

[<< Volver al índice](#)

PATRIMONIO, COMUNIDAD LOCAL Y TURISMO: LA NECESIDAD DE PLANIFICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Alfredo Conti*

LINTA, CIC

Santiago Cravero Igarza**

LINTA, CIC

* Investigador en el Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente (LINTA-CIC). Profesor en la Licenciatura en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

** Becario en el Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente (LINTA-CIC). Docente en la Licenciatura en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

Resumen Ejecutivo

El turismo se ha convertido en una de las principales actividades económicas en el ámbito mundial; para muchos países y ciudades, la captación de visitantes constituye un recurso fundamental para el desarrollo. El patrimonio cultural y natural con que cuenta un determinado territorio constituye la materia prima del turismo, pero este patrimonio es un recurso no renovable que, de no mediar una adecuada planificación, puede ser destruido o alterado irreversiblemente. De ahí que la puesta en práctica de un turismo sostenible, en términos ambientales, sociales y económicos, resulta un requisito indispensable para asegurar la posibilidad de un desarrollo a largo plazo con beneficios para la comunidad receptora. El artículo presenta un marco referido a las relaciones entre patrimonio cultural y natural y turismo, los impactos que la actividad puede causar en el patrimonio y algunas claves, teóricas y operativas, para la planificación del turismo sostenible.

Palabras claves: Turismo – Patrimonio – Sostenibilidad – Planificación

Abstract

Tourism has become one of the main worldwide economic activities. For many countries and cities, the possibility of attracting visitors constitutes a fundamental resource for local development. Natural and cultural heritage make up the primary resource for tourism; since it is a non renewable resource, it becomes necessary to define and implement plans that rule the way the activity will be developed. Every tourism destination requires an adequate plan which should include environmental, social and economic aspects to ensure a long term sustainable development with equal benefits for local population. This article focuses on the relationship between natural and cultural heritage and tourism, explores the impact that tourism may cause on heritage and provides some information related to sustainable plans in tourism

Key Words: Tourism – Heritage – Sustainability – Planning

ÍNDICE

I. La relación entre patrimonio y turismo	11
II. El patrimonio como recurso y su proceso hasta convertirse en oferta turística	12
III. Contar con recursos no basta	13
IV. Turismo Cultural y Comunidad Local	15
V. Patrimonio y turismo: oportunidades y amenazas	16
VI. Hacia un turismo sostenible	24
VII. El turismo y sus impactos desde lo socioeconómico	24
VIII. Documentos internacionales sobre patrimonio y turismo sostenible	26
IX. Aspectos básicos de la planificación del turismo en sitios patrimoniales	28
X. Bibliografía	30

I. LA RELACIÓN ENTRE PATRIMONIO Y TURISMO

Según las definiciones más difundidas, el turismo es el complejo de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual, invirtiendo en sus gastos recursos que no provienen del lugar visitado. Las razones que motivan ese desplazamiento pueden ser de naturaleza diversa: descanso, educación, salud, práctica de deportes, negocios, visita a familiares, etc. Por lo general, tales motivaciones están vinculadas al hecho que en el lugar de destino existen ciertos atractivos, naturales o culturales, que la persona que se desplaza no encuentra en su lugar de residencia habitual. Estos atractivos dan origen, a su vez, a diversas modalidades de turismo: de sol y playa, ecoturismo, turismo cultural, de estudios, de salud, gastronómico, etc.

La práctica de desplazarse temporalmente existió desde la más remota antigüedad; la visita o peregrinación a lugares considerados sagrados es una experiencia, ligada al campo de lo religioso, que existió en todas las civilizaciones. En el mundo moderno, el inicio del turismo está íntimamente ligado al patrimonio cultural. El estudio y la valoración de las ruinas romanas durante el Renacimiento llevaron a la construcción del concepto de “monumento histórico” (Choay, 1992: 25 y ss.). Esos relictos de una civilización que había colapsado muchos siglos atrás fueron el atractivo que movilizó a artistas, intelectuales y aristócratas europeos a desplazarse a la península itálica para poder visitarlos. Ese viaje adquirió tanto prestigio que fue denominado el “Grand Tour”, de donde deriva la palabra turismo. La fundación en Londres de la Sociedad “The Dilettanti”, que reunía a quienes habían realizado el viaje, da cuenta del prestigio social y cultural que el mismo otorgaba. Este hábito implicó la puesta en plaza de infraestructura y equipamiento para atender las necesidades y requerimientos de los viajeros: sistemas de transporte, alojamiento y restauración, todo lo cual constituía un antecedente de las modernas plantas turísticas. Esta forma inicial de turismo, que era a la vez un viaje “iniciático”, incluía algunos componentes de su definición actual: la idea de “tour” implicaba que los viajeros regresaban, una vez satisfechas sus expectativas, a sus lugares de residencia habitual, estaban motivados por cuestiones eminentemente culturales a la vez que invertían fondos en el destino provenientes de sus países de origen. En síntesis, se trataba, en términos actuales, de una práctica de turismo cultural, reservada a un grupo social selecto tanto en términos de formación como económicos.

Los grandes cambios económicos, sociales y culturales producidos en todo el mundo por la industrialización implicaron, a su vez, nuevas formas y modalidades de turismo. Entre los derechos reconocidos para los trabajadores apareció, ya en el siglo XX, el derecho al tiempo libre y al descanso. Nuevos estamentos sociales se sumarían, paulatinamente, a la práctica del turismo. Por otra parte, a los atractivos fundamentalmente culturales de la etapa inicial se sumarían otros, que no han cesado de expandirse hasta la actualidad. El interés por la naturaleza, iniciado en el campo científico entre los siglos XVII y XVIII, pasaría a su vez al campo de los artistas y, sobre todo a partir del Romanticismo del siglo XIX, se consideraría a los entornos naturales como un motivo de contemplación y solaz para el cuerpo y el espíritu. La traducción de todo esto se hizo evidente, en el campo del turismo, en nuevas modalidades que se sumaron con el tiempo al turismo cultural, como el turismo de naturaleza, de sol y playa y, más en nuestros días, el ecoturismo o el turismo aventura. El siglo XX, y más particularmente el período que se inicia después de la Segunda Guerra Mundial, aportaron la facilitación en los medios de transporte a la vez que el

acceso de capas cada vez más amplias a la posibilidad de viajar. Surgieron el turismo social, que garantizó la posibilidad de vacaciones para los trabajadores, y el de masas, que no ha cesado de expandirse, convirtiendo al turismo en una actividad económica de primer orden en el ámbito internacional y uno de los pilares, para muchos países y regiones, del crecimiento económico y del desarrollo integral de las comunidades.

