la folletería oficial de la Secretaría de Turismo la posibilidad de vivir experiencias “místicas” (sic) en las comunidades indígenas. Nunca se explica a qué se refiere el anuncio, pero no debe estar muy alejado de lo que han hecho en Tepoztlán los *neohippies* convertidos ahora en “sanadores” al inundar el pueblo de temazcales, masajes, spas y curas milagrosas para los turistas, desplazando a los verdaderos terapeutas tradicionales.

EL ECOTURISMO COMO PANACEA

Algunas instituciones tienen presupuestos muy importantes para llevar a cabo proyectos de turismo en comunidades indígenas, que la Comisión para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) llama “de turismo alternativo”. En las evaluaciones externas que se le han hecho al PTAZI (Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas) de la CDI, se mencionan varios puntos que son relevantes para cuestionar la efectividad del programa. Se menciona en estas evaluaciones lo siguiente: no hay suficiente capacitación ni acompañamiento para consolidar proyectos; se necesita de acompañamiento a los proyectos apoyados en años anteriores; se sugiere incluir indicadores que midan de manera consistente los beneficios económicos y sociales que se generan, así como indicadores sobre los resultados de la capacitación y profesionalización de los beneficiarios; se necesitan establecer criterios para valorar tanto la viabilidad económico financiera de los proyectos, como su factibilidad operativa. Por último mencionan esas evaluaciones que es insuficiente la información para medir el impacto en calidad de vida de las comunidades en las que se desarrollan esos proyectos de ecoturismo.

Todo lo anterior nos habla de los criterios con los que se evalúan y califican estos programas. Se llaman *Evaluaciones de desempeño* y el desempeño se entiende como el cumplimiento de metas meramente cuantitativas, como la cantidad de proyectos financiados más la cantidad de habitantes beneficiados, igual a metas cumplidas. Si funciona o no el proyecto ya no es responsabilidad de la institución, es culpa de las comunidades. Esto ha generado una gran cantidad de proyectos de ecoturismo que se han convertido en elefantes blancos. Cabañas abandonadas o en el mejor de los casos apropiadas por algún o algunos socios que hicieron a un lado a la comunidad y resultan los únicos beneficiados.

¿SÓLO ECOTURISMO?

Los proyectos de ecoturismo por sí solos en comunidades indígenas están condenados al fracaso, y generan, además, conflictos, divisiones, envidias, expectativas infladas; desestructuran la organización comunitaria; fracturan los lazos de reciprocidad; debilitan el tejido social. Ningún proyecto de

ecoturismo alcanza para toda la comunidad. El proyecto de ecoturismo tendría que ser uno de los tantos proyectos productivos con un enfoque comunitario planificado en vinculación con otros proyectos productivos de enfoque comunitario. Eso es lo que distingue a los pueblos indígenas y les ha hecho posible su permanencia, su organización comunitaria, su espíritu de grupo, sus estrategias de manejo múltiple y diversificado de sus muy variados recursos.

LOS BENEFICIOS Y LOS RIESGOS

Repito que hay casos exitosos de ecoturismo en comunidades indígenas y el buen desarrollo de esos proyectos se debe en gran medida al grado de cohesión social, fortaleza cultural y conciencia política del grupo indígena que lleva a cabo el proyecto. Los casos mas conocidos son los purépechas de San Juan Nuevo Parangaricutiro, los zapotecos de Ixtlán, los huicholes de San Andrés Cohamiata, los lacandones en Bonampak y varios mas, quizá muchos más, y ojalá que sean cada vez más. Sin embargo, los riesgos siguen presentes para muchos otros, y solo podrán ser atenuados en la medida en que haya un acompañamiento a esas comunidades que se inician, a los pueblos indígenas que no han alcanzado a visualizar la riqueza que significa su propia cultura, territorio y recursos naturales, a quienes aún no tienen clara su fuerza política y capacidad de negociación a través de el fortalecimiento de su organización social y reconstituyendo su identidad, recuperando su territorio, recordando su memoria, valorando sus saberes, manejando sus bosques, selvas y desiertos como lo dictan sus propias formas organizativas y utilizando para todo eso desde los Sistemas de Información Geográficos, hasta las imágenes de satélite y las redes sociales para promover con toda dignidad *su* proyecto productivo, *su* microempresa, *su* naturaleza y *su* cultura.

TURISMO CULTURAL Y MEDIO AMBIENTE: CASO COSTA RICA

MELVIN BERMÚDEZ ELIZONDO ¹



¹ Melvin Bermúdez Elizondo, licenciado en Ciencias Económicas y Administrativas, se especializa en el campo económico, financiero y productivo de empresas agroindustriales.

