



EL TURISMO CULTURAL Y SUS CONSTRUCCIONES SOCIALES COMO CONTRIBUCIÓN A LA GESTIÓN SOSTENIBLE DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

Cultural Tourism and its Social Constructions as a Contribution to the Sustainable Management of Tourist Destinations

BENITA ROSALBA SALAZAR DZUL¹, ALFONSO GONZÁLEZ DAMIÁN², ALMA ROSA MACIAS RAMÍREZ³

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i2p406>

RESUMEN⁴

En el presente ensayo se presentan reflexiones sobre la construcción social del turismo cultural, el cual es caracterizado desde las diversas nociones y representaciones colectivas, por los actores interesados en los sitios turísticos. Cada uno de los grupos de actores entiende al turismo cultural de manera distinta, orientado por sus intereses particulares, por lo que una gestión integral tiende a encontrar dificultades para hacerse sostenible. A partir de una revisión de la literatura especializada, se delinearán las características de cinco distintas construcciones que son puestas en juego en cada sitio turístico y se hacen reflexiones sobre sus implicaciones para la gestión sostenible del turismo cultural en los destinos turísticos.

PALABRAS CLAVE

Turismo Cultural. Actores Sociales. Gestión Sostenible. Destinos Turísticos.

406

¹ Benita Rosalba Salazar Dzul – Licenciada. Universidad de Quintana Roo, Cozumel, Quintana Roo, México. Currículo: https://www.researchgate.net/profile/Benita_Rosalba. E-mail: salazarr697@gmail.com

² Alfonso González Damián – Doutor. Profesor investigador, Universidad de Quintana Roo, Cozumel, México. Currículo: <http://orcid.org/0000-0003-4396-0100>. E-mail: gonzalezd@uqroo.edu.mx

³ Alma Rosa Macías Ramírez - Maestra. Profesora investigadora, Universidad de Quintana Roo, Cozumel, México. Currículo: https://www.researchgate.net/profile/Alma_Ramirez5 E-mail: maciasalma@uqroo.edu.mx

⁴ Proceso Editorial – Recibido: 24 JUN 19; Aceito: 18 MAR 20.

ABSTRACT

This paper presents reflections on the social construction of cultural tourism, which is characterized by collective representations of actors interested in tourist sites. Each group of actors understands cultural tourism in a different way, guided by their particular interests. In this way, an integral management tends to find difficulties to become sustainable. Based on a review of specialized literature, the characteristics of five different constructions that are engaged in interplay in tourism destinations are delineated. Final reflections are made on implications of such interplay for the sustainable management of cultural tourism in destinations.

KEYWORDS

Cultural Tourism. Social Actors. Sustainable Management. Tourism Destinations.

INTRODUCCIÓN

La turística es una de las principales y más dinámicas actividades económicas a nivel internacional, por lo que, desde hace años, la preocupación pública se enfoca en el desarrollo de nuevas formas de hacer turismo, que se practiquen de manera más sustentable y que tengan como finalidad mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales. El turismo cultural como forma distinta a la convencional de hacer turismo, se postula desde fines del siglo XX como posibilidad para el desarrollo comunitario, entre otras formas posibles (Orgaz, 2013). No obstante, a pesar de contar ya con cierta historia, aun no existe acuerdo generalizado, ni se ha conseguido demostrar de manera incontrovertible, que en efecto el turismo cultural sea una verdadera posibilidad para el desarrollo comunitario sostenible. Gran parte del debate se debe, en opinión de los autores del presente documento, a la diversidad de intereses que orientan lo que se entiende por turismo cultural, así como sobre las formas de llevarlo a la práctica.

La cuestión no es menor, si se considera el hecho de que para muchos (Calleja Sordo & González, 2016; Cohen, 1988; Fainstein, 2007), el turismo es el principal enemigo de la conservación de la identidad cultural local, pues incentiva la mercantilización, y la consecuente formación de industrias culturales cuyos intereses primarios se encuentran en el lucro y no en la conservación de la cultura. En este sentido, se pretende con el presente documento, abonar al debate, con la identificación de al menos cinco distintas concepciones, colectivamente construidas, sobre el significado, importancia, beneficiarios y consecuencias del turismo cultural.

El presente trabajo es resultado de una investigación documental, planteada desde una revisión de publicaciones en español, entre los años 2006-2019, sobre la relación del turismo cultural de base comunitaria con el desarrollo comunitario sostenible. Como criterio para la selección documental, se utilizaron tres palabras clave (1) desarrollo sustentable, (2) turismo cultural, (3) turismo sustentable. En el contenido de los documentos seleccionados, además de identificarse las posturas teóricas y conceptuales respecto al turismo cultural, se analizaron las relaciones entre los elementos del turismo cultural y las posibilidades de que impulse el desarrollo comunitario sostenible.

