

Nuestro Centro está abierto todos los días, incluidos los fines de semana. Para cualquier consulta no dudéis en escribirnos: biblioteca_cea@gva.es

Decálogo del intérprete ambiental y del patrimonio

Pablo Reggio
Buenos Aires
preggio@apn.gov.ar

Pablo trabaja la Administración de Parques Nacionales de Argentina, en la Dirección de Interpretación y Extensión Ambiental. Además, es docente en un instituto de formación de guías, impartiendo las materias "Medio Ambiente y Recursos Naturales" e "Interpretación ambiental I y II". Su Decálogo enriquece esta andadura por la Calidad y Buenas Prácticas en la Interpretación.

Tiempo atrás, motivado por la necesidad de dejar a mis estudiantes

"algo más", comencé a pergeñar un sencillo y humilde escrito –sin pretensiones más que la justa– que denominé de forma jactanciosa "Decálogo del Intérprete"; para argentinos primero, y ahora lo comparto con todos ustedes.

Al juzgar que abordaba algo que supera mis posibilidades, hice lo más apropiado en estos casos: consulté a los que saben. Así que envié mi escrito a diversas personas que considero que son referentes en mi país en este punto de la interpretación y a algún buen amigo del *National Park Service* norteamericano (¡gracias Mark!).

1. Ser un intérprete es una elección y no una imposición. Por ello disfrutaré de mi labor, pese a la fatiga que pueda imponer la reiteración, porque cada persona con la que me relaciono es distinta y merece mi mejor esfuerzo.
2. Si no gano el interés y simpatía del público, de nada vale el mejor mensaje que puedo preparar. Para abrir corazones desde el *vamos*, no hay mejor llave que una cálida bienvenida y una sonrisa sincera.
3. Aunque admito que la interpretación no funciona por medio de una receta universal, reconozco ciertos principios confiables a los que adhiero, además de una buena dosis de ingenio, esfuerzo y amor por mi profesión.
4. Haré efectivo mi trabajo mezclando, en el recipiente del tiempo prudencial,

generosas porciones de amenidad y claridad.

5. Buscaré cautivar y embelesar a mis interlocutores, porque la ruta del sentimiento es la más directa a la comprensión.
6. No alardearé de mis conocimientos. Ellos son los ladrillos con los que ayudaré al visitante a cimentar la construcción de una nueva percepción ambiental. La información es un ingrediente de mi tarea. Pero agregada en exceso, puede arruinar el resultado final.
7. Abordaré cada proyecto con entusiasmo y profesionalismo, porque estoy convencido que mi disciplina es irremplazable como herramienta para la conservación del patrimonio.
8. Contribuiré al enriquecimiento de la interpretación, intercambiando experiencias y saberes con mis colegas. Con ellos, creceré profesionalmente.
9. Planificaré previamente mis actividades, con objetivos claros, concretos y medibles, porque en ello reside la diferencia entre el profesional y el mediocre.
10. Tendré siempre en claro que los medios que empleo no son un fin en sí mismos, sino instrumentos para alcanzar mis objetivos.

SECCIÓN

Interpretación y Patrimonio Cultural

Turismo y Patrimonio. Algunas reflexiones para un uso revalorizador del legado cultural

Claudia Toselli
Buenos Aires
claudia.toselli@mail.salvador.edu.ar

Claudia es Licenciada en Turismo. Investigadora y Coordinadora del Área de Estudios de Medio Ambiente y Ocio del Instituto de Medio Ambiente y Ecología (IMAE) - Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo, Universidad del Salvador, Argentina.

Relación de Turismo y Cultura. El Código Ético Mundial para el Turismo

El turismo se presenta como una de las más grandes industrias en el mundo y está llegando cada vez a lugares más lejanos y frágiles, causando impactos tanto en el patrimonio natural como cultural. Particularmente, con

relación a este último los impactos no sólo se producen en el aspecto cultural tangible, sino también en lo cultural intangible, por ejemplo, al afectar el comportamiento y estilo de vida de comunidades autóctonas. Por este motivo, se ha vuelto necesario difundir medidas a nivel mundial, y de esta manera responder a los cambios globales que se están produciendo, enfatizando siempre en el triple principio de sustentabilidad ambiental, social y económica.

En este sentido es interesante destacar el acuerdo entre los estados miembros de la Organización Mundial del Turismo a través del establecimiento del Código Ético Mundial para el Turismo en 1999, con el objeto de lograr una minimización de los impactos negativos del turismo, tanto sobre los atractivos naturales y el medio ambiente, como sobre el patrimonio cultural, buscando al mismo tiempo maximizar los beneficios para los residentes locales de los destinos turísticos.

