

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LAS VISITAS AL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL Y A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Silvio Lima Figueiredo^{*}
Wilker Nóbrega^{**}
Mirleide Bahia^{***}
Auda Piani^{****}
Universidade do Pará
Belem - Brasil

Resumen: *Las relaciones entre el patrimonio natural y cultural y la actividad turística hoy en día son un tema importante en los debates académicos y de gestión. El presente texto aborda las cuestiones relacionadas con la mediación entre el patrimonio y el público visitante, a partir de los sistemas de control de visitas, dirección de flujos, capacidad de carga, zonificación, definición de estrategias de planificación y acciones de interpretación del patrimonio. El debate es presentado teniendo como telón de fondo los conceptos clásicos sobre patrimonio, indicando las posibilidades de visitas en la mediación entre patrimonio y mercado, buscando encontrar interpretaciones sobre la transformación del patrimonio en mercadería simbólica, y en atractivo del mercado turístico. Las indicaciones de las metodologías sirven para identificar y analizar las formas por las cuales la gestión turística del patrimonio se manifiesta.*

PALABRAS CLAVE: *patrimonio natural y cultural, mediación, visitas, atracción turística, gestión, socialización e interpretación del patrimonio.*

Abstract: *The Planning and Management of Visitations to Sites of National and Cultural Heritage and Tourist Attractions. Today, the relationship between natural / cultural heritage and tourism is an important debate topic in both academic and management fields. This paper deals with issues related to the mediation between heritage and the visiting public, based on visitation control systems, direction of flow, load capacity, zoning, establishment of planning strategies and heritage interpretation actions. Classical concepts of heritage are the backdrop of the debate, pointing to visiting possibilities in the mediation between heritage and market, besides trying to find interpretations for the transformation of heritage into both symbolic good and tourist market attraction. Methodology identification aims at pointing out and analyzing the functioning of tourism-oriented management of heritage.*

KEY WORDS: *natural / cultural heritage, mediation, visitation, tourist attraction, management, socialization and interpretation of heritage.*

^{*} Profesor e investigador del Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Universidade Federal do Pará, Belém, Brasil. Bachiller en Turismo, Máster en Planificación del Desarrollo y Doctor en Comunicación Universidad de São Paulo, Brasil. Está realizando un posdoctorado en el Centre d'Études sur l'Actuel et le Quotidien, Université René Descartes (Sorbonne, Paris). La investigación es financiada por la Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES/Brasil. E-mail: slima@ufpa.br

^{**} Profesor e investigador de la Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Brasil. Bachiller en Turismo, Máster en Turismo y Cultura, y Doctorando en Desarrollo Sustentable del Trópico Húmedo (UFPA/Belém, Brasil). E-mail: wilkernobrega@yahoo.com.br

^{***} Profesora e investigadora de la Universidade Federal do Pará, Belém, Brasil. Licenciada en Educación Física; Master en Educación Física y Recreación, y Doctoranda en Desarrollo Sustentable del Trópico Húmedo (UFPA/Belém, Brasil). E-mail: mirleidebahia@gmail.com

^{****} Productora Cultural, Bachiller en Turismo y Maestranda en Planificación (UFPA/Belém, Brasil). E-mail: auda_tavares@yahoo.com.br

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo analiza las relaciones entre el patrimonio natural y cultural y el turismo, abordando teóricamente las diversas formas de planificación y gestión de la visita de ese patrimonio con fines turísticos. La necesidad de protección de las áreas naturales y de los aspectos culturales de la humanidad es una preocupación importante hoy en día. La idea de que partes de la naturaleza u obras y acciones humanas que sean reconocidas como elementos a ser preservados va ganando la atención del área académica y de las políticas públicas, a pesar de que aún son insuficientes considerando la lógica del capital y del consumo. Al mismo tiempo en que se buscan formas de preservar -obviamente a través de la conservación de esos elementos- es posible percibir el movimiento de atribuir valor a las cosas y a los lugares, a las manifestaciones de la cultura y a las obras del hombre, además de la valoración de los paisajes naturales o mixtos.

No obstante, la atribución de valor al paisaje (“accidentes” geográficos, unidades naturales homogéneas y obras y manifestaciones de la cultura en su diversidad) debe ser comprendida como arbitraria en varios sentidos. Las interpretaciones que los grupos hacen de sus expresiones, las interpretaciones institucionalizadas por los especialistas y las instituciones oficiales y las interpretaciones de los medios producen un movimiento relacional entre significantes y significados. Así, la elección del ítem de valoración está en las manos de variados grupos/instancias y debe ser entendida como la de mayor importancia, como la intra-significación e interpretación primera de los grupos que producen el sentido.

Entonces, atendiendo a esta primera significación es posible discernir lo que precisa ser preservado o no, pero esta cuestión aparentemente simple da surgimiento a situaciones contradictorias con las cuales es necesario lidiar en el proceso de “patrimonialización” de las cosas. En general, muchas variables son utilizadas pero no siempre representan a la colectividad.

La gestión del patrimonio para visitas pone en contacto este concepto con el concepto de atracción turística que será debatido aquí, confrontando dos formas de interpretar un mismo objeto/sujeto e indicando las diferentes maneras de tratar el tema con metodologías de planificación del patrimonio convertido en atractivo. La mayor parte de ellas provee los métodos de manejo de unidades de conservación y áreas protegidas naturales, adaptadas a los variados tipos del patrimonio pero guardando las debidas particularidades. Al mismo tiempo, el análisis aquí realizado y las tesis propuestas provienen de la experiencia de investigación realizada en sitios arqueológicos de la Región Amazónica (Brasil) entre los años 2005 y 2010, que produjo informes específicos sobre metodologías de investigación y gestión para sitios arqueológicos de arte rupestre y visitas *in situ* (Figueiredo et al., 2008; Figueiredo et al., 2009; Figueiredo y Andrade, 2008).