Los hallazgos identificados en la revisión realizada se presentan en forma de ensayo, en el que en un primer apartado se presentan antecedentes sobre el estudio del turismo cultural y se identifican los actores que se reconocen en la literatura como centrales para el desarrollo comunitario sostenible. A continuación, se desarrollan las cinco concepciones socialmente construidas, de turismo cultural para cada uno de los grupos de actores y finalmente se presentan las conclusiones respecto a estos hallazgos.

DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO CULTURAL

El turismo cultural puede encontrar su más lejano antecedente en el siglo XVII, cuando la aristocracia europea, particularmente la de las islas británicas, realizaba viajes de larga duración como parte de una costumbre denominada *Grand Tour*, en la que visitaban diversos países del continente europeo, en los que sucedieron relevantes sucesos históricos, con el objetivo declarado de ampliar sus conocimientos sociales, históricos y culturales de tales países, aliados y enemigos (Prieto, 2015). Si bien estos viajes, que no pueden ser considerados turísticos propiamente, evolucionaron a lo largo de los siglos, llegando a consolidar la figura decimonónica del 'viajero cultural', es decir de quien viaja no para sentirse conquistador y superior a los demás, para obtener un reconocimiento social por su implicación en este segmento; sino porque aspira a ser una 'persona culta' (Serrano, Serrano & Zarza, 2013). Esta noción del viajero cultural, desde entonces, se posicionaba como distinta a la del viajero común, por lo que ya para el siglo XX, con el auge del turismo de masas en el período de

la postguerra, se reconocía como distintos a los viajeros cultos de los ‘vulgares turistas’ (Boorstin, 1964).

A finales del siglo XX, durante la década de 1980, empiezan a existir ‘nuevos turismos’ (Santana, 2003), que se generaron como resultado de la transformación del mercado, en un cambio general conocido como posfordismo, en el que la industria, con el fin de mantener sus márgenes de rentabilidad y mantenerse competitiva, se ve en la necesidad de flexibilizar su producción, es decir, hacerla adaptable a las necesidades y deseos de segmentos del mercado. Estos nuevos turismos o nuevas formas de practicar el turismo se centran en proporcionar a los turistas, experiencias satisfactorias, auténticas, centradas en la singularidad de la naturaleza misma y de la cultura. Es entonces cuando nace propiamente el llamado turismo cultural, incorporando a la creciente industria turística a los que antes no deseaban ser considerados como turistas, sino como ‘viajeros cultos’ (Serrano Barquín, Zarza Delgado & Serrano Barquín, 2013).

Ya en el siglo XXI, el cambio en el turismo mundial se ha profundizado, con nuevos proyectos para el disfrute del patrimonio cultural y su comunicación, en los que se busca también de manera simultánea su aprovechamiento y conservación. Se plantea entonces que, mediante una gestión adecuada y estratégica del patrimonio cultural, se ha de incidir tanto en el flujo monetario, como en la dimensión social de la riqueza que sustenta el consumo cultural (Cejudo, 2014). Es entonces que de la gestión del turismo y del patrimonio ha surgido el turismo cultural, como aquel que se realiza con el fin de obtener nuevos conocimientos, satisfacer la necesidad de diversidad, elevar el nivel educativo o vivir nuevas experiencias (Morére & Perelló, 2013).

Es precisamente en esta búsqueda de nuevos conocimientos y experiencias que los nuevos turistas, se internan en los sitios visitados, alejándose de los núcleos masificados y comienzan a encontrarse con espacios relativamente menos explorados o tocados por las multitudes, en los que la actividad microlocal, comunitaria, suburbana y rural comienzan a ubicarse en el centro de tal búsqueda. Se puede afirmar entonces que el turismo cultural, como lo hacen Palomino, Gasca y López (2016), queda anclado a los territorios, debido a “los valores ambientales, el entorno paisajístico y el patrimonio cultural que estos proveen para llevar a cabo distintas actividades relacionadas al ocio, el descanso y la recreación” (p. 8).

En años recientes, la tendencia respecto al turismo cultural confronta a los modelos turísticos tradicionales, pues se busca integrar en cada proyecto de turismo, la conservación del medio ambiente como base fundamental para la actividad turística (Rivas, 2007) y combinarlo con la gestión sostenible del patrimonio histórico y cultural, en beneficio de las comunidades locales (Aguirre, 2017).

