



CAPITULO II

Revisión de la Literatura

Debido al aumento de la oferta turística, el turismo cultural ha adquirido una gran importancia entre el mercado nacional y extranjero en los últimos años.

Mientras todas las definiciones concuerdan que el turismo cultural engloba el “consumo de la cultura” por los turistas, se suscitan un cierto número de interrogantes como por ejemplo: ¿Qué tipos de cultura deben de tomarse en cuenta bajo el concepto de turismo cultural? ¿Visitar un museo convierte un viaje entero en una experiencia de turismo cultural? ¿Un turista que está comprometido con el consumo cultural está culturalmente motivado?, etc. (Richards, 1996).

Para poder definir el turismo cultural es necesario abordar los dos conceptos principales por los que está compuesto: turismo y cultura. Hunzinker y Krapft (citados por la OMT, la Organización Mundial del Turismo [OMT], 1998a), definen al turismo como “la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto no estén ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”.

Burkart y Medlik (citados por la OMT, 1998b), mencionan que “Los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de



residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”.

Por otro lado Mathieson y Wall (1982) indica que otra definición de turismo es el traslado temporal de las personas a destinos diferentes a su lugar de residencia, las actividades que realiza y los servicios que se les ofrecen en su estancia.

Otra definición dada por la OMT (1994), acerca del turismo son las actividades realizadas por las personas durante sus viajes a lugares distintos a su lugar de residencia, por periodos menores a un año y por fines de descanso, ocio, negocios u otros.

Respecto al término cultura es vista como un conjunto de prácticas basadas en formas de conocimiento, que encapsula valores comunes y actos con principios generales, es a través de estas formas de conocimientos que se crea y se mantiene una distinción entre una cultura y otra.

La cultura como un producto alcanza un respeto como resultado de las actividades individuales o grupales en las cuales se unen ciertos significados, esta cultura, esta relacionada con el desarrollo de la sensibilidad estética que permite al individuo apreciar las diferencias entre el buen y mal arte, para hacer juicios de valor en base a sus conocimientos de los cánones aceptados como de buen gusto (MacAdams, 2004).

2.1 Turismo Cultural

Desde sus inicios e turismo atrajo varios beneficios para las sociedades receptoras y hasta hace muy poco tiempo que las personas de las comunidades visitadas no tienen un concepto claro de su patrimonio cultural, lo cual atrajo como efecto



secundario la pérdida de los valores autóctonos de las comunidades. Basándonos en el hecho de que el turismo cultural puede ayudar a la conservación del patrimonio es necesario conocer su definición para su mayor comprensión (Rigaborda, 2002).

El turismo cultural cuenta con un sin fin de definiciones como la que maneja Walle (1998) quien dice que el turismo cultural es una industria que trae consecuencias de gran importancia en un entorno global y nacional, es parte del sector de viajes, comunicaciones, entretenimiento y educación y que influye política, económica y socialmente.

MacDonald (2004) cita en su trabajo las siguientes definiciones dadas por diferentes organizaciones y autores:

- * La OMT (1998c) define el turismo cultural como: Un segmento de la industria que da un énfasis a las atracciones culturales. Estas atracciones son variadas e incluye museos, juegos y presentaciones musicales. En áreas de desarrollo bajo, debe incluir tradiciones religiosas, artesanías o presentaciones culturales.
- * Canadian Tourism Commission (1999), establece que el turismo cultural ocurre cuando la participación en una actividad cultural o de herencia es un factor significante para viajar.
- * Borley (s.f.), por su parte menciona que el turismo cultural es esa actividad que permite a las personas explorar o experimentar los diferentes estilos de vida de otras personas, reflejando sus costumbres sociales, tradiciones religiosas y las ideas intelectuales de una herencia cultural que no es familiar.

Por su parte la SECTUR (párr. 1, 2002) dice que el turismo cultural se define como: "aquel 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".

Desde el inicio del siglo XXI, empezaron a surgir nuevos mercados, cambia la forma de viajar, los desplazamientos se incrementan y las estancias son más cortas. Se busca algo más que el turismo masivo hacia las playas, otras alternativas que no tienen que estar precisamente en la costa, lo que deriva a el redescubrimiento de los sitios culturales. Así estos sitios se convierten en destinos turísticos, para ser explotados y obtener beneficios para las comunidades en donde se encuentran (Rigaborda, 2002).

Por estas razones el turismo cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de nuestra Nación.

Para Valdez (2002a), México en su política turística y en los programas de desarrollo sustentable, debe seguir los constantes cambios psicográficos y de consumo en el presente; y menciona que el obstáculo principal para que se lleve a cabo una planeación turística adecuada, es la falta de coordinación de en la ejecución de los diferentes planes realizados por las instancias federales, estatales y municipales. Es evidente que las diferentes interpretaciones que se les da a los acuerdos y decretos hechos por de la Secretaría de Turismo por parte los distintos niveles administrativos de las instancias gubernamentales, propicia acciones de ejecución diferentes que en ocasiones no responden a los objetivos originalmente buscados.

