



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio
Cultural
ISSN: 1695-7121
info@pasosonline.org
Universidad de La Laguna
España

Silva Fonseca Filho, Ari da
Educación turística - reflexiones para la elaboración de una propuesta con base en la cultura
PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 8, núm. 1, 2010, pp. 61-69
Universidad de La Laguna
El Sauzal (Tenerife), España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88112836005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

Educación turística - reflexiones para la elaboración de una propuesta con base en la cultura

Ari da Silva Fonseca Filho[†]

Universidad de São Paulo (Brasil)

Resumen: El objetivo de este presente artículo es incitar la discusión sobre la relación entre Turismo y Cultura en la Contemporaneidad. Destacaremos aspectos y fenómenos actuales de la vida social que influencian el sector de Viajes y Turismo, por este comprendemos como una práctica social con base cultural. Con eso, demostraremos que la Educación Turística puede ser utilizada para promover la salvaguarda y sustentabilidad de los Patrimonios Culturales.

Palabras clave: Postmodernidad; Multiculturalismo; Turismo; Educación; Patrimonio Cultural.

Abstract: The objective of the present article is to incite the discussion about the relationship between Tourism and Culture in contemporaneity. We will detach the aspects and actual phenomena of social life that influence the sector of Travel and Tourism, which is understood like a social practice with cultural basement. Given this, we will try to demonstrate that the Tourism Education can be used to promote the protection and the sustainability of the Cultural Patrimonies.

Keywords: Post-modernity; Multiculturalism; Tourism; Education; Cultural Patrimony.

[†] • Maestro (Postgrado) en Educación por la Facultad de Educación de la Universidad de São Paulo, es Licenciado en Turismo por la Universidad Estadual de Ponta Grossa – PR. Profesor universitario del curso de Turismo da Universidade Bandeirante de São Paulo y miembro de la ANPTUR – Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - Brasil. Contacto: arifonseca@usp.br.

Presentación

La elaboración de este texto fue ocasionada por nuestros estudios sobre la relación existente entre el turismo y la cultura, ya que esta nos sirve como referencia para nuestras investigaciones en el área de turismo y porque entendemos este como un fenómeno social cuyas raíces están en el plan cultural. Por eso, tuvimos la preocupación de presentar nuestras reflexiones sobre el sector de viajes y turismo a través perspectiva cultural, conduciendo nuestro pensamiento con el objetivo de motivar ideas y temáticas que sean fomentadas por la educación turística en el ámbito de la escuela básica.

Este estudio dirigido a la educación básica es debido a nuestra investigación de Postgrado enfocar esta etapa de enseñanza. Con el título: "Educación y Turismo – un estudio sobre la inserción del turismo en la enseñanza fundamental y media", nos proponemos a estudiar la inserción del turismo como disciplina del currículo de La Enseñanza Fundamental y Media, recongiendo comprender las posibles contribuciones para el desarrollo cultural de los alumnos, a partir del Estudio de Caso con la Escuela Municipal de Enseñanza Fundamental y Media de Águas de São Pedro-SP (Brasil). En este momento, sólo vamos en los concentrar en tejer discusiones sobre la relación entre turismo y cultura, con la intención de sugerir abordajes a que sean consideradas para propuestas de educación turística.

Turismo en la Contemporaneidad

Nuestra intención con el presente ensayo es la de provocar una reflexión sobre el tema turismo y cultura en los días actuales, contextualizándolo con fenómenos contemporáneos que marcan el periodo Postmoderno e influencian en la actividad turística.

Referirse a la Postmodernidad estamos visualizando un escenario real configurado bajo influencias de varios otros fenómenos, tales como la globalización; el multiculturalismo y la desterritorialización; la sociedad de masa y el consumismo; el poder de la industria cultural y el alto desarrollo tec-

nológico de los sistemas de comunicación y transportes. Pensamos en las inestabilidades económicas, en los conflictos sociales y culturales que implican directamente en la vida del hombre en la actualidad. Son elementos que no estamos proponiéndonos a definir, pero destacarlos como factores que influencian en la configuración del turismo contemporáneo.