Turismo cultural y desarrollo comunitario sostenible - Por su naturaleza, el turismo cultural parte de la búsqueda de la sostenibilidad, pues guarda relación con los aspectos social, económico y natural, cuando esta actividad se desarrolla de manera planificada. En su búsqueda de la conservación y valoración de la riqueza patrimonial que se ha heredado a través de generaciones, incentivado por el interés de los turistas en vivir con cada viaje, nuevas emociones y experiencias, a lo largo del tiempo, en países como España, Italia, Francia, Chile, Perú, entre otros han encontrado en él una herramienta para un desarrollo local de sus lugares (Souza, 2016).

En el ámbito turístico, la búsqueda de la sostenibilidad en el nivel local o comunitario ha sido un tema estudiado e investigado desde distintas disciplinas, tema de interés de diversos actores, instituciones tanto públicas como privadas, debido a su estrecha relación con los sectores social, ecológico y económico, pilares de la sustentabilidad. Así mismo, por los impactos generados en dichos sectores a través del desarrollo de las actividades que esta actividad implica, se ha perfilado a nivel mundial una visión integral sobre el desarrollo socioeconómico y su compatibilidad con el medio ambiente (Cervantes & Gómez, 2007). En este mismo sentido, el concepto de turismo responsable que intenta impulsar el respeto y la preservación, a través de la implicación de todos los actores como fórmula para el desarrollo integral de los pueblos (Santana, 2008).

El turismo cultural depende de muchos factores externos, por ello se defiende como esencial para el desarrollo sostenible, la participación de la comunidad con la creación de asociaciones y la colaboración con múltiples grupos de partes interesadas (López & Sánchez, 2009). El turismo cultural comunitario representa una alternativa para el desarrollo económico y social de las zonas rurales, siempre que se realice con la participación activa de las comunidades, haciendo converger el territorio, los actores sociales y el medio ambiente (Palomino, Gasca & López, 2016).

En la gestión colectiva del turismo cultural, han de intervenir distintos actores de manera coordinada, el sector privado y público, turista y comunidad, en entornos diversos, que aprovechan

el patrimonio natural, cultural y también la mezcla de ambos. Estos actores interactúan a su vez con los encargados de la gestión del patrimonio como sistema, entre los que se encuentran desde los bienes del patrimonio cultural, actores del sector público como del privado, consumidor cultural y la comunidad receptora de turismo. Cada conjunto de actores puede, y de hecho tiene, una visión distinta respecto al turismo cultural, la forma de aprovechar el patrimonio, e incluso sobre aquello que puede o no ser considerado patrimonio (Li & Hunter, 2015).

En términos generales, se puede afirmar que en la comunidad receptora de turismo se pueden identificar tres grupos de actores sociales: (1) el sector público, representado por los gobernantes locales y nacionales en turno; (2) el sector privado, que incluye a empresarios locales o no, pero que tienen intereses de capital establecidos o enfocados en la comunidad; y (3) La sociedad civil organizada, que incluye a las organizaciones no gubernamentales con fines distintos al lucro, establecidas o con interés en la comunidad. A estos tres grupos de actores relevantes, en el caso del turismo cultural, es necesario añadir la participación de los visitantes, los turistas en busca de experiencias. Por una parte, los turistas convencionales, que en sus viajes buscan entretenimiento, descanso o diversión y un cambio respecto a sus actividades cotidianas que, en lo general para obtener este tipo de experiencias, es indistinto el sitio al que viajan, siempre que satisfaga esa búsqueda (Elands & Lengkeek, 2012). Este tipo de turista también visita destinos de turismo cultural, aunque no lo hace con el fin de participar o vincularse de manera directa con la cultura local.

Además de los turistas convencionales, en el siglo XXI se están presentando importantes cambios en el ámbito del ocio, la cultura y el turismo, apareciendo nuevas necesidades e intereses en común para generar y compartir otras experiencias y conocimientos con la gente que habita los sitios visitados. Estos nuevos turistas, realizan turismo cultural de manera que facilitan un encuentro de intereses entre aquellos del sector turístico con los del ámbito del patrimonio. Esto hace posible, establecer una alianza estratégica y desarrollar nuevos modelos de aprovechamiento y uso social de los recursos patrimoniales sobre la base de la sustentabilidad (Johnson, 2010). Estos nuevos turistas buscan experiencias de mayor inmersión y compromiso con la cultura del sitio visitado, por lo que planifican y desarrollan sus viajes con tal intención, por ello el destino del viaje no resulta sustituible por otro. Las experiencias buscadas por estos nuevos turistas culturales se orientan al ámbito emotivo. A través de la participación del turista en actividades de este tipo, se propician

situaciones que le permiten participar de procesos colectivos, desplegar su creatividad e involucrarse emocionalmente con la experiencia. Los turistas pasan de ser sólo espectadores a ser parte de un proceso colectivo de creación (Díaz & Castro, 2017).