No obstante, en México se esta haciendo el esfuerzo por implantar algunos programas con el objetivo de preservar diversos sitios de carácter cultural como lo son:

- * El Programa de Desarrollo de Turismo Cultural de la SECTUR, que se enfoca en unir esfuerzos para fomentar un desarrollo al segmento, a través de una instrumentación adecuada y así aprovechar los



recursos naturales y culturales asegurando una rentabilidad económica para el país (SECTUR, 2005c).

- * El Proyecto a Ciudades Coloniales, el cual, trata de volver más evidente y accesible el valor a las ciudades que cuentan con edificaciones representativas de la arquitectura colonial mexicana, para que el turista aprecie a través de ellas la forma de vida y expresiones variadas de la época virreinal (Valdez, 2002b).
- * El proyecto Rutas y Circuitos Turísticos que propone recorridos turísticos a diferentes zonas del país, para adentrar al turista en la cultura y forma de vida de las distintas regiones de México (Valdez, 2002c).

Sin embargo, además de la puesta en marcha de estos programas, Sanders, (1999) opina que lo que se necesita para una protección significativa al patrimonio cultural, es una participación mayor de las instituciones a distintos niveles y una extensión en la educación con respecto a la herencia e historia de nuestros antepasados.

Las comunidades y gobiernos municipales deben redoblar su intervención en la protección de los sitios arqueológicos, junto con los maestros escolares de dichas comunidades, para estimular el interés local por la arqueología y la herencia de la comunidad.

En este contexto México debe seguir el ejemplo de países que en esta materia están más avanzados, como en el caso de España como lo señala Rigaborda (2002), acerca de lo que el gobierno de Aragón esta haciendo con su legado cultural y patrimonial. Desde 1997 ha implementado parques culturales que son regulados por la ley 12/1997 de 3 de diciembre y que en su artículo 1º señala: un parque cultural esta constituido por elementos de patrimonio cultural y con ecología y paisajes singulares, al



cual se le promocionará y cuidará globalmente, en especial aquellos elementos que son relevantes. Por otro lado en su artículo 3° de la ley menciona la definición de parque cultural que indica los objetivos de los parques culturales lo cuales son:

- a) Proteger, conservar y difundir el patrimonio cultural y en su caso natural, sin perjuicio de la normativa y sistemas de gestión relativos a la protección de espacios naturales protegidos.
- b) Estimular el conocimiento del público, promoviendo la información y difusión cultural y turística de los valores patrimoniales y el máximo desarrollo de actividades culturales tanto autóctonas como de iniciativa externa, así como desarrollar actividades pedagógicas sobre el patrimonio cultural con escolares, asociaciones y público en general, promoviendo también la investigación científica y la divulgación de sus resultados.
- c) Contribuir a la ordenación del territorio corrigiendo desequilibrios socioeconómicos e impulsando una adecuada distribución de los usos del suelo con el concepto rector del parque.
- d) Fomentar el desarrollo rural sostenible, mejorando el nivel y la calidad de vida de las áreas afectadas, con especial atención a los usos y aprovechamientos tradicionales.

Ya es imperativo que en México se haga algo relevante para la salvaguarda de nuestro patrimonio y a la vez pensar en los beneficios que puede traer una propuesta del desarrollo de los sitios arqueológicos como atractivos turísticos, sin dejar de lado a las comunidades y su participación activa en proyectos como estos.

Y no como menciona Tejero (1999), que se esté pensando en la privatización de los muebles arqueológicos convirtiéndolos en objetos de comercio, que significaría



vender nuestras raíces y por consecuencia la pérdida de nuestra identidad como mexicanos. La autoridad que se responsabiliza en estos momentos el patrimonio arqueológico es el Instituto Nacional de Antropología e Historia, pero es obligación de todos el protegerlo y evitar su destrucción.

2.1.1 Turismo Rural

El turismo rural empezó a desarrollarse en el siglo XIX como una escapatoria al aumento de las tensiones provocadas por la agitada vida urbana. A pesar de ser un concepto que surgió ya hace varios años, en la actualidad es una forma de hacer turismo que ha tomado gran relevancia.

La SECTUR (s.f.) señala que el turismo rural se refiere a:

Todos aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma. Entre las actividades del turismo rural encontramos las siguientes: Etnoturismo, Eco-arqueología, Agroturismo, Preparación y uso de Medicina Tradicional, Talleres Gastronómicos, Talleres Artesanales, Vivencias Místicas, Fotografía Rural, Aprendizaje de Dialectos.
(pp.2-9)

Según la investigación de Gannon (1988) y Kloeze (1994) el turismo rural se refiere a las actividades y servicios que ofrecen las personas de una comunidad campesina con el fin de atraer turistas y así obtener ingresos extras. El concepto de turismo rural se define de muchas maneras, de acuerdo a los países en donde se practica.



Por ejemplo En Finlandia se refiere al los visitantes que se albergan en cabañas y realizan actividades de campo. En Hungría, es conocido al alojamiento de bajo precio, y no se realizan actividades agrícolas locales. En Eslovenia, la forma más común de practicar turismo rural, es realizando viajes a granjas familiares en donde los turistas pasan la noche con los dueños de dichas granjas y realizan actividades de cultivo. En Holanda, significa acampar en una finca, con la mayoría de los servicios de la finca ligados a actividades de la ruta como andar a pié, en bicicleta, o cabalgar En Grecia, el concepto se limita a dar alojamiento en habitaciones tradicionalmente amuebladas y con desayunos tradicionales, frecuentemente basados en productos hechos en casa.