En un mundo globalizado en donde la lógica de acumulación de capital se impone cada vez más sobre el desarrollo en equilibrio con el medio ambiente, el turismo se ha convertido para muchos países en una de las principales fuentes de ingreso de divisas. La actividad turística se ha desarrollado en diferentes escenarios, siendo el de sol y playa el más representativo y uno de los primeros en ser desarrollados como actividad lucrativa. Sin embargo, este desarrollo ha tocado al ecoturismo, al turismo rural, al de negocios, al médico, y a todas las áreas en las cuales se pueda exponer un atractivo comercializable turísticamente.

Patrimonio cultural y natural hoy forman parte de un producto turístico que se mercadea a nivel nacional y mundial con lógica capitalista y en muchos casos sin mensurar las consecuencias que ello pueda tener. El patrimonio cultural puede sufrir daños irreparables debido a los grandes volúmenes de visitantes a los que hoy se somete en muchos casos.

En el caso de Costa Rica, la cultura de sostenibilidad que ha guiado el proceso de planificación de la actividad turística desde sus inicios, con un ente rector como lo es el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) que tiene como una de sus premisas la promoción de Costa Rica como un país verde, “sin ingredientes artificiales”, ha abarcado a los sitios declarados patrimonio. Sin ser muchos (como por ejemplo Guatemala o México), tales sitios sí están integrados en las rutas turísticas de los operadores, que los promocionan como complemento al ecoturismo, que es el tipo de turismo predominante en nuestro país.

El presente trabajo abarca el estudio de caso de dos sitios que han sido declarados patrimonio cultural: uno (el Monumento Nacional Guayabo), es hoy parte de un producto turístico administrado y regulado por el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC), que

como ente gubernamental sigue los lineamientos de políticas públicas en materia de área de conservación; el otro (las Esferas del Valle del Diquis o Proyecto Esferas) se encuentra en una propiedad del Museo Nacional, que se pretende explotar de forma comercial y por ello existe una reticencia de parte de los entes rectores hacia la propuesta.

1. PATRIMONIO CULTURAL EN COSTA RICA

1.1. EL ENTE RECTOR DEL PATRIMONIO CULTURAL EN COSTA RICA

La rectoría del patrimonio cultural en Costa Rica, asignada al Ministerio de Cultura Juventud y Deportes, tiene como una de sus dependencias al Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, el cual es el encargado de velar y salvaguardar los sitios que han sido declarados patrimonio cultural, entendidos como el conjunto de bienes y expresiones culturales que heredamos de nuestros antepasados y que atestiguan las relaciones de los seres humanos. El patrimonio cultural abarca el territorio del país y la historia que en él se desarrolló, acumulada en forma de leyendas, tecnología, conocimientos, creencias, arte y sistemas de producción y organización social.

Este Centro tuvo sus inicios en el año 1976 y para 1979 contaba ya con independencia administrativa y financiera. Hoy el Centro ha alcanzado un estado de madurez que le permite desarrollar numerosas investigaciones cuyos resultados cuantitativos y cualitativos son de gran relevancia para el país.

Para efectos del desarrollo de la actividad turística dentro del patrimonio cultural, es necesario hacer mención a la Ley 7555, denominada Ley de Patrimonio Histórico Arquitectónico, promulgada en el año 2007, y en cuyo reglamento Capítulo V establece las directrices para el trámite de los permisos para ejecutar obras sobre bienes patrimoniales: ningún bien declarado patrimonio histórico arquitectónico puede ser modificado, alterado, adaptado o explotado sin el respectivo permiso de la autoridad competente, a pesar de que dicho bien sea de propiedad privada. Lo anterior genera un marco jurídico que pretende salvaguardar las edificaciones que tienen un valor histórico que debe preservarse para las futuras generaciones.

1.2. TURISMO CULTURAL

El incentivo del turismo cultural en Costa Rica se da como un complemento al turismo de naturaleza que es el más desarrollado. Por su cantidad, dimensión y tamaño los atractivos culturales no pueden ofrecerse como un producto turístico único. Además el costarricense tiene un cierto desarraigo hacia las tradiciones, costumbres, historia y héroes, que no les permite transmitir esos sentimientos a los turistas internacionales.

Por otro lado, los turistas internacionales cada vez más están demandando productos complementarios al de sol y playa o al turismo de naturaleza y es precisamente ahí donde se encuentra un importante nicho de mercado para el turismo cultural, como complemento ideal al deseo del turista de conocer más la historia y costumbres de un pueblo democrático y en donde algunos sitios arqueológicos se erigen como atractivos turísticos cada vez más visitados.

Los museos presentes en el centro del país registran un alto número de visitantes extranjeros (más del 50%) y constituyen parte de una oferta turística que los turoperadores incluyen en sus paquetes como *tours* de un día. Han aparecido museos regionales en donde se trata de exponer de una forma muy general la cultura de los poblados en donde se encuentran.