PATRIMONIALIZACIÓN, VISITAS Y TURISMO

El proceso de patrimonialización de la cultura y de la naturaleza posee cierta antigüedad, pero su génesis moderna se reporta a la preocupación por proteger los monumentos en la Francia post revolución. Se observan una serie de acciones puntuales en varios países relacionadas con la protección del patrimonio, hasta el reordenamiento del tema a partir de la creación de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) en 1946 y de las reuniones y encuentros cuyo objetivo fue elaborar protocolos para la protección de lo que se comenzó a llamar patrimonio y de los elementos culturales que deberían ser preservados. Esta dinámica produjo diversos documentos y los principales se refieren a las listas de patrimonios, a las leyes generales e internacionales de protección a los monumentos y al patrimonio, y a la conservación y restauración (Cartas de Atenas y de Venecia, Recomendaciones de París, etc.)

La patrimonialización es, por lo tanto, el proceso en el cual los elementos de la cultura y de la naturaleza se transforman y ganan significados especiales que se ubican “fuera del tiempo”, que merecen permanecer para las generaciones futuras y que por lo tanto no serán ubicados al lado de los elementos normales (Garat et al, 2008). Asimismo, no podrán ser amenazados por inestabilidades político-económicas, ni erosionados por los vientos de la modernidad y del mercado. La principal idea se centra en la representación de símbolos valorativos destacados por la sociedad, principalmente los elementos de la cultura y de la naturaleza que poseen determinadas características y que son dignos de ser transmitidos con posteridad (Poulot, 2010). En la obra de Riegl (2003), que analiza la creación del concepto de monumento en la modernidad, esos valores derivan de la noción de rememoración del monumento de tres valores principales: el valor histórico, el valor de antigüedad y el valor de rememoración; y se establecen en monumentos intencionales y no intencionales (Riegl, 2003). Partiendo así de los conceptos de monumento formulados por Riegl y por otros análisis sobre el concepto de patrimonio (Desvallées, 2000; González-Varas, 2008; Rautenberg, 2008), es posible afirmar que las principales características del complejo proceso de definición de lo que es patrimonio son representadas por:

- *Carácter especial*: quiere decir la intra-significación e interpretación de fenómenos, manifestaciones, objetos, lugares y saberes como especiales imbuidos de un significado especial no trivial sino sagrado y no cotidiano. *Especial* en el sentido de distinto de otros, sin marcas ni sellos grabados (todos tienen, pero algunos tienen más) destacados con significados compartidos por sus productores e identificados por los de afuera como elementos especiales de la cultura. A menudo hay una falta de correspondencia entre estos elementos y los identificados por las políticas públicas, los medios, etc.

- *Noción de Rareza y Unicidad*: la definición de las obras materiales e inmateriales como raras o únicas se refiere a su característica de especial y, al mismo tiempo un carácter especial que no se encuentra con frecuencia porque es raro, es único, sin similares en otros lugares.

- *Belleza*: las nociones estéticas generalmente nacidas de la idea de la belleza occidental, centrada en las formas de arquitectura, diseño y simetría; pero también las consideradas fuera de esos patrones que también son bellas. Ese elemento es importante en la composición del patrimonio, y, en cuanto a lo natural, se relaciona con las llamadas “bellezas naturales” por ejemplo los predios, esculturas y lugares con ese mismo sentido.

- *Documento testimonio*: testimonios de acontecimientos históricos o situaciones importantes por algún motivo en la formación de la sociedad o grupo, que representan un marco que testimonia la ocurrencia del hecho. Según Le Goff (2003: 536):

El monumento tiene como característica el unirse al poder de perpetuación, voluntaria o involuntaria, de las sociedades históricas (es un legado de la memoria colectiva); y el reenviar testimonios que sólo en una mínima parte son testimonios escritos”.

- *Originalidad*: a pesar de la proximidad con el concepto de rareza, la originalidad -no importa si es acentuada o no- se refiere a parámetros de comparación establecidos entre las características intrínsecas del objeto/patrimonio, significando que los elementos atípicos hacen del mismo un elemento destacado (Heinich, 2009). Se opone a la noción de banal y al mismo tiempo contiene la noción benjaminiana de aura (Benjamín, 1983), ya que una copia atípica puede volverse original.

- *Identidad*: se refiere a la importancia de un bien cultural o natural construido como reconocimiento de unicidad cultural, y representante histórico y cultural de un grupo o comunidad, encontrando en ese mismo grupo la relación de sentido cultural y representación de diferenciación de otros grupos.

En tanto que existe un elemento que, articulado con los demás, acaba por dar definitivamente al concepto de patrimonio cultural su remate más inmediato, el concepto de *herencia* que forma parte del mismo concepto en idiomas como el inglés por ejemplo, y que provee también las dimensiones de notoriedad, rareza, testimonio, identidad, belleza y símbolo. Según Riegl (2003), el concepto de patrimonio cultural se origina en la comprensión de lo que hoy se llama proceso de patrimonialización, como “culto” al monumento, formador del hombre moderno y cuya importancia del pasado está materializada en el presente. Rautenberg (2008) va más allá mostrando que ese culto se transforma en “industria patrimonial” asociada a una política cultural específica que sirve de refuerzo al consumo del nuevo producto cultural. Pero no hay que olvidar que la legitimación del patrimonio se refiere a lo que en todo ese proceso aparece como construcción social y colectiva de las referencias culturales producto del conflicto y del consenso, de la negociación simbólica entre las características del patrimonio y sus exo-dimensiones.

De esa forma, el patrimonio se ubica como concepto con dos variables: la valoración “intrínseca” dada por el grupo social (el papel de los especialistas, científicos e historiadores es fundamental

aquí), basada en sus características ontológicas, y en la valoración extrínseca dada por el medio, por la cultura y por el mercado, como mercadería a ser vendida o “mercadería simbólica”. Así, también encierra dos dimensiones: la de ser preservado y la de/para ser visitado. Dentro de la perspectiva de la gestión del turismo, se convierte en una “atracción”. Las visitas a los lugares donde es posible presenciar la manifestación del patrimonio, no importa de qué orden, implican el momento en el cual es posible comprenderlo como atractivo, pues en ese punto se incorpora al producto turístico, y es posible de conformar la planificación del turismo, incluyendo la gestión de la visita en sí misma.