2.1.2 Ecoturismo

En los últimos años han surgido nuevas formas de hacer turismo, como es el caso del ecoturismo, que para el entorno económico, político y social ha tomado gran importancia por tener como objetivo principal el cuidado y disfrute de las áreas naturales.

Ceballos-Lascurain (1983), ha sido la primera persona en acuñar dicho concepto, a partir del cual, la IUCN (Unión Mundial para la Naturaleza) define al ecoturismo como:

La forma de viajar, con el fin de estar en contacto con la naturaleza y disfrutar de los paisajes, vegetación y los distintos tipos de vida que existen ahí, así como manifestaciones culturales del lugar; a través de un programa de cuidado ambiental, de bajo impacto ambiental, cultural y en donde las comunidades locales sean beneficiadas (IUCN, 1996).



La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES, The International Ecotourism Society) lo define como: “un viaje responsable a áreas naturales que apoya la conservación del medio ambiente y mejora el bienestar de las comunidades locales” (2003, p.8).

Por su parte, Martha Honey (1999), plantea siete puntos importantes para definir ecoturismo:

- 1) Implica viajar a destinos naturales: dichos destinos a menudo son áreas alejadas, habitadas o deshabitadas, y generalmente bajo ciertas reglas de protección al medio ambiente a un nivel nacional, internacional, comunal o privado.
- 2) Minimizar el impacto: el turismo muchas veces causa estragos al medio ambiente. Uno de los objetivos del ecoturismo es contrarrestar el impacto negativo que produce el desarrollo de infraestructuras en el medio ambiente, por medio de actividades como el reciclaje de fuentes de energía, de basura y desperdicio etc.
- 3) Crear conciencia ambiental: ecoturismo significa educación, para los turistas y los residentes de las comunidades próximas. Antes de que una persona viaje los tour operadores deben proveerlos de material informativo sobre el ambiente, cultura y comportamientos del país que visitan, así como los códigos de conducta de dicho país. Esta información ayudará al turista a comportarse en los lugares y con las personas visitadas “minimizando el impacto negativo a la cultura y al medio ambiente”



4) Proveer directamente de beneficios financieros a la conservación: el eco turismo ayuda a reunir fondos dirigidos a la protección del medio ambiente, investigación y educación.

5) Proporcionar ventajas financieras y capacidad de toma de decisiones a la gente local: los parques nacionales y otras áreas de conservación sobrevivirán solamente si hay “gente feliz” alrededor. La comunidad local debe estar implicada y recibir ingresos y otros beneficios materiales (agua potable, caminos, clínicas de la salud, etc.) como resultado de una actividad eco turista.

6) Respeto a la cultura local: el ecoturismo es un tipo de turismo que trata de no entrometerse en la explotación cultural del lugar, trata de ser respetuoso y de tener el mínimo efecto en el medio ambiente, como en la población local. Esto no es fácil si se toma en cuenta que involucra viajes a áreas remotas que albergan pequeñas comunidades que tienen poca experiencia en el trato de extranjeros, y como el turismo convencional, el ecoturismo incluye una relación entre visitante y personas.

7) Apoya los derechos humanos y los movimientos democráticos: a pesar que a menudo el turismo es utilizado como una herramienta para construir una comprensión mundial y fomentar la paz, esto no ocurre automáticamente. El ecoturismo demanda un acercamiento entre las personas en donde los participantes se esfuerzan por respetar, aprender del medio ambiente y de las comunidades locales.



A pesar de que las sociedades eco turistas reciban ventajas económicas de esta actividad, siempre hay regulaciones políticas las cuales enfrentar para no afectar el beneficio social.

El término ecoturismo según la SECTUR (2005d):

Involucra, los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través de la interacción con la misma. Por mencionar algunas de estas actividades tenemos, la observación de ecosistemas, flora y fauna, atractivos naturales, observación geológica, de fósiles, sideral, participación en proyectos de investigación biológica, en programas de rescate de flora y fauna, talleres de educación ambiental, safari fotográfico y senderismo interpretativo. (pp.4-5)

2.1.3 Oferta

La OMT (1998d) propone dos conceptos para definir el término oferta; el primero se refiere a la oferta compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones de bienes y servicios turísticos, la segunda definición propuesta es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a la disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

Ante la prensa, el Secretario de Turismo de México, Rodolfo Elizondo Torres mencionó la importancia cultura dentro de la oferta turística de México y subrayo: Lo que hace a México diferente es su cultura, no las playas y el sol, estamos a tiempo de promover un turismo que aprecie las cultura, hemos entrado en el mundo globalizado lo



cual no nos ayuda a preservar nuestra identidad, como en el caso del norte de México en donde se han perdido tradiciones, usos y costumbres (SECTUR, 2004)

En México existen 811 localidades en donde se puede realizar turismo cultural y algunos de los más visitados se encuentran en Oaxaca, Chiapas, Cancún, Guanajuato, Yucatán y la Ciudad de México: de acuerdo con el Estudio Estratégico de Viabilidad del Segmento Cultural en México realizado por la CESTUR. (SECTUR, 2003, párr.3)