Sin embargo el desarrollo del turismo cultural advierte algunos peligros que es necesario atender antes de que sea demasiado tarde. En palabras del ex director del Museo Nacional, don Francisco Corrales:

Es importante reconocer las posibilidades del turismo cultural, pero también sus peligros. Esto hace imperativo que en la relación entre los sectores oficiales de turismo y cultura, los lineamientos del aprovechamiento del patrimonio deben venir del sector cultura; es la única manera de garantizar un uso adecuado del recurso patrimonial, teniendo en cuenta su particularidad y el entorno social y cultural en que se encuentra.

2. EL SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS DE CONSERVACIÓN

2.1. POLÍTICAS PÚBLICAS EN TORNO

A LAS ÁREAS DE CONSERVACIÓN

Si algo ha caracterizado el desarrollo del turismo como actividad comercial en Costa Rica, ha sido el aprovechamiento de los recur-

tos naturales. Existe, entonces, una estrecha relación entre el turismo y las políticas públicas en torno a la conservación del medio ambiente.

Según lo establece la Ley de Biodiversidad de 1988, el SINAC constituye:

[...]un sistema de gestión institucional desconcentrado y participativo que integra las competencias en materia forestal, de vida silvestre y áreas silvestres protegidas, del Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE), con el fin de dictar políticas, planificar y ejecutar procesos dirigidos a lograr la sostenibilidad en el manejo de los recursos naturales de Costa Rica.

En la actualidad Costa Rica cuenta con aproximadamente un 25% de su territorio en algún régimen de protección, en donde más del 90% de este territorio está constituido como un área de conservación, siendo en total 11 áreas de conservación establecidas a lo largo y ancho de nuestro territorio y en donde se ubican los parques nacionales, principales centros de atracción de turistas nacionales e internacionales.

2.2. EL TURISMO EN LAS ÁREAS DE CONSERVACIÓN

La promoción del país “sin ingredientes artificiales”, no sería posible sin la existencia de las áreas de conservación. Existe una relación jerárquica en cuanto a la explotación de los recursos que se encuentran en algún régimen de protección.

Es SINAC el ente encargado de valorar el grado en que es permitido el ingreso de turistas a los parques nacionales. Cada parque nacional tiene una capacidad de carga que no puede ser sobrepasada. Por otro lado, es el ICT el encargado de promocionar los atractivos naturales y culturales de estas áreas protegidas.

Uno de los ejemplos más significativos en cuanto a la promoción del turismo cultural y su relación con el ambiente, se puede encontrar en la Reserva de Biosfera Guayabo, ubicada en el Área de Conservación de la Cordillera Volcánica Central, en donde el Monumento Nacional Guayabo cuenta con una capacidad de carga establecida que permite su conservación.

3. ESTUDIOS DE CASO: MONUMENTO NACIONAL GUAYABO Y ESFERAS DEL VALLE DIQUIS

3.1. TURISMO EN LA RESERVA DE BIOSFERA GUAYABO

Ubicado dentro de la Reserva de Biosfera Guayabo, perteneciente al Área de Conservación de la Cordillera Volcánica Central, el Monumento Nacional Guayabo guarda uno de los grandes enigmas de ingeniería civil de la época precolombina. En 1973 recibió la declaratoria de Monumento Nacional; en el año 2009 fue declarado Patrimonio Mundial de la Ingeniería.

La administración de este monumento está en manos del SINAC, quien autoriza y vigila la entrada de los visitantes al monumento, cuya conservación está a cargo del Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, ejemplo de que sí es factible desarrollar turismo cultural en armonía con el medio ambiente.

Dentro de las estructuras arqueológicas se encuentran montículos, tres acueductos, plazas y calzadas que se comunican entre sí por calzadas menores y en donde la exactitud y funcionalidad de los acueductos es sorprendente, sobre todo tomando en consideración que según los registros datan desde hace más de mil años.

El recorrido del Monumento dura aproximadamente tres horas, con guías turísticos locales que han recibido la capacitación requerida para brindar una adecuada orientación al turista y en donde su conciencia y espíritu de conservación del medio ambiente hace que el impacto sobre el medio sea casi imperceptible.

3.2. TURISMO EN LAS ESFERAS DEL VALLE DIQUIS

Al sur de Costa Rica, en la década de 1930, mientras las máquinas de la United Fruit Company abrían caminos y aplastaban las malezas con el objetivo de preparar el terreno para la explotación del Banano, aparecieron diversos “estorbos” de singular apariencia. Se trataba de enormes esferas labradas en piedra con una perfección sorprendente, como sorprendente era la cantidad de ellas esparcidas en lo que hoy se conoce como el Valle Diquis.

