

# PERSPECTIVAS DEL TURISMO EN SU DIMENSIÓN CULTURAL INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO COMUNITARIO

---

EDGARDO GARCÍA CARRILLO



Edgardo García Carrillo, licenciado en Comunicación, es Coordinador Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo del Conaculta. El presente texto se expuso durante el VIII Congreso Nacional y II Internacional de Investigación en Turismo, llevado a cabo en Monterrey, Nuevo León, el 14 de junio de 2006.

## INTRODUCCIÓN

*El desarrollo del turismo ha sido sustentado* en los beneficios económicos que genera. Esto ha favorecido un modelo de turismo masivo que requiere infraestructura y servicios, donde grandes compañías tienen áreas de oportunidad. Aun con el beneficio derivado de la apertura de nuevas fuentes de empleo, el turismo masivo tiene un impacto cultural.

Las industrias culturales también han transitado hacia una mayor generación de riqueza. Según algunas estadísticas, el conjunto de la producción cultural protegida por derechos de autor representa ingresos por casi el 7 % del PIB en México. Con ello, es posible identificar que también la cultura contiene un indicador económico y, de manera relevante, es un potencial motor para el desarrollo.

En este sentido, la investigación en turismo y la producción cultural van de la mano en la identificación integral del patrimonio cultural como alternativa para promover estrategias para el desarrollo del turismo cultural con base en el turismo responsable, turismo comunitario y turismo solidario.

## EL TURISMO COMO INDUSTRIA CULTURAL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO CULTURAL

Numerosos viajeros han relatado las costumbres de los pueblos y su relación con el patrimonio cultural. Desde Marco Polo hasta Humboldt; desde Lévy-Strauss hasta Guillermo Bonfil. En todos los casos ha existido una motivación por conocer e investigar. Ese es el principal punto que define al turismo cultural actualmente. No se trata sólo de visitar museos y zonas arqueológicas, sino de manera fundamental de la *intencionalidad* del conocimiento sobre las culturas que se visitan.

En esta dimensión, el patrimonio cultural adquiere usos identitarios que –amén de constituir un factor para la identidad nacional– en relación con el turismo cultural son carta de presentación para motivar el viaje. Si México es conocido en el mundo, es por sus culturas y por su patrimonio cultural: Teotihuacan, Chichén Itzá, Tulum, Palenque, son sólo una parte de lo que nuestro país ofrece al mundo. Sin embargo, algo pasa que las estadísticas reflejan: la mayor cantidad de turistas –sobre todo los extranjeros– buscan destinos de sol y playa. Es aquí donde la investigación entre turismo y cultura tiene mucho por analizar y proponer.

Los avances en los medios de transporte, la reducción de tiempos de traslado, la influencia mediática, el mayor tiempo libre y el comercio global generaron las condiciones para el desarrollo del turismo durante la segunda mitad del siglo XX. Con ello surgieron las grandes cadenas hoteleras y de servicios de viaje ligadas, por supuesto, a las sociedades con mayor poder adquisitivo.

En 1997 el comercio mundial se multiplicó 14 veces respecto al de 1950, lo que ilustra el gran auge del comercio global como alternativa para el desarrollo. En este contexto, los bienes y servicios culturales no son excepción, según lo señala la UNESCO al indicar que también los mercados culturales se están haciendo globales, como es el hecho de que el comercio de bienes culturales se haya multiplicado por cinco entre 1980 y 1998.

En la *sociedad del conocimiento*, que otros llaman *sociedad de la información*, las industrias culturales y de contenido son fundamentales y su crecimiento es exponencial.<sup>1</sup>

En México, las industrias culturales o bien los productos culturales protegidos por los derechos de autor (como el cine, los discos y los libros, por ejemplo) representaron 7% por del Producto Interno Bruto en 1998. Así lo refiere Ernesto Piedras en su estudio *¿Cuánto vale la cultura?*

Las industrias protegidas por los derechos de autor generan en total 6.7% del PIB. Además tienen una tasa de crecimiento mayor a la de toda la economía y constituyen un sector con grandes capacidades de desarrollo que lo posicionan por encima de otras industrias que son de fundamental importancia para nuestra economía, como lo es la industria de la construcción que generó 4.3%[...]

<sup>1</sup> Véase UNESCO, *Informe sobre las Industrias Culturales*, 2006.