De manera que, el planteamiento de una gestión colectiva, coordinada entre actores, del turismo cultural en el ámbito local, comunitario, como requisito para que el aprovechamiento de los bienes patrimoniales, de la cultura en general, se realice de manera equilibrada entre conservación y generación de beneficios y con un enfoque de desarrollo sostenible, resulta fundamental integrar las distintas visiones del turismo cultural, así como los distintos intereses que en él se encuentren centrados. Como condición necesaria para integrar visiones que pueden ser divergentes, a continuación, se delinea cada una de ellas, las distintas formas de entender, concebir, construir colectiva, socialmente, al turismo cultural.

Una gestión de la organización patrimonial se puede fundamentar desde diversas teorías sociales, los avances en la comprensión de los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos y sobre todo la inclusión de la sostenibilidad como indicador de desempeño, han conducido a la propuesta de distintos modelos teóricos (Mazaro & Varzin, 2008; Mesinas, 2016). Entre otras se pueden enunciar:

- La **teoría de sistemas complejos**, que considera los principios de la sustentabilidad y el desarrollo local, tomando en cuenta al turismo como eje articulador de los subsistemas biofísicos y antrópico de manera indisoluble y adaptativa, conceptualizando así al *hommoecosistema* (Palmas, Gutiérrez, Cruz & Favila, 2014).

- La **teoría del desarrollo local**, que identifica cuatro dimensiones básicas: ambiental, económica, social y cultural y política, en las que se integran en binomio irreductible tanto el nivel local en la planificación como el regional (Núñez & Orozco, 2013).

- La **teoría de la economía solidaria**, que postula el que a cada ciudadano tiene calidad de asociado en las iniciativas y proyectos para mejorar colectivamente su calidad de vida. Esta teoría se caracteriza de acuerdo con Fajardo y Donneys (2005) en que “a) Hace operante la libertad económica; b) Sirve a la sociedad; c) Propicia la participación plena y consciente; d) Afirma la

cooperación para la superación colectiva; e) Desarrolla el principio de equidad, sin discriminaciones otras” (p. 51).

- El modelo teórico de **Turismo de Base Comunitaria** [TBC], que implica procesos complejos, tales como: la participación comunitaria, el empoderamiento, la colaboración con actores sociales externos, la expansión y diversificación del capital social comunitario. La evolución de los procesos que configuran el TBC es incierta pues éstos dependen de la historia del grupo y su particular contexto social, político y cultural. Por ello, es un fenómeno que puede tomar diversas facetas en cada caso específico, dependiendo de la situación local en la que se encuentran dichos procesos (Fernández Aldecoa, 2011).

CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL TURISMO CULTURAL

En la gestión local del turismo cultural intervienen al menos cinco grupos de actores interesados, cada uno de ellos con distintas concepciones de turismo cultural, el sector público, el sector privado, el sector social y los turistas, tanto los turistas convencionales como los denominados aquí nuevos turistas. Los actores sociales, aquí se conciben como colectivos que comparten significados e intereses, que entran en acción mediante procesos de interacción en los que se rigen por normas colectivamente establecidas y aceptadas (Fligstein & McAdam, 2012; González, 2011). En colectivo construyen tales normas y significados que, aunque son negociados, puestos en suspenso en cada interacción entre ellos y con otros actores sociales, a lo largo del tiempo adquieren solidez, se instituyen como construcciones sociales (Berger & Luckmann, 2005). De manera que cada grupo reconoce como válida su propia construcción social de significado y no necesariamente las provenientes de otro grupo. En relación con las construcciones de turismo cultural, consideradas como representaciones colectivamente construidos, se pueden distinguir cinco que operan simultáneamente en una misma comunidad:

La construcción social de turismo cultural desde el sector público - La visión de los funcionarios del gobierno es, de las analizadas en este documento, la más institucionalizada, es decir, la que parte de un mayor conjunto de referentes normativos legalmente establecidos desde el Estado. A pesar de ello, los individuos, las personas a quienes les corresponde ejecutar los designios institucionales del Estado, son orientados por intereses particulares y de sus grupos políticos de referencia, por lo

que las ideas que tengan sobre el turismo cultural y la forma en la que debería gestionarse, son también construcciones sociales. El sector público tiene capacidad de agencia, es el actor que ostenta el poder y la autoridad de manera formal, sin embargo, no escapa a las fuerzas ideológicas predominantes en la sociedad, es así que aun cuando de manera formal tiene a su cargo el resguardo, la conservación, la preservación y el fomento de la cultura, por sobre esta función se encuentra la orientación ideológica hacia el mercado, es decir hacia el sistema capitalista (Smith, 2014; Smith & Akagawa, 2009).