Como todo descubrimiento de índole cultural, la primera reacción de sus descubridores fue la de saqueo, sea con fines comerciales o con

finés de colección. Hoy las autoridades del Museo Nacional adquirieron una propiedad en la zona sur, en donde está en proceso de construcción el parque Can Basat Roje (que en dialecto indígena significa esferas de piedra). En este sitio se pretenden ubicar las esferas que se han ido recuperando en los últimos años.

Estas esferas han sido objeto de numerosos estudios científicos. Aqueólogos extranjeros han propuesto a la UNESCO que estas estructuras sean declaradas Patrimonio de la Humanidad.

La explotación de las esferas dentro de la actividad turística aun no ha sido desarrollada. Sin embargo, la municipalidad del cantón de Osa, donde se pretende instalar el parque, ha otorgado al astrólogo español Vicente Casanya el proyecto de las esferas con fines de atracción turística.

En el caso de las esferas y a pesar de que las mismas están ubicadas o pretenden ser ubicadas en la propiedad del Museo Nacional, las autoridades de esta competencia están muy preocupadas y se mantienen reticentes ante el enfoque que se le pretende dar al proyecto.

El desarrollo de la actividad turística de este patrimonio cultural tiene una significativa diferencia en cuanto a la desarrollada en el Monumento Nacional Guayabo: no está dentro de un área de conservación y por lo tanto se pretende desarrollar desde una perspectiva meramente comercial, sin el consentimiento ni apoyo del ente rector, en este caso el Museo Nacional.

REFLEXIONES FINALES

1. La actividad del turismo en Costa Rica inició y se desarrolló sobre la base del turismo de naturaleza, en donde se ha dado énfasis a la conservación del ambiente como patrimonio fundamental; en este sentido el patrimonio natural ha sido más explotado que el patrimonio cultural.
2. Costa Rica no cuenta con una gran cantidad de patrimonio cultural. Sin embargo, el poco que tenemos se ha convertido con los años en un complemento de nuestra oferta turística.
3. Las políticas públicas referentes al desarrollo de la actividad turística dentro del patrimonio natural y cultural, están ba-

- sadas sobre la premisa de protección del medio ambiente como único medio de asegurar que ambos patrimonios no sean afectados significativamente por la actividad turística.
4. El Monumento Nacional Guayabo, al estar inmerso en un área de conservación, tiene asegurada su conservación, planes de manejo y una normativa que asegura que no se sobrepase su capacidad de carga. Tal marco regulatorio es digno de replicarse en otros sitios turísticamente atractivos
 5. Cuando la lógica comercial de acumulación de capital priva sobre la de conservación del patrimonio pueden generarse acciones que atenten contra la preservación y conservación del patrimonio, situación que puede afectar el desarrollo del Parque de las Esferas que se pretende desarrollar en el sur de Costa Rica.

CULTURA, TURISMO Y MEDIO AMBIENTE: UNA MIRADA DESDE LOS PUEBLOS MAYAS DE YUCATÁN¹

ELÍAS ALCO CER PUERTO ²



¹ Para el presente trabajo se contó con la información amablemente compartida por diez prestadores de servicios turísticos rurales mayas del interior del estado de Yucatán, consultados durante los meses de junio a agosto del 2012.

² Elías Alcocer Puerto es profesor e Investigador de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Antropológicas de la Universidad Autónoma de Yucatán.

³ Durante varios años de la década de 1840, John Stephens y Frederick Catherwood recorrieron y documentaron el área maya de la Península de Yucatán en su libro *Incidentes de viajes en Yucatán*, de 1843. Por su parte, Désiré Charnay hizo varias expediciones fotográficas de 1858 a 1886, y montó numerosas exposiciones sobre su trabajo en varias partes de Europa y América. Otros exploradores fueron Morley, Healey, y Ruz Lhuillier. Véase A. Velásquez Morlet, López de la Rosa, Ma. Casado López, y M. Gaxiola (1988). *Zonas Arqueológicas: Yucatán*. México: INAH.

Resulta evidente que como parte de las diversas políticas públicas se busca la inclusión de comunidades indígenas a la actividad turística como una estrategia para alcanzar, desde el punto de vista occidentalizado, ciertos estándares de desarrollo social y económico. En este marco, el turismo en el estado de Yucatán es una industria que está creciendo en los últimos años, por lo menos con referencia a ciertos iconos o figuras significativas como lo son las zonas arqueológicas mayas, representadas por la emblemática y comercializada Chichén Itzá; las formaciones kársticas o cenotes y, más ahora, la cultura maya contemporánea, a la cual se le subraya enfáticamente su carácter de milenaria y respetuosa de su entorno natural.