2.1.3.1 Destinos. La OMT (1998f) define como “espacio geográfico”: la base física en donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en si misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

Los destinos son parte de zonas geográficas, pueden ser países, regiones, comunidades, provincias, municipios etc. y que deben tener como objetivo ser el motivo de visita de los viajeros. De este se deduce la capacidad de carga que cada municipio puede recibir, después de analizar todos los recursos disponibles y su puesta en valor, el destino debe de ofrecer una oferta concreta de servicios a los clientes, debe presentar una imagen que los turistas perciban como un símbolo de esa oferta, generando sentimientos de aceptación y aprecio y que además contribuya a identificar al destino fácilmente en el mercado (Valls, 2004).

2.1.3.2 Puesta en valor. La puesta en valor según Ritchie (citado por Palacios, 2004) consiste en habilitar el patrimonio cultural con las condiciones adecuadas objetivas y ambientales para resaltar características distintivas siempre y cuando no desvirtúe su naturaleza, además de que permita el óptimo aprovechamiento de este recurso. Este tipo de programas pretenden hacer productivas las riquezas que no han sido explotadas.

En este sentido Hedding (s.f), señala que la puesta en valor turístico del patrimonio, es elaborar planes y ejecutarlos para obtener el máximo aprovechamiento de los recursos históricos, arqueológicos y naturales, que en los últimos años han tomado importancia, por considerarse una fuente de empleos e ingresos al país. Esto incluye llevar a cabo acciones técnicas que utilicen todos y cada uno de los recursos, hasta convertirlos en oferta turística, que ofrece beneficios al entorno en donde se encuentra ubicado influyendo en ocasiones incluso a zonas distantes.

El siguiente modelo pretende llevar un seguimiento para la puesta en valor del patrimonio arqueológico.



Figura 2.1 Cadena de puesta en valor de los recursos arqueológicos

De: Patrimonio cultural. Puesta en valor y uso, por Autor (Marco, Moreno), 2000, p. 43



2.1.3.3 Turistas. Los turistas son parte fundamental para el desarrollo económico de un lugar o país y que influyen directamente en su organización política y social.

Según la OMT (1998, 1995) la demanda turística: se conforma por las personas que hacen uso de los servicios o bienes turísticos. En este contexto identifica al viajero como: la persona que realiza viajes a diferentes países o comunidades fuera de su lugar habitual de vivienda y al visitante como aquella persona que realiza actividades y viajes relacionadas con el turismo.

El turismo cultural hasta hace algunos años, solo estaba al alcance de las personas con posibilidades económicas elevadas y con acceso a la cultura. Conforme pasaron los años este segmento fue creciendo, incrementando sus ingresos y su tiempo de ocio (Rigaborda, 2002).

Pero no todo el turismo se puede orientar al consumo hacia un determinado tipo de actividad, es por eso que es necesario hacer una selección de los grupos potenciales, que estén interesados en el turismo cultural, para saber orientar la oferta y así identificar el uso de los recursos y el impacto que puede causar en la población y su hábitat (Ayllón, 2001a).

Por eso CONACULTA (2003), señala que en el caso de turismo cultural, el cliente es un factor muy importante y es él quien será el determinante de las variables de la actividad, por lo tanto con relación a la planeación de su desarrollo se debe tomar en cuenta que el primer objetivo del turismo es el de cumplir con la satisfacción del cliente. Por estas razones, para la Unión Europea, el turismo cultural identifica a los siguientes segmentos: a) personas de la tercera edad, limitadas económicamente pero con la disponibilidad de tiempo para viajar; b) jóvenes que buscan la aventura, la emoción, lo nuevo, c) personas de negocios con recursos económicos altos que buscan la



tranquilidad, d) familias que suelen visitar su entorno y disfrutar de su propia cultura y, por último, e) el turista interesado por enriquecer su cultura personal y sus conocimientos acerca de los países que visita.

Es claro que las personas que viajan motivados por la cultura buscan un acercamiento a la comunidad poseedora de dicha cultura, visitan sus monumentos, asisten a las celebraciones tradicionales y religiosas, además de que se alojan dentro de dichas comunidades. Estas personas poseen un nivel de educación medio alto y se adaptan a las costumbres de los lugares que visitan.

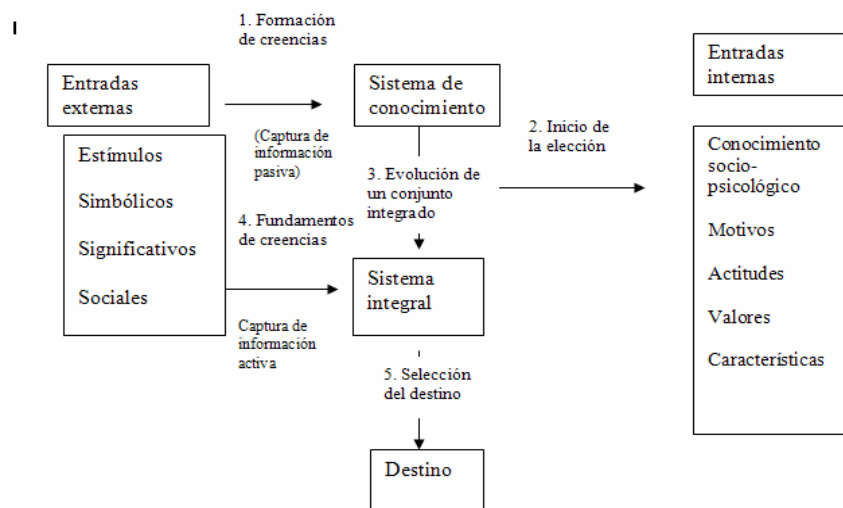
Por otro lado Valdez (2002d), señala que los turistas culturales de los años venideros serán aquellos mayores a los 35 años, graduados universitarios y viajeros frecuentes, proviniendo en cerca del 60% del extranjero.