Con base en ello, la construcción social del turismo cultural en el sector público se puede identificar en gran medida a partir de los lineamientos de las instituciones reconocidas en el ámbito del turismo, la Organización Mundial del Turismo [UNWTO], y los órganos gubernamentales de turismo en el país, la Secretaría de Turismo [SECTUR], en el caso de México.

Los bienes que conforman el patrimonio cultural son de importancia para las comunidades estados y país pues no solo permiten preservar la cultura, sino, que representan un atractivo potencial para la creación de destinos turísticos y diversificación de la oferta turística en los entornos donde se aprovecha tal riqueza, que se han heredado de generación en generación y que han permanecido con el paso de los años, lo que también les ha permitido conservar su identidad con características peculiares de cada lugar o región en donde han permanecido y compartido su riqueza patrimonial. Asimismo, se plantea la idea de que el patrimonio cultural y el turismo a través del tiempo han ganado importancia no solo por sus ganancias económicas sino también por contribuir a la sustentabilidad (Ebru, Kamil & Ige, 2009).

De hecho, la UNWTO adaptó el concepto de 'Desarrollo Sostenible' al de 'Turismo Sostenible', como aquel que: "atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro" (OMT, 2016, p. 22). En colaboración con el Programa Ambiental de las Naciones Unidas [PNUMA], se establecieron criterios para el turismo sostenible, en los cuales destaca que además de preocuparse por los procesos ecológicos esenciales, se hace alusión al respeto de la autenticidad sociocultural de las comunidades para "conservar su herencia cultural y habitual, sus valores tradicionales, y contribuir a la tolerancia y al entendimiento intercultural" (PNUMA, 2006, p. 11). La cultura y el turismo sostenible a partir de estos conceptos quedan íntimamente ligados, por lo que el turismo cultural forma parte del

desarrollo sustentable, en el intervienen factores como la sociedad, la parte económica a la que contribuye, así mismo, la parte ambiental, esto se da por el medio donde se encuentran los recursos patrimoniales, cuando la actividad es desarrollado a través de la participación activa y equitativa de los actores involucrados (Montesinos & Campanera, 2017).

Desde esta perspectiva institucional, cobra auge el turismo cultural como parte del sistema turístico y surgen políticas que lo apoyan. El argumento principal se encuentra en que el turismo cultural es recomendable para las comunidades puesto que es enriquecedor para ambas partes, tanto comunidad como turistas, dado que en él se involucran distintos factores como el sector económico, ambiental, social y desde luego la parte cultural, factores que se encuentran inmersos dentro de la actividad turística (Nuryanti, 1996). Si bien se advierte de la importancia de minimizar los impactos negativos que pudieran presentarse y al mismo tiempo reforzar los impactos positivos que en la actividad turística se generan para conseguir un turismo responsable y con mayor conciencia.

En síntesis, se puede afirmar que para el sector público, encabezado por el sector turismo, se encuentra en las comunidades un conjunto de valores culturales que le son propios y le confieren autenticidad, lo cual a su vez es de gran atractivo para el visitante, por lo tanto la estrategia de gestión congruente con ello, es comenzar por la patrimonialización de la cultura, por su reconocimiento colectivo e institucionalización desde las políticas públicas para consolidar su aprovechamiento, en beneficio tanto de turistas como de la propia comunidad en un marco ideal de desarrollo sostenible. Desde el punto de vista de las dependencias del gobierno encargadas de la conservación y fomento a la cultura, la orientación al mercado que impulsa el sector turismo, puede entrar en conflicto, y de hecho lo hace, con las posturas más conservadoras respecto a la comercialización de la cultura, sin embargo, en los Estados latinoamericanos, y particularmente en México, prevalece de facto, ya sea por la debilidad presupuestal de las instituciones responsables de la preservación de la cultura, o por la propia legislación que promueve la patrimonialización y la participación de la inversión privada en estas funciones.