Si tomamos en cuenta que la industria turística incluye en su cálculo de participación en el PIB una serie de elementos culturales como los museos, zonas arqueológicas, espectáculos musicales, etc., las industrias protegidas por derechos de autor se ubicarían como la tercera industria más importante del país, después de la industria maquiladora y petrolera.<sup>2</sup>

Esto muestra el gran dinamismo que tiene una parte de la producción cultural en nuestro país, incluyendo la perspectiva que coloca al turismo como una industria cultural. En efecto, el turismo supone la *mercantilización del ocio* con base en diversos bienes y servicios. En el fondo, toda oferta turística tiene cierta base en los productos culturales, más aún cuando se trata de promover sitios históricos y hasta productos gastronómicos. Para quienes formamos parte del sector cultural en México podría parecer un término agresivo u ofensivo. Sin embargo, hay que reconocer que así como la producción artística genera un mercado del arte, también las culturas generan bienes y servicios que se ofrecen mediante el ejercicio del turismo. Por eso se dice que se trata de una industria cultural.

México es el país de América con la mayor cantidad de sitios declarados Patrimonio de la Humanidad (26) y el sexto en el mundo. En nuestro país hay más de sesenta lenguas vivas y grupos étnicos. Por toda la nación hay una oferta cultural significativa y permanente: festivales, tradiciones, gastronomía, paisaje y patrimonio. Así, con el enorme desplazamiento de personas en el mercado global y en el turismo interno, resulta necesario articular las políticas y estrategias entre los sectores cultura y turismo para desarrollar la vertiente social del turismo, en beneficio del desarrollo comunitario y con pleno respeto hacia el patrimonio cultural.

Sin embargo debemos reconocer que no siempre hemos acercado las políticas y programas públicos entre los sectores cultura y turismo. Tal como lo señala el investigador francés Jean-Pierre Warnier,

Las políticas culturales se fundamentan en tres comprobaciones: la primera de ellas es que las industrias culturales son una rama importante de la economía. Crean puestos de trabajo. La cultura en el sentido amplio[...] es un factor de desarrollo económico. El patrimonio cultural, representado por museos, monumentos, sitios históricos, paisajes, es ciertamente una dimensión de la identi-

<sup>2</sup> Ernesto Piedras, *¿Cuánto vale la cultura?*, Conaculta, México, 2004. p. 82.

dad, pero también es un recurso turístico, a menudo importante. Toda política económica tiene una faceta cultural.<sup>3</sup>

Según datos de la Organización Mundial de Turismo, se ha transitado de 25 millones de desplazamientos internacionales en 1950 a 763 millones en 2004, mientras que se prevé un desplazamiento de mil 500 millones de personas en el 2020.

No obstante, en México, sólo cerca del 10% de los turistas tienen la motivación cultural: según la Secretaría de Turismo, en el 2001 se registraron casi 170 millones de turistas en nuestro país, de los cuales poco más de 9 millones tuvieron una motivación específica hacia la cultura, y de éstos, sólo cerca de 600 mil turistas provienen de otros países.<sup>4</sup> El mercado interno nos muestra una prioridad: somos los mexicanos los principales agentes culturales, aquí es hacia donde debemos dirigir estrategias de desarrollo del turismo con base en la cultura.

Sin embargo, existen serios riesgos sobre otros productos culturales que con los mercados globales podrían perder su referente cultural. Por ejemplo, pensemos en la producción artesanal. Nos llegan ya artesanías de tipo y diseño mexicano pero hechas en Asia; guayaberas fabricadas en la India; y qué decir del riesgo de algunas cocinas tradicionales cuando parte de sus ingredientes se producen ya en otros países y se ofrecen en el mercado interno a muy bajo costo.

Si bien la globalización plantea ciertos beneficios para el desarrollo, aún hay mucho que investigar y analizar en torno a las culturas, los bienes culturales y las industrias culturales, incluido el turismo.

Desde una perspectiva cultural, el turismo ejerce influencia no sólo con las actividades económicas que se benefician de éste; también por las costumbres que se buscan satisfacer. De esta manera se establecen estándares mucho más vinculados con modos de vida que, a fin de cuentas, también son expresiones de cultura.

En esta expansión del turismo mundial, la adopción de los modelos de turismo masivo puede representar ciertas ventajas para las economías locales; sin embargo, hay que preguntarnos sobre las facturas culturales que esto implica. Así lo reconoce el Banco Mundial:

Muchas personas temen no a la mayor diversidad que puede producir la globalización, sino al peligro de que esa diversidad pueda borrar las diferencias

<sup>3</sup> Jean-Pierre Warnier, *La mundialización de la cultura*, Gedisa, Barcelona, 2002, p. 71.