Bajo ese esquema se identifican tres ejes históricos del desarrollo turístico local, los cuales en muchas ocasiones se encuentran imbricados. El primero está basado en la cultura maya prehispánica representada por los diversos vestigios monumentales y cerámicas, atractivo turístico reconocido en diversos ámbitos por la difusión de informes de recorridos y estancias de exploradores y viajeros internacionales desde mediados del siglo XIX hasta la primera mitad del siglo XX.³ Se habló mucho de los mayas, se dieron a conocer “al mundo” las cosas tan maravillosas que los antiguos pobladores habían hecho, y, sin voltear los ojos hacia las poblaciones mayas contemporáneas porque casi nadie los creía descendientes de aquellas grandes civilizaciones, flotaba la pregunta de cómo los constructores de estas grandes maravillas las habían abandonado. He aquí un tipo de discriminación que aún ahora pesa en la sociedad yucateca: se ha admirado al maya prehispánico y se tiende a menospreciar al contemporáneo.

La segunda directriz se sustenta en los recursos naturales, los cuales no son tan exuberantes como lo son en los estados vecinos (Quintana Roo y Campeche). Gracias a la propagación de las ideas de conservación am-

biental de las décadas de 1980 y 1990, se fueron estableciendo las Áreas Naturales Protegidas (ANP) como sitios turísticos de importancia.⁴ Dentro de este mismo marco de desarrollo turístico destaca el caso de las formaciones o depresiones kársticas o cenotes, los cuales comenzaron a ser vistos como lugares singulares y emocionantes capaces de competir con las aguas cristalinas del Caribe, ofreciendo la oportunidad de tener un toque de aventura en su recorrido turístico. Sin embargo se nota una excesiva inclusión de infraestructura en estos sitios, contrastando con el ambiente natural y cultural del entorno. En términos generales, los cenotes son mostrados turísticamente como esas grandiosas piscinas naturales de aguas cristalinas.⁵

El tercer y actual eje del turismo en auge en Yucatán lo representan ahora esos mayas contemporáneos, siempre sí —por lo menos en el discurso— herederos de los pobladores prehispánicos. Los proyectos, empero, se continúan centrando en la búsqueda de recursos económicos mediante el turismo y no en una reivindicación de estos pueblos y sus costumbres. De este último eje se desprende el del augurio de una nueva era maya, misma que constituye la base de la promoción mediática turística en todo el llamado Mundo Maya, y que parte de las hipótesis poco creíbles y endeblemente documentadas sobre un supuesto fin del mundo predicho por los mayas.

En términos generales, la política turística yucateca ha estado centrada en potencializar el desarrollo económico a través del turístico, pero no ha hecho los esfuerzos suficientes para adentrarse en la problemática tanto cultural como ambiental que aqueja a estos sitios. Esto no quiere decir que se ha desatendido el problema por completo, sino que en varias vertientes le dan mucho más peso a la imagen e inversión de esta actividad, pero, ¿qué sucede cuando se satura una imagen de un destino turístico y en la práctica no tiene las condiciones suficientes para poder sostener ese tipo de turismo?, o aún peor: ¿qué consecuencias ambientales y culturales tiene para las poblaciones locales este tipo de actividad? Al respecto se ha indicado que en muchas ocasiones, al llegar, al pasear y al consumir los servicios, los visitantes sienten un grado de insatisfacción al encontrarse con un servicio insuficiente. Esta situación en gran parte se debe a que no se atiende el problema de fondo y solamente se trabaja en la forma (llámese publicidad engañosa), haciendo que en este caso

⁴ Véase Héctor Ceballos-Lascuráin (1996). *Tourism, ecotourism and protected Areas: The Estate of Natural-Based Tourism Around the World and Guidelines for its Development*. Gland: IUCN, p. xiv, y 301.

⁵ Lo anterior es palpable en la folletería turística que se distribuye en Yucatán.

en particular, el turismo se torne en una actividad ambigua sin fundamento y sin correlación entre el discurso publicitario y los servicios culturales y ambientales prestados.

Las condiciones de la llamada “cultura turística”⁶ pueden ser un síntoma de la desorganización que existe dentro de la actividad en sí, sobre todo tomando en cuenta que para la gente local el turismo puede ser una actividad nueva y por ello no tienen una expectativa o idea clara de lo que implica dedicarse a ello: los recursos locales involucrados, las diferentes formas de vida con las que va a tener contacto, su papel como prestador de servicios turísticos y poblador, y los beneficios (y riesgos) inherentes a dicha actividad.

En las políticas públicas, es común hacer que la gente local tome un papel protagónico en la actividad turística, ya que según éstas, el turismo es de gran importancia para la sociedad. Sin embargo esta importancia no es transmitida ni clarificada a nivel local de manera que la comunidad perciba los beneficios. En este punto hay que tomar en cuenta la concurrencia de ciertos estereotipos respecto al concepto de beneficio, ya que para muchos éste puede llegar a ser palpable, mas que nada, dentro del factor económico directo, menospreciando algún otro tipo de beneficio que pudiera haber.