Por lo tanto, de esta forma el patrimonio y sus elementos en red o aislados forman parte del sistema que indica la estructura de la actividad turística y conforma el recurso natural o cultural para la elaboración del producto. El mismo es formado con recursos que tienen un potencial analizado por los especialistas para poder transformarlo en producto; porque son atracciones o están por serlo. Pero es un error pensar el concepto de patrimonio de la misma forma como se piensa el concepto de atracción porque tienen orígenes diferentes y cuando se encuentran en el momento de valoración se produce una transformación conceptual que puede influenciar la elección de qué es patrimonio pero no altera su raíz.

La forma más clásica y elemental de entender el sistema del turismo y su dinámica es la identificación de esos recursos transformados en atractivos con: los recursos naturales (montañas, planicies, litorales, islas, cursos de agua, caídas de agua, fuentes, parques, grutas, entre otros); los recursos histórico culturales (monumentos, sitios arqueológicos, museos, bibliotecas, fiestas, conmemoraciones, gastronomía, artesanías, folclore, música, danzas, etc.); las realizaciones técnicas y científicas contemporáneas (explotación minera, explotación industrial, obras arquitectónicas y técnicas, usinas, represas, centros científicos y tecnológicos); y, por último, los acontecimientos programados (congresos y convenciones, ferias y exposiciones, realizaciones deportivas, artísticas, culturales, sociales, gastronómicas y científicas) (OMT, 2001). Es bueno recordar que todo esto es materia prima para la “fabricación” del producto turístico (a partir de la acción de elementos tangibles e intangibles como hoteles, restaurantes, agencias y otros). Producto totalmente simbólico basado en la experiencia y en la venta de posibilidades y sensaciones (Figueiredo, 1999a; 1999b; 2008; 2010), y materializado en la relación tiempo-espacio de los paquetes turísticos.

OBSERVACIÓN Y EXPERIENCIAS SEGÚN EL PUNTO DE VISTA DEL VISITANTE

Elaborados en forma de mercadería y puestos a la venta, los elementos de la cultura y de la naturaleza pasan a ser elementos que componen productos, del turismo o culturales y poseen un nuevo rol: en la dinámica entre sus características intrínsecas, sociales, mercadológicas y patrimoniales, sirven a la producción de sentido como símbolo de un grupo social, de un anacronismo que posee una existencia justificada, y de un productor de sensaciones placenteras (o no). Esto quiere decir que es “importante” que sea conocido y debe recibir visitas públicas; por lo tanto, debe devolver el esfuerzo de preservación, educando, sirviendo de ejemplo y provocando sensaciones

relacionadas con la conservación. Frente a esto, aparece la industria cultural, las políticas de preservación, el turismo y la educación en cuanto a elaboración de técnicas y procesos para potencializar dichos objetivos, garantizando que el destino cumpla la función para la cual fue re-proyectado.

De las visitas se extraen los elementos de su supuesta “eficacia educativa” y/o hedonística, aunque otras dimensiones relacionales entre el patrimonio y su público también sean usuales en la literatura, en los documentales cinematográficos, en la difusión de estudios científicos, en los productos culturales (películas, músicas, artes plásticas) inspirados y en diálogo por ejemplo, con el patrimonio inmaterial, entre otros.

La visita implica la relación física entre el patrimonio y el público y se concreta en el contacto directo, real y no potencial o virtual, aunque este último exista (Figueiredo, 2008). En este sentido, se destaca aquí otro proceso en las visitas: la relación entre el público y el patrimonio (atracción) en etapas más o menos ordenadas por la posibilidad [o no] de planificación. Esto presupone que el visitante esté en el lugar-patrimonio, ahora “lugar turístico”, realizando: a) *observación*: primera relación *in loco* del patrimonio con su público, donde la primer sensación producida por el mirar indica las formas de percepción y representación que pueden ser orientadas hacia determinadas significaciones cuando por ejemplo se definen los ángulos para mirar, el mejor lugar para observar la atracción indicando lo que debe ser observado en detalle al mismo tiempo en que se da información sobre la atracción; b) *sensaciones de experiencias*: son las experiencias de aprensión del objeto de forma más intensa, a partir de la producción de sensaciones, sea por medio de la interpretación o las vivencias. La primera, inicialmente centrada en las acciones producidas para provocar; y la segunda, en la orientación de prácticas centradas en el sujeto que visita, dividiendo la producción de sentido entre el atractivo y la acción (Figueiredo & Ruschmann, 2004). Para MacCannell (2003), la experiencia turística suscita la creación de imágenes mentales, y forma parte del viaje, en este caso, del visitante conociendo el atractivo, que pretende que sea “auténtico”.

Para que haya visitas “al” patrimonio, ya sea que esté manifestado en lugares de cultura o áreas naturales, e incluso a los atractivos que no son considerados patrimonio (pero están incluidos en la planificación), se elaboró un vasto material concerniente a técnicas y abordajes para facilitar y calificar esas visitas dentro de parámetros que van desde la planificación de la recepción del visitante, la planificación del espacio (y del paisaje), la creación de actividades que alcancen determinados objetivos hasta el control del flujo y el estudio del soporte del ambiente, atractivo o patrimonio. Sobre todo de las atracciones naturales o las atracciones culturales en espacios naturales pues las más tradicionales se originaron de la necesidad de planear y monitorear las visitas a las áreas naturales protegidas. De esa forma, pudieron recibir visitantes Teotihuacán en México, el Museo del Louvre en Francia, el Corcovado en Brasil, el Gran Cañón en Estados Unidos, las Pirámides y la Esfinge en Egipto, entre otros.

Dirección de los flujos de visitas

La dirección forma parte de la forma en que la información debe ser transmitida para que el patrimonio o atractivo pueda ser admirado y provoque sensaciones, pero de manera tal que esa experiencia proporcionada no produzca su propia destrucción. La dirección del flujo de visitas sirve a dos objetivos: la protección del patrimonio o atractivo evitando la gran concentración espacio-temporal de personas y estructuras que pueda perjudicarlo; y la planificación del itinerario de acuerdo con el programa educativo o de interpretación, maximizando la experiencia de la visita y la aprensión de las sensaciones.