La construcción social de turismo cultural del sector privado - Las tendencias mundiales del turismo hacen más competitivos a los destinos con mayor atractivo, es decir que congreguen en sí mayores capacidades para atraer turistas. Tendencia en la que más turistas es mejor, puesto que el negocio entonces es mayor. Para el sector turístico privado, cuyo fin central, y en más de una ocasión el

único, es el lucro, resulta muy atractivo el aprovechamiento de los elementos distintivos culturales locales para hacer negocios, a través de dos mecanismos, (a) diseño de productos turísticos culturales, para ser lanzados al mercado con la finalidad de competir frente a otros productos turísticos o (b) aprovechamiento de los rasgos culturales como parte de una identidad local que confiere valor agregado como distintivo de un destino turístico.

En el primero de los mecanismos, lo que se comercializa y en algunos casos se mercantiliza y banaliza, es la propia cultura, al acondicionarse o adecuarse sin restricciones a las necesidades del mercado. Si bien esta tendencia es criticada en el propio mundo empresarial, pues en el mediano y largo plazo termina por devaluar o restarles valor a sus productos al perder autenticidad, es a la que conduce el libre mercado, cuando no existen instrumentos o actores que lo regulen. Una posibilidad atenuante de la mercantilización desbocada lo aporta el enfoque en la responsabilidad social por parte de las empresas (Inoue & Lee, 2011). Bajo este enfoque, la visión del negocio ya no solo se centra en el corto plazo, sino que busca maximizar el beneficio en el largo plazo, para lo que requiere de la participación y del convencimiento de sus stakeholders o partes interesadas, negociar múltiples intereses y, en suma, operar bajo lineamientos pertinentes con el desarrollo sostenible (González, 2017).

El segundo mecanismo, la cultura de un sitio turístico es relevante pues le hace atractivo para los visitantes, aun cuando su visita no sea realizada con el fin de participar o conocer la cultura. Para ello requiere que la cultura haya sido patrimonializada, es decir que ciertas manifestaciones y expresiones específicas, hayan sido puestas en valor de manera colectiva mediante políticas públicas deliberadas para fomentarla y fortalecerla como parte de la identidad cultural local. Dado que el sector turístico privado se beneficia de ello, aun cuando sea indirectamente, está en disposición de colaborar, de participar en las acciones de preservación y salvaguarda de la cultura local. En suma, desde el punto de vista del sector privado, el turismo cultural representa un área de oportunidades de negocios. El aprovechamiento de estas oportunidades, de no existir medios o mecanismos de control o de regulación, pueden llevar a una explotación mercantil de la cultura, a la tergiversación de sus valores intrínsecos y de sus significados para la sociedad de los sitios turísticos. En tanto que, por el contrario, si existe una participación de otros actores sociales con capacidad de intervenir y establecer criterios para regular, mediar, su participación, puede a su vez

constituirse en un importante aliado en el fomento de la conservación y salvaguarda de la cultura en los sitios turísticos.

La construcción social del turismo cultural del sector social - La población residente en los sitios turísticos, denominada en la literatura especializada comunidad receptora, en la medida en la que sea capaz de organizarse para actuar colectivamente, puede ser un actor social relevante, conformarse como un sector social que impulse y a la vez controle, regule la promoción, el fomento, el aprovechamiento social y económico de la cultura. Las organizaciones de la sociedad civil se constituyen de este modo en sujetos institucionales con capacidad de agencia, de impulsar las acciones sociales hacia intereses colectivos.

En la práctica, el sector social consiste en un conjunto de grupos con intereses particulares, que no necesariamente coinciden, ni tampoco reflejan necesariamente una postura ideológica común. No obstante, si se considera como representantes del sector social, a las organizaciones de la sociedad civil organizada con intereses y preocupaciones centradas en la cultura local, entonces se puede afirmar que en general se orientan, en un sentido neo-institucional, entre dos extremos, por una parte aquellas organizaciones que fundamentan sus acciones en las propuestas de la Unesco, hacia la patrimonialización como vía para la conservación de la cultura y por la otra, en un sentido activista, que busca el respeto absoluto a la conservación de la cultura local, sin intervención ni del estado, ni de la iniciativa privada y menos aún del turismo.