Esta evolución cualitativa y cuantitativa del turismo como actividad económica coincide con el desarrollo del concepto de patrimonio, verificado sobre todo en la segunda mitad del siglo XX. A la idea inicial de “monumentos históricos”, reservada para las grandes creaciones del ser humano a lo largo de la historia o a los edificios y sitios que habían sido escenario o testigos de hechos memorables, se agregarían nuevas categorías de bienes que, según lo expresado en la Carta de Venecia, del año 1964, resultan testimonios *“de una civilización particular, de una evolución significativa o de un hecho histórico”*, a lo que se agrega que el concepto de monumento no se refiere sólo a las grandes creaciones sino también a *“obras modestas que han adquirido con el tiempo un significado cultural”*. Con estos principios, se consagraba la incorporación a los elencos patrimoniales de edificios modestos pertenecientes a la arquitectura popular, de asentamientos rurales, de arquitectura industrial, etc. En la actualidad, el concepto de patrimonio se ha extendido e incluye categorías como los paisajes culturales, los itinerarios culturales o el patrimonio inmaterial.

La incesante expansión del concepto de patrimonio tiene su correlato en una permanente diversificación de la oferta turística. Es necesario reconocer que no siempre los recursos patrimoniales tienen en sí la adecuada aptitud para insertarse en la oferta, particularmente en los sitios de turismo de masas, con lo que su uso turístico puede convertirse en una amenaza para sus valores. En este artículo procederemos a analizar algunos aspectos de la relación entre patrimonio cultural y natural y turismo, a la vez que a presentar algunas líneas, teóricas y operativas, orientadas a un turismo sostenible en los campos ambiental, social y económico.

II. EL PATRIMONIO COMO RECURSO Y SU PROCESO HASTA CONVERTIRSE EN OFERTA TURÍSTICA

La Organización Mundial del Turismo (1998: 185) parte del concepto de “recurso” para posteriormente definir al patrimonio turístico. Señala que es importante la diferencia entre recurso, oferta y producto y agrega que el primero no es válido por sí mismo, sino por su capacidad de transformación para satisfacer las necesidades de la demanda. Por lo tanto, el patrimonio desde el punto de vista del turismo, es el conjunto de bienes materiales e inmateriales que constituyen la materia prima que hace posible el desarrollo de la actividad.

Según Tresserras (2005: 1) *“para que el patrimonio pueda tener un uso turístico es necesario planificar no sólo este uso sino garantizar previamente la conservación, el estudio y la valorización del mismo, permitiendo su proyección futura y garantizando su disfrute para la población local. No todo el patrimonio puede ser susceptible de ser transformado en producto turístico y mucho de los productos turísticos que incorporan recursos patrimoniales no contemplan un plan de gestión de los mismos que asegure la conservación y menos aun como revierten los ingresos productos del desarrollo turístico en el propio patrimonio”*.

El proceso que debe cumplirse para llegar a ofrecer lo que habitualmente se conoce como “destino turístico” involucra una doble transformación: de recursos a productos y de productos en ofertas dirigidas al mercado. El punto de partida del proceso, el recurso, lo constituyen el conjunto de atractivos del territorio, su patrimonio natural y cultural, su clima y las personas que viven allí, etc. Cuando los recursos se estructuran para el uso y disfrute turístico se convierten en productos. Entendemos por producto aquel recurso en el que se puede realizar una o varias actividades (visitar, asistir, participar, estudiar, comprar, comer...) porque está formulada una propuesta de accesibilidad al mismo (temporal, espacial y económica). Por lo tanto *“no debe considerarse producto a un recurso en el que la propuesta de accesibilidad no está definida, ya que no será posible su uso y disfrute. Es decir todo patrimonio natural y cultural que no sea accesible no debe ser considerado como producto turístico”* (Chias, 2005: 10).

En este proceso intervienen diferentes actores del sistema turístico (directos e indirectos), quienes permitirán que ese patrimonio (recurso) sea dotado de infraestructura y servicios públicos (accesos -terrestres, aéreos, fluviales-, comunicaciones, saneamiento básico, seguridad ciudadana, servicios de migración, etc.), que pueda tener a su vez una oferta de servicios privados (hospedaje, alimentación, transporte, guías, directos e indirectos como banca, telefonía, servicios de limpieza, tiendas, artesanía, servicios lúdicos, etc.) y que exista un marco legal y de planificación que sustente el desarrollo de la actividad en el destino. Una vez que el producto se encuentre listo habrá que lanzarlo al mercado, convertirlo en oferta. Es allí donde comienzan a realizarse las acciones de comercialización a través de un plan de marketing que permitirá conectar el producto con los segmentos de demanda deseados.

III. CONTAR CON RECURSOS NO BASTA.

Contar con recursos no basta, es necesario pensar en un desarrollo turístico que permita aprovechar el patrimonio y transformarlo (siguiendo criterios sustentables e involucrando a todos los actores que participan en la actividad) en productos turísticos que puedan ser atractivos al mercado y así generar beneficios para el destino.

Ahora bien, qué puede suceder si en este proceso no se tienen en cuenta los conceptos mencionados anteriormente, o bien no se sigue el proceso lógico que demanda el desarrollo turístico de un territorio. Imaginemos un municipio que quiere atraer turistas pero que carece de infraestructura, personal capacitado, servicios, o conocimientos técnicos sobre cómo lograr esto. Las personas encargadas de lograr esta tarea seguramente consideren que el destino posee sitios/elementos con valor de atracción y que pueden ser de interés para visitantes de otros sitios. Es así como comienzan a promocionarse: acciones de comunicación masiva, asistencia a ferias, eventos, comunicación a través de su portal web, etc. Es decir, *ofrecen sus recursos* al mercado.

Los turistas comienzan a llegar y también comienzan a aparecer algunos problemas: es difícil acceder a los atractivos (los caminos no se encuentran en buenas condiciones, no hay señalización), una vez en el lugar las personas no tienen una experiencia positiva ya que no logran interpretar el sitio ni encuentran actividades para realizar allí (falta de personal capacitado y de infraestructura) y durante los fines de semana resulta muy difícil encontrar alojamiento y lugares para comer (falta de oferta de servicios).

Ante esta situación los responsables de la actividad en el municipio deciden que es necesario incrementar la oferta de servicios lo más rápido posible ya que se está perdiendo mercado, y es así como emprenden una serie de acciones a corto plazo que incluyen dotar de infraestructura al destino, incentivar nuevos emprendimientos, y atraer inversores y personal desde afuera (ya que la comunidad local no alcanza para abastecer las necesidades). Es muy probable que sea allí cuando se tomen decisiones que luego generen algunos de los impactos *negativos* mencionados anteriormente. Estos impactos pueden tener carácter ambiental, social y económico. Entre los primeros cabe mencionar que el incremento exponencial de turistas incluye una mayor demanda de infraestructura y servicios y generación de desechos, la inexistencia de reglamentaciones respecto a las edificaciones (lugares, estilo, materiales) y la mala calidad en las construcciones. Los impactos sociales incluyen las molestias en la población local debido a la “invasión” de turistas, las modificaciones en las costumbres locales y el malestar ante la llegada de nuevos residentes y empresas ajenas al destino. En el campo económico los impactos posibles son el aumento en nivel general de precios y el desplazamiento de la renta fuera del destino.