La dirección puede ser estructural, organizacional, o mixta. La dirección estructural se explica a partir de la intención del planificador de observar los meandros de un sendero o camino ya existente con una estructura ya establecida con otros fines como un camino para la producción agrícola, una ruta histórica o acciones referentes a actividades tradicionales preexistentes. El planificador debe entenderlas, percibir su potencial y posibilidad atractiva y crear itinerarios y recorridos en función de las características naturales, históricas y culturales del sitio.

Por otro lado, es posible crear un itinerario o un circuito a partir de atractivos y actividades específicas y dirigir el flujo de acuerdo con las necesidades de la programación ideal, sincrónica o con etapas de un proceso existente. También es posible utilizar lo que es más común, su planificación y sus actividades articuladas con las direcciones de flujos ya existentes y los puntos elegidos para realizar la observación y las actividades. Para cada posibilidad de visitas, diferentes momentos-espacios de parada y de movimiento con observación, actividades o ambas:

a) *Senderos*: usados para unir dos puntos específicos forman un circuito representado por una demarcación del camino utilizado previamente para otros fines o elaborado justamente para la actividad de turismo y las visitas. Presupone un camino por el cual el grupo o el visitante individual pueden caminar o incluso usar vehículos apropiados para observar el atractivo o para desplazarse entre una atracción y otra. Poseen variadas formas, como lineales, circulares, o en forma de ocho. Pueden diferenciarse por sus principales objetivos: recreación, interpretación, educación, deporte y administración. También pueden distinguirse por los grados de dificultad como caminata leve, moderada o pesada; y senderos de bajo, medio y alto impacto; de acuerdo con los obstáculos y el declive del relieve.

b) *Miradores*: lugares intermedios o finales de los circuitos, o lugares de parada cuyo objetivo específico es la observación y contemplación del paisaje y de las atracciones en cuestión. Son cuidadosamente planificados pues muestran el mejor lugar para la visión en términos cualitativos y cuantitativos. Representan el ángulo más calificado del atractivo para ser visto.

c) *Lugares de estar-parada*: los lugares de estar o de parada sirven principalmente para el descanso entre dos puntos o dentro de un circuito más largo o sendero de medio y alto impacto pero pueden ser miradores o pueden estar conectados con algunas actividades de interpretación menos activas que provoquen otros sentidos como el olfato y la audición y una amplia percepción.

d) *Centro de Interpretación*: los centros de interpretación generalmente son conjuntos de estructuras (predios y equipamientos) y actividades cuyo objetivo es mediar la relación entre el patrimonio y su público enfocado en la interpretación lo que lo diferencia de un centro de visitantes con objetivos de recepción. En todo caso, las funciones de interpretación y de otras actividades pueden mezclarse teniendo cada proyecto específico opciones de actividades y filosofías de tratamiento de la mediación sea visita, turismo, creación de conciencia, educación, interpretación, vivencia y animación. Para Scipion (1999) el centro de interpretación se basa en la mediación que utiliza todos los recursos de la imaginación y todas las técnicas de animación para ubicar al visitante en una posición que le permita percibir que está personalmente interesado en ese patrimonio. Para Jacobi & Meunier (2009: 24) el centro de interpretación es un espacio (generalmente sin colección) que busca la difusión de un patrimonio de cualquier naturaleza, a diferencia del concepto de museo que necesariamente tiene una colección. Cuando el centro de interpretación posee alguna colección, está directamente relacionada con el proceso educativo e interpretativo.

Control

Diferentes técnicas son usadas para controlar el flujo de visitantes, y la propia dirección del flujo es un ejemplo de control e integra acciones más generales para este tipo de restricción. También son medidas las capacidades de carga, o sea, la cantidad de personas y estructuras que una superficie puede recibir; los soportes ambientales biológicos, psicológicos, etc; la definición de los límites de uso y de visitas; la dirección de los comportamientos y la introducción de estructuras limitantes y organizadoras.

En el proceso de planificación de las visitas y el uso público del patrimonio o atractivo se definen una serie de pasos recomendados con la intención de proteger el objeto. No obstante, esos pasos se refieren a la gestión de atracciones en áreas naturales y no específicamente al patrimonio, principalmente al que se localiza en el medio urbano. Entre los pasos para la planificación se encuentran:

a) *Definición de las Unidades del Paisaje*: se refiere a la definición de un espacio delimitado en relación al atractivo en exposición, su entorno (con todos los flujos referentes a las actividades de visitas e interpretación como los flujos de visitantes; los flujos de comunidades involucradas; y los flujos de empleados, provisión de materiales, transporte y comunicaciones), y las redes de relaciones entre los flujos y los objetos sociales o económicos. La definición de las unidades del paisaje también

se refieren a las relaciones entre redes y cadenas involucrando generalmente grandes unidades con predominancia de áreas naturales y algunas acciones antrópicas.

b) *Definición de las Variables*: un segundo paso es la definición de las variables que estarán presentes en la planificación. Esto quiere decir que debe realizarse un inventario detallado y que la unidad de paisaje debe ser totalmente conocida para saber sobre la existencia o no de atracciones culturales, sitios arqueológicos, especies animales y vegetales en extinción, nichos de procreación de animales, condiciones de microclima en las áreas a ser visitadas y que sirven de acceso, entre otros.

c) *Caracterización del público* (si existe): la caracterización del público se da a través del estudio realizado con los visitantes reales y potenciales. La investigación generalmente es indicada para marcar la planificación de las visitas y la interpretación, que en este caso es indicada a través de variables como el perfil del público, los intereses, gustos y pareceres sobre las estructuras y actividades, y otros temas. De igual forma, durante el proceso de creación, planificación e instalación de estructuras y programas, es posible investigar un público potencial y las tendencias de comportamiento de los visitantes que se pretenden atraer (público objetivo).

d) *Capacidad de Carga del Patrimonio Natural y Cultural*: La definición de la capacidad de carga es uno de los procesos más interesantes de la planificación de las visitas, pues está basado en algunos conceptos: la existencia de un aura inherente al objeto que es resultante de una combinación de elementos físicos, espaciales, psicológicos, biológicos, culturales, estructurales y de gestión; y la idea de que existe un límite, una limitación del medioambiente entendido no como espacio sino como lugar, y tensionando aún más el concepto como territorio, incorporando aspectos políticos y de desarrollo no tratados aquí.