Particularmente, el artículo 4 del mencionado Código establece la importancia del turismo como “factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad”. Y en este marco, son numerosos los ejemplos que justifican la inclusión de este artículo. Dentro de los más conocidos a nivel mundial está el caso del centro histórico de Venecia. Esta ciudad, tal como lo afirma Russo (1999) se convirtió en un destino tan popular que el turismo provocó una serie de crisis económicas, sociales, demográficas, y sobre todo culturales. Es una de las ciudades históricas con uno de los índices más altos de visitantes con relación al número de habitantes. Los servicios –escuelas, hospitales– fueron expulsados de la ciudad para dar cabida a otras operaciones más lucrativas con relación al turismo. Esto sumado a que la compra de cualquier producto resulta sumamente onerosa para el habitante local, ha hecho que la población disminuyera francamente en las últimas décadas. Se podría afirmar que los turistas y los residentes “compiten por el uso” del centro. Además, ha experimentado cierto empobrecimiento la producción de artículos artesanales, encontrándose en muchas tiendas productos de baja calidad, e inclusive no originales del lugar, sino importadas de otros países.

En Argentina, por ejemplo, la Quebrada de Humahuaca, provincia de Jujuy –inscrita en julio de 2003 en la lista de UNESCO–, ya está dando señales de alarma. La Quebrada es el primer paisaje cultural de América del Sur y uno de los únicos tres de este tipo de América Latina. Su inscripción se basó en características de integridad y autenticidad de un paisaje cultural que ha permitido establecimientos humanos, comercio y circulación de hombres e ideas entre los Andes y la llanura. Asimismo, los vestigios prehispánicos y preincaicos, con sus sistemas de campos de cultivo asociados, refuerzan su carácter de paisaje cultural. Sin embargo, la creciente presión turística, así como la ruta –para unir con el vecino país de Chile– que se está construyendo junto a uno de sus poblados, más la irrupción de grandes proyectos turísticos, culturales y mediáticos sin control, pueden ponerla en peligro. El tema es preocupante, ya que se está afectando no sólo el paisaje, sino el estilo de vida de la gente y no se están siguiendo las recomendaciones de la UNESCO, en el sentido de elaborar un plan de manejo que permita a los visitantes disfrutar de la experiencia, sin

dañar los valores del paisaje –tanto naturales como culturales– que justamente es lo que le otorga su particular atractivo.

Algunas consideraciones para promover un modelo turístico respetuoso y revalorizador del legado cultural

Un modelo turístico compatible con el cuidado del legado cultural tiene ante todo que contemplar el acuerdo y conciliación de los intereses entre la conservación del patrimonio y la actividad turística. Por eso es importante hacer hincapié en la necesidad de lograr un desarrollo sostenible para ambos sectores, teniendo en cuenta la importancia y fragilidad de los sitios con patrimonio, sus objetos y sus culturas vivas.

A continuación se comentan algunos de los conceptos vertidos en la Carta Internacional sobre Turismo Cultural (ICOMOS, 1999) tendientes a garantizar un modelo turístico respetuoso y revalorizador del patrimonio cultural:

- *Participación activa de la comunidad local*

Es importante, ante todo que el modelo turístico a implementar, fomente el estímulo e interés de los residentes por su cultura local, por sus tradiciones, sus costumbres y el reconocimiento de su patrimonio histórico. Para lograr esto es importante que los mismos perciban y obtengan los beneficios de la actividad turística, de manera que tengan expectativas más realistas sobre lo que pueden esperar y así se sentirán más motivados y comprometidos para proteger el entorno cultural y natural.

Para ello, hay que considerar la distribución de beneficios equitativos de carácter económico, social y cultural en la comunidad anfitriona, a través de la educación, la formación y la creación de oportunidades de empleo a tiempo completo.

- *Implementación de un programa de interpretación del patrimonio*

La interpretación del patrimonio en el ámbito del turismo es una actividad que en los últimos años ha tenido un gran desarrollo. Muchas experiencias aplicadas en diferentes contextos culturales han puesto de manifiesto cómo, mediante estrategias basadas en procesos comunicativos, se pueden alcanzar objetivos educativos, recreativos y de gestión de los bienes patrimoniales. Por lo tanto, una meta fundamental de la gestión del patrimonio consiste en comunicar su significado y la necesidad de su conservación, tanto a la comunidad anfitriona como a los visitantes.

En este sentido, es importante alentar la formación de los intérpretes y guías de la misma comunidad local para la presentación e interpretación de sus propios valores culturales.