Featherstone (1997), caracteriza la postmodernidad como la disolución y decadencia de la modernidad en que vigora la descentralización del sujeto, cuya continuidad biográfica y el sentido de unidad ceden espacio para la fragmentación y ruptura del sentido de identidad del individuo. En esa misma línea de raciocinio, podemos pensar en este mundo Postmoderno como siendo reflexión sobre tiempos en que todo es como se fuera un castillo de arena, frágil, provisional, efímero tal como el ser humano (Sevcenko, 1995).

Fragilidad y provisoriedad que atribuimos a los efectos del fenómeno globalización, o sea, el mundo que llamamos de globalizado es el responsable por la reducción de las fronteras y homogeneización de las naciones, llevando la retracción del nacional para instituir el global. Efecto exacerbado por el modo de producción capitalista y por el gran desarrollo tecnológico que revolucionó el modo de vivir del ser humano, disminuyendo las barreras comerciales entre los países; las privatizaciones de empresas estatales con la participación de empresas extranjeras y / o transnacionales; reducción del tiempo y de las distancias entre las personas, conectando diferentes grupos culturales. Para ilustrar mejor este pensamiento, destacamos como la causa motivadora de los fenómenos anteriormente citados, el desarrollo de los medios de transporte más rápidos y seguros; los medios de comunicación de masa; la telefonía y consecuentemente la red mundial de ordenadores, internet.

En el plan económico, podemos identificar la formación de un mundo global, donde temblores y oscilaciones de mercado como la devaluación de monedas, aumento de precios de los barriles de petróleo o quiebra de algún país, causan efectos en todo el globo. Conflictos políticos y sociales, las guerras civiles, santas; grupos separatistas,

disputas por territorios, por yacidas de petróleo; la amenaza del terrorismo, los atentados globalizados y dispersados por el mundo (EUA en 2001, España en 2004 e Inglaterra en 2005), son factores que están presentes en nuestro cotidiano y que nos marcaron al largo de la historia.

Es en ese contexto que estamos pensando en el turismo, fenómeno de la sociedad contemporánea que no puede ser entendido aisladamente de otros fenómenos de la sociedad, ya que estos pueden interrumpir o interferir en tendencias y destinaciones turísticas, al colmo de hasta despertar intereses y motivar viajes para localidades que sirvieron de escenario para atrocidades contra la humanidad, como campos de concentración del régimen nazi, en Alemania, o el espacio donde estaban construidas las Torres Gemelas, en Nueva York (EUA), antes de los atentados de 11 de septiembre de 2001, eso sólo para citar algunos casos.

El turismo, por su parte, tuvo su crecimiento acelerado a partir de la segunda mitad del siglo XX, periodo que Molina (2003) llama de turismo industrial, o sea:

En esa fase el turismo se convierte en un fenómeno de desplazamientos masivos, generando importantes consecuencias sociales, políticas, culturales, de medio ambiente y financieras, parte de ellas benéficas y otras contribuyendo para deflagrar relaciones conflictivas (Molina, 2003, p.24).

Las consecuencias de ese turismo de masa fue la pérdida de la identidad inducida por el turismo, afectando la comunidad local y los destinos que son consumidos como mercancías.

El término industrial agregado al turismo es utilizado por el autor para referirse a la grandiosidad que el fenómeno conquistó, principalmente a partir de la segunda mitad del siglo pasado, en que las empresas turísticas pasan a preocuparse con los espacios, visando a la transformación de estos en productos turísticos, siendo sus agentes los responsables por estructurar el sector de acuerdo con la lógica del mercado, reconociendo uno retorno financiero inmediato. Siendo así, “[...] la industria turística contribuyó para la colonización de diversos territorios y sociedades, ampliando significativamente las fronteras del planeta” (Molina, 2003, p.24).