Esta aura es la dimensión que sufrirá alteraciones con el movimiento o no de las variables, y representa el límite de lo que es aceptable para el objeto sin que sea perjudicado en su esencia y en sus características originales. El límite es definido a partir de lo que el objeto soporta, y este límite es transformado en dato de planificación, gestión y manejo de las visitas sobre todo en lo que hace al monitoreo de los impactos. El límite del soporte psicológico, por ejemplo, se refiere a la convivencia dentro del grupo durante la visita. El límite cultural es la posibilidad de recepción de los visitantes en una villa o ciudad sin que este flujo cause incomodidad o amenazas a los símbolos identitarios (si fuera posible medirlos), o reacciones xenofóbicas. Lo que interesa aquí es lo que respecta a la planificación de las visitas de un espacio "natural", patrimonio o lugar cultural con fines recreativos o de interpretación es su capacidad físico-psicológica para recibir un cierto número de visitantes, en un determinado espacio, por un determinado período de tiempo. Esta ecuación ofrece la posibilidad de debatir la densificación del espacio y del tiempo y sus límites soportables para entender que lo que se busca en primer lugar es una situación ideal y óptima, y una densidad óptima. La densidad óptima que beneficia al visitante y al ambiente se debe encontrar entendiendo el umbral del desarrollo de la

actividad turística a partir del cual el recurso turístico se deteriora o los ecosistemas sufren daños irreversibles.

Se llega así al concepto de soporte ambiental y la carga que puede tolerar. Según Cifuentes (1992) el soporte ambiental es la capacidad de un sistema de absorber determinada acción antrópica, soportando un nivel de interferencia sin sufrir, o sufriendo pocos y controlados efectos. Es el nivel tolerable de uso, por parte de los visitantes, que un área puede recibir por un cierto tiempo; con altos índices de satisfacción para éstos y el mínimo de impacto sobre los recursos naturales.

Este proceso puede transformarse en una acción complicadísima, pues la relación entre los aspectos objetivos y subjetivos es un conflicto sin respuesta, como observan Figueiredo y Manhi (2006) en un estudio sobre la planificación del paisaje en turismo, teniendo en cuenta la necesidad de establecer variables que indiquen todas las dimensiones de un problema.

Algunas variables ejemplifican esa posición: suelos (capacidad de absorción de impactos en función de su composición y de las actividades y estructuras propuestas); erosión (cómo se da en un espacio definido y qué consecuencias producen el flujo de visitantes y las estructuras propuestas); clima (de qué forma las visitas alteran el clima y cómo el clima define las visitas); fauna y flora (animales y vegetales que puedan ser una amenaza para las visitas o que puedan ser amenazados por la misma); régimen de lluvias (aumento y disminución de precipitaciones de acuerdo con los períodos del año y las estaciones); frecuencia (estacional, semanal, permanente); tipo de actividades (qué actividades recreativas y de interpretación más o menos activas se realizarán y de qué forma el flujo de visitantes impactará sobre el ambiente); comportamiento de los individuos (tipo de público visitante, sus hábitos y gustos y sus patrones de comportamiento durante la visita).

Algunas variables se refieren a los aspectos ambientales y naturales en relación a una posible acción antrópica; acciones realizadas a partir del desarrollo de la actividad turística y sus límites de saturación y de impactos producto de otras actividades económicas que impiden un mayor desarrollo de las visitas a través del aumento del flujo de visitantes y de la instalación de infraestructura. Son ejemplos de esos impactos la contaminación de las aguas de la red hidrográfica y su relación con el tratamiento para el consumo; el retiro de la cubierta vegetal de las áreas verdes; la pérdida de la calidad visual; la contaminación sonora; y la expansión de las áreas construidas. De la misma forma, algunas situaciones sociales indeseables pueden aparecer al aumentar el flujo en las villas y enclaves residenciales cerca de los sitios patrimoniales o atracciones turísticas naturales o culturales. En las temporadas altas de visita también pueden aumentar los crímenes y delitos. Otro dato negativo es el aumento de accidentes de tránsito en la temporada y el control de automóviles y buses de turismo. En temporada alta el acceso de la población residente a los servicios básicos puede verse perjudicado.

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

La identificación del soporte ambiental de un patrimonio se refiere a él y a su entorno; y es una etapa de planificación que se encuentra con otra, relativa al mercado, a su relación con el público y a su capacidad de atraer. La primera forma de calificación del patrimonio o atractivo es la intrasignificación e interpretación primera de los grupos que producen el significado. Eso le da al atractivo su primer valor, independientemente de la opinión de los visitantes. Aquello que se considera patrimonio ya posee un sello cultural, científico, social e institucional y ya pasó por el proceso de calificación. Si fuese una atracción puede estar en vías de reconocimiento, puede no tener aún el sello institucional pero ya puede ser considerado patrimonio o puede ser apenas un lugar de interés para visitar explotado por una institución pública o privada.

En todos esos casos es posible identificar la importancia de las zonas donde se localizan los sitios, los grados de fragilidad del sitio-patrimonio, las posibilidades de instalación de estructuras de acceso y observación y la forma de administrar el atractivo en función de la relación importancia del sitio y paisaje.

En los análisis de los recursos de las áreas patrimoniales de los parques, por ejemplo, existen determinadas variables utilizadas para clasificar los recursos y verificar cuáles recibieron un mejor flujo de visitantes y cómo son esos flujos y las estructuras facilitadoras. Es principio es posible identificar la existencia de recursos (entre ellos el patrimonio) que pueden convertirse en atracciones. También importa la cantidad y concentración de esos atractivos, la calidad de las mismas en función de su estado de conservación y a partir de la jerarquía de potencialidades del atractivo, y sus factores limitantes (como el acceso).