Becerril (2003), afirma que en México tenemos un sin fin de lugares en donde se puede realizar turismo cultural, que invitan a los turistas a pasar una experiencia inolvidable, disfrutando de la herencia e historia que nuestros antepasados nos dejaron, también asevera que en los últimos años el número de visitantes a zonas arqueológicas que son manejadas por el INAH.

Han sido en promedio anual de nueve millones de 1989 a 1999. En el mismo periodo, el número de visitantes a monumentos históricos administrados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia ha crecido de 150,000 en 1989 a 755,000 en 1999, y el promedio anual de visitantes a museos administrados por la misma institución de 1989 a 1999 es de 18,000,000. Todo lo anterior con la derrama económica y las acciones para la dotación de servicios por la afluencia de visitantes que implica. (p.45)

2.1.3.3.1 Motivaciones y Experiencias de los turistas. Uno de los temas importantes del turismo es la elección del lugar a visitar, además de saber cómo, por qué y cuáles son los motivos por los que eligen un destino. Muchos estudios han analizado los factores que determinan la elección de los lugares en donde el turista cree que puede encontrar lo que busca.

Hudson (1999), señala que los residentes de los Estados Unidos de América que hacen viajes de placer a Canadá, elige el lugar influenciado por sus valores personales y educación. Sin embargo, estudiando el papel que juega la actitud al momento elegir un destino, encontraron que esta decisión comprende dos fases: la primera consiste en la toma de decisión de viajar o no por vacaciones; en tanto que la segunda esta relacionada con el lugar a donde ir. Para explicar esta segunda fase, desarrollaron el esquema que aparece en la figura 2.1.



Figura

2.2 Modelo del proceso de elección de un destino por viajes de placer.

Fuente: tomado de Pizam y Mansfeld (1999) "Consumer behavior: travel and tourism", p. 16.



Según Decrop (1999), el turista en primer lugar busca satisfacer sus necesidades fisiológicas y después las de placer, es por eso que al decidir realizar un viaje debe de buscar información, procesarla y con base en ella tomar una decisión. Así, el estudio del comportamiento del viajero debe basarse en tres importantes aspectos: la percepción, el aprendizaje y las actitudes de la persona hacia la información.

- La percepción del turista se puede definir como el proceso de trasladar información externa a su mundo personal y mental en donde influyen sus experiencias. Tres operaciones cognitivas son las que hacen de la percepción un proceso muy selectivo: la sensación, la atención y la memoria.
- El aprendizaje está relacionado con la percepción, la búsqueda y procesamiento de información, en forma que esta se transforme en un aprendizaje y habilidades que le den nuevas respuestas al ambiente. Este proceso de adquisición de conocimientos consiste en almacenar información y asociarla, para generar creencias y sentimientos, por ejemplo: una festividad religiosa de un lugar puede relacionar la información del turista con la cultura, el clima, la naturaleza, así como el sentimiento de la persona hacia ella.
- La actitud es definida como un estado de aprendizaje y la predisposición para responder ante un objeto o situación de manera favorable o desfavorable y esta compuesta por tres principales elementos: el cognitivo (percepción, creencias), el afectivo (evaluación, afecto) y conativo (acción, intención).



Actualmente se considera que las motivaciones se asocian con lo singular, lo autentico, lo no conocido. Se regresa a la etapa del turista descubridor, que busca nuevas aventuras y desafíos a los cuales enfrentar. Las particularidades de los lugares son también la causa para elegir un destino, el turista esta cansado de la estandarización como producto resultante de la globalización. Es por eso que el turista cultural se motiva por las características del entorno, que es el principal factor del encuentro turístico y que abarca los ámbitos social, natural, y de servicios (Niding, 2001).

Según Valdez (2002), otros factores que han influido en las motivaciones del turista cultural y que han contribuido en el crecimiento del mercado, son por mencionar algunos: el aumento del interés por el conocimiento del patrimonio; el incremento de la educación a nivel nacional; los nuevo métodos para promocionar el turismo.

Estas motivaciones según Niding (2001), pueden traducirse como beneficios (experiencias) para los turistas y pueden clasificarse como:

- Funcionales: que se atiendan las necesidades básicas del viaje como: comer, dormir.
- Simbólicas: lo que el turista se imagina obtendrá de las actividades que decidió realizar, asociadas a la imagen que le da el lugar.
- Vivenciales: los sentimientos que se generan a partir de las actividades que realiza.