Sectores amplios de población tienen la sensación de que los verdaderos beneficiarios del turismo son los grandes empresarios, o las empresas que cuentan con el capital financiero y, en muchos sentidos, con los contactos. Es evidente que existen ciertos monopolios con respecto a la actividad turística; sin embargo, éstos, fuera de ser generadores de más empleos o más beneficios palpables, se están estableciendo como cotos de poder económico, a los cuales beneficia la mayor parte de las inversiones públicas.

Se dice que la gente que vive alrededor de los recursos potencialmente turísticos no tiene la capacidad para organizar e implementar el turismo, o que carece de experiencia para administrar tales recursos. Es en este punto en donde el estado y la propia sociedad civil tienen la obligación de incentivar en los planos político y económico estos emprendimientos turísticos, y deben además involucrarse realmente en la dinámica en la cual las comunidades se capaciten y tengan todos los medios, no solamente económicos, sino también de recursos humanos, tecnológicos, culturales

⁶ Para profundizar sobre la definición oficial de cultura turística, véase “Breviario de cultura”, en www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9070_breviario_de_cultura

y ambientales para poder implementar la actividad turística de una manera adecuada y acorde a su realidad local.

¿Cuáles son estos recursos realmente turísticos de la región o del estado de Yucatán? Para responder debemos tomar en cuenta que para poder establecer un recurso como un punto de interés turístico se debe trabajar en la construcción de este mercado. Los destinos turísticos natos, es decir, donde no hay que hacer un gran esfuerzo por implementar una clientela para determinado lugar, prácticamente ya no existen.

Para la región el producto turístico en sí se ha basado en la cultura maya, pero ésta debe verse no como ese ente inmóvil y romántico que muchas veces nos hacen creer, sino como aquella cultura que en muchos sentidos está viva y en constante adaptación. Aquí debe quedar claro que los antiguos constructores tuvieron sus descendientes, y que a esos herederos de la cultura maya se siguen llamando mayas. Hay ciertas reminiscencias o evidencias de la cultura legendaria en las culturas actuales, pero eso no quiere decir que por “genética cultural” los pobladores actuales tengan ese legajo de antaño: aquí el papel de la academia, las escuelas, la universidad, los diferentes centros de investigación y de estudios, resulta de gran importancia para, trabajando junto con las comunidades, ayudar en la clarificación y en el armado cultural.

Cuando decimos estas culturas, nos referimos a las personas que viven en la región y que comparten características culturales, y que pueden o no interesarse por el tema del turismo ligado a lo ambiental y cultural.⁷ Se trata de grupos que generan, discuten y consensan sus decisiones. Para evitar caer en una folclorización y en falsear el desarrollo natural de las comunidades, se deben respetar los términos, contextos, tiempos y disposiciones de las propias comunidades para armar los proyectos y que éstos sean realmente significativos tanto para el visitante como para la comunidad que lo recibe.

El país debe aprovechar varias de las características culturales, ambientales y de organización indígena para facilitar la introducción del turismo en sus comunidades. El proceso debe propiciar la incursión de la gente local que desee incursionar en este tipo de actividad. A partir de mi experiencia y de lo consultado con los prestadores de servicios turísticos locales mayas del interior del estado de Yucatán,⁸ se propone que los proyectos de turismo contengan los siguientes pasos:

⁷ Véase C. Martínez Novo (2006). *Who Defines Indigenous?: Identities, Development, Intellectuals and the State in Northern Mexico*. New Brunswick: Rutgers University Press.

- Primero, que la gente local conozca y entienda la actividad turística.
- Segundo, que la gente entienda cómo se puede manejar eficientemente dicho negocio.
- Tercero, que a partir de su propia cultura y medio ambiente, y con base en el consenso, se identifique qué puede utilizarse turística-mente y qué no.
- Cuarto, que la gente se organice a partir de sus sistemas locales y se inserte en el contexto de negocio de servicios. Debe haber interés en recibir asesoría profesional.
- Quinto, que la gente no ceda su dignidad cultural sino que refuerce su idiosincracia y su propia imagen del entorno.

Por último es importante subrayar la necesidad de fomentar empresas turísticas locales que realmente sean responsables social y ambiental-mente, ya que se nota un doble discurso en varios de los emprendimien-tos del estado de Yucatán. La teoría de la sustentabilidad es mayormente ejercida en el discurso, y todavía cuesta algo de trabajo efectuarla en la práctica cotidiana de las empresas turísticas de las propias comunidades. Lo ambiguo del mismo términos lo hace vulnerable a estas a veces tan radicales formas de interpretarla y usarla, por lo que ahí hay otro reto pendiente.