De esta forma, se repuntó cómo una de

las principales actividades económicas de la contemporaneidad, por generar divisas relevantes para la economía de los países. Y debido a este factor, la cuestión económica es muchas veces utilizada para definir el turismo, porque se transformó en un fenómeno de gran importancia para las sociedades, ya que hasta en épocas de recesión y crisis económica, la actividad ha mantenido una dinámica relevante en relación a los otros sectores económicos. La cuestión económica debería ser pensada a largo plazo y fruto de una planificación de éxito capaz de respetar el medio ambiente, la comunidad y la cultura local de las destinas turísticas. Con eso, el turismo:

Debe ser considerado como producto de la cultura, en el sentido amplio de este término. Por eso, las explicaciones de carácter económico que son utilizadas para comprender la trascendencia del turismo son, evidentemente, insuficientes, aunque significativas, porque no contemplan y tampoco consideran la diversidad de dimensiones del fenómeno (Molina & Rodriguez, 2001, p. 9).

Este concepto es esencial para que discutamos propuestas de enseñanza del turismo a ser desarrollada en el ámbito de la escuela básica, ya que defendemos una formación direccional para ampliación del universo cultural de los alumnos. Como en el sector de viajes y turismo lo que se predomina, principalmente en países de América Latina, son tentativas de optimizarse el sistema turístico sin haber una preocupación con cambios cualitativos, o sea, el fenómeno turístico es definido de manera limitada, explicado a partir de sus manifestaciones. Es entendido como fenómeno separado del hombre y de la sociedad, aceptándolo sin grandes reflexiones o bases teóricas científicas: “[...] en la educación lo enseña como una suma de cuestiones puramente estadísticas y geográficas etc.” (Boullón et al., 2004, p.9).

Entendemos estas estadísticas como siendo datos referentes al crecimiento del sector; movimentación de divisas para localidades turísticas; “ranking” de países o ciudades que más reciben turistas en el mundo o en el país etc. Trabajando sólo con datos estadísticos o informaciones que poco son direccionaladas para la formulación de conocimientos en el área, aún porque son

datos que están en constantes modificaciones.

Podemos añadir al pensamiento anterior, que como la preocupación del sector de viajes y turismo es la optimización del sistema turístico, los cursos de turismo, generalmente, son desarrollados objetivando suplir demandas por profesionales capacitados para que atiendan turistas. En el ámbito de la enseñanza básica eso no es diferente, pues a los jóvenes estudiantes son indicados a cursos de concienciación turística o formación para el turismo, visando sólo el carácter económico de la actividad (Portuguez, 2001).

Aún con la intención de mejor definir el turismo, consideraremos la siguiente idea, que también piensa el turismo por la perspectiva de la cultura y que nos servirá como referencia para elaboración de nuestro estudio. Siendo así, el turismo:

[...] es fenómeno con base cultural, herencia histórica, medio ambiente diverso, cartografía natural, relaciones sociales de hospitalidad, cambio de informaciones interculturales (Moesch, 2000, p.21).

Pero, por medio de este breve recorte en las conceptuaciones, dejamos claro nuestro posicionamiento referente a la definición de turismo, siendo la perspectiva cultural la que nos auxiliará en la construcción de nuestros pensamientos y reflexiones sobre el sector y para que podamos esbozar propuestas de educación turística para la escuela básica

La cultura y su relación con el turismo

Inicialmente intentamos delimitar la concepción ideal de turismo para que podamos pensar en propuestas factibles para la enseñanza del turismo en el ámbito de la escuela básica, de modo que la enseñanza del turismo proporcione conocimientos de cultura general, por lo tanto de carácter más humanista. Ahora, nos proponemos a discutir el significado de la cultura e intentar establecer su relación con el turismo.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO), define la cultura como siendo un conjunto de características distintivas, espirituales, materiales, intelectuales y afectivas que caracterizan una sociedad o

un grupo social. Envuelve además de los artes y de las letras, las actividades, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. Ella es el modo distintivo de un pueblo, grupo o sociedad. Es dinámica porque:

[...] cada sistema cultural está siempre en cambio. Entender esta dinámica es importante para atenuar el choque entre generaciones y evitar comportamientos menoscenarios. De la misma forma que es fundamental para la humanidad la comprensión de las diferencias entre pueblos de culturas diferentes, es necesario saber entender las diferencias que ocurren dentro del mismo sistema. Este es el único procedimiento que prepara el hombre para enfrentar serenamente este constante y admirable mundo nuevo del provenir (Laraia, 2003, p. 101).