Por otra parte, el incremento del número de visitantes a un determinado sitio cultural o comunidad representa un peligro al exponerlos a una presión incompatible con su mantenimiento y conservación. Cuando un atractivo cultural comienza a ser visitado en forma masiva es importante establecer ciertos límites de manera de no sobrepasar la “capacidad de carga social” –para que no se produzcan efectos contraproducentes en la población

local– y la “capacidad de carga del turista”, entendida como el nivel por encima del cual la satisfacción del visitante cae desfavorablemente (OMT, 1998).

Para ello es necesario establecer pautas y límites con relación a la actividad turística, y también dar a conocer a los visitantes sobre los efectos que su presencia puede ocasionar sobre el lugar. Es por ello, que las actividades de interpretación pueden dar buenos resultados, ya que constituyen un medio que permite optimizar la comprensión del visitante acerca de las características significativas del patrimonio y la necesidad de su respeto, cuidado y valorización.

- *Conservación de la autenticidad del legado cultural*

La autenticidad constituye un elemento esencial del significado cultural expresado a través de los materiales físicos, de la memoria y de las tradiciones intangibles que perduran del pasado. Un modelo turístico respetuoso y revalorizador del legado cultural debe contemplar programas y actividades que respeten la autenticidad de los sitios y costumbres para mejorar el aprecio y la comprensión del patrimonio cultural.

Para ello es preciso evitar la desculturización y/o banalización. Tal como lo expresa Bonet (2003) “con frecuencia el turismo (muchos turistas y agentes turísticos) tienden a trivializar, marginar socialmente o segregar de su propio contexto muchas manifestaciones culturales autóctonas. Así, es cada vez más frecuente ver cómo la mercantilización generada por el desarrollo del turismo cultural desemboca en una espectacularización de identidades culturales mitificadas, o hasta inventadas”.

Relacionado también a la autenticidad, es importante considerar que los proyectos e infraestructuras para el desarrollo turístico utilicen materiales propios y originales de cada lugar, tomando en cuenta los estilos de la arquitectura local tradicional.

- *Diseño de campañas de difusión y promoción responsables*

Las campañas de difusión y promoción deben producir información y expectativas reales entre los visitantes potenciales acerca de la cultura específica y de las características patrimoniales del sitio o de la comunidad a visitar.

Cuando esto no es así, originan un sentimiento de decepción o frustración por parte de los turistas al no responder a sus expectativas “estereotipadas”, es decir cuando lo que esperan no se corresponde con la realidad (provocado esto por una falta de comunicación y difusión responsable por parte de los planificadores o tour operadores). O, de acuerdo a Monreal (2002), provocado por la promoción de “imágenes culturales idealizadas”, consecuencia de la manipulación en pos de objetivos meramente comerciales.

Bibliografía

BONET, Lluís. Turismo Cultural: Una reflexión desde la ciencia económica”. En **Análisis Sectoriales: Estudio Compartido sobre “Turismo y Cultura”**, Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, Universidad de

Barcelona, Barcelona, 2003. (www.gestioncultural.org, fecha de consulta: julio de 2005).

DELGADO RUIZ, Manuel. “Trivialidad y trascendencia. Usos sociales y políticos del turismo cultural”. En **El turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza**, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid, 2000.

INTERNATIONAL COUNCIL ON MONUMENTS AND SITES (ICOMOS). **8º Borrador Carta Internacional sobre Turismo Cultural, La Gestión del Turismo en los Sitios con Patrimonio significativo**, México, 1999.

MONREAL GONZÁLEZ, P. “El turismo como industria cultural. Hacia una nueva estrategia de desarrollo turístico en América Latina y el Caribe”. Documento preparado para el **Foro de Ministros de Cultura y Encargados de Políticas Culturales de América Latina y el Caribe**, Oficina Regional de Cultura para América Latina y el Caribe de la UNESCO, Cuenca, Ecuador, noviembre de 2002.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). **Introducción al turismo**, Madrid, 1998.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). **Código Ético Mundial para el Turismo**, 1999 (http://www.world-tourism.org/espanol/frameset/frame_project_ethics.html, fecha de consulta: febrero de 2005).

RAMOS, Carmen M. “Preocupa el auge del turismo en la quebrada de Humahuaca”. En **La Nación**, Sec. Cultura, 14 de febrero de 2005.

RUSSO, Antonio P. “Venecia: el turismo destronado”. En **El Correo UNESCO**, París, julio/agosto 1999.

VAN DER BORG, Jan. “Turismo y ciudades con arte: el caso de Venecia”. En **Estudios Turísticos: El turismo metropolitano en Europa**, Madrid, Instituto de Estudios Turísticos, Turespaña, Secretaría General de Turismo, 1995, Nº 126.