⁸ Ubicados en los municipios de Valladolid, Izamal, Yaxcabá, Homun, Tizimin y Chemax en Yucatán.

RED INDÍGENA DE TURISMO DE MÉXICO: UNA OPCIÓN DE CULTURA, BIODIVERSIDAD Y TURISMO

FERNANDO PÉREZ LARES ¹



¹ Fernando Pérez Lares, sociólogo, se especializa en desarrollo e instrumentos de gestión.

RED INDÍGENA DE TURISMO DE MÉXICO

En la Red Indígena de Turismo de México (RITA), planteada como una opción de desarrollo para los pueblos indígenas, hemos trabajado en la promoción de los derechos, la revaloración de la cultura y la preservación del medio ambiente. Después de tener los primeros contactos con proyectos de turismo alternativo en espacios rurales en los cuales el turismo se presenta como una opción para el desarrollo local, a finales de la década de 1980 y principios de la década de 1990 retomamos la propuesta de turismo para iniciar nuestros experimentos de recursos naturales, cultura y turismo como producto.

En 2002, algunas organizaciones por ejemplo de Quintana Roo, Yucatán, Chiapas y Distrito Federal ya tenían unos cuantos años trabajando en el tema del turismo y habían obtenido resultados positivos. Con estas experiencias y los deseos de lograr su desarrollo se inicia la aventura de formar una empresa social de turismo. Ese año, más de 32 organizaciones, en su mayoría indígenas, se reunieron en la Trinidad, Tlaxcala para trabajar conjuntamente y crear la Red Indígena de Turismo de México o RITA como cariñosamente se le conoce.

RITA está conformada por organizaciones pertenecientes al movimiento indígena que venían trabajando principalmente en la la lucha política por el reconocimiento de sus derechos. Después de algunos avances de organizaciones sociales en la actividad de turismo, y de reflexiones sobre la situación económica en la que se encontraban comunidades, familias, líderes, mujeres y jóvenes, se empiezan a trabajar proyectos productivos que signifiquen tener ingresos económicos.

Organizaciones indígenas (o mejor dicho campesinas, como se les identificaba antes de la década de 1980), desde hace varias décadas venían trabajando principalmente en las actividades económicas del campo, sector primario de la economía. Como ya se mencionó, durante la década de 1990

algunas organizaciones indígenas diversificaron sus actividades económicas e incorporaron al turismo, el sector terciario o de servicios. Presentado como opción para contribuir al desarrollo de los pueblos indígenas, varias fuentes de financiamiento internacional empiezan apoyar proyectos turísticos de dichos pueblos.

TURISMO

Desde hace miles de años se viene realizando el turismo, como una actividad de exploración, de conocimiento, de esparcimiento, entre otras. En la actualidad se sigue realizando el turismo y a esos fines se han sumado otros y ahora se sabe que se ha vuelto una actividad económica muy importante a nivel mundial. Otra característica importante del turismo: es considerado un instrumento de enseñanza de civilización donde el turista que se traslada a otro lugar conoce y aprende. Esa es una cara de su lado positivo.

RITA intenta juntar la biodiversidad y la cultura de los pueblos indígenas al turismo. Cabe señalar que aún estamos en el diseño de nuestro tipo de turismo. Algunas organizaciones ya han logrado diferenciarse, pero aún hace falta trabajar en la definición y “homogeneización” de nuestra oferta.

Para nosotros el turismo no sólo es un ente mercantil en el cual se invierte un peso para obtener diez pesos. Lo vemos como una actividad económica que puede convertirse en un ingreso complementario para las familias. Con el turismo, no se dejan de lado las otras actividades del campo; es una actividad que se suma a nuestras vidas.

El turismo permite presentar los usos y tradiciones, costumbres, cosmovisión, sabiduría de una cultura. En RITA hemos coincidido en la revaloración de nuestra identidad, es decir, que ya no debemos sentirnos avergonzados de nuestra vestimenta, de nuestras tradiciones, de nuestra lengua. Ahora lo que queremos es rescatar nuestra cultura, compartir con el mundo todas sus características, y el turismo es uno de esos instrumentos de acercamiento e interacción entre culturas. Platicando con turistas nacionales, nos han expresado que desconocían la cultura de los pueblos indígenas y que al tener contacto con nuestras tradiciones y visiones han quedado contentos de tales vivencias.

El turismo que realizamos lo hemos llamado Turismo Indígena. En RITA se tienen más de 32 organizaciones o empresas de las cuales actualmente

cerca de 20 ofrecen entre hospedaje, alimentación y actividades. Tenemos toda una diversidad de servicios y productos como medicina tradicional, talleres de educación ambiental o de artesanías, paseos por ríos, selvas, bosques, etcétera.