Podemos entenderla como los varios caminos que condujeron los grupos humanos a las sus relaciones presentes y perspectivas de futuro. Dice respeto a la humanidad como un todo y al mismo tiempo cada uno de los pueblos, naciones, sociedades y grupos humanos.

La cultura tiene a ver con el desarrollo de la humanidad marcado por conflictos y contactos entre diferentes modos de organizarse la vida social, de apropiarse y transformar los recursos naturales para su beneficio (Santos, 1986). La preocupación en entender el turismo bajo la perspectiva de la cultura nos remite a la reflexión sobre la cuestión de la identidad cultural, que en la actualidad viene sufriendo intensas interacciones - y vemos el turismo como siendo una de estas - y transformaciones que muchas veces son negativas.

Carlos (1996), en su texto sobre el Turismo y la producción del no-lugar, afirma que el turismo es responsable por transformar todo lo que toca en artificial, creando un mundo ficticio y místico de ocio, ilusorio:

[...] donde el espacio se transforma en escenario para el espectáculo para una multitud indefinido mediante la creación de una serie de actividades que conducen la pasividad, produciendo sólo la ilusión de huída, y, de ese modo, el real es metamorfismo, transfigurado para seducir y fascinar. Aquí el sujeto se entrega a las manipulaciones disfrutando la pro-

pia alienación y a de los otros (Carlos, 1996, p.26).

La autora defiende la tesis de que al vender el espacio se produce la no-identidad y, con eso, la idea del no-lugar, o sea, se basa en la teoría del no-lugar de Marc Augé (1992) para afirmar que el espacio es transformado en mercancía con la posibilidad de lo consumís de acuerdo con los antojos de los clientes y, por lo tanto, se hace artificial, sin sentido, sin características propias que lo indetifiquen, sin historia, sin identidad. Eso porque:

[...] el lugar es producto de las relaciones humanas, entre hombre y naturaleza, tejido por relaciones sociales que se reanlizan en el plan del vivido, lo que garantiza la construcción de una red de significados y sentidos que son tejidos por la historia y cultura civilizadora produciendo la identidad. Ahí el hombre se reconoce porque ahí vive. La sujeta pertenece al lugar como este a él, pues la producción del lugar se conecta indisolublemente a la producción de la vida (Carlos, 1996, p.28).

Así, la identidad está vinculada al plan del vivido – como la propia autora afirma – a lo que es conocido y re-conocido. La identidad, el sentimiento de posesión o formas de apropiación del espacio están directamente relacionadas con lugares habitados y marcados por la práctica social, transformando la naturaleza en “producto de una capacidad creadora, acumulación cultural que se inscribe en un espacio y tiempo [...]” (Carlos, 1996, p.28). Y el no-lugar es definido como la producción o construcción de simulacros de lugares, por medio de la no-identidad, que reflejará también en comportamientos y modos de apropiación de esos lugares (*Ibid.*).

Para que nos profundicemos en la cuestión de la identidad en tiempos post-modernos, partiremos de las reflexiones de Hall (2003), que en el libro intitulado “La identidad cultural en la post-modernidad”, el autor va a trabajar la cuestión de la crisis de identidad, que implicaría en el declive de las viejas y tradicionales identidades que estabilizaban el mundo social y que en el actual contexto mundial se encuentran fragmentadas. El sujeto, hoy, posee diversas identidades, siendo estas muchas veces contradictorias.

La noción de cultura ya no es fácilmente definida, pues las concepciones consagradas están entrando en colapso debido a los cambios institucionales y estructurales. Afirma que “el propio proceso de identificación, a través de lo cuál nos proyectamos en nuestras identidades culturales, se hizo más provisional, variable y problemático” (Hall, 2003, p.12).

El sujeto post-moderno es caracterizado como no tiendo una identidad fija, esencial o permanente. Hay una “celebración del mueble” en que hay una constante transformación debido a las influencias de sistemas culturales presentes en nuestras vidas.