En este proceso se definen los atractivos que serán expuestos. Esta elección no es aleatoria e indica un proceso de evaluación que considera el valor del patrimonio, su relación con el mercado (o no), la capacidad del atractivo y el interés del público. Algunos estudios indican este abanico de posibilidades (Boullón, 1986) y muestran las principales atracciones que podrán conformar un circuito básico y las que deberán recibir mejoras estructurales para facilitar y controlar las visitas de acuerdo con las variables más importantes para cada aspecto del atractivo (cultural, arqueológico, geológico, geomorfológico, zoológico, botánico), sus fragilidades y configuraciones específicas relacionadas con las principales variables referentes a los aspectos turísticos del lugar (acceso, posibilidades de visualización del paisaje, calidad del paisaje perceptible, índice de insolación, condiciones óptimas de visita, etc.). De esa forma es posible establecer una jerarquización clasificatoria e indicadora de prioridades de gestión, como se establece en los estudios de planificación del patrimonio arqueológico en un parque de la Amazonia (Figueiredo et al, 2008):

Categoría 1: se refiere a los principales atractivos de los parques y paisajes culturales, clasificados como esenciales para ser visitados. La importancia intrínseca es alta y generalmente son áreas que contienen importantes elementos culturales y naturales.

Categoría 2: A pesar de tener gran importancia, después de analizar las características de las visitas, posee un valor inferior a la primera categoría; considerando todas las variables citadas anteriormente, por comparación. Son elementos que estarían en un segundo grado de prioridad para las visitas y su gestión.

Categoría 3: Está formada por recursos que en un primer momento no serían atractivos pero de acuerdo con el tipo de público, con las modificaciones en los parques y lugares y la revisión de su plan de manejo pueden convertirse en atractivos.

Asimismo, las áreas pueden ser divididas de acuerdo con su función y a la cantidad y características de su patrimonio (Boullón, 1986; Boo, 1995; Figueiredo et al, 2008).

a) *Zona de uso intensivo:* se refiere a las zonas con mayor concentración de atracciones que recibirá el mayor flujo de visitantes y que contarán con actividades más intensas y activas. Es la zona donde las visitas y las actividades turísticas serán desarrolladas y ofrecidas a mayor cantidad de público visitante, recibiendo los impactos concentrados.

b) *Zona de uso extensivo:* estas zonas corresponden a un uso menos intenso de los recursos, y más distribuido espacialmente, causando aparentemente un impacto menor en las áreas naturales.

c) *Zonas intangibles:* este tipo de zona es elegida de acuerdo con las necesidades de las características geo-ecológicas del área. También, a partir de la distribución de zonas tapón en el área.

d) *Zonas de uso especial:* las zonas de uso especial serán caracterizadas como áreas con un tratamiento diferenciado del resto ya sea por las estructuras administrativas o por la forma de visitas que deben obedecer a una capacidad de carga restringida y delimitar el público objetivo.

e) *Zona histórico-cultural y zona arqueológica:* se refiere a la existencia de patrimonio con características productoras de una gestión específica. En algunos casos es la zona más importante del área a ser destinada a las visitas y puede ser tratada como una zona de uso intensivo o extensivo.

SOCIALIZACIÓN DEL PATRIMONIO Y VISITAS A LAS ATRACCIONES

De las acciones que buscan que el patrimonio realice su principal razón de existencia (ser importante para la sociedad que lo produce y/o que le da un significado especial), las principales son:

salvuarda, rehabilitación, reconstrucción, construcción de réplicas, etc. (Perez-Juez Gil, 2006). Algunas presuponen variados grados de intervención y conservación y, si bien no importa el grado y el tipo, la necesidad de establecer mediaciones entre el patrimonio y la sociedad es una constante. En lo que concierne al patrimonio natural, la administración de las visitas a veces es un elemento de la planificación junto a los programas de educación ambiental y patrimonial, interpretación y animación. Muchas veces en la gestión del patrimonio cultural, las técnicas de control y gestión de las visitas están dentro de los programas de educación, interpretación o animación.

En muchos estudios la interpretación es entendida como la transmisión de información sobre la unidad a los visitantes con el objetivo de crear conciencia y llamar la atención sobre determinados aspectos y características de la unidad o atracción visitada. Los senderos en las áreas naturales, por ejemplo, implican una idea de interpretación de la naturaleza basada en un recurso donde se ofrecen explicaciones sobre el medioambiente. La noción de interpretación existente en los estudios y proposiciones de los senderos interpretativos de la naturaleza tienen el objetivo de aproximar al hombre a la naturaleza a partir de información sobre especies *animales y vegetales, de la historia local, de la geología, de la pedología, de los procesos biológicos, de las relaciones ecológicas, del medioambiente y de su protección, constituyendo un instrumento pedagógico muy importante* (Gullaumon et al, 1977: 2).

Así, debe incluirse la idea de los senderos de interpretación en las innumerables *praxis* de la educación ambiental pues la perspectiva pedagógica es la más importante. Las posibilidades de usar la interpretación de la naturaleza en los senderos, activadas por la proliferación de parques naturales en Estados Unidos, dieron origen a gran cantidad de técnicas de interpretación del patrimonio, sea natural o cultural y por lo tanto, de "interpretación ambiental". Tilden (1977: 8) define la interpretación como *una actividad educacional cuyo objetivo es revelar significados y relaciones a través del uso de objetos originales y de experiencias de primera mano, por medio de medios ilustrativos, en vez de simplemente comunicar información sobre los hechos*. Para el autor, la interpretación posee varias dimensiones en su formulación, y los aspectos didácticos caros a ella tienen como objetivo revelar las bellezas y los significados espirituales que poseen más allá de los sentidos que el visitante puede aprender, proyectarse a través de la información y proyectar el alma de las cosas (Tilden, 1977). El conocimiento de la cosa en sí tiene una calidad pedagógica superior a la del aula. Murta & Goodey (2002) y Murta & Albano (2002) establecen que interpretar es revelar significados, provocar emociones, estimular la curiosidad, entretener e inspirar nuevas actitudes en el visitante, y proporcionar una experiencia inolvidable de gran calidad.