El turista cultural enfatiza la experiencia que el lugar, los recursos y actividades que realiza en su destino es lo más significativo de su viaje (Niding, 2001).



2.1.4 Patrimonio Cultural

La definición de “Patrimonio Cultural” presentada por la UNESCO en la convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural (como se cita en CONACULTA, 2003):

Son los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico. (p.15)

Por otro lado Viladevall (2002), señala que el patrimonio cultural es cualquier expresión artística a la cual se le asignan valores culturales como históricos, estéticos y de uso, dicho patrimonio ha sido la clave para el conocimiento acerca de las culturas antiguas, sus valores, emociones, conocimientos e ideales que generación tras generación se van traspasando y que mantienen una unión entre el pasado, presente y futuro.

Becerril (2003), afirma que el patrimonio cultural se puede clasificar de diferentes maneras, puede ser de tipo familiar, cultural, religioso o tener un sentido étnico. El patrimonio es la base en donde se erige la identidad de una comunidad y donde se encierra la historia de una nación. Este es entonces: una herencia sociocultural que adquiere valor y sentido para los grupos que lo realizaron y que aún conservan, se



transforma con el tiempo, por influencias físicas, químicas, biológicas, sociales y hacen que adquieran nuevos valores, significados y usos.

El patrimonio cultural es un bien social y quien mas que la sociedad debe participar en las tareas relacionadas con este, que incluyen mucho más que cuidarlo. A partir de sus vigilantes, posibles beneficiarios y sus usos, surge el concepto de “gestión del patrimonio”, el cual involucra a todas las instituciones sociales relacionadas con el patrimonio, estando dentro de sus objetivos los de la promoción la conservación y la investigación de esta riqueza para que se convierta en beneficios sociales para la comunidad que la posee. En México, como en otros países, las instituciones de gobierno relacionadas con el patrimonio cultural y su conservación han sido buenos custodios en el pasado, sin embargo, hoy en día, estas instituciones han sido superadas por la cantidad de patrimonio por el que tienen que vigilar, por la falta de recursos y por la falta de claridad en cuanto a la definición de sus posibles funciones (Viladevall, 2003) .

Becerril (2003), enfatiza que en estos tiempos existe la conciencia de recuperar y salvar los sitios, con un valor cultural importante y que se tienen que preservar como un bien común, pero también han estado en riesgo de desaparecer por causa de las acciones de las personas. Ante este hecho, el gobierno federal así como lo encargados de proteger los bienes comunes de la nación, deben de establecer medidas para limitar la formación de organismos que “monopolicen” la gestión del patrimonio, y de fomentar un cuidado ecológico y otras medidas para promover una sociedad más igualitaria.

Es por eso que la planeación y el proceso de toma de decisiones sobre la las políticas de gestión del patrimonio cultural deben ser manejadas a partir de sus valores intrínsecos a fin de asegurar que las sitios y o monumentos considerados sean las muestras más representativas de la riqueza patrimonial a mostrar como atractivos



turísticos de valor legítimo promovidos a la luz de acciones verdaderamente sostenibles (Solar, 1999).

2.2 Turismo Sustentable

Como parte importante del aprovechamiento adecuado de los sitios culturales y ecológicos se debe siempre considerar la noción de turismo sustentable, como una faceta esencial de planeación de la actividad turística donde se propicie el desarrollo económico, social y político de las comunidades locales en el corto, mediano y largo plazo. Las diferentes formas de turismo en donde se puede realizar un desarrollo sostenible son: el agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo rural (Niding, 2001a). Tal como se mencionó en la Cumbre de Presidentes Centroamericanos “Alianza para el Desarrollo Sostenible de Centroamérica”, (como se cita en Gurría, 2006) en donde el desarrollo sustentable se definió como:

Un proceso de cambio progresivo en la calidad de vida del ser humano, que lo coloca como centro y sujeto primordial del desarrollo, por medio del crecimiento económico con equidad social y la transformación de los métodos de producción y los patrones de consumo y que se sustenta en el equilibrio ecológico y en el soporte vital de la región. Este proceso implica el respeto a la diversidad étnica y cultura regional, nacional y local, así como el fortalecimiento y la plena participación ciudadana, en convivencia pacífica y en armonía con la naturaleza, sin comprometer y garantizando la calidad de vida de las generaciones futuras (p.85).



Según Gezici (2005), la creación de infraestructura de energía, transporte y de turismo son elementos clave para la calidad del ambiente urbano y el desarrollo sustentable. Sin embargo, los impactos económicos que tienen las comunidades son vistos con mayor interés que los impactos que puedan provocarse al ambiente sociocultural y ecológico. No queda duda que el medio ambiente es la base de los recursos naturales y culturales que propician la atracción de los turistas. Sin embargo, la protección ambiental es esencial para un éxito a largo plazo. El turismo es definido como un modelo de desarrollo económico que es diseñado para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora y que provee de buenas experiencias y mantiene la calidad del medio ambiente, del que el turista y la comunidad dependen. El desarrollo sustentable conecta al turismo y provee de servicios con los planes de protección al medio ambiente y con los residentes de las comunidades receptoras.

Por ello desde este punto de vista, el gobierno local debe hacer la función de regular y administrar los recursos, y así anticiparse a los abusos que se haga de ellos basándose en una política de conservación. La planeación de un desarrollo sustentable, consiste en poner en marcha una actividad tratando de disminuir los efectos negativos que pueda causar (Ayllón, 2001b).

Según Niding (2001b), dicho desarrollo sustentable se basa en el respeto a las garantías de los comunitarios, contribuyendo a una buena calidad de vida y al desarrollo y el cuidado del medio ambiente, para dejar un patrimonio a las generaciones presentes y futuras. Así, los destinos turísticos enfrentan dos opciones para su desarrollo:

- * Encontrar un equilibrio entre ambiente, comunidad, y turismo



- * Seguir con la forma tradicional de administrar el turismo, sin importar las consecuencias que esta práctica provoquen en el hábitat y medio ambiente.

En este contexto la OMT (como se cita en Gurria, 2006), define al Desarrollo turístico sustentable como:

El 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 identidad cultural, procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (p. 89).

Como generalmente el turismo usa y abusa de los espacios naturales, la política turística debe basarse en un desarrollo sustentable y hacer de las comunidades participativas de la toma de decisiones sobre como llevar a cabo y como manejar el turismo (Gurria, 2006).

En su trabajo de tesis sobre la relación que debe existir entre turismo y legado patrimonial, el Dr. Cherem (como se cita en Gurria, 2006) establece que, la perpetuación de la herencia, legado histórico-natural de la comunidad receptora, se logra mediante la conservación de los valores morales y espiritualidades de relevancia de la localidad, para lo cual, el desarrollo turístico sustentable:

1. Establece acciones de apoyo para perpetuar el patrimonio cultural histórico y natural del área.
2. Enfatiza y muestra el sentido de que la identidad de ese patrimonio es único en el mundo.



3. Da bases para valorar dicho patrimonio mediante la aplicación de habilidades y conocimientos.
4. Confiere autoridad a la población local para interpretar los valores de su propio patrimonio, ante los visitantes.
5. Desarrolla en la población local el orgullo de su propio patrimonio, lo cual mejora las relaciones con lo huéspedes y las habilidades en el servicio.
6. Ayuda a perpetuar el estilo de vida y los valores locales.
7. Confiere autoridad a la población local para facilitar experiencias auténticas y significativas sobre su patrimonio.
8. Es “intercultural” en el sentido de que ambos: población local y visitantes reciben mutuamente experiencias enriquecedoras.
9. Representa un programa que puede implementarse a cualquier nivel de desarrollo y virtualmente en cualquier lugar turístico.
10. Representa un enfoque de “valor agregado” al turismo en la medida que se incrementa el nivel y profundidad de los servicios genuinos que se suministran al huésped.
11. Representa una aproximación al desarrollo del turismo sustentable porque respeta y enfatiza el patrimonio del área y confiere autoridad a sus pobladores para desarrollar el turismo con bases auténticas.

Seguinot (2006), afirma que para hacer turismo sustentable en una región es necesario realizar estrategias y compartir la información relacionada con las actividades culturales, naturales, servicios y otros relacionadas con hacer turismo y hacerla accesible a través de las instituciones regionales y otros medios. Los gobiernos deben



responsabilizarse de preservar tanto el patrimonio como el medio ambiente, así como de aportar infraestructura y capacitar a los guías turísticos.

2.2.1 Comunidades, Identidad e Impactos

Las comunidades receptoras son una parte importante del turismo sustentable al fungir como anfitrión para los turistas. Sin embargo como consecuencia negativa del turismo, a menudo se degrada e infravalora la cultura de la comunidad residente, sus creencias y su manera de vestir y de habla y es por ello, buscando la aceptación de los visitantes, las comunidades cambian o intentan cambiar su cultura propia. Merced a este fenómeno, cuando se pretende fomentar el turismo en la mayoría de los países latinoamericanos, se opta erróneamente por este ajuste a la cultura del visitante, en lugar de considerar que la cultura autóctona de las comunidades anfitrionas es el atractivo principal para la captación de turistas.

De la historia del lugar dan cuenta las leyendas, los monumentos singulares, los personajes históricos e incluso las festividades religiosas, pero se dejan de lado las costumbres, la organización familiar y la vida cotidiana en general, que en un entorno económico y turístico corre el riesgo de violar los límites de la identidad de la población (Ayllón, 2001c).

Las personas hacen de su entorno lo que creen conveniente y, según su educación, pueden conservarlo o destruirlo. Un ejemplo claro de los cambios que pueden ocurrir dentro de la organización comunitaria es la vida familiar, que es un núcleo complejo que maneja sus propias leyes, mantiene sus creencias y las normas que sus antepasados le inculcaron, sin embargo, debido a la presencia del turismo, que todo tiende a cambiar con su modernidad y sus adelantos tecnológicos, se socava la herencia