<sup>4</sup> *El turismo cultural en México*, CESTUR, México, 2002, p. 6.

culturales y producir una cultura global estandarizada. No se puede pasar por alto el hecho de que la globalización expone a la juventud a culturas diferentes mediante la diseminación de ideas, bienes y propaganda, y a través de la movilidad de las personas. Mientras las culturas individuales han demostrado ser muy resistentes, existe el peligro de que, en algunas circunstancias, una cultura importada pueda llegar a ser tan poderosa que arrolle a la local.<sup>5</sup>

Resulta interesante analizar el impacto de estos modelos en las culturas locales. Si bien hoy el turismo es un motor importantísimo para la economía nacional y sin duda forma parte de las políticas públicas de desarrollo, el turismo también influye en lo cultural.

Pensemos en los grandes hoteles donde no es necesario salir de las instalaciones y lo más que se conoce de nuestras culturas se da por los espectáculos que ahí se presentan o, algunas veces, por la gastronomía. Por supuesto, se trata de un producto turístico específico generalmente diseñado para sol y playa, pero además de las divisas vale cuestionarnos si existe interacción cultural.

Con esta reflexión cabe resaltar el caso de Playa del Carmen, en Quintana Roo, que en veinte años ha visto transformada la vida de sus habitantes en función al turismo, y hoy el municipio de Solidaridad –donde se ubica Playa del Carmen– es el de mayor crecimiento demográfico del país. ¿Estamos preparados para esto? ¿Qué mecanismos de planeación y gestión hemos generado para combinar el desarrollo del turismo con la conservación del patrimonio cultural material e inmaterial?

Basta recordar algunas consecuencias del turismo masivo en relación con el patrimonio cultural ante la carencia de ordenamientos de usos de suelo, planeación del desarrollo urbano, conservación del entorno y planes de manejo de los sitios del patrimonio, como el comercio ambulante, el deterioro del entorno, el crecimiento demográfico, la necesidad de infraestructura y hasta la transformación de las costumbres locales.

En fin, el ejercicio del turismo en su relación inseparable con el patrimonio cultural nos plantea nuevas perspectivas de investigación y nuevos retos para desarrollar estrategias comunes sobre modelos alternativos de turismo y los usos del patrimonio.

<sup>5</sup> David Dollar, *¿Puede la globalización beneficiar a todo el mundo?*, Alfaomega/BID, Colombia, 2005, p. 49.

## ALTERNATIVAS: EL DESARROLLO LOCAL Y LA CONSERVACIÓN INTEGRAL

De hecho, la globalización nos plantea hoy el reconocimiento de la diversidad cultural y natural. Las alternativas para ejercer el turismo hoy tienen múltiples perspectivas que encuentran en las culturas su mejor contenido. Los conceptos de turismo solidario y turismo comunitario necesariamente pasan por la articulación con la conservación del patrimonio y el desarrollo local.

El conocimiento global, la internacionalización de las culturas y la expansión de modelos de vida nos invitan a generar alternativas para ejercer el turismo en lo regional, para conocer las costumbres y expresiones culturales que nos dan identidad.

El turismo del siglo XXI podría ser una expresión de la diversidad cultural y natural en el mundo. México es el cuarto país de nuestro planeta con la mayor biodiversidad y el segundo en diversidad cultural.

El reto de conservar estas riquezas nos obliga a desarrollar propuestas de investigación en patrimonio cultural y turismo sustentadas en la necesaria interdisciplina y encaminadas al desarrollo de políticas de Estado integrales hacia la cultura y el turismo.

Si consideramos que el patrimonio cultural y el turismo son expresiones sociales, habría que partir del reconocimiento de que el primero no sólo tiene que ver con la arqueología o la antropología, ni que el segundo –el turismo– sea sólo una actividad económica. Conviene ahora citar a la profesora de la Universidad de Málaga, María Morente:

El patrimonio conforma ya también una ciencia social y de acción. La declaración jurídica no es ya el único acto constitutivo de la naturaleza patrimonial, sino que se hace imprescindible la aceptación social, el reconocimiento. [...]El objeto patrimonial ha dejado de ser la meta y el objetivo de las actuaciones públicas, para convertirse en su medio. La propia UNESCO en sus programas, al igual que otros organismos internacionales, ha dejado de prestar una atención concreta al *patrimonio* (con esta denominación), para focalizar su atención preferente en las nuevas políticas estructurantes. El interés del objeto y el bien se encuentra subordinado a la necesidad de elaborar líneas estratégicas y planificaciones capaces de alcanzar fines más altos: la mejora de la calidad de vida, la preservación del medio ambiente y del planeta, la integración, la igualdad o la paz.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> “El concepto actual de patrimonio cultural”, artículo publicado por María Morente, en *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* núm. 58, Junta de Andalucía, España, p. 43.

He aquí una de las principales problemáticas para articular turismo y cultura: hay que pasar por procesos que implican acciones educativas, de sensibilización y participación comunitaria.