La falta de planificación sustentable a largo plazo y de involucramiento de los actores locales, sumado a las presiones de mercado y la situación socioeconómica de algunos territorios, produce que muchas veces los destinos tomen decisiones a corto plazo generando impactos que acorten el ciclo de vida de los mismos, produciendo efectos negativos en diferentes ámbitos, muchos de ellos irreversibles. Es necesario entender que el desarrollo turístico implica numerosas variables y que debe ser guiado por un plan acorde a la visión que proyecte la comunidad residente y los diferentes actores involucrados.

Un caso interesante de análisis es el de Quebrada de Humahuaca (**Fig. 1**), que permite ver cómo la actividad turística se superpone al patrimonio, es decir, cómo las presiones de mercado, los intereses económicos, la condición política, y las necesidades de la comunidad local generan dificultades para que el desarrollo de la actividad se diera de modo sostenible. En este caso el recurso pasa a transformarse en una oferta: el patrimonio se lanza al mercado sin una planificación que contemple los aspectos que conforman un producto turístico: infraestructura y servicios públicos, servicios privados, legislación, plan de acción y uso de recursos, calificación y participación activa de la comunidad local, etc. Es así como luego, generalmente el sector público debe tomar decisiones aisladas (sin haber sido contempladas previamente) para solucionar problemas de forma rápida, (sobre la cual es muy probable que distintos sectores tengan posturas diferentes de la misma), centrando sus tareas en el día a día, sin poder planificar hacia dónde debe ir el destino.

Fig. 1: Quebrada de Humahuaca, el impacto del comercio en la plaza de Purmamarca.



IV - TURISMO Y COMUNIDAD LOCAL

Según la OMT (1999: 26), *“los procesos de desarrollo turístico, al igual que otras actividades productivas como la agricultura, la ganadería, la pesca o la transformación agroalimentaria, han de hundir sus raíces en la propia sociedad local si es que se concibe al turismo como una actividad socialmente integrada y culturalmente beneficiosa. El turismo no ha de suponer la implantación de nuevas relaciones sociales, nuevos valores culturales o nuevas costumbres ajenas a la comunidad”*.

Capece (2002: 34) sostiene en este sentido *“la necesidad de participación en este proceso de todos los agentes interesados (Representantes políticos, gestores, empresarios, asociaciones vecinales, grupos ambientalistas, etc.) a la hora de plantear el desarrollo de la actividad. Esto se debe a varias razones:*

- *El consenso como método: Nadie aceptaría imposiciones basadas en el mero saber o por disposición legal*
- *Las estrategias de desarrollo deben involucrar a la población local: nuevas inversiones, empleo, capacitación, concientización.*
- *La no participación y consenso de políticas turísticas puede devenir en malestar de la comunidad desde varios aspectos (económico, impacto social, ambiental, etc.)”*.

El turismo no debe ser la única actividad económica de un destino; por el contrario, debe ser concebido en todo momento como un medio más que pueda contribuir junto con otras actividades económicas al logro de mayores niveles de desarrollo económico y social de la población local. Los ingresos percibidos, el empleo creado, el aumento de la calidad de vida son algunos de los efectos que se observan en el lado positivo de

la balanza turística. Estos beneficios, como se menciona anteriormente, han de redundar sobre la sociedad en general afectando a diferentes actores relacionados directa e indirectamente con la actividad turística (de allí el efecto multiplicador de la misma en la economía de un territorio). Es importante remarcar también que el turismo debe ser parte de las aspiraciones y objetivos de la comunidad, tomando siempre como referencia los valores, ideales y estructuras sociales y económicas previas de la misma. Será necesaria la aprobación de la comunidad local para poder acompañar el desarrollo de la actividad.

En este sentido, la OMT (1998; 28) sostiene que *“Implantar conciencia turística” no significa convencer a la sociedad de que el turismo es maravilloso y una opción ideal para mejorar la situación económica de la comunidad. Implantar conciencia turística es ante todo informar sobre las oportunidades y riesgos que la actividad turística puede suponer para la comunidad y también preparar y formar a la sociedad para asumir dicha actividad evitando tensiones y maximizando los beneficios de todo tipo (económicos, sociales, ambientales, culturales, etc.). La participación de la sociedad en el proceso de desarrollo turístico es imprescindible desde un enfoque democrático y de equidad social de las actuaciones”*.

La organización propone varias líneas de acción al respecto: *“Esta participación ha de concretarse en mecanismos diferentes (consulta y exposición pública, encuestas, etc.) según las distintas fases observadas en el proceso de planificación: análisis, diagnóstico, definición de objetivos, estrategias, propuestas y programación. Una vez ajustados los objetivos a la sensibilidad general de la sociedad, conviene planificar el desarrollo de los proyectos turísticos. El documento de planificación en el que se concreta el modo en que se va a organizar el proceso de desarrollo turístico ha de contar con una fase de exposición pública, para que todo ciudadano o agente social pueda realizar las oportunas alegaciones o sugerencias para un mejor funcionamiento del plan turístico”*.

V. PATRIMONIO Y TURISMO: OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Tal como se expresó, el turismo ha tenido un crecimiento explosivo durante las últimas décadas en el ámbito mundial. Este crecimiento, verificado en aspectos cualitativos como cuantitativos, incluye tanto el aumento progresivo del número de viajeros como la aparición de nuevas modalidades de turismo, vinculadas en ocasiones a componentes patrimoniales no considerados en etapas anteriores. Los beneficios derivados del desarrollo del turismo son evidentes: obtención de recursos económicos, generación de puestos de trabajo, dotación o mejora del equipamiento y la infraestructura urbanas, mejora de los espacios públicos y restauración de edificios, entre otras posibles acciones. Otro tipo de beneficios están vinculados con el afianzamiento de la identidad local a partir del reconocimiento expresado por los visitantes hacia el patrimonio de una ciudad o región determinadas. Pero el turismo puede constituir, de no ser adecuadamente planificado, una amenaza, tanto hacia los sitios patrimoniales en sí como hacia algunos aspectos de la vida de las comunidades receptoras. En este apartado vamos a sintetizar algunos aspectos tanto positivos como negativos del turismo.