Para Tilden (1977) el visitante es un agente importante pues el programa de interpretación es creado para él con el objetivo de una incansable búsqueda de la verdad, entendiendo que es realmente relevante para él. En ese proceso termina buscando el conocimiento de sí mismo a partir de cuadros de referencia personales. De la misma forma, su curiosidad por conocer es siempre utilizada para buscar lo nuevo y lo diferente, al mismo tiempo que le proporciona diversión.

De esa forma, la interpretación está en el proceso relacional del visitante con el patrimonio, en este caso, el ambiente visitado. La visita es la principal acción que desencadena este proceso. La presencia en el ambiente en cuestión es condición *sine qua non* para la interpretación, incluso en los debates actuales sobre visitas virtuales y turismo virtual (Figueiredo, 2008).

Es cierto que las prácticas de interpretación están relacionadas con las prácticas de educación, sea ambiental o patrimonial, y también con las prácticas ligadas al ocio y, por lo tanto, con la animación sociocultural. Sin pretender entrar en debate sobre educación ambiental y patrimonial que traen a su paso la perspectiva pedagógica explícita (educación formal o no formal) se observa que existen variados procesos relativos a la educación en relación al medioambiente y al patrimonio. Mientras las prácticas de interpretación se refieren a la relación en sí con la transformación del ser a partir de una pedagogía de cambio en la relación hombre, naturaleza y cultura.

De la misma forma, la animación sociocultural tiene el objetivo de proporcionar el desarrollo sociocultural de grupos y comunidades a partir de actividades de animación y ocio con aspectos lúdicos, recreativos, educativos y socioculturales. No obstante, para Melo (2006) la animación cultural va más allá de su uso tradicional; es una propuesta de pedagogía social que no se restringe a un campo único de intervención (puede ser implementada en el ámbito recreativo, escolar, sindical, familiar, y en cualquier espacio posible de educación) ni puede ser comprendida sólo por un área del conocimiento. Parte de una idea radical de mediación y busca comprensiones más profundas de los sentidos y significados culturales, provocando cuestionamientos sobre el orden social establecido.

En todo caso, la educación ambiental y patrimonial y la animación sociocultural usan recursos de la interpretación y ésta -entre las formas de provocar la reflexión y crear significados, acciones, recursos y materiales fácilmente reconocidos- ofrece publicaciones, representaciones gráficas y textos (infografías), centros de visitantes y de interpretación (información turística e interpretación); videos; conferencias; folletos; guías; señalización; y espectáculos (sonido y luz, recreación de escenas históricas, etc.).

CONCLUSIONES

Como lo indica Barretto (2000), en la relación entre las herencias culturales y el turismo la conservación del patrimonio representa más que su preservación; también la modificación de su uso inicial para otros usos, que posibiliten su permanencia y la transformación en mercadería. Esto significa que su transformación en mercadería (pero no sólo eso) es preferible a su desaparición. A la par de este concepto la mercadería instalada deberá sufrir una nueva transformación de producto a dinamizador educacional basado en la conservación y valoración del patrimonio, en la identificación de posibilidades de comprensión de lo que es posible conservar para preservar, en la creación de conciencia en los visitantes sobre la importancia de las herencias, y en la experiencia que educa y transforma. Es por esto que la patrimonialización no puede ser entendida sólo como mercantilización

de la cultura y de la naturaleza sino como respuesta a la pérdida; considerando que otros aspectos del capital no respetan la existencia anacrónica de las mismas sólo como elementos a ser preservados (Barrère et al, 2005).

La relación entre patrimonio y atractivo -la "mercadería simbólica- puede presentar una situación incómoda que precisa ser asumida y enfrentada para que las posibilidades de que sea positiva se potencien con el fin de:

- *Servir a la comunidad*, en el sentido de preservar un bien elegido por la misma para ser preservado porque representa la identidad y las demás características simbólicas del mismo;

- *Preservar el patrimonio*, que es siempre una causa importante, independientemente de los procesos;

- *Crear conciencia* sobre la historia, la herencia, la cultura y la naturaleza;

- *Proporcionar el placer del encuentro* con lo diferente, o con el símbolo de una cultura representado en el museo.

Pero, por otro lado no hay que olvidar que no importa el grado de destrucción y conservación del patrimonio; cuando se convierte en atracción comienzan a valorarse otros elementos.

El patrimonio se transforma en atracción para el turismo, pero turismo y visitas no son la misma cosa. Las visitas al patrimonio natural y cultural se refieren a la herramienta para lograr que algún grupo o individuo tenga contacto a través de la presencia física (la virtual implica otra forma de visita) con el patrimonio preservado. El turismo es un fenómeno social y una actividad económica poderosa que puede justificar dentro de la racionalidad productivista la existencia de la diversidad.