El patrimonio cultural, como el turismo cultural, adquiere sentido sólo en la medida en que se desarrolla en su contexto y significado; es decir, en la medida en que posee un valor cultural.

En esta perspectiva, la investigación que articule el turismo con el patrimonio cultural habrá de considerar no sólo el análisis de mercados y segmentos de población; también el impacto que un producto turístico puede tener –favorable o no– en una comunidad, en su patrimonio tangible e intangible, en su lengua y en sus costumbres, incluso en los procesos educativos.

De la misma manera, quienes desarrollan investigación sobre patrimonio cultural podrían incluir el análisis del patrimonio y su relación con el paisaje cultural y las comunidades cercanas, la capacidad de carga de los sitios arqueológicos y museos, así como las necesidades de conservación y mantenimiento en determinados plazos.

Recientemente entró en vigor la Convención de la UNESCO para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. La tarea inmediata de cada Estado Parte es integrar un inventario del patrimonio cultural inmaterial y distinguir aquel que requiere medidas urgentes de salvaguardia. En este campo también confluye el turismo y el patrimonio cultural, sobre todo el de carácter intangible.

Pensemos, por ejemplo, en la festividad del Día de Muertos que afortunadamente prevalece y fue declarada por la UNESCO Obra Maestra del Patrimonio Cultural Oral e Inmaterial de la Humanidad. Sin embargo, es una tradición que se ha visto presionada por el auge turístico y la falta de mecanismos de planeación y gestión, además de la confrontación cultural con la noche de brujas anglosajona, comercializada mundialmente.

El turismo y el patrimonio cultural habrán de acompañarse en nuevos modelos de gestión donde las comunidades receptoras debieran ser las más beneficiadas, si es que queremos favorecer esquemas de desarrollo local y regional.

Estos modelos también deberían considerar procesos educativos integrales, donde el patrimonio cultural adquiere valor y significado para la comunidad local, así como el establecimiento de reglamentos municipales para la imagen urbana, los usos de suelo y la prestación de servicios turísticos.



La Convención de la UNESCO sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial pone de manifiesto la preocupación mundial para la salvaguardia de las lenguas, las festividades, las tradiciones y las técnicas originales que distinguen el patrimonio intangible. Ello se suma al reconocimiento internacional de la diversidad cultural y natural. En ese contexto se desarrollará el turismo de las próximas décadas.

Tratando de sintetizar y aportar algunas propuestas me permito plantear lo siguiente:

1. Considerar la investigación en turismo desde una perspectiva interdisciplinaria, donde el patrimonio cultural y su valoración sea uno de los ejes de análisis.
2. Desarrollar el turismo como una industria cultural. En ese sentido es fundamental conservar su carácter social.
3. Generar indicadores para el análisis y la evaluación del turismo como industria cultural.
4. Como *ciencia social*, incluir el turismo responsable y el patrimonio cultural como temas dentro de los planes de estudio de la educación básica y en la formación de profesionales del turismo.
5. Diseñar mecanismos para la articulación de políticas públicas entre los distintos niveles de gobierno, con el fin de favorecer el ejercicio del turismo como medio de educación para la conservación y apreciación del patrimonio cultural.

Quizás es tiempo de acercarnos a modelos de turismo regional y local que contribuyen al desarrollo comunitario. Para ello, la investigación en turismo habrá de plantear los paradigmas que conlleva el turismo cultural como alternativa para el desarrollo y, en general, el turismo como industria cultural que nos invita a estudiarlo desde una perspectiva social y humanista. Quizás es el momento de hacer del turismo una vía de acceso a la educación y la cultura.

El turismo cultural nos plantea nuevos enfoques para que en el ejercicio pleno de nuestras libertades centremos la cultura como la fuente del turismo. En este mundo globalizado lo que más identifica a nuestras naciones son las culturas, nuestra diversidad cultural y natural. Por ello el turismo del siglo XXI nos llevará hacia nuevos planteamientos, donde el turismo fortalezca su carácter social, donde la humanidad aprecie su patrimonio y con ello sus culturas.

## Bibliografía

*PH* (núm. 58), Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, mayo, 2006. Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, España.

Piedras, Ernesto, *¿Cuánto vale la cultura?*, Conaculta/Sogem, México, 2004.

Warnier, Jean Pierre, *La mundialización de la cultura*, Gedisa, Barcelona, 2002.

Dollar, David, *¿Puede la globalización beneficiar a todo el mundo?* Banco Mundial, Bogotá, 2005.

*El turismo cultural en México. Resumen ejecutivo del estudio estratégico de viabilidad del turismo cultural en México*, Centro de Estudios Superiores en Turismo- Secretaría de Turismo, México, 2002.