MEDIO AMBIENTE

Después de ver la degradación del medio ambiente y la explotación de nuestros recursos naturales, varias de las organizaciones integrantes de RITA empiezan a trabajar para la preservación de los recursos naturales o, como en la cosmovisión de los pueblos indígenas más se le conoce, los recursos “que nos da nuestra madre tierra”.

La preocupación por el medio ambiente nos ha llevado a participar en diversos foros relacionados con los pueblos indígenas. Entre los foros que se pueden mencionar están el Convenio Sobre la Diversidad Biológica (CBD) y la Convención Marco sobre Cambio Climático. Estos espacios internacionales nacieron principalmente con el objetivo de demandar el derecho de los pueblos a un medio ambiente sano y al respeto de sus territorios como se establecen en el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo y en la Declaración de los Derechos de los Pueblos Indígenas de la Organización de las Naciones Unidas. Son derechos que las industrias y los grandes países contaminantes no han respetado.

En los espacios donde tenemos la oportunidad de participar, también llevamos las acciones que realizamos para la preservación de los recursos que nos otorga nuestra madre tierra. Acciones de preservar la fauna (entre las que se pueden mencionar tortugas, venados, iguanas) o acciones para preservar manglares, selvas, bosques, desiertos...

Los recursos naturales que se encuentran en los territorios indígenas son de gran riqueza. Como lo señalan estudios, los territorios de los pueblos indígenas son los que se encuentran en mejor estado. Solo por mencionar algunos casos de esta preservación tenemos pueblos que se encuentran en el semidesierto en Hidalgo, el bosque de Michoacán, o la selva de Chiapas.

En RITA, con las diferentes actividades que realizamos, deseamos contribuir a que los mexicanos y extranjeros se interesen más por el turismo alternativo, que tiene menos impacto ambiental. De esta forma, cuando se realiza una visita en alguna de nuestras empresas, y se realiza una caminata,

un patrullaje o una plática, se contribuye un poco a la preservación del medio ambiente.

EXPERIENCIAS

Para ilustrar un poco más la experiencia de RITA, a continuación se describen brevemente dos de los lugares que existen en nuestra organización, en los cuales se da la combinación de turismo, cultura y medio ambiente.

El primero de ellos es el Centro Turístico de Conservación Sirenito Macho, ubicado en la playa Peñitas en el municipio de Marquelia, Guerrero. Aquí sus integrantes, la familia Mayo-Carmona, ofrece hospedaje, alimentación y una plática sobre la conservación de la tortuga laúd, que está en peligro de extinción. Además de la plática se ofrece la oportunidad de realizar patrullaje para la recolección de huevo y poder llevarlo hasta un corral o Unidad de Manejo Ambiental que Javier Mayo, su representante, reporta a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

En ciertas temporadas se tiene la oportunidad de realizar la liberación de tortugas, una experiencia que a mucha gente le ha gustado. Además, como una forma de apoyar al desarrollo de las comunidades locales, se trabaja con habitantes de la Costa Chica de Guerrero para que inicien proyectos productivos.

El segundo es la organización Umbral Axochiatl, ubicada en los canales de Xochimilco en el Distrito Federal. Aquí los compañeros se dedican a la preservación de la especie endémica del Axolotl, especie en peligro de extinción. Los servicios que ofrecen son un recorrido en trajinera por los últimos canales de la Ciudad de México, una visita a una chinampa demostrativa sobre la producción de productos agrícolas, una plática sobre la importancia de la especie y una visita a una chinampa en la que se realiza la reproducción de pino para la reforestación de los zonas boscosas alrededor de Xochimilco.

Como se podrá apreciar, la combinación de medio ambiente, cultura y turismo puede contribuir al desarrollo de lo pueblos indígenas con la preservación de los recursos naturales. Se revalora la cultura mediante el turismo. Todavía hace falta mucho por trabajar, pero sumando esfuerzos con otras organizaciones e instituciones dedicadas al turismo, la cultura y el medio ambiente, se puede tener un turismo con productos muy atractivos.

PATRIMONIO
CULTURAL
Y TURISMO | 19
CUADERNOS

POLÍTICAS PÚBLICAS
Y TURISMO CULTURAL
EN AMÉRICA LATINA
PARA EL SIGLO XXI

Se terminó de imprimir en
en los talleres de El surtidor gráfico S.A. de C.V.
el tiraje constó de ejemplares.



Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo

Av. Paseo de la Reforma 175, piso E-4,
Col. Cuauhtémoc, Del. Cuauhtémoc.
C.P. 06500, México D.F.
Tel. (01 55) 41 55 07 04.
www.conaculta.gob.mx/turismocultural
Contacto: culturismo@conaculta.gob.mx.