Dentro de esta perspectiva se observa que el patrimonio convertido en atractivo turístico precisa pasar por procesos de planificación y gestión de sus visitas que incluyen una serie de técnicas y procedimientos expuestos, basados en la búsqueda de la calidad de la visita, del control de la visita y de las técnicas y procedimientos basados en procesos interpretativos para profundizar la relación del patrimonio con su visitante (educación patrimonial y animación). Cuanto más se perfeccionen las decisiones sobre esas técnicas y procedimientos utilizados mejor será la experiencia de la visita y, por consiguiente, la posible transformación del visitante después de esa experiencia. Entonces, la contribución para la preservación del patrimonio estará asegurada en el comportamiento cotidiano del visitante y del turista.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barretto, M.** (2000) "Turismo e legado cultural". Papirus, Campinas
- Barrère, C. ; Barthélemy, D. ; Nieddu, M. & Vivien, F. D.** (2005) "Réinventer le patrimoine, de la culture à économie, une nouvelle pensée du patrimoine". L'Harmattan, Paris
- Benjamin, W.** (1983) "A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica". En: Benjamin, W. Textos Escolhidos. Abril Cultural, São Paulo pp. 165-196
- Boo, E.** (1995) "O planejamento ecoturístico para áreas protegidas". En: Lindberg, K. y Hawkins, D. (org.) Ecoturismo: Um Guia para Planejamento e Gestão. SENAC, São Paulo pp. 31-57
- Boullón, R.** (1986) "Planificación del espacio turístico". Trillas, México
- Cifuentes, M.** (1992) "Determinación da capacidade de carga turística en áreas protegidas". WWF, Turrialba, Costa Rica
- Desvallées, A.** (2000) "L'origine du mot 'patrimoine'". En: Poulot, D. Patrimoine et Modernité. L'Harmattan, Paris pp. 89-100
- Figueiredo, S. L.** (1999a) "Ecoturismo, festas e rituais na Amazônia". NAEA/UFPA, Belém
- Figueiredo, S. L.** (1999b) "Ecoturismo e desenvolvimento sustentável. Alternativa de desenvolvimento para a Amazônia?" En: Figueiredo, S. L. (Org.) O Ecoturismo e a Questão Ambiental na Amazônia. NAEA/UFPA, Belém pp. 75-126
- Figueiredo, S. L.** (2010) "Viagens e viajantes". Anna Blume, São Paulo
- Figueiredo, S. L.** (2008) "Turismo virtual?" En: Panosso, A. & Ansarah, M. (Org.) Segmentação do Mercado Turístico: estudos, produtos e perspectivas. Manole, Barueri pp. 523-537
- Figueiredo, S. L. & Manhi, C.** (2006) "Análise comparativa de paisagem em turismo: sistemas de referência". En: Ruschmann D. & Solha, K. Princípios do Planejamento Turístico: teoria e prática. Manole, São Paulo pp. 154-174
- Figueiredo, S. L. & Ruschmann, D. V. M.** (2004) "Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas". Novos Cadernos NAEA 7(1): 171-203
- Figueiredo, S. L.; Pereira, E. S.; Almeida, M. B.; Barreto, C. N. G. B.; Lima, J. S. S.; Saldanha, J. D. M.; Andrade, M. N.; Cabral, M. P.; Guapindaia, V. L. C. & Baccino, M. P.** (2009) "Relatório do projeto básico e especificações técnicas para elaboração de projetos de socialização de sítios arqueológicos na Amazônia: Musealização, Educação e Turismo". NAEA/UFPA, Belém
- Figueiredo, S. L.; Pereira, E. S.; Andrade, M. N.; Baccino, M. P.; Barbosa, L. C. & Guedes, J. R.** (2008) "Turismo em unidades de conservação: arqueologia e turismo no Parque da Serra dos Martírios/Andorinhas-PA". NAEA/UFPA, Belém
- Figueiredo, S. L. & Andrade, M. N.** (2008) "Pacoval do Curuá: arqueologia, educação e turismo". MPEG, Belém
- Garat, I.; Gravari-Barbas, M. & Veschambre, V.** (2008) "Préservation du patrimoine bâti et développement durable : une tautologie ? Les cas de Nantes et Angers". Développement durable et territoires. Dossier 4 : La ville et l'enjeu du Développement Durable, mis en ligne le 03 mars 2008. URL: <http://developpementdurable.revues.org/4913> Acceso en 25 julio 2011
- González-Varas, I.** (2008) "Conservación de bienes culturales". Cátedra, Madrid

- Gullaumon, J.; Poll, E. y Sing, J. M.** (1977) "Análise das trilhas de interpretação". Boletim Técnico do Instituto Florestal. São Paulo, 25: 1- 57
- Heinich, N.** (2009) "La fabrique du patrimoine". EMSH, Paris
- Jacobi, D. & Meunier, A.** (2009) "Les centres d'interprétation: qualités et limites de la reconnaissance sensible du patrimoine". En: Chaumier, S. y Jacobi, D. Exposer des idées, du musée au centre d'interprétation. Complicités, Paris pp. 19-42
- Le Goff, J.** (2003) "História e memória". Editora da Unicamp, Campinas
- MacCannell, D.** (2003) "El turista, una nueva teoría de la clase ociosa". Melusina, Barcelona
- Melo, V. A. de** (2006) "A animação cultural: conceitos e propostas". Papyrus, Campinas
- Murta, S. M. y Albano, C.** (2002) "Interpretação, preservação e turismo: uma introdução". En: Murta, S. M. & Albano, C. Interpretar o Patrimônio, um exercício do olhar. Ed. UFMG, Belo Horizonte, pp. 9-12
- Murta, S. M. & Goodey, B.** (2002) "Interpretação do patrimônio para visitantes: um quadro conceitual". En: Murta, S. M. Y&Albano, C. Interpretar o Patrimônio, um exercício do olhar. Ed. UFMG, Belo Horizonte, pp. 13-46
- OMT** (2001) "Introdução ao turismo". Rocca, São Paulo
- Perez-Juez Gil, A.** (2006) "Gestión del patrimonio arqueológico". Ariel, Barcelona
- Poulot, D.** (2010) "Patrimoine et musées, l'institution de la culture". Hachette, Paris
- Rautenberg, M.** (2008) "Du patrimoine comme oeuvre au patrimoine comme image". En: Nemery, J. C.; Rautenberg, M. y Thuriot, F. Stratégies indentes de conservation et de valorisation du patrimoine. L'Harmattan, Paris pp. 9-18
- Riegl, A.** (2003) "Le culte moderne des monuments". L'Harmattan, Paris
- Scipion, S. M.** (1999) "Le centre d'interprétation, au coeur d'un processus de valorisation". La Lettre de l'OCIM, 61: 22-26
- Tilden, F.** (1977) "Interpreting our heritage". Chapel Hill, University of North Carolina

Recibido el 03 de agosto de 2011

Correcciones recibidas el 14 de octubre de 2011

Aceptado el 20 de octubre de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués