

POLÍTICAS COMPARADAS DE TURISMO CULTURAL EN TIEMPOS DE CRISIS

COMPARATIVE POLICIES OF CULTURAL TOURISM IN TIMES OF CRISIS

Alberto Martorell Carreño
Comité Peruano de ICOMOS, Perú

Recibido: 15 de agosto de 2018

Acceptado: 1 de setiembre de 2018

RESUMEN

Sin duda el siglo XXI ha iniciado y avanza en medio de crisis sobre las que conviene reflexionar desde todo punto de vista. Los procesos de movilidad humana se han incrementado a niveles insospechados. La violencia sigue siendo un factor presente en las relaciones internacionales. Crisis económicas transfronterizas se han mostrado como el lado más oscuro de la globalización: corrupción de exportación. Sin duda, el turismo vive en medio de todo ello. Se nutre de medios de transporte masivos de personas y de sistemas de instantaneidad sin geografía, que hacen que la información fluya desde, y hacia todos los viejos confines que hoy ya no generan misterio alguno. El turismo procura necesariamente encuentros con el otro. Si lo vemos como nuestro aliado y no como nuestro enemigo, si quien visita otras culturas lo hace con respeto, y quien los recibe siente una curiosidad positiva, estamos frente a una herramienta sin parangón para la construcción de comprensión y paz. Lo contrario, abre puertas a conflictos cada vez más ciertos e intensos en los planos ideológicos y espirituales que sin duda, se traducen con el tiempo en conflictos reales. Por lo tanto, ¿es el turismo una herramienta hacia la multiculturalidad activa, la construcción de espacios comunes y el acercamiento a la anhelada paz?

Palabras clave: turismo cultural, globalización, política turística, información, recurso cultural, crisis sistémica, turismofobia.

ABSTRACT

It is a fact that 21st Century arrived in the middle of crises which demand our reflections and work to solve them. Human mobilization processes have reached unsuspected levels. Violence is still a strong factor present in international relationships. Cross-border economic crises have shown the darkest side of globalization: cross-border corruption. Tourism is facing these problems permanently. But it also nourishes from contemporary developments: fastest transportation systems, instantaneity of communications that make information flowing

Este es un artículo Open Access bajo la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0



each and everywhere, becoming a so usual phenomenon that we do not consider it any strange process. Tourism implies facing the “others”. If we understand tourism positively, if we focus on it as an ally and not an enemy, if those visiting different cultures respect them, and they receive him/her with interest and curiosity, tourism can become a very important tool for the construction of peace and mutual comprehension. If it is the opposite, tourism can open the door for real and intense difficulties. Is tourism a tool to multiculturalism, the construction of common spaces, a road to peace?

Keywords: cultural tourism, globalization, tourism policy, information, cultural resource, systemic crisis, anti-tourism (turismofobia).

El concepto: Si todo turismo es cultural, ¿a qué nos referimos cuando hablamos de turismo cultural?

Hace algunos años alumnos de pregrado me soltaron la pregunta, que ahora traigo a colación, en un curso titulado precisamente *Turismo cultural*.

La primera parte de la pregunta venía de la discusión, que les planteé en clase, sobre la forma en que entendemos el turismo en los últimos tiempos y de manera ‘oficial’. Considero un punto de partida necesario el plantear dicha reflexión.

El glosario de términos que encontramos en la página web de la World Tourism Organization - UNWTO (2017) dice: *Tourism: Tourism refers to the activity of visitors*¹.

¿Es turismo, únicamente la actividad de los visitantes?, ¿qué sucede con los miles de personas dedicadas en el mundo entero a diseñar, construir y hacer funcionales los espacios de infraestructura especializada, de servicio, etc., y a brindar en el campo prestaciones propiamente turísticas?, ¿están fuera del concepto?

La primera respuesta lógica es, pero ¡por supuesto que no! A quién se le ocurre dudar que, por ejemplo, un guía se llama justamente ‘guía de turismo’, porque su actividad es parte indispensable del turismo; o que todo un ministerio lleva como parte de su rótulo la palabra ‘turismo’, porque hay políticas de Estado también en este campo especializado.

Aunque parezca un tema obvio el de la definición de turismo, este, tiene grandes repercusiones y genera diversos puntos de vista. Todo ello nos obliga a preguntar: “pero, ¿alguien sabe lo que es el turismo?” (Francesch, 2004), cuando paradójicamente esta pregunta surge, no de la falta, sino de la abundancia de definiciones de lo que es el turismo y el turista.

Pero dado que nuestro objetivo no es discutir sobre el término de manera general, sino específicamente para los fines de este artículo, recurriremos a un concepto básico que, desde nuestro punto de vista, merece ser criticado y requiere ser modificado. Nos referimos al concepto de la Organización Mundial del Turismo (OMT):

¹ La versión oficial en español de la Organización Mundial del Turismo estaba desactivada en el momento de la consulta.

Se trata de las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (Francesch, 2004)

Dejaremos al lector reflexionar sobre el término repetido en libros, manuales y artículos, enseñado en universidades e institutos, utilizado por gobiernos e instituciones políticas, pero que deja espacio para varias dudas razonables. Veamos, ¿entran o no en el concepto las actividades que hacen en su entorno habitual quienes diseñan recorridos turísticos, atienden en hoteles y restaurantes para turistas, escriben guías para turistas, etc.? ¿A qué sector pertenecen los establecimientos hoteleros, restaurantes, servicios de transporte, etc. que atienden de manera continua a esas personas durante sus viajes? ¿A qué responde el uso del término turismo para diferenciar un campo de estudio específico dentro del universo de la formación universitaria? ¿No es la palabra turismo la que llevarán los estudiantes en sus títulos cuando se gradúen?, y ¿a qué actividad se estarán dedicando el resto de sus vidas laborales y profesionales?

La respuesta es obvia y tal vez redundante, *turismo*.

Es importante saber que –como sostiene el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS)– hay muchos factores involucrados en el ámbito del turismo, lo que hace al mismo tiempo que se requiera un concepto más integral:

Por su propia naturaleza, el turismo ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas y estéticas. Se pueden descubrir numerosas oportunidades y posibilidades conociendo la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes, potencialmente conflictivas, y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales. (1999, p. 2)

Teniendo en cuenta lo anterior, ¿es todo acto de turismo un acto cultural? Hay, un hecho cultural indiscutible que impregna todo desplazamiento de un ser humano hacia territorios distintos de los que habitualmente ocupa: el encuentro con el otro, con sus costumbres y forma de vida, con sus creencias y sus formas de entender las cosas, con su identidad; en suma, distinta a la propia del viajero. Ese encuentro se traduce en sensaciones y sentimientos cuya esencia es necesariamente cultural. Es más, siendo el ser humano un ser social, el encuentro con el otro es, quiérase o no, un acontecimiento cultural. E incluso, el encuentro con un medioambiente distinto, en el supuesto que no estuviera habitado, ya es en sí mismo un acontecimiento cultural. Nuestro espíritu no se mantendrá indiferente a los influjos de lo nuevo y distinto que se despliega ante nuestros ojos, aun cuando nuestra voluntad no haya sido sumergirnos en una experiencia cultural.

Resulta un aporte muy interesante el que formula Velasco (2002):

Es necesaria la búsqueda de una perspectiva integradora que defina al fenómeno desde la perspectiva del turista (fuera lugar residencia, periodo inferior a un año, libre actividad no remunerada ...), la perspectiva del destino (singularidad del entorno, problemáticas asociadas ...); la perspectiva económica (actividad exportadora, impacto en las economías nacionales, subsectores ...) y desde la perspectiva sociológica (motivaciones, necesidad básica, modas ...). (p. 2)

Al igual que cuando hablamos de turismo, en el caso específico del *turismo cultural*, se puede determinar una tendencia a focalizarse en solo una cara del fenómeno social. Por ejemplo, para McIntosh y Goeldner (1986, como se citó en Richards, 1996) el término incluye los diferentes aspectos del viaje, enfatizando que a través de este, el turista aprende sobre la historia y las manifestaciones patrimoniales de otros pueblos, es decir, sobre sus productos materiales y sus procesos de interrelación.

Nosotros consideramos que esa visión es parcializada en uno de los lados, el del viajero, o si se quiere, en el de la demanda. Así, los turistas culturales desean, aprenden, pero, ¿qué sucede con el lado de los pobladores locales que reciben en sus propios hogares visitantes en creciente número y del más variado origen?, ¿qué tipo de proceso cultural sucede en ellos y qué tipo de cambios sufre su medioambiente por influencia del turismo cultural? (Martorell, 2017, p. 69).

En tiempos de globalización, donde los viajes tienen una frecuencia que se incrementa a cada instante, consideramos fundamental que el estudioso del turismo tenga un panorama en el que se considere y entienda, en su debido nivel de importancia, el mundo del turista y el de la población local.

Resulta interesante, dado su rol trascendente, considerar el concepto de turismo cultural de la OMT recogido por la UNESCO:

En sentido estricto, el turismo cultural incluye movimientos de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos culturales, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte o el folklore, y peregrinaciones.

De acuerdo a un criterio amplio, se trata de “todos los desplazamientos de personas que satisfacen la necesidad humana de diversidad y tienden a elevar el nivel cultural del individuo y suscitan nuevos conocimientos, experiencias y contactos” (Pedersen, 2005, p. 24).

Nuevamente, Velasco (2011) propone ideas esclarecedoras, al afirmar que se trata de:

Una de las actividades que más directamente condicionan el uso de los territorios y de los recursos culturales (Vera Rebollo & López Palomeque et al., 1999). Gracias al turismo se revalorizan los recursos culturales de una sociedad, aumenta la inversión en restauración y rehabilitación de bienes culturales y se incrementa la protección de los paisajes urbanos o centros históricos (Calle Vaquero, 2001). Pero la presión turística supone un riesgo de deterioro físico para los bienes culturales (García Hernández, 2003) y de pérdida de significado simbólico por la estandarización o extensión de espacios escenificados (MacCannell, 2003).

En el libro *Turismo Cultural* (Martorell, 2017), formularon dos aportes que consideramos necesario traer a colación:

Es necesario reconceptualizar turismo cultural con el fin de evitar las definiciones en boga que se conciben desde el punto de vista de uno solo de sus componentes, el del turista mismo, así como, se

planifican en torno a uno solo de los factores benéficos que posee, el de la generación de divisas; dejando de lado toda serie de elementos permanentes y de dinámicas que harían posible que el fenómeno del turismo cultural alcance todo su potencial. Se trata de partir de un concepto holístico del turismo cultural.

El turismo es en sí mismo un fenómeno cultural. Es la intensidad de motivaciones, características del destino y las relaciones culturales que genera las que permiten tipificar el turismo cultural como un campo especial de conocimiento y acción.

(...)

El turismo cultural debe entenderse como parte de sistemas de comprensión integral de los valores territoriales. Los bienes culturales y los hechos culturales deben entenderse como recursos para el desarrollo que solo se podrán proteger y utilizar racionalmente cuando se integren a los procesos de planificación en general

Es necesario redimensionar el turismo cultural como un paraguas dentro del que se deben incluir algunos subtipos, como el turismo rural comunitario, el turismo gastronómico, el turismo arqueológico, el turismo educativo, entre otros, que prioritariamente responden como factor principal a temas directamente culturales. (p. 262)

Volvamos entonces a la pregunta de los jóvenes estudiantes de turismo, a la que nos referíamos al inicio. La respuesta, a si toda forma de turismo es cultural, tiene necesariamente que ser positiva. Pero cuando abordamos un campo del conocimiento con perspectiva científica, necesitamos saber también que es útil generar criterios de clasificación. Así, podríamos decir que si en general todo desplazamiento turístico tiene un componente cultural, en específico hay algunas formas de turismo que, por la intensidad de la motivación y/o del proceso cultural generado a partir de su ejercicio, son más culturales o son propiamente culturales en comparación con otras.

Las políticas y el turismo cultural

Sin lugar a dudas el turismo –y en algunos casos como el peruano– el turismo cultural, debe formar parte de las políticas de gobierno. Existe toda una institucionalidad, más o menos exitosa, prácticamente en todos los países. Un aparato público que, junto a los actores privados, constituye un sector de gran importancia en la economía pública de nuestros tiempos. La Figura 1, sobre el movimiento de turistas a nivel planetario es sumamente esclarecedora.

Hablamos de un movimiento económico del orden de los 4303 millones de dólares en el año 2016, solo en Perú, que a nivel mundial alcanzaría a 7% de la economía, con 1.4 trillones de dólares norteamericanos (UNWTO, 2017), una cifra verdaderamente gigantesca. Pero no hay que mirar este fenómeno como un hecho económico solamente. Importante, sin dudas, pero terrible.

Figura 1. Movimiento de turistas a nivel planetario.

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT), 2016

Pero, podría ser que esos contundentes datos económicos hagan que nos deslumbremos. El brillo de la riqueza generada, por un lado, podría estar dañando también y pese a las grandes diferencias de opinión, nuestra capacidad de ver las otras aristas. La formulación de políticas turísticas requiere de una visión amplia. Pérez Royo (2014, como se citó en Velasco, 2016) señala:

Desde esta dimensión jurídica, en nuestro sistema político, al poder ejecutivo le corresponde asumir las funciones de tomar la iniciativa política principal en el ámbito de su territorio; ejercer la dirección, coordinación y supervisión de las administraciones públicas que dependen de él; gestionar las crisis; desempeñar el liderazgo social y asumir la representación simbólica. (p. 578)

Velasco (2016) resume cómo actúan los gobiernos en la Tabla 1. Como se puede apreciar, el turismo ofrece una serie de alternativas de acción desde lo público, que repercuten en lo privado, lo que nos puede llevar hacia dos objetivos sumamente interesantes: por un lado, la generación de alternativas de desarrollo (p. ej., el caso de las infraestructuras turísticas) y por otro, la conservación de las características propias de los espacios donde se realice la actividad (p. ej., al recuperar patrimonio tangible o intangible). En medio de todo ello hay, sin embargo, otro factor aún más complejo, el componente humano. Sobre ese particular, hallamos otro aspecto importante, recogido en el último ítem: representar intereses difusos y no organizados, que deviene en acciones relativas la consideración de nuevos actores, especialmente los comunitarios.

Estas alternativas implican tener en cuenta dos factores de sostenibilidad en el proceso de desarrollo: el componente humano es necesariamente el principal objetivo, y el territorio entendido de manera integral es el que le dará soporte.

Tabla 1*Capacidades de los gobiernos y su reflejo en acciones*

Escoger y mantener prioridades frente a demandas diversas y encontradas	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar estrategias de conservación del entorno natural y urbano, compatibilizándolos con la actividad turística. - Apoyar nuevos modelos de desarrollo turístico basados en la economía social.
Decidir cómo se utilizan los recursos	<p>Invertir distintas cantidades en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Infraestructuras turísticas - Recuperación del patrimonio cultura tangible e intangible. - Subvenciones a empresas para que generen nuevos productos turísticos o lleven a cabo planes de modernización. - Planes de formación para trabajadores del sector privado. - Promoción de destinos.
Coordinar los objetivos enfrentados en un todo coherente	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar un modelo de desarrollo turístico integrando distintos objetivos. - Redactar planes estratégicos. - Coordinar objetivos de distintos subsectores (alojamiento, intermediación, transportes y receptivo).
Ser capaces de imponer pérdidas (o limitar ganancias) a los grupos poderosos	<ul style="list-style-type: none"> - Limitación del crecimiento. - Eliminar negocios que provocan impactos negativos. - Moratoria hotelera.
Representar intereses difusos y no organizados, además de los concentrados y bien organizados	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsar nuevas redes de actores. - Creación de órganos mixtos de gestión turística. - Información a la sociedad. - Incorporación a los espacios de discusión y decisión de actores de la comunidad no representados.

Fuente: Velasco, 2016, p. 580.

Con suma claridad Velasco (2002) concluye que:

Se ha pretendido que la política turística recogiera la idea del turismo como una actividad de consumo, ofertada y distribuida por un sector productivo y adquirido por un consumidor que selecciona productos. Esta imagen saca al turismo de la esfera política y lo sitúa en el ámbito del mercado privado. Este concepto tiene necesariamente que ser discutido. Siendo los productos turísticos bienes de consumo, cuentan, entre sus componentes esenciales, con bienes públicos que constituyen los elementos más valorados en la elección de los consumidores. El mercado turístico construye sus ofertas sobre bienes públicos, la actividad deja beneficios económicos directos e indirectos en el país, pero la instrumentalización de los entornos culturales, territoriales y medioambientales, no permiten circunscribir el turismo al ámbito del mercado privado. La política turística debe construirse sobre el núcleo de la coordinación entre los diferentes valores en conflicto y abandonar la posición de mero instrumento facilitador de la actividad económica. (p. 4)

En el mismo sentido, Martinell (2016) observa que:

En este contexto, el concepto de turismo cultural se ha utilizado con excesiva ligereza y falta de concreción a pesar de su importancia y trascendencia. Todo puede ser turismo cultural si uno se lo propone, como acostumbra a pasar con el uso del concepto cultura con manipulaciones y artificios discutibles. Pero lo más alarmante es la confusión entre el turismo cultural entendido como la presentación de nuestras culturas al “otro” (extranjero o no), como una apertura al contacto y el diálogo entre ciudadanía culturales y otra concepción instrumentalista en que la industria turística se apropia de bienes y servicios culturales de la sociedad y los transforma, sin requerir la opinión de la ciudadanía, en destinos turísticos justificándolo con que esto aporta desarrollo y riqueza. Situaciones que ya están creando tensiones sociales y culturales en muchas sociedades de diferentes formas y expresiones. (p. 91)

Nuestro principal campo de preocupación profesional ha sido, desde hace ya varios años, el patrimonio. Coincidimos, desde el punto de vista de la conservación y el uso sostenible del patrimonio en los procesos de desarrollo, con que estamos frente a bienes públicos o que, al menos, tienen un fuerte componente público. En efecto, somos partidarios de las corrientes teóricas que encuentran una doble naturaleza en la esencia misma de los bienes culturales físicos. De un lado tenemos su materia, que puede ser en muchos casos privada. Pero esa materia adquiere su dimensión patrimonial gracias al hecho de ser al mismo tiempo símbolo. Y por más privada que sea la materia el símbolo pertenece al colectivo social que se siente representado por él. El turismo cultural, entonces, tiene una fuerte vocación pública en cuanto sus actividades podrían dañar justamente intereses colectivos. Es por lo tanto, deber del Estado como nuestro representante, desarrollar políticas que compatibilicen las actividades turísticas de carácter recreativa, con la generación de conductas respetuosas de la naturaleza colectiva del patrimonio.

Nuevamente recurrimos a Velasco (2011), esta vez para analizar la propuesta conceptual que, respecto a política turística, formula:

El conjunto de acciones que impulsan actores públicos –en ocasiones en colaboración con actores no públicos– con la intención de alcanzar objetivos diversos relacionados con la variedad de fenómenos y relaciones que supone el proceso de atracción, estancia o residencia ocasional de ciudadanos en un territorio determinado. (p. 960)

Tal vez los tiempos que vivimos, en los que el tema participativo se ha fortalecido en la mentalidad de numerosos actores ciudadanos, sea también tiempo de reconceptualizar lo que entendemos por *política* como actividad que exige una participación activa del sector público casi de manera exclusiva.

El creciente rol de actores privados (por los que no hay que entender empresas o siquiera concebirlas desde interés crematístico alguno), es probablemente el gran factor que puede incorporar criterios de redistribución y control de flujos económicos como límite al uso indiscriminado del territorio. También puede contribuir a la presentación genuina y empoderada de la práctica cultural más auténtica, para citar solo algunos aspectos en los que el legítimo apego hacia su propio espacio puede hacer del poblador, bien informado y no manipulado por las presiones del mercado, un agente de desarrollo sostenible que incorpore en la gestión del turismo prácticas verdaderamente sostenibles.

Crisis sistémica y problemática del turismo

Hay muchos síntomas de crisis en los tiempos que nos toca vivir, y afectan todas las actividades humanas. Esto incluye, por supuesto, al turismo. En los siguientes ítems analizamos algunos síntomas de la crisis de la que hablamos que influyen o corresponden directamente al turismo:

- a. La guerra ha sido uno de los hechos más constantes en la historia de la humanidad. Aun en tiempos como los nuestros, donde supuestamente hay tantos avances, la guerra sigue cobrando vidas y esperanzas en diversos puntos del territorio global. Ha desarrollado nuevos mecanismos de acción y formas de violencia –muchos acusan y con bastante sentido que estuvieron presentes en zonas como África y Oriente Medio desde siempre– que han golpeado objetivos para nada militares. Es más, parece ser que, en ciertas regiones del mundo, la situación es tal que el turismo parece una actividad peligrosa. Hablamos, claro está, del terrorismo.
- b. Un síntoma de una grave crisis global es el de la destrucción premeditada e incluso planificada del turismo que se ha visto en zonas de conflicto armado. Aleppo, la ciudad Siria, declarada patrimonio mundial es tal vez el ejemplo más patético. Pero no podemos olvidar imágenes como la del Puente de Mostar en Bosnia Herzegovina dinamitado en medio de la guerra que se desató en esa región, el año 1993; los Budas Gigantes de Bamiyán cayendo en pedazos el año 2001; y una serie de otros casos a los que se refiere la relatora especial sobre los derechos culturales del sistema de Derechos Humanos de la Organización de Naciones Unidas (ONU), como:

La destrucción de lugares históricos y religiosos sufíes y la profanación de tumbas en Libia en 2011 y 2012 (LBY 2/2012); 21 la destrucción de sitios culturales y religiosos, artefactos y manuscritos durante la ocupación del norte de Malí en 2012 y a comienzos de 2013, acompañada de una prohibición de la música y restricciones con respecto a la indumentaria de las mujeres, con la intención deliberada y expresa de imponer una visión del mundo (MLI 1/2012) 22 y la destrucción pasada y en curso de templos, monasterios y lugares sagrados milenarios como Palmira en la República Árabe Siria (véase A/HRC/31/68, párrs. 85 a 93). El Consejo de Derechos Humanos también ha hecho frente a la “destrucción sistemática” del patrimonio cultural del pueblo palestino por parte de Israel. (Bennoune, 2016, p. 4)

- c. Los sistemas de control implementados para tratar de reducir los riesgos de sufrir ataques terroristas, principalmente en aviones o centros de fuerte afluencia de pasajeros, podrían incluso hacer que los viajeros desistan: la sensación de inseguridad tal vez sea el principal factor limitante del turismo.
- d. La crisis económica tiene influencias ambiguas sobre el turismo. Por un lado, muchos potenciales viajeros ven recortadas sus economías y se encuentran imposibilitados de viajar. Pero, por otro, en países que han sufrido crisis económicas ya de largo aliento, aquellos puntos más conocidos para los turistas han visto inclusive aumentar su número de visitantes. Dichos destinos turísticos han logrado sufrir menos los efectos de la crisis general vivida en, por ejemplo, España. En algunos lugares existe un agotamiento físico e intelectual que está llevando incluso al surgimiento de políticas agresivas hacia los visitantes.

- e. Las crisis migratorias han generado movimientos muy grandes hacia algunos de los centros de poder simbólico en el mundo, que son también principales destinos turísticos. En las regiones afectadas hay posibilidades claras de conflicto, aunque, hay que decirlo, se trata de puntos bastantes alejados de nuestro territorio. Es más, ese tipo de crisis que desincentivan a los viajeros de visitar algunos de los puntos más clásicos generará procesos de búsqueda de alternativas y puede significar una oportunidad para el turismo receptivo peruano.
- f. La crisis del calentamiento global, probablemente, sea la causa de una serie de desarreglos climatológicos, entre los que cabe incluir al Perú y el Fenómeno del Niño, y una serie de sismos, vientos violentos, grandes incendios, etc., por doquier.
- g. Hay una crisis que toca directamente a nuestro campo: el turismo ejerce niveles de presión mayores muchas veces a los que puede soportar el territorio, consume en niveles que rompen el equilibrio ecológico inmediato y, muchas veces, transforma su propio ámbito en uno artificial y diseñado para el deslumbramiento básico de visitantes esporádicos. Pierde así el control sobre su propio medio y se ve envuelto en el proceso que, según Augé (1998) ha generado el turismo, dividiendo al mundo en espectáculo y espectadores.
- h. En el Perú es muy débil y se disminuye cada vez más el sistema de defensa legal del patrimonio cultural, lo que implica mayor número de casos de destrucción concreta. Es un fenómeno que repercute negativamente sobre todo tipo de patrimonio, pero especialmente afecta al patrimonio inmueble, tanto en sitios prehispánicos como en sitios urbanos surgidos en época del virreinato o la república. La última y más grave violación del sistema jurídico que debiera proteger el patrimonio cultural, se ha dado lamentablemente en el actual periodo gubernamental. Nos referimos al D. S. 007-2017-MC que crea un absurdo jurídico al decir que la presunción (dicho sea de paso, consagrada en el Art. 21° de la Constitución peruana vigente), requiere de una resolución viceministerial que a su vez debe basarse en un informe técnico. Es ilógico ‘presumir por resolución’. Es justamente para no tener la limitación que esa exigencia burocrática existe, que se estableció la presunción.
- i. Hay también una crisis económico financiera general que no se supera, con periodos de menor o mayor incidencia, desde el 2008 aproximadamente. Muchas veces el sector turismo permite el surgimiento de supuestos desarrollos turísticos (algunos hoteles de alto standing, ciertos restaurantes de éxito, sistemas de transporte monopólico, etc.) que, lejos de funcionar como verdaderos motores de desarrollo para los lugares donde se realizan, se convierte en enclaves económicos extractivistas y de alto consumo, generando crisis en lugar de alternativas para el desarrollo sostenible. Ejemplo de ello es lo que viene sucediendo en Barcelona en el último lustro, más o menos, que deviene incluso en formas de protesta que han alcanzado tanta repercusión que hoy tienen nombres propios: turismofobia, antiturismo, entre otros.

Hay más factores que se podrían discutir para hablar de crisis y turismo. Según Rodríguez-Toubes y Fraiz (2010):

La investigación en el ámbito de las crisis en el turismo ha puesto de manifiesto que es un sector propenso a sufrir crisis (Lerbinger, 1997 & Richardson, 1994). Cabría pensar que las mejoras por parte de las organizaciones y los destinos turísticos en cuanto a medidas de seguridad, higiene, tecnología, gestión y desarrollo, tendrían como consecuencia una disminución de las posibilidades de

aparición de crisis, sin embargo esto no es así; cada vez es mayor el número de crisis a las que tenemos que enfrentarnos y sus sesgos más variados. El turismo cada vez está más desarrollado tecnológicamente, debido a ello, los sistemas de comunicación, información y reserva son cada vez más sofisticados y a la vez más frágiles y vulnerables. En este sentido, los efectos de una crisis pueden ser más devastadores, y a su vez, la misma estructura del sistema es más propensa a la generación y propagación en cadena de las crisis. (McKercher & Young, 1999)

Crisis de los destinos turísticos: turismofobia

La idea reduccionista que generó una especie de ecuación lineal (y más imaginada que real) en la que se creía que recurso cultural más inversión privada da como resultado inequívoco, desarrollo, es hoy día tema de discusión y, en algunos casos, de emocionada protesta ciudadana. Por supuesto, que el tema es más complejo, pero si queremos buscar un síntoma básico que lo describa, tendremos que referirnos al número exorbitante de turistas en un mismo espacio con especial capacidad de convocatoria para el imaginario de los viajeros modernos.

Existe una multiplicidad de factores que convierten un punto del territorio en un ‘punto caliente turístico’ (pensando en los *hotspots* de los ambientalistas). Su ubicación, la calidad de sus instalaciones de comunicación que facilitan la salida y llegada de grandes cantidades de personas, la tendencia a la concentración de los visitantes en determinados sectores del espacio turístico, la distorsión en la relación entre la población local y el visitante consistente en la planificación en torno al turismo, dejando de lado el centro donde este se realiza y que sufre presiones constantes y crecientes. A ello, hay que sumarle la existencia de factores, como los apartamentos en alquiler en zonas de vivienda, una alternativa informal o semiformal que viene siendo usada por muchos turistas deseosos de alojamiento a bajo costo y sin reglas, con la repercusión negativa que eso trae sobre la calidad de vida de los vecinos y la estructura de los edificios. Lo que pone en evidencia que no podemos dejar de mencionar en esta lista la propia conducta del turista.

Compartiremos con ustedes una reflexión en voz alta, fruto de la observación empírica y que solo nos atrevemos a plantear como un llamado al interés de los investigadores del mundo de la psicología. De hecho, no estamos inventando ningún campo nuevo. Simplemente tratamos de hacer reflexionar sobre la necesidad de investigar el turismo también desde un enfoque psicológico, algo tan claro que se trata de una especialidad impartida en diversas universidades con el nombre de Psicología Social del Turismo².

Se trata de las peculiaridades del contexto turístico y sus posibles influencias en la conducta del turista. Hablamos por supuesto de personas que, en su lugar de origen, trabajan, cumplen horarios, tienen vecinos frente a los que desean una imagen positiva, tienen deberes como padres y ciudadanos. Todo eso exige pautas de comportamiento socialmente aceptables y, generalmente, se resuelve a través de mecanismos de control de la conducta. Normalmente una persona cuida cada detalle de su imagen personal, dado que la seguridad de su pertenencia a su entorno social permanente está en juego.

² La psicología del turismo es una subárea de la psicología social que estudia aspectos como los procesos psicológicos relacionados con la conducta individual y social en la actividad turística, el comportamiento y las interacciones de las personas en su tiempo libre, la influencia que ejercen los procesos sociales en los entornos turísticos o la manera en que la actividad turística condiciona la gestión de las organizaciones turísticas (Universidad de Alcalá de Henares - UAH, s.f.).

Durante el viaje, en cambio, se encuentra lejos de muchos de los mecanismos de control que la sociedad genera en los lugares de vida cotidiana. Cubiertos por el anonimato propio de un lugar ajeno, entre personas cuya apreciación será absolutamente efímera y no cambiará sus condiciones de vida, hace que el viajero se sienta en libertad de desarrollar prácticas que él mismo consideraría inaceptables en su lugar de origen, formas de conducta poco responsable o incluso hasta agresiva con el medioambiente y la sociedad visitada. Es necesario activar mecanismos de promoción de conductas sociales y ecológicamente adecuadas. No es absurdo pedir que se incorpore en algún momento de la formación escolar un tema relativo a pautas de conducta deseable en el ejercicio del ocio y el tiempo libre, por las repercusiones que esto tiene sobre el destino turístico.

Barcelona, uno de los casos emblemáticos de lo que venimos narrando, está desarrollando medidas como prohibir nuevos hoteles en su centro histórico. Se extiende más en el tiempo el caso de Venecia, en octubre de 2016 la prensa informaba de una protesta de vecinos venecianos contra los cruceros –forma masiva y especialmente predadora de turismo– (ver Figura 2).

Figura 2. Protesta vecinal veneciana en octubre de 2016.



Fuente: Vice News, 2017

Un artículo de la National Geographic describía así la situación:

En un puente de mayo de 2008, por ejemplo, 80.000 turistas cayeron sobre la ciudad como langostas sobre los campos de Egipto. Los aparcamientos públicos de Mestre, una parte del municipio situada

en tierra firme, donde la gente deja el coche para coger el autobús o el tren hasta el centro histórico, se llenaron y tuvieron que cerrar. Los turistas que consiguieron llegar a Venecia tomaron las calles por asalto, como bancos de peces ávidos de pizza y gelato, dejando tras de sí una estela de papeles y botellas de plástico.

La *Serenissima*, como se conoce a Venecia, lo es todo menos serena. El mundo entero irrumpe en el cáliz exquisitamente labrado de la ciudad con una guía turística en la mano, las fantasías guardadas junto al cepillo de dientes y unos zapatos cómodos. Y entonces, ¡splash!, expulsa a los venecianos. El turismo no es la única razón del éxodo acelerado, pero una pregunta flota en el ambiente como la niebla: ¿quién será el último veneciano que quede en la ciudad?

(...)

Por favor, ocupen sus localidades. En esta obra, Venecia interpreta un doble papel: el de ciudad donde la gente vive y el de ciudad visitada por los turistas. La iluminación, la escenografía y el vestuario son tan hermosos que te roban el corazón, pero el argumento es confuso y el desenlace, incierto. Solo una cosa es segura: todos veneran a la actriz protagonista. (21 de agosto de 2009)

Entre tanto, en las calles de Barcelona hoy enrarecidas por inexplicables proyectos independentistas, se lee y escucha algo nuevo por las calles. Lemas tan curiosos como *Turist, go home* (Turista, vuelve a casa), *Gaudí hates you* (Gaudí te odia) o *Parad de destroz ar nuestras vidas*. Turismofobia: reacción contra usos y abusos del turismo y sus protagonistas.

El turismo como herramienta para la superación de la crisis

El fenómeno social del turismo seguirá creciendo inexorablemente. Los usos controlados del espacio pensados como connaturales a ciertas prácticas turísticas que resultaban ser más o menos elitistas, han cedido frente a usos sociales intensos. No todos los ‘turistas culturales’, tienen una intensión diferente al esnobismo de la foto y su aumento va convirtiendo también a ‘otros turismo s’ como el cultural, en formas masivas de viajar. Curiosamente, las vías alternativas al turismo de sol y playa tan criticado, terminan convirtiéndose en una especie de ‘turismo de masas ilustrado’, porque los miles de viajeros ‘cultos’ generan efectos negativos, que se extienden sobre el territorio cada vez más.

Pero eso no cambia el hecho: el turismo es el fenómeno social más importante de inicios del milenio. Debemos enfatizar en mecanismos más profundos para estudiarlo: antropología y sociología del turismo surgen como disciplinas cada vez más definidas. Psicología del turismo parece ser otra rama que crece enriqueciendo el árbol del saber frente al proceso de movimiento de personas. Es necesario que, en general, el mundo académico vuelque su mirada crítica y profunda al fenómeno del turismo y desarrolle herramientas útiles para la generación de destinos alternativos e incentivos para visitarlos, en términos que pueden ir desde la inversión en servicios de calidad hasta exoneraciones de impuestos, pasando por un largo menú de opciones que permitan que los flujos turísticos sean los adecuados a las condiciones de cada sitio. Hay que incentivar la redistribución del turismo en términos geográficos y temporales.

Es indiscutible que un componente esencial para la gestión exitosa del turismo, especialmente de aquel vinculado con patrimonio, es la sostenibilidad.

Construir la sostenibilidad es posible, desde nuestro punto de vista, sí y solo, si trabajamos sobre valores. ¿Qué valores en común representa el patrimonio y el turismo cultural? No buscamos identificar los valores del sitio cultural que apliquen para el turista en su dimensión de cliente. Hablamos del turista en su dimensión de ser humano, que es siempre compleja, y del poblador en ese mismo sentido fundamental. ¿Dónde se encuentran los derechos y expectativas del turista y del poblador local como los dos extremos de un proceso que, en toda la cadena, debe cumplir criterios de sostenibilidad?

Seguramente la diversidad ambiental y la diversidad cultural pueden convertirse en factores de interés común. Ambos son valores que las circunstancias nos fuerzan a reconocer: el proceso del calentamiento global pone en riesgo los valores ambientales y tiene, en los últimos tiempos, repercusiones que se extienden por todo el planeta. Así, afectan tanto lugares de origen como puntos de destino de las corrientes turísticas. Tenemos que ser cada vez más conscientes de que nuestra conducta es como el famoso efecto ‘mariposa’. Si la ciencia meteorológica ha demostrado que el simple aleteo de una mariposa puede desencadenar un desastre natural al otro extremo del mundo, hay que hacer saber al visitante que un probable daño en el destino turístico está influyendo en el sistema global y, por ende, en su propia existencia cotidiana. El comportamiento correcto del visitante en el destino natural es un paso indispensable para la sostenibilidad del destino y, a partir de este, de cualquier otro punto del planeta, incluyendo el de residencia habitual del turista. Dada la magnitud del movimiento turístico, los efectos negativos o positivos que ese comportamiento genere son de nivel planetario y así deben asumirse. Formar en valores que hagan entender la importancia del consumo y las conductas adecuadas durante el desplazamiento turístico es indispensable. Las políticas nacionales y las que promueven los organismos internacionales tienen que evolucionar en ese sentido.

En cuanto al factor cultural, debe entenderse la importancia de la diversidad cultural, promovida también al máximo nivel por la UNESCO al aprobar la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Intangible (2003) y, más directamente, la Convención relativa a la Diversidad Cultural (2005). Se puede enfocar la relación entre turismo y diversidad de la manera más sencilla posible: si no existe, no podremos disfrutarla como turistas. Pero también hay que verlo desde un punto de vista más complejo: si lo cosificamos al convertir las manifestaciones de la diversidad en simples productos, la experiencia se reduce a lo que Augé (1998) llama un mundo dividido en espectáculos y espectadores, como comentamos. Las políticas de turismo cultural no pueden olvidar que el fortalecimiento de la práctica cultural auténtica beneficia al propio turista.

Una reflexión final: la necesidad de desarrollar políticas que prevengan y/o afronten los retos de la crisis

Siendo el turismo un fenómeno mundial, sus crisis son locales y globales. Sobre todo, hay dos tipos de crisis especialmente nocivas para el turismo. La primera de alcance general, es la crisis económica. La segunda, es consecuencia de las repercusiones del terrorismo sobre el turismo, directas e indirectas, que tienen efectos

probablemente contrarios: si el factor riesgo puede hacer que los viajeros opten por evitar determinado destino, eso puede generar que se dirijan a otros considerados más seguros, convirtiéndose en una oportunidad.

Sea cual sea el caso, lo cierto es que destinos tan potentes como Francia, dedican su interés a formular políticas para promover nuevamente el turismo a sus territorios. En ese sentido, se resalta como una medida de gran alcance, el que se encargara el informe *54 suggestions pour améliorer la fréquentation touristique de la France à partir de nos Patrimoines* al exministro y expresidente de la región de los Pirineos Medios de Francia, y presidente de la asociación Sitios y Ciudades Notables de Francia: Martin Malvy.

El documento, se basa en 5 ejes:

- Retos de gobernabilidad.
- Estructuración de la oferta (de cara a la mejor atención a la demanda).
- Formación de la juventud afrontando los nuevos retos representados por el turismo cultural.
- Transición digital de acuerdo a los avances tecnológicos.
- Promoción de los tesoros del patrimonio francés a veces alejados de los circuitos usuales del turismo. (Malvin, 2017)

Respecto al eje gobernabilidad, el informe propone tres niveles de labor concertada: entre los ministerios del gobierno central francés, entre las regiones y las comunas (autoridades locales), otorgando a la vez mayores competencias al Centro de Monumentos Nacionales de Francia. En cuanto a alojamiento y hospitalidad, se sugiere el reforzamiento de estos en los lugares patrimoniales con mayor densidad patrimonial. También presta especial atención a aspectos de la restauración. En ese punto, se considera necesario promover los proyectos de inversión pública-privada (Malvy, 2017).

Siendo integrante de los equipos académicos de la Universidad de San Martín de Porres en el campo del turismo, concluyo señalando un aspecto que resulta especialmente interesante para resaltar cuán acertada es la conducción de esta casa de estudios en los temas vinculados con el turismo: Una de las medidas sugeridas por el informe Malvy es crear un observatorio del turismo cultural. Sería interesante que, a partir de esta idea, en el caso peruano, se pueda reforzar la labor del Observatorio de Turismo de la Universidad de San Martín de Porres en alianza con el Viceministerio de Comercio Exterior y Turismo. Sin duda el gran aporte del mundo académico del turismo radica en la investigación y la reflexión teórica y las propuestas prácticas derivadas de ella. Es con el sustento del conocimiento, que podemos formar una base crítica suficiente para orientar al turismo en el Perú hacia el desarrollo sostenible, y no solo hacia el crecimiento en cifras. Eso implica considerar los factores patrimoniales y ambientales, así como, los procesos esenciales, permanentes y de alta influencia que se dan en el territorio, y que son intrínsecos a su población, de tal forma que logren un fortalecimiento suficiente que permita desarrollar las condiciones para ofrecer servicios de calidad, pero que al mismo tiempo, influya en su propia calidad de vida, fortalecimiento identitario y participación en los procesos beneficiosos, a la vez que se prevén los efectos nocivos y los riesgos. Esta vía garantiza destinos turísticos resilientes y experiencias culturales memorables.

Referencias

- Augé, M. (1998). *El viaje Imposible. El turismo y sus imágenes*. Barcelona: Gedisa.
- Bennoune, K. (9 de agosto, 2016). *Informe de la Relatora Especial sobre los Derechos Culturales sobre la destrucción intencional del patrimonio cultural, tanto en situaciones de conflicto como en otras situaciones, por parte de Estados y agentes no estatales*. Informe A/71/317. Recuperado de <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N16/254/47/PDF/N1625447.pdf?OpenElement>
- Campoamor, J. (2017). *Turismofobia: Barcelona y otras ciudades en pie de guerra contra el turismo de masas*. Recuperado de <http://www.bbc.com/mundo/noticias-40107507>
- Consejo Internacional de Monumentos y Sitios - ICOMOS (1999). *Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo*. Recuperado de http://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf
- Francesch, A. (2004). Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta. *Gazeta de Antropología*, 20. Recuperado de http://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.html
- Malvin, M. (2017). *54 suggestions pour améliorer la fréquentation touristique de la France à partir de nos Patrimoines*. Recuperado de http://www.patrimoine-environnement.fr/wp-content/uploads/2017/03/rapport_def_pat_touristique_14_03_17_cle4887a1.pdf
- Martinell, A. (2016). Turismo, cambio y tecnología. En busca de soluciones transversales. *Telos. Revista de pensameinto sobre comunicación, tecnología y sociedad*, octubre 2015-enero 2016, 91-93.
- Martorell, A. (2017). *Turismo Cultural. Reflexiones para un encuentro sostenible entre turismo y cultura*. Lima: USMP.
- National Geographic. (21 de agosto de 2009). Venecia se desvanece. Recuperado de https://www.nationalgeographic.com.es/historia/grandes-reportajes/venecia-se-desvanece_22/1
- Organización Mundial del Turismo - OMT. (2016). Recuperado de http://media.unwto.org/sites/all/files/inf_ita_itr_2017_july-02_0.png
- Pedersen, A. (2005). *Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial*. París: CPM de UNESCO.
- Richards, G. (1996). The scope and significance of cultural tourism. En G. Richards (Ed.), *Cultural tourism in ministerio*. Wallingford: CABI. Recuperado de http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF
- Rodríguez-Toubes, D., & Fraiz, J. A. (2010). *Revista Encuentros Científicos - Tourism & Management Studies*, 6. Recuperado de http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-24082010000100006
- Universidad de Alcalá de Henares - UAH. (s.f.). *Guía docente. Psicología Social del Turismo*. Recuperado de https://www1.uah.es/estudios/asignaturas/descarga_fichero.asp?CodAsig=680043&CodPlan=G680&Anno=2012-13
- Velasco, M. (2002). *La política turística: objeto, contenido e instrumentos. Evolución de la política turística en la Organización del Estado: 1951-2000* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado de <http://www.ilam.org/viejo/ILAMDOC/sobi/Sobre-el-turismo-y-la-politica-turistica.pdf>
- Velasco, M. (2011). La política turística. Una arena de acción autónoma. *Cuadernos de Turismo*, 27, 953-969.
- Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *Pasos online*, 14(3), 577-594. Recuperado de [https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-86256/2016-MVelasco-Pol%C3%ADtica%20y%20planificacion%20turismo%20\(Pasos\).pdf](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-86256/2016-MVelasco-Pol%C3%ADtica%20y%20planificacion%20turismo%20(Pasos).pdf)
- Vice News. (2017). Recuperado de <https://news.vice.com/es/article/venecia-odia-capital-turismo-mundial>
- World Tourism Organization - UNWTO. (2017). *Tourism Highlights*. Madrid: OMT. Recuperado de <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryterms.pdf>

Alberto Martorell Carreño
Comité Peruano de ICOMOS, Perú
martorellc@yahoo.com