En los días actuales, se queda muy complejo pensar en la identidad cultural basándose en una cultura nacional, ya que esta, cada vez más, se hace fragmentada, “desterritorializada” (sin territorio propio), siendo constituida no sólo por signos nacionales, pero afectada por influencias externas. Siendo así, como conservar la cultura nacional en un mundo globalizado?

La tentativa de constituirse una cultura nacional si pauta en la tentativa de conservarse las tradiciones, en sociedades que el pasado es venerado como narrativa de la experiencia de un pueblo; los símbolos son valorados y distinguen el grupo cultural. En otras palabras, Featherstone (1997), afirma que el aspecto simbólico de los bienes tiene su papel mientras comunicadores, pues: “[...] los bienes son usados para delimitar fronteras entre los grupos, para crear y demarcar diferencias o lo que existe de común entre grupos de personas” (Featherstone, 1997, p.40).

Por lo tanto, podemos afirmar que el espacio carga elementos y símbolos que identifican determinado grupo humano y a partir de la delimitación de fronteras entre grupos, los bienes pueden servir, positivamente, para contribuir con sentimiento de posesión del individuo al lugar. Vale destacar que el contrario también es posible, o sea, por la delimitación de fronteras, distinguiéndose las diferencias entre grupos culturales, puede haber conflictos y comportamientos etnocentristas entre los mismos. Y como evitar? La respuesta sería minimizar conflictos y respetar las diferencias por medio de esfuerzos oriundos de la educación, pues los símbolos sociales que

identifican el lugar son recursos educativos sensibles de que sean utilizados en la construcción de conocimientos sobre el propio local. ¿Y cómo pensar en este trabajo educativo y socializador en un mundo globalizado?

La globalización tiende a destruir las identidades locales, regionales, nacionales para instituir el global, homogeneizado en las culturas. Si la tendencia de la contemporaneidad es esa, debemos en los preocesar – y mucho – con los efectos nocivos de esa globalización, pues creemos que la diversidad cultural es de gran interés para la humanidad y motivación para el turismo. Las personas viajan porque desean ampliar su visión de mundo y conocimientos sobre locales de culturas peculiares.

Tal vez, en respuesta al fenómeno de la globalización y las antiguas prácticas del turismo de masas, hoy, identificamos el surgimiento de un nuevo turista que recoge su realización interior en viajes que dan énfasis por la mitad ambiente, a la comprensión de la cultura y de la historia de localidades distinguidas de su residencia habitual (Yenckel, 1993). Quiere conocer diferentes modos de vida para enriquecerse culturalmente. Valoran los guiones inhóspitos, desconocidos, localidades adónde el turismo de masa aún no llegó y no son configuradas como productos turísticos y comercializados por agencias de viajes y operadoras turísticas. Elaboran itinerarios propios huyendo de paisajes de siempre y pistas de viajes inclusas en los guías turísticos. Quieren conocer lugares comunes a los autóctonos, por que consideren auténticos y con alguna identidad local.

Pero, la globalización por más que haya efectos avasalladores, no podemos en los dar por vencidos y desacreditar en la posibilidad de cambios. Necesitamos concentrar nuestros esfuerzos para encontrar brechas para sobrevivir en este “ojo del huracán”. Canclini, un relevante estudioso latinoamericano de cultura y antropología urbana, defiende la tesis de que las grandes ciudades viven en una época en que la cultura está sufriendo los efectos de la desterritorialización, o sea, una considerable parte de la población que habita grandes centros urbanos, proviene de diversas localidades y, consecuentemente, no se identifican con la localidad – por no formar parte y

ni conocer la historia local – por eso, no se comprometen con problemáticas generales de la ciudad, sólo con problemas locales que afectan directamente sus intereses personales.