Los beneficios que se pueden obtener a partir del turismo pueden ser verificados en los campos económico, social, cultural y ambiental. Estos beneficios, que podemos denominar también calificadores del turismo, pueden sintetizarse según el siguiente esquema:

a) Económicos

- Obtención de beneficio económico
- Incremento de los ingresos fiscales
- Generación de empleo
- Contribución a la recuperación de áreas o sitios naturales o culturales
- Mejora y redistribución de los ingresos internos
- Mejoramiento de los servicios y de la infraestructura urbana y regional
- Mejoramiento general del nivel de vida de la población residente

b) Sociales / culturales

- Mejora general de la calidad de vida de la población residente (mejora en los ingresos, en la infraestructura, en los servicios, en el equipamiento).
- Detención de las corrientes migratorias internas a partir de la generación de puestos de trabajo y de la mejora de la calidad de vida a nivel local.
- Posibilidad de nuevas oportunidades de capacitación.
- Afianzamiento de la identidad local y del sentido de pertenencia de la comunidad residente a partir del sentimiento de reconocimiento por parte de los visitantes.

c) Ambientales

- Contribución a la protección de áreas naturales.
- Contribución al mantenimiento y conservación de áreas urbanas y sitios históricos.
- Contribución a la planificación urbana y regional.

En lo que concierne más específicamente a la relación entre el patrimonio y el turismo, también se presentan las siguientes oportunidades:

a) Diversificación de la oferta.

Las nuevas categorías patrimoniales, así como la consideración y conservación de bienes patrimoniales que no habían sido considerados anteriormente, contribuyen a diversificar la oferta turística. Es decir, se suman nuevos atractivos a los ya existentes, lo que permite, a la vez, captar nuevos segmentos de la demanda. Por ejemplo, conjuntamente con la consideración de los paisajes culturales como categoría patrimonial, observamos cómo se han generado nuevos productos y circuitos turísticos vinculados con los mismos: visitas a sitios vinculados a la producción (distintos tipos de establecimientos rurales, viñedos y bodegas, plantas de producción de diversos productos, etc.). En algunos países se han definido circuitos para visitar, por ejemplo, campos de batalla, y hoy son cada día más los circuitos de turismo gastronómico, por mencionar sólo algunos ejemplos.

b) Nuevos usos para edificios y espacios patrimoniales

En este aspecto se verifica una relación dialéctica, ya que el turismo, en sus diversas modalidades, ha contribuido a definir nuevos usos para edificios y espacios patrimoniales, a la vez que contar con un patrimonio ha permitido, a determinadas ciudades o regiones, el desarrollo de nuevas formas de turismo. Más allá de la conocida afectación de edificios patrimoniales a usos culturales (museos, centros culturales), se puede citar, a modo de ejemplo, la cantidad de edificios de diversos valores,

antigüedad y dimensiones que, en todo el mundo, están en la actualidad afectados a usos vinculados con el alojamiento: hoteles, hostels, hoteles boutique, etc. Antiguos complejos conventuales o instalaciones industriales en desuso se han convertido en centros para congresos y convenciones (**Fig. 2**). En este aspecto hay una gran variedad de posibilidades, que dependen en parte de las características del patrimonio de cada región y de las políticas e incentivos implementados para el desarrollo del turismo.

Fig. 2: Complejo Fundidora de Monterrey, México, convertido en centro de congresos y convenciones.



Más allá de los efectos positivos del turismo como actividad y de una posible relación armónica entre la conservación del patrimonio y el desarrollo del turismo, decíamos que, de no mediar una adecuada planificación, pueden existir también efectos negativos, con lo cual el turismo pasa a convertirse en una amenaza. En este apartado veremos algunos aspectos que pueden ser considerados negativos.

Antes de mencionarlos, es necesario aclarar que las amenazas contra el patrimonio pueden verificarse tanto en los componentes físicos del mismo como en sus valores. En este sentido, las *Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial* (2005) hacen una referencia a los conceptos de “atributos” y “valores”. Los primeros son los componentes físicos de los objetos o sitios patrimoniales, en los que reposan los valores, componentes intangibles no inherentes a los objetos sino dados por la comunidad. Las posibles amenazas se pueden identificar de acuerdo con el siguiente esquema:

- a) Exceso de la capacidad de carga de los sitios

El concepto de capacidad de carga hace referencia, en primera instancia, al uso o explotación que puede admitir un ecosistema sin sufrir alteraciones que lo perjudiquen. Se suele usar también el concepto de límite de cambio aceptable, que implica que cualquier intervención en un ecosistema provocará un cambio en sus condiciones

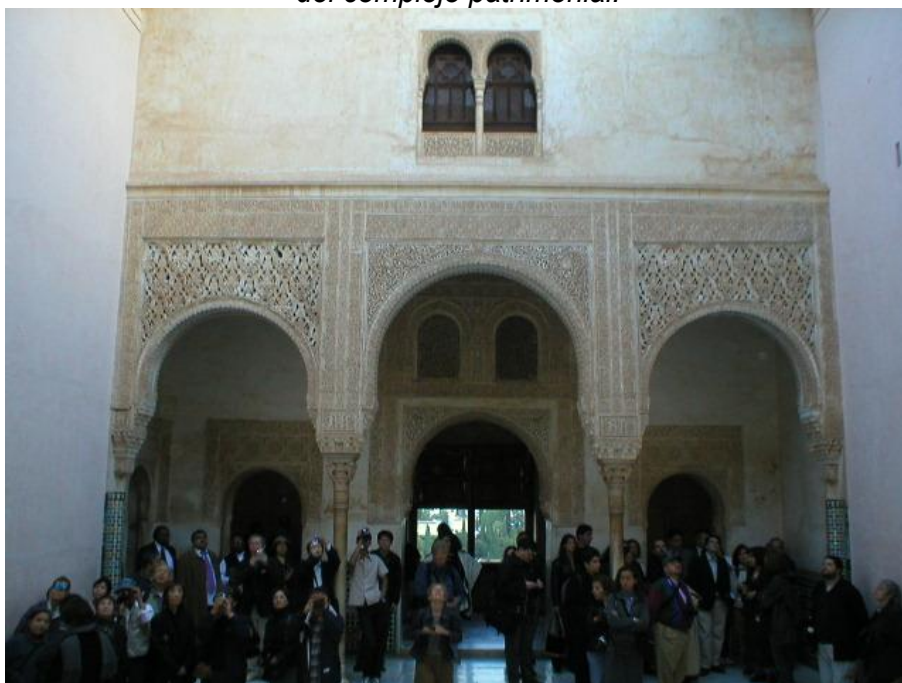
presentes, por lo que hay que lograr que el impacto se mantenga dentro de ciertos valores que no alteren su funcionamiento global. Estos conceptos, aplicados al uso turístico de bienes patrimoniales (edificios, conjuntos edilicios, espacios urbanos o rurales) hacen referencia, fundamentalmente, a la cantidad de personas que esos sitios pueden admitir, en forma simultánea, sin que se produzcan cambios que puedan incidir sobre sus condiciones o sobre sus valores.