La Unesco ha impulsado a nivel internacional, el proceso de patrimonialización con el fin de revalorar la cultura y constituir pilares sobre los que, mediante un proceso de construcción sociotécnico-política, que no se puede considerar en ningún momento como un producto acabado o estático, confiere una dimensión integral al patrimonio al asumir que supone un acto de consumo por parte de los sujetos y que ese consumo es multidimensional, con significado por sí mismo (Hernández & Ruiz, 2017). Desde esta perspectiva, al gestionar los bienes del patrimonio cultural para la oferta turística se conectan dos mundos, donde la cultura y los principios de cada uno son diversos, sin embargo, ambos pueden tener intereses en complementarse y colaborar entre sí (Velasco, 2009), para estimular el desarrollo regional en zonas rurales y urbanas y constituirse en un factor clave que puede favorecer el bienestar económico (Ebru, Kamil & Ige, 2009).

Como parte de las recomendaciones de la Unesco para la salvaguarda del patrimonio cultural en las naciones se encuentran: (1) que la puesta en valor de las expresiones culturales provenga de la propia comunidad, de manera participativa y colectiva, (2) que su aprovechamiento se constituya en un consumo con significado para la colectividad local, de manera que primero fortalezca la identidad cultural y como consecuencia genere valor económico, que enriquezca también en tal sentido al ámbito local. 3) que la generación de beneficios sea equitativamente repartida entre los miembros de la comunidad y particularmente entre quienes detentan y son depositarios de las propias expresiones culturales.

El aprovechamiento del turismo cultural, bajo esta perspectiva, toma en cuenta las nuevas necesidades en el ámbito del ocio, debido a que el turista ya no se conforma con el turismo tradicional de sol y playa, sino que cada día busca conocer nuevas formas de entretenerse, obtener nuevos conocimientos, conocer otras culturas y vivir nuevas experiencias, que lo lleve a experimentar nuevas acciones. Esta necesidad del turismo ha propiciado que las comunidades locales aprovechen sus conocimientos, prácticas y tradiciones a través de un valor de uso y de cambio.

La construcción social del turismo cultural para el turista convencional - Los bienes que conforman el patrimonio cultural son de importancia para un país, municipio o comunidad, ya que no solo permiten conocer y preservar la cultura, sino que también representan un atractivo potencial para la incorporación y diversificación de la oferta turística en la consolidación de un destino turístico. La cultura es un elemento cada vez más valorado por turistas y visitantes en las distintas ofertas turísticas y juega como elemento diferenciador al elegir un destino (Cerpa & Lunar, 2008). En el momento en que los visitantes y turistas eligen un lugar para viajar el patrimonio cultural juega como elemento diferenciador al elegir el destino, diversificar el turismo a través del aprovechamiento de los recursos del entorno hace de esta actividad más enriquecedor para el turista que le gusta vivir nuevas experiencias.

El turismo ha evolucionado, si a mediados del siglo XX los viajeros elegían su destino con base en aquello que deseaban admirar y presenciar, a fines del siglo XX ya no era suficiente, pues era necesario que existiesen actividades para realizar en el lugar admirado. Ya entrados en el siglo XXI, los viajeros eligen el destino de su viaje con base en la capacidad de éstos de ofrecerles experiencias

significativas y memorables, distintas a las que pueden encontrar en otros sitios. Esta evolución ha marcado a los destinos turísticos que hoy en día se enfocan en el diseño y oferta de tales experiencias distinguibles de otras por su autenticidad la que, en buena medida, descansa en las características de identidad cultural propias de la comunidad que habita el destino turístico.

Para el turista convencional, entendido como aquel viajero que prefiere mantenerse en una esfera de relativa seguridad y comodidad durante sus viajes, en la que el contacto que se espera con las costumbres propias del lugar visitado será mínima o reducida a su representación a modo de espectáculo, el turismo cultural es entendido como aquel conjunto de actividades complementarias que aportarán a su viaje cierto grado de exotismo, sin salir en realidad de la seguridad y comodidad a la que se encuentra acostumbrado. Los turistas convencionales, buscando principalmente descanso y diversión en destinos de sol y playa o recreacionales, o buscando sitios para encuentros de negocios y convenciones, el turismo cultural no es el principal motivador de su viaje, pero llega a ser el elemento decisivo para elegir entre un destino u otro.

En la actualidad, el turista convencional aún representa más de las tres cuartas partes del total del mercado de viajes turísticos en el mundo, por lo que la visión que este grupo de turistas tiene sobre el turismo cultural, es de tomarse en cuenta en todo esfuerzo encaminado a aprovechar el patrimonio cultural de un sitio turístico ya establecido. Si bien, los turistas propiamente no ejercen una acción organizada para ser reconocido como un actor social con todas sus características, la influencia de sus opiniones se traduce directamente en acciones de mercado, ya sea deliberadamente conducidas por la industria turística local o de manera indirecta por las acciones de la industria de otros destinos competidores.