Las reivindicaciones y protestas son siempre sin una contextualización en los hechos históricos, por que no constituyeran parte de estos acontecimientos. Viven fragmentos de ciudad, desintegrando esta debido al multiculturalismo. Crean sus barrios y hogares como simulacros para ambientar sus orígenes y tradiciones, lo que implica en la constitución de una identidad heterogénea de los grandes centros. Y aún, para agravar más el estado de las grandes ciudades, bajo influencia del mercado global estas se preparan para reordenarse con objetivo de formar grandes sistemas transnacionales de información, comunicación, comercio y turismo, así atraiendo inversiones internacionales y proyectando el centro urbano en el mercado global (Canclini, 1999).

En respuesta a los efectos de la desterritorialización y la pérdida de la memoria colectiva de las sociedades, el autor sugiere que una manera de recogerse la integración sería por la valorización de los espacios públicos, barrios, centros históricos, en suma, del Patrimonio Cultural, como forma de mantenerse la memoria viva y el sentido de la ciudad como expresión de las comunidades locales y también resistencia al mercado internacional (Canclini, 1999).

Utilizamos esa idea como una fuerte argumentación para instituirse políticas de Educación Patrimonial y Ambiental para que la valorización y consecuente preservación / conservación sea un movimiento consciente de la comunidad local y no bajo influencias del dinero obtenido por la actividad turística, o aún por decretos legales, de órganos exteriores a la localidad, como la UNESCO, o órganos federales, provinciales y municipales que pueden definir los bienes que deben ser preservados legalmente. Y para que podamos desarrollar prácticas de preservación de los patrimonios, debemos entenderlo conceptualmente.

El Patrimonio Cultural, actualmente en Brasil, es concebido a partir de las modificaciones e innovaciones traídas por la Constitución Federal de 1988, que en el artículo doscientos y dieciséis (art. 216),

utiliza la expresión “patrimonio cultural” como siendo: “[...] los bienes de naturaleza material e inmaterial, tomados individualmente o en conjunto, portadores de referencia a la identidad, a la acción, a la memoria de los diferentes grupos formadores de la sociedad brasileña” (Constituição Federal, 1988, art. 216, párrafo 1º, In: Silva, 2003, p.138).

En esa nueva concepción, resumidamente, engloba los patrimonios históricos, bienes culturales inmuebles, edificaciones y otros espacios destinados a las manifestaciones artístico-culturales, en que se destacan también aquellas provenientes de las culturas populares, indígenas y afro-brasileñas (gran conquista popular). Y aún en esta conceptualización, abarca los patrimonios intangibles, que es todo el conocimiento del hombre, es el saber-hacer; a este se incluyen los usos, costumbres, creencias, músicas, danzas, fiestas y religiosidad. Y por fin, los patrimonios naturales, que son los elementos pertenecientes a la naturaleza, por la mitad ambiente natural. La cuestión del patrimonio cultural es de extrema importancia en el sentido de que es un elemento de resistencia al mundo globalizado, pues:

[...] además de servir al conocimiento del pasado, los restantes materiales de cultura son testimonios de experiencias vividas, colectiva o individualmente, y permiten a los hombres acordarse y ampliar el sentimiento de pertenecer a un mismo espacio, de dividir una misma cultura y desarrollar la percepción de un conjunto de elementos comunes, que suministran el sentido de grupo y componen la identidad colectiva (Rodrigues, 2003, p.17).

Visando despertar la concienciación de la comunidad para las cuestiones preservacionistas, creemos que el turismo puede ser empleado como un conocimiento interesante y eficaz para actuar en este proceso, pues además de la actividad generar divisas a la localidad, actúa como elemento sensible de estimular la valorización y divulgación de los bienes culturales, así como, conocimientos sobre la propia cultura local.

Para tanto, destacamos la necesidad de políticas que visen la planificación turística para las localidades que desean desarrollar el turismo, con metodologías que mantienen

gan la sostenibilidad y la implicación de la comunidad local. Pues solamente esta - conocedora de los impactos del turismo, sean estos positivos o negativos - poseen el derecho de optar o rechazar la actividad.

Preparar la comunidad exponiendo los impactos negativos socioculturales - debido a la ausencia de planificación - como siendo la descaracterización de las tradiciones y costumbres de las comunidades receptoras, cuyos ritos y mitos muchas veces son transformados en espectáculos para turistas; sentimientos de envidia y resentimiento frente a los hábitos y comportamientos diferentes de los turistas y la ostentación de tiempo libre y dinero, muchas veces escasos para los habitantes locales; aumento de los precios de mercancías, especulación inmobiliaria que encarecen y dificultan la vida de los autóctonos; migración de personas originarias de regiones económicamente debilitadas para nuevos polos turísticos, en búsqueda de trabajo, causando un excedente en la oferta de mano-de-obra y escasez de viviendas, causando el surgimiento de construcciones irregulares en áreas públicas o abandonadas.

Además de los impactos sociales negativos, identificamos otros que son proporcionados al medio ambiente natural, como las desforestaciones; contaminación de manantiales de agua dulce; polución sonora y ambiental provocada por los medios de transporte; descaracterización del paisaje natural debido a la construcción de equipamientos para turistas, etc. (Ruschmann, 2002).

En contrapartida, el proceso de planificación puede proporcionar renta alternativa para la comunidad, una mejor distribución de las atracciones; creación de programas, entidades (gubernamentales y no-gubernamentales) y áreas de protección de la fauna y flora; la implicación de la comunidad en programas de Educación Ambiental y Patrimonial; desarrollo del “orgullo étnico” y, por eso, se motivan y si envuelven en campañas de protección al medio ambiente, fiscalizan las acciones destructoras de los visitantes y actúan como conductores o monitores locales (Ruschmann, 2002).

Por lo tanto, el análisis de los fenómenos de la contemporaneidad es esencial para que podamos reflejar sobre el turismo, estableciendo relaciones con las transformaciones sociales que implican en nuevas con-

figuraciones de sus definiciones teóricas y prácticas, una vez que, no podemos disociarlo de tales cambios por estar creyendo que este nuevo sector es fenómeno social que moviliza individuos a que se desplacen por motivaciones diversas. De entre estas, destacamos la cultura como siendo la esencia de la actividad.

Reflexiones Finales

Con esas reflexiones proponemos tácitamente la institución de un nuevo paradigma, pues al largo de la reciente historia del turismo, verificamos que la perspectiva económica es limitada, impactante e insostenible. Diferente de un paradigma que haya como enfoque la cultura, objetivando la sostenibilidad de la diversidad e identidad cultural de las comunidades tradicionales y del medio ambiente.

Para tanto, el turismo necesita ser trabajado de modo que incentive la preservación de los Patrimonios Culturales y, de esta forma, despierte el autoconocimiento de las sociedades y el sentimiento de posesión. Recogemos abordar esta cuestión como siendo una brecha para la resistencia de la memoria y de la identidad cultural de los grupos humanos en el mundo globalizado. Evitando la exacerbación de la formación del no-lugar, la degradación de los bienes culturales y tantos otros impactos socioculturales ocasionados por los fenómenos nocivos existentes en la postmodernidad y por un turismo masivo sin planificación.

Las ciudades, según la teoría de las ciudades educadoras o educativas, representan un aprendizaje informal que se realiza en el medio urbano. En otras palabras:

Factores como la clase social, el lugar de residencia, el grupo generacional, el oficio, el rol familiar o los hábitos de ocio de cada cual determinan que cada individuo no conozca más que una parcela o una dimensión muy limitada de su ciudad. Esto es así porque, en realidad, una ciudad está compuesta de muchas ciudades objetiva y subjetivamente diferenciadas: la ciudad de los jóvenes y la ciudad de los mayores; la ciudad de los ricos y la de los pobres; la del noctáculo y la del que madruga, la ciudad de la marginación y la ciudad que muestran las postales; la que enseña el alcalde a los visitantes ilustres y la que patea el guardia

municipal; la del turista y la de la persona que se encuentra en el paro (Bernet, 1997, p. 30).

Estas diversas ciudades presentadas deben ser parte de experiencias educativas, con la intención de identificar el ciudadano y su espacio social, sus hábitos culturales y las manifestaciones que implican directamente en experiencias turísticas de calidad. El ciudadano tiene la misión de sobreponer la superficialidad del cotidiano alienante y verlo con otros ojos, con una mirada más profunda, contextualizada, valorando y preservando sus espacios, desarrolla comportamiento responsable y enseña a turista a practicar actividades turísticas sostenibles.

Con eso, consideramos que la comunidad es la mejor guardiana y protectora de su patrimonio, siendo así, reforzamos que los autóctonos necesitan conscientizarse para la adopción de un comportamiento preservacionista que sólo será construido por medio de la educación turística. Esta es elemento llave para el proceso, pues por medio de ella incentivamos la autonomía del grupo, tanto para la toma de decisiones cuanto para el autoconocimiento y salvaguarda de sus patrimonios.

Bibliografía

- Augé, M.
 1992 *Não-lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade*. Campinas, São Paulo: Papirus.
- Bernet, J. T.
 1997 "Ciudades educadoras: bases concepcionales". In: Zainko, M. A. S. (et al. orgs.) *Cidades educadoras*. Curitiba: Ed. Da Universidade Federal do Paraná – UFPR.
- Boullón, R. C.; Molina, S.; Wood, M. R.
 2004 *Um novo tempo livre: três enfoques teórico-práticos*. Bauru, São Paulo: EDUSC.
- Canclini, N. G.
 1999 *Consumidores e cidadãos – conflitos multiculturais da globalização*. 4ed. Rio de Janeiro: ed. UFRJ.
- Carlos, A. F. A.
 1996 "Turismo e a produção do não-lugar". In: Carlos, A. F. A. (et al. orgs.) *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec.

- Featherstone, M.
 1997 *O desmanche da cultura – globalização, pós-modernismo e identidade.* São Paulo: Studio Nobel: SESC.
- Hall, S.
 2003 *A identidade cultural na pós-modernidade.* 7ed. Rio de Janeiro: DP&A.
- Laraia, R. De B.
 2003 *Cultura: um conceito antropológico.* 16 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Moesch, M.
 2000 *A produção do saber turístico.* São Paulo: Contexto.
- Molina E.,S.
 2003 *O Pós-turismo.* São Paulo: Aleph.
- Molina E.,S.; Rodriguez A., S.
 2001 *Planejamento integral do turismo: um enfoque para América Latina.* Bauru, São Paulo: EDUSC.
- Portuguez, A. P.
 2001 *Consumo e espaço - turismo lazer e outros temas.* São Paulo: Roca.
- Rodrigues, M.
 2003 “Preservar e consumir: o patrimônio histórico e o turismo”. In: Funari, P. P.; Pinsky, J. *Turismo e patrimônio cultural.* 3 ed. São Paulo: Contexto.
- Ruschmann, D.
 2002 *Turismo no Brasil – análise e tendências.* São Paulo: ed. Manole.
- Santos, J. L. Dos.
 1986 *O que é cultura.* São Paulo: Ed. Nova Cultural / Brasiliense.
- Sevcenko, N.
 1995 “O enigma pós-moderno”. In: Oliveira, R. C. (et al.). *Pós-modernidade.* 5 ed. Campinas, SP: ed. UNICAMP. Pp. 43-55.
- Silva, F. F.
 2003 *As cidades brasileiras e o patrimônio cultural da humanidade.* SP: Peirópolis: EDUSP.
- Trigo, L. G. G.; Panosso Neto, A.
 2003 *Reflexões sobre um novo turismo. Política, ciência e sociedade.* SP: Aleph.
- Yenckel, J.T.
 1993 *O turista dos anos 90. O Estado de São Paulo.* SP, 2 fev. p. 1,4 e 5. Caderno Viagem.
- Zainko, M. A. S. (et al. orgs.)
 1997 *Cidades educadoras.* Curitiba: Ed. Da Universidade Federal do Paraná – UFPR.

Direcciones Eletrónicas:

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência, e a Cultura. Disponible em: <<http://www.unesco.org.br>>, acceso en 10/10/2007.

Recibido: 20/06/2008
 Reenviado: 03/03/2009
 Aceptado: 30/09/2009

Sometido a evaluación por pares anónimos