Roberto Boullón (2000: 155 y ss.) distingue diversos tipos de capacidad de carga:

- Capacidad de carga ecológica: número de visitantes simultáneos y número de frecuencias que el sitio puede admitir sin que se altere su equilibrio o sus valores.
- Capacidad de carga material: la que tiene cualquier superficie de tierra firme o de agua en cuanto a sus posibilidades de recibir turistas.
- Capacidad de carga psicológica: indica el número de visitantes simultáneos que puede acoger un sitio, de modo que cada uno tenga una experiencia satisfactoria.

En el marco que estamos presentando, el concepto básico a retener es que, si se sobrepasa la cantidad de visitantes simultáneos que un sitio puede admitir, el uso turístico de bienes patrimoniales se convierte en una amenaza para su integridad, para sus valores y para su adecuada conservación (**Fig. 3**). Por eso la estimación de la capacidad de carga es un aspecto importante de la planificación del uso turístico de sitios patrimoniales.

Fig. 3: La Alambra, Granada, donde el exceso de visitantes ponía en riesgo la integridad del complejo patrimonial.



b) Amenazas contra la autenticidad o el significado de los sitios

Respecto a la alteración o desvirtuación de los valores y mensaje del patrimonio, es necesario partir de su consideración como un conjunto de bienes a los que se les asignan valores vinculados a la historia, el arte o la ciencia. En este sentido, el patrimonio resulta portador de significados que se intenta transmitir, a través de la conservación de la sustancia material, de una generación a otra. Una adecuada comprensión e interpretación de tales valores resulta por lo tanto esencial para entender el verdadero significado de los bienes patrimoniales, para garantizar su uso adecuado y para conservar su autenticidad, entendida ésta no sólo como la preservación de los componentes materiales sino también de los inmateriales, como funciones, vocaciones, tradiciones asociadas, etc. En este sentido, un conflicto que se observa con frecuencia es que, con la generalización del turismo de masas, el patrimonio se convierte en ocasiones en espectáculo y objeto de consumo, sin que se lleguen a transmitir y, por lo tanto comprender, adecuadamente sus valores.

Puede suceder que si bien un sitio patrimonial esté bien conservado y su capacidad de carga o límite de cambio se mantengan en valores adecuados, su dedicación al turismo implique riesgos contra su autenticidad. Esta es una situación que se observa con frecuencia en algunos componentes patrimoniales, como áreas urbanas o centros históricos. Según las decisiones del Comité de Patrimonio Mundial de UNESCO, la autenticidad de los bienes patrimoniales se verifica en varios aspectos, tanto materiales como inmateriales. Entre los primeros cabe mencionar la sustancia material (materiales, ejecución) así como la forma y el diseño y la relación entre el sitio patrimonial y su entorno. En lo que concierne a aspectos inmateriales, corresponde citar a las funciones y vocaciones de los sitios, a sus significados y a las tradiciones asociadas a ellos.

Cuando hacemos referencia a amenazas contra la autenticidad, no nos referimos solamente al daño que se puede provocar sobre los componentes materiales de los bienes patrimoniales, sino también al riesgo sobre los aspectos inmateriales que inciden en su autenticidad. Lo explicamos en un caso típico: muchos centros históricos o barrios antiguos de ciudades se encuentran muy bien conservados; tanto los edificios como los espacios públicos presentan buen estado y adecuado mantenimiento. Pero la dedicación excesiva al turismo hace que barrios enteros se pongan a disposición de los visitantes. Todo el comercio está dedicado al turista, las antiguas residencias son hoy hoteles o están dedicadas a usos gastronómicos, etc. El problema entonces es que, si bien la sustancia material puede estar, como decíamos, adecuadamente conservada, ese sector de la ciudad ha perdido su sentido y sus funciones originales, por lo cual hay aspectos de su autenticidad que están francamente en riesgo (**Fig. 4**). Este aspecto suele constituir una de las cuestiones más complicadas en los esquemas de gestión de los sitios patrimoniales.

Fig. 4: Québec, Canadá, impacto del turismo en los usos de edificios y espacios públicos en el centro histórico.



c) Impacto social: la comunidad residente en función de las expectativas del turista

Otro tipo de impacto que se puede dar está relacionado con aspectos sociales y, sobre todo, en la vinculación entre la comunidad local y los visitantes. Particularmente cuando existe una asimetría entre ambos, y con esto nos referimos específicamente al turismo en las áreas o regiones menos favorecidas económicamente, es común que el residente vea en el turista una “oportunidad” para conseguir o aumentar sus ingresos. Esto se puede dar a partir de la venta de productos típicos o bien de adoptar determinadas conductas que, se sabe, causarán impacto sobre el visitante. Es frecuente entonces encontrar personas que se visten, actúan o desarrollan manifestaciones que, sin ser parte de su vida cotidiana, son, de alguna manera, parte de la imagen estereotipada que existe del sitio y, por lo tanto, algo que el turista está esperando ver (**Fig. 5**).

Fig. 5. Victoria Falls, Zimbabwe, residentes ejecutando danzas tradicionales para los turistas.



El problema que se origina es que de este modo la comunidad residente, o algunos de sus integrantes, se ponen al servicio de las expectativas del visitante; esto implica otra forma de amenaza contra la autenticidad, en este caso referida a modos de vida, hábitos, conductas, etc.

Si bien de otro carácter, pero dentro del capítulo de lo social, debemos hacer referencia a ciertas “contradicciones” que aparecen entre lo que se podría calificar como un efecto positivo del turismo y la realidad. Al hablar de las oportunidades que brinda el turismo hicimos referencia al beneficio económico, a la posibilidad de mejora de espacios naturales y urbanos y a la provisión de infraestructura y equipamiento. Es frecuente que el beneficio económico no sea equitativamente distribuido entre la comunidad residente o que, si bien hay una mejora general del espacio urbano y de la infraestructura, algunos sitios sean prácticamente inaccesibles para el residente. Muchas veces los costos de acceso a equipamientos culturales o de entretenimiento están fijados en función del turismo, lo que los hace prácticamente inaccesibles para la población local, lo que puede suceder también con el comercio o los locales gastronómicos.

d) Expulsión de habitantes, “gentrificación”

Un aspecto frecuente vinculado a la gestión de áreas urbanas históricas y su afectación al turismo está vinculado con el desplazamiento de la población tradicional o con el despoblamiento de los barrios históricos. Esta situación está fuertemente ligada a un proceso que se observa por igual tanto en los países más desarrollados como en los que se encuentran en vías de desarrollo. La designación de áreas de conservación o la inscripción de un área urbana en la Lista del Patrimonio Mundial, implica por lo general la mejora del espacio público, de los servicios y de la infraestructura. Pero todo esto produce aumentos en los valores de mercado del suelo y de los edificios, lo cual, a su vez, opera casi inevitablemente en un recambio de la población residente. Los habitantes tradicionales de muchas áreas históricas son

desplazados de su hábitat por decisión propia, ya que prefieren vender sus propiedades y adquirir otras fuera de las zonas patrimoniales, lo que les produce un beneficio económico, o bien son “empujados” por la presión de los inversores o de grupos de mayor poder adquisitivo que desean adquirir propiedades en las prestigiosas áreas históricas.