histórica de cada núcleo. Se afirma que la estructura familiar de las poblaciones residentes ha ido cambiando como resultando de la pobreza en que viven, la cual, a su vez, ha favorecido el incremento de la migración y el cambio de los papeles que juegan los miembros de la familia. Tradicionalmente, en la mayoría de los hogares campesinos las tareas productivas eran responsabilidad de los hombres, mientras que las tareas reproductivas y del cuidado de los hijos eran prerrogativa de las mujeres, quienes por ello eran también las encargadas de preservar y de transmitir de generación en generación las tradiciones, las creencias, los valores y la cultura en general. En los últimos años la ruptura familiar que causa la emigración de los hombres en búsqueda de fuentes más productivas de trabajo ha provocado cambios en los papeles familiares de comportamiento. Cada vez es más frecuente encontrar hogares donde la mujer es la responsable total del núcleo familiar, ocupándose de las actividades productivas para cubrir las necesidades familiares debiendo afrontar dos problemas básicos: el primero es que su trabajo no es valorado y en consecuencia es mal pagado, y el segundo es que no se respetan sus derechos laborales (Ayllón, 2001d).

Por otro lado, sucede que las decisiones tomadas por una comunidad pueden afectar directa o indirectamente a otras comunidades. El hecho de que una comunidad adopte al turismo como una forma de desarrollo económico entraña también el riesgo de acarrear perjuicios a su forma de vida. Estos resultados nocivos es lo que comúnmente se denomina como “costos o costes sociales” (véase la Figura 2.2).

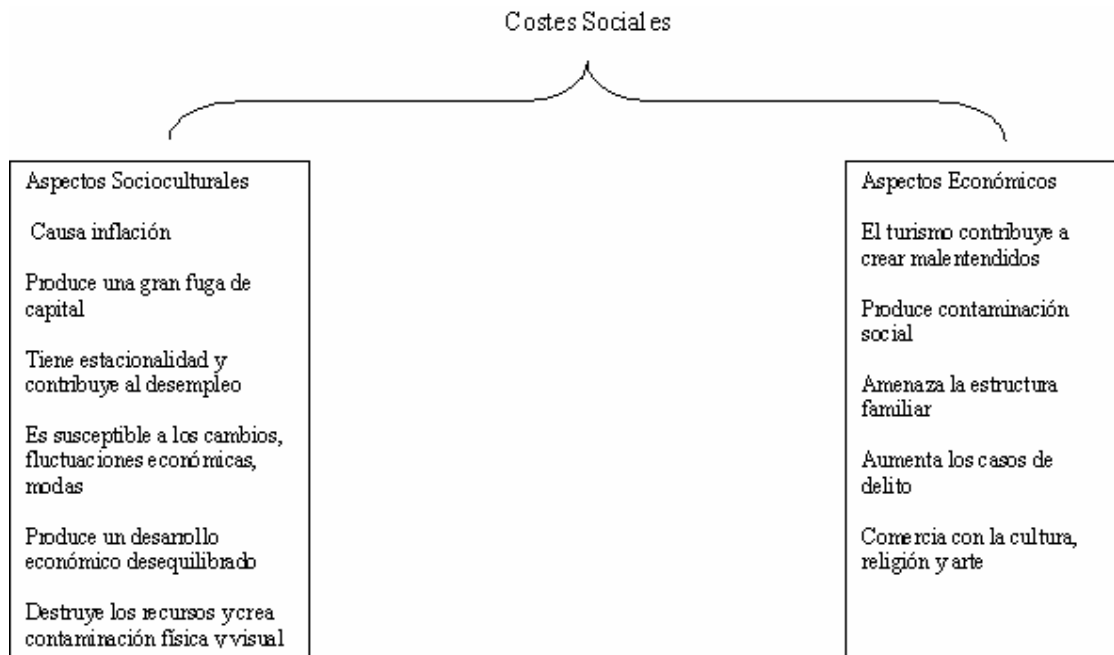


Figura 2.3 Costes sociales

De: “Turismo sostenible, comunidad local y competencias para el desarrollo”, por Autor (Marina Niding), Año 2001, p. 105.

Todas las actividades que se realizan causan un impacto, pero los impactos no siempre son negativos, las consecuencias de estos impactos-deseadas o no- están en relación con el tipo de impacto y con la respuesta del medio. Un ejemplo de los beneficios que se pueden obtener a través del turismo es la generación de empleos que requieren mano de obra especializada en servicios, la cual, al ser bien remunerada, puede incrementar los niveles medios de la renta mundial (Ayllon, 2001).

Niding (2001), afirma que la generación de divisas no solo repercute sobre las áreas destino sino que ayuda a la economía de los sectores involucrados en esta actividad, esto favorece al aumento de la demanda en la región o país receptor y representa un aumento en la economía local, con una mejor distribución de la renta para



la población acelerando el desarrollo de la región. Así, la comunidad debe aprovechar estos beneficios y dirigirlos como una estrategia de revitalización de los recursos naturales y socioculturales. En este contexto el gobierno juega un papel importante como el promotor de la actividad turística fungiendo también como evaluador de la inversión, y las políticas de desarrollo que deberán impulsar dichas inversiones no solo en un nivel privado sino también el de las instituciones comunales. El reto al que se enfrentan las comunidades receptoras es la capacidad que desarrollen para reaccionar tanto a los impactos negativos así como a los positivos. Por eso es que las comunidades deben participar en el establecimiento de objetivos así como en el proceso operativo que se produce por la actividad turística.