El fenómeno de la *gentrificación*, anglicismo derivado de la palabra *gentrification*, y ésta de *gentry* (personas de clase alta aunque no pertenecientes a la nobleza), significa el reemplazo de población típica de un determinado barrio o área urbana por otra de mayores recursos económicos o de posición social más encumbrada. Lo cierto es que este proceso se verifica por igual en centros históricos de todo el mundo, aunque con mayor recurrencia en países menos favorecidos económicamente, donde se dan los procesos descritos en que los habitantes prefieren, a veces por voluntad propia, emigrar a otros barrios y vender sus propiedades (**Fig. 6**). El problema que ocasiona este proceso radica fundamentalmente en que los edificios son adquiridos por personas físicas o jurídicas que, por lo general, los afectan a usos diferentes del original. Es así que resulta frecuente encontrar antiguas residencias convertidas en hoteles, restaurantes, comercios o bien, aun manteniendo el uso residencial, son dedicadas a vivienda secundaria y ocupadas durante períodos breves a lo largo del año. Esto implica que el barrio pierde paulatinamente su población, lo que significa, a la vez, como expusimos más arriba, poner en crisis algunos aspectos de su autenticidad. En este caso, aunque los componentes materiales de los edificios puedan encontrarse en buen estado de conservación, aun mejorados respecto a su situación anterior, habría una pérdida de la autenticidad de funciones y vocaciones.

Fig. 6. Cartagena, Colombia. Vivienda colonial restaurada y usada como casa de fin de semana o vacaciones.



VI. HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE

El concepto de sostenibilidad, aplicado en primera instancia a los recursos naturales, fue aplicado desde la década de 1990 a varios campos de desarrollo de la actividad humana. En lo que concierne al turismo, la Organización Mundial del Turismo, da las siguientes explicaciones:

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia interculturales.
- 3) Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias. El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

VII. EL TURISMO Y SUS IMPACTOS DESDE LO SOCIOECONÓMICO

Evidentemente, además del requisito de sostenibilidad ambiental, los productos y actividades turísticas requieren para su éxito social de una sostenibilidad económica. Para ello, será necesario pensar en una consolidación productiva, social y económica a largo plazo, evitando la búsqueda de rentabilidad inmediata de las operaciones. Se deberá garantizar la captación de demanda de forma estable, eludiendo la excesiva estacionalidad y asegurando la mejora del nivel de vida de la sociedad de forma sostenible, no de un modo repentino y especulativo que pueda conllevar tensiones y situaciones de riesgo sobre los recursos.

De esta manera y al igual que en otros aspectos, la sostenibilidad económica podrá darse siempre y cuando exista un involucramiento de la población local sobre la actividad turística. Lograr que los residentes puedan percibir los ingresos directos e indirectos generados por el turismo a través de mejoras en infraestructura, nuevas inversiones y más empleo para los distintos sectores sociales debe ser uno de los

finés del desarrollo turístico de un territorio. Para ello será necesario, entre otras cosas, poder insertar a los habitantes locales dentro del sistema profesional turístico, ya sea como prestadores de servicios o como inversores. Sin embargo, teniendo en cuenta las características de este tipo de empresas (alto costo de capital inicial, difícil reconversión, fuertes cambios en la demanda, gran sensibilidad a factores externos, fuerte incidencia del capital humano, imposibilidad de almacenamiento de servicios) es que se plantean ciertas dificultades a la hora de pensar en inversiones a manos de residentes locales (especialmente en municipios pequeños):

- Necesidad de grandes inversiones de capital iniciales
- Necesidad de contar con personal calificado
- Necesidad de trabajo conjunto con el sector público (acciones de comunicación, capacitación de personal, incentivos financieros/fiscales, captación de mercado)

Será necesario entonces que el sector público, cámaras u otras organizaciones dispongan herramientas que faciliten la inserción de pequeños inversores, por ejemplo incentivos financieros (exenciones impositivas, créditos blandos, provisión de infraestructura necesaria), asistencia técnica, programas de capacitación turística (RRHH, gestión comercial), venta de terrenos/inmuebles de propiedad estatal a precio mas bajo, facilitación de servicios a precio diferencial, etc.

La OMT (1998, 170) sugiere algunas herramientas, cuya selección e implementación se realizará de acuerdo con las características específicas del contexto social y económico de que se trate:

Reducción de los Costes del Capital

- Subvenciones y préstamos con tasas e intereses preferenciales
- Subvenciones al tipo de interés
- Establecimiento de infraestructuras
- Provisión de terrenos en términos especiales
- Desgravaciones sobre material de construcción

Reducción de los Costes Operativos

- Exenciones de impuestos directos o indirectos
- Subsidios para formación del personal
- Subsidios para las tarifas de *inputs* clave, como la energía
- Remedios unilaterales a la doble imposición

Seguridad en las Inversiones

- Garantías de que no habrá nacionalización de la empresa
- Asegurar la disponibilidad de personal formado y entrenado
- Cambio de divisas sin restricciones
- Posibilidad de repatriar el capital invertido
- Préstamos garantizados
- Dividendos por beneficios e intereses

- Permisos de trabajo
- Disponibilidad de asesoramiento técnico.

Otras situaciones conflictivas desde lo socio-económico se plantean cuando existe una dominación de empresas “no residentes” en la oferta local de un destino. En primer lugar aparece el problema del empleo: es común que la mayoría de los puestos de trabajo que generen las empresas de capitales ajenos involucren a los residentes sólo en cargos operativos, lo que significa una necesidad de recursos con poca calificación, salarios bajos, mayor flexibilidad en la rotación de personal, etc. Esto a su vez restringe la posibilidad de desarrollo profesional de los mismos y obviamente disminuye el beneficio social que la organización pueda generar en ese lugar. Por otro lado si las empresas trasladan recursos para satisfacer la demanda de puestos con mayor calificación, el impacto económico- social en ese territorio será menor ya que nuevamente la renta se verá desplazada.

La segunda situación tiene que ver con la falta de interés por querer alcanzar un desarrollo turístico en pos de mejorar la calidad de vida de la comunidad local. Si las empresas buscan sólo un rédito personal de sus negocios y ven al destino como un simple recurso a explotar, muy probablemente muestren desinterés en participaciones colectivas -con otros actores-, exista una falta de identidad sobre los valores locales, y se lleve a cabo una gestión que únicamente busque incrementar utilidades sin importar qué es lo que ocurre alrededor de la organización o cómo la misma puede aportar para un mejor desarrollo del destino.

VIII. DOCUMENTOS INTERNACIONALES SOBRE PATRIMONIO Y TURISMO SOSTENIBLE

El camino hacia un turismo sostenible, especialmente en lo que concierne a su relación con los recursos patrimoniales con que cuenta un determinado territorio, fue plasmado a través de una serie de documentos internacionales que conforman, en su conjunto, una base teórica para la acción. Las Normas de Quito, documento final de una reunión sobre el patrimonio monumental organizada por la OEA en 1967 introducen, en el ámbito internacional, principios referidos a la vinculación entre patrimonio cultural y turismo. En el texto se expresa que la conservación del patrimonio se puede beneficiar con su dedicación al turismo, pero hace hincapié en la necesidad de una adecuada planificación para evitar las amenazas que un turismo descontrolado podría ejercer sobre los bienes monumentales.

Unos años más tarde, en 1976, el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), consciente de la importancia creciente del turismo y su impacto sobre los componentes del patrimonio cultural, adoptó la Carta del Turismo Cultural. Entre otras consideraciones, expresa que *“... el turismo aparece como uno de los fenómenos propicios para ejercer una influencia altamente significativa en el entorno del hombre en general y de los monumentos y sitios en particular. Para que resulte tolerable, dicha influencia debe ser estudiada cuidadosamente, y ser objeto de una política concertada y efectiva a todos los niveles... Cualquiera que sea su motivación y los beneficios que entraña, el turismo cultural no puede considerarse desligado de los efectos negativos, nocivos y destructivos que acarrea el uso masivo e incontrolado de los monumentos y los sitios. El respeto a éstos, aunque se trate del deseo elemental de mantenerlos en un estado de apariencia que les permita desempeñar su papel como elementos de atracción turística y de atracción cultural, lleva consigo la definición y el desarrollo de reglas que mantengan niveles aceptables... El respeto al patrimonio mundial, cultural y*

natural, es lo que debe prevalecer sobre cualquier otra consideración, por muy justificada que ésta se halle desde el punto de vista social, político o económico. Tal respeto sólo puede asegurarse mediante una política dirigida a la dotación del necesario equipamiento y a la orientación del movimiento turístico, que tenga en cuenta las limitaciones de uso y de densidad que no pueden ser ignoradas impunemente". La extraordinaria expansión de la actividad turística durante las dos últimas décadas hizo que este documento se encuentre actualmente en revisión, con el fin de adaptarlo a las condiciones actuales, por lo que se ha elaborado un nuevo texto, adoptado en ocasión de la Asamblea General del ICOMOS realizada en México en 1999 y cuya síntesis se expone, cronológicamente, al final del listado de documentos.

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo incluyó en la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, de 1980, un artículo dedicado al patrimonio, en el que expresa que *"los recursos turísticos de que disponen los países están constituidos a la vez por espacios, bienes y valores. Se trata de recursos cuyo empleo no puede dejarse a una explotación incontrolada sin correr el riesgo de su degradación, incluso de su destrucción... Las comunidades nacionales y la comunidad internacional entera deben desplegar los esfuerzos necesarios para su preservación. La conservación de los lugares históricos, culturales o religiosos, en toda circunstancia y especialmente en tiempo de conflicto, constituye una de las responsabilidades fundamentales de los estados"*.

Un documento importante en lo que concierne a la relación armónica entre el patrimonio y el turismo es la Carta del Turismo Sostenible, resultado de la conferencia mundial dedicada al tema realizada en Lanzarote, Islas Canarias, en 1995. Establece que el desarrollo turístico debe fundamentarse sobre criterios que aseguren que sea soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. Define al desarrollo sostenible como un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural. Considerando que el turismo es un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia de desarrollo sostenible. Recomienda realizar esfuerzos y alentar la innovación cultural, tecnológica y profesional para crear instrumentos de planificación y de gestión integrados.

Ya sobre fines del siglo XX, el ICOMOS adoptó, en 1999, una Carta del Turismo Cultural, que reemplazó a la que la organización había adoptado en 1976. En este nuevo documento se hace más hincapié en el papel de las comunidades receptoras. La Carta reconoce que el turismo nacional e internacional sigue siendo uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, ofreciendo una experiencia personal no sólo acerca de lo que pervive del pasado, sino de la vida actual y de otras sociedades. Es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la naturaleza y de la cultura y puede captar los aspectos económicos del patrimonio y aprovecharlos para su conservación generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política. Es un factor esencial para muchas economías nacionales y regionales y puede ser un importante factor de desarrollo cuando se gestiona adecuadamente.

El patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del turismo. El turismo excesivo o mal gestionado con cortedad de miras, así como el turismo considerado como simple crecimiento, pueden poner en peligro la naturaleza física del patrimonio natural y cultural, su integridad y sus características. El entorno ecológico, la cultura y los estilos de vida de las

comunidades anfitrionas, se pueden degradar al mismo tiempo que la propia experiencia de los visitantes.

El turismo debería aportar beneficios a la comunidad anfitriona y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su patrimonio y sus tradiciones vivas. Con el compromiso y la cooperación entre los representantes locales y/o de las comunidades indígenas, los conservadores, los operadores turísticos, los propietarios, los responsables políticos, los responsables de elaborar planes nacionales de desarrollo y los gestores de los sitios, se puede llegar a una industria sostenible del turismo y aumentar la protección sobre los recursos del patrimonio en beneficio de las futuras generaciones. A partir de estas consideraciones generales, la Carta establece una serie de principios:

- Desde que el turismo nacional e internacional se ha convertido en uno de los más importantes vehículos para el intercambio cultural, su conservación debería proporcionar oportunidades responsables y bien gestionadas a los integrantes de la comunidad anfitriona así como proporcionar a los visitantes la experimentación y comprensión inmediatas de la cultura y patrimonio de esa comunidad.
- La relación entre los sitios con patrimonio y el turismo, es una relación dinámica y puede implicar valoraciones encontradas. Esta relación debería gestionarse de modo sostenible para la actual y para las futuras generaciones.
- La planificación de la conservación y del turismo en los sitios con patrimonio, debería garantizar que la experiencia del visitante le merezca la pena y le sea satisfactoria y agradable.
- Las comunidades anfitrionas y los pueblos indígenas deberían involucrarse en la planificación de la conservación del patrimonio y en la planificación del turismo.
- Las actividades del turismo y de la conservación del patrimonio deberían beneficiar a la comunidad anfitriona.
- Los programas de promoción del turismo deberían proteger y ensalzar las características del patrimonio natural y cultural.

IX. ASPECTOS BÁSICOS DE LA PLANIFICACIÓN DEL TURISMO EN SITIOS PATRIMONIALES

Los documentos citados hacen hincapié en la fundamental necesidad de la planificación como herramienta para garantizar el turismo sostenible y evitar el deterioro o destrucción de los atractivos naturales y culturales. El ICOMOS elaboró un manual referido al turismo en sitios Patrimonio Mundial, publicado en Colombo, Sri Lanka, en 1993. Si bien está dirigido a los bienes inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial de UNESCO, contiene definiciones y principios transferibles a otros casos. El principio básico contenido en el texto es que la conservación precede al turismo, es una actividad prioritaria que prepara el camino para el desarrollo turístico. El puente entre ambos es una adecuada y estricta planificación. Define al turismo cultural como una actividad que ofrece un tipo especial de visita para personas con un tipo especial de interés. No se trata de un turismo de masas sino dedicado a presentar o explicar alguna idea cultural. Una condición de base que establece para la adecuada conservación de los sitios es que el número de visitantes debe ser controlado.

El primer paso propuesto consiste en definir un marco conceptual para el manejo del sitio, que determina las bases de lo que se hará a continuación. Se deben considerar dos áreas:

- Conservación: ¿cuáles son los valores del sitio que requieren protección y cómo se garantizará la protección?
- Accesibilidad: ¿cómo puede el sitio ser accesible con seguridad a un número apropiado de visitantes y cómo puede la significación del sitio ser clara y unívocamente comunicada?

Los elementos esenciales a tener en cuenta para establecer una filosofía de manejo en relación con el turismo son:

a. Tipo de sitio y su uso. Es crucial decidir los tipos de usos que se permitirán. Se debe arribar a una comprensión profunda de la naturaleza física del sitio y de su significado cultural. El material histórico se debe preservar sin alteración. Si se piensa alojar visitantes en el lugar es imprescindible asegurar la integridad del sitio.

b. Política de conservación. Tener en cuenta los principios teóricos contenidos en los documentos internacionales, así como los siguientes factores:

- protección de los recursos de la erosión, destrucción, daño y alteración debida a la acción humana, controlando el acceso de visitantes al sitio.
- conservación del material histórico a través del apropiado mantenimiento.
- conservación del carácter histórico excluyendo o limitando actividades inapropiadas.

c. Relación con las comunidades residentes. Se debe garantizar el respeto por los residentes permanentes. Los visitantes no deben interferir en la vida diaria de los residentes ni en su interacción con el sitio. Habrá áreas sin acceso de visitantes. El choque potencial de valores y conducta entre residentes y turistas debe ser anticipado.

d. Tipos de visitantes. Se debe proveer acceso, tours, exhibiciones, programas de interpretación e información impresa que atienda los intereses de cada tipo de visitantes: el primer paso es establecer el perfil del turista: algunos datos necesarios son situación socioeconómica, edad, nacionalidad, ingresos, estado civil, profesión, etc. El origen también es importante, sobre todo si hay grupos significativos de extranjeros. La situación económica es importante para establecer la factibilidad de tarifas de ingreso, programas de interpretación, eventos especiales y otros servicios.

e. Capacidad de carga y acceso. El primer paso es analizar el sitio para determinar el número óptimo de visitantes simultáneos. Luego se deben determinar los accesos al sitio y qué áreas son esenciales para la visita. Se debe planificar para diferentes niveles de interés de los visitantes. Es más complicada la visita a espacios exteriores: tener en cuenta nivel de ruido, control climático y seguridad.

f. Consideraciones sobre seguridad. Los visitantes deben ser protegidos de condiciones inseguras que puedan existir en el sitio y que puedan causarles daños. Se debe hacer inspección periódica. Las áreas peligrosas o no abiertas al público deben ser claramente señaladas. En algunos países la administración es responsable por la seguridad de los visitantes admitidos, por lo que se prevén pólizas de seguros.

g. Servicios a los visitantes. La construcción y localización de los servicios debe combinar la conveniencia de los visitantes con el mínimo impacto a la imagen o el carácter histórico del sitio. Los servicios más esenciales son estacionamiento y baños.

Una vez establecidos los principios esenciales para el manejo del sitio, corresponde proceder al proceso de planificación, que consta de tres pasos esenciales:

- inventario de los recursos existentes
- categorización y evaluación de los recursos
- determinación de prioridades para legislación, finanzas, personal, equipo, interpretación, marketing, etc.

Los sitios culturales necesitan un plan regulador comprensivo que incluye:

a) Relevamiento y descripción de los límites. Los límites del sitio deben ser claros, si es posible debe haber una zona de amortiguamiento (*buffer zone*) lógica y apropiada.

b) Plan de uso del suelo. Debe incluir a los establecimientos próximos y al corredor hasta el centro urbano más próximo.

c) Plan de conservación del sitio. Describe el concepto de turismo en el sitio. Basados en este plan, los profesionales del turismo pueden ser llamados a colaborar y otros elementos de planeamiento pueden ser coordinados.

d) Plan de servicios públicos y equipamiento

e) Plan para el desarrollo de la comunidad

f) Plan de turismo. Es uno de los últimos pasos del proceso. Debe reconocer los aciertos, los límites físicos y las oportunidades para los visitantes inherentes en todos los otros elementos del plan. Debe contener:

- transporte hacia, desde y en el sitio
- el rango de servicios a los huéspedes: alojamiento, comida, sanitarios, etc.
- tours, capacitación y licencia de guías, información sobre viaje e interpretación.
- instalaciones para museo, senderos para visitantes, señalización, quioscos de administración y de ventas, etc.

X. BIBLIOGRAFÍA

Boullon, R. (2000); “Ecoturismo. Sistemas naturales y urbanos”. Buenos Aires, Ediciones Turísticas.

Capece, G. y Bolonini, L. (2002); “Federación: misión posible. Del turismo espontáneo al planeamiento estratégico”. Buenos Aires. Ladevi Ediciones

Carta del turismo sostenible (1995). En <http://www.turismo-sostenible.org> (Visitado en mayo de 2009)

Carta internacional para la conservación y la restauración de los monumentos y los sitios -Carta de Venecia- (1964). En www.icomosargentina.com.ar (Visitado en septiembre de 2009)

Chías, J. (2005); “El negocio de la felicidad: desarrollo y marketing turístico de países, regiones, lugares y ciudades”. Madrid, Pearson.

Choay, F. (1992); “L’allégorie du patrimoine”. Paris, Seuil.

ICOMOS (1993) ; “Tourism at world heritage cultural sites: the site manager's hand book”. Colombo, ICOMOS.

ICOMOS (1999); “Carta del turismo cultural”. En www.icomosargentina.com.ar (Visitado en septiembre de 2009)

Inskeep, E. -dir.- (1999); Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Madrid, OMT.

OMT (1980); Declaración de Manila sobre el turismo mundial.

OEA (1967); Normas de Quito. En www.icomosargentina.com.ar (Visitado en septiembre de 2009)

Sancho, A. -dir.- (1998); Introducción al turismo. Madrid, OMT

Treserras, J. (2005); El patrimonio como generador de desarrollo a partir del turismo. En http://www.fundacioabertis.org/rcs_jor (Visitado en mayo de 2009)