La construcción social del turismo cultural del nuevo turista - Las nuevas formas de turismo empiezan a existir a finales de los años ochenta debido a las nuevas condiciones, necesidades y exigencias del mercado, flexibilidad y segmentación de los productos y servicios turísticos, con una mirada hacia el aprovechamiento del patrimonio cultural de las comunidades rurales, a través de sus atractivos, donde se da una combinación entre la cultural, el lugar y la gente que propicia una experiencia satisfactoria y real para el turista (Campos, Mendes, Valle & Scott, 2015; Tuo, Bai & Chen, 2014). Los cambios que se han presentado en el turismo han propiciado la creación y desarrollo de proyectos para el disfrute del patrimonio cultural a través de la diversificación del turismo, de esta

manera nace el 'nuevo turista cultural' aquel que se interesa por conocer de manera directa, vivencial, nuevas culturas e incursionar en nuevas experiencias relacionados con la cultura.

El nuevo turista cultural busca una inmersión integral con la cultura visitada, por ello es que elige el destino de viaje de manera cuidadosa, estudia previamente la historia y costumbres del sitio elegido y en muchas ocasiones tiene contacto previo con personas, habitantes del sitio, que le guiarán en su inmersión. Para este turista, el turismo cultural constituye una cuasi expedición etnográfica, en la que el respeto por la cultura local es tal, que no solo reconoce su valor en términos simbólicos y económicos, sino que está en disposición de colaborar en su preservación, su rescate activo y su salvaguarda. Para este tipo de turistas la inmersión en el viaje inicia mucho antes del recorrido físico y no concluye en realidad al regresar a su lugar de residencia, pues el contacto en muchas ocasiones se mantiene, seUna gestión de la organización patrimonial se puede fundamentar desde diversas teorías sociales, los avances en la comprensión de los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos y sobre todo la inclusión de la sostenibilidad como indicador de desempeño, han conducido a la propuesta de distintos modelos teóricos (Mazaro & Varzin , 2008; Mesinas, 2016). Entre otras se pueden enunciar:

- La **teoría de sistemas complejos**, que considera los principios de la sustentabilidad y el desarrollo local, tomando en cuenta al turismo como eje articulador de los subsistemas biofísicos y antrópico de manera indisoluble y adaptativa, conceptualizando así al hommoecosistema (Palmas, Gutiérrez, Cruz & Favila, 2014).

- La **teoría del desarrollo local**, que identifica cuatro dimensiones básicas: ambiental, económica, social y cultural y política, en las que se integran en binomio irreductible tanto el nivel local en la planificación como el regional (Núñez & Orozco, 2013).

- La **teoría de la economía solidaria**, que postula el que a cada ciudadano tiene calidad de asociado en las iniciativas y proyectos para mejorar colectivamente su calidad de vida. Esta teoría se caracteriza de acuerdo con Fajardo y Donneys (2005) en que "a) Hace operante la libertad económica; b) Sirve a la sociedad; c) Propicia la participación plena y consciente; d) Afirma la cooperación para la superación colectiva; e) Desarrolla el principio de equidad, sin discriminaciones otras" (p. 51).

- El modelo teórico de **Turismo de Base Comunitaria** [TBC], que implica procesos complejos, tales como: la participación comunitaria, el empoderamiento, la colaboración con actores sociales externos, la expansión y diversificación del capital social comunitario. La evolución de los procesos que configuran el TBC es incierta pues éstos dependen de la historia del grupo y su particular contexto social, político y cultural. Por ello, es un fenómeno que puede tomar diversas facetas en cada caso específico, dependiendo de la situación local en la que se encuentran dichos procesos (Fernández Aldecua, 2011), adoptan y adaptan nuevas costumbres y formas de entender el mundo. Para que este tipo de turismo exista, es fundamental que previamente en el sitio turístico se hayan desarrollado acciones para identificar, reconocer y poner en valor el patrimonio cultural local, es decir, que existan acciones colectivas, ya sean dirigidas desde política pública o no, orientadas al desarrollo de una identidad cultural local. Parecería contradictorio, pero antes de poder atraer a nuevos turistas culturales, es necesario poner en valor y conservar la cultura local. En este sentido, asociar el patrimonio al consumo, si se concibe este último como aquello que, facilitando la vida material, está lleno de sentido, entonces el patrimonio, sin duda, también puede ser consumido.

CONCLUSIONES

En un sitio turístico, cuando se pretende introducir el turismo cultural como actividad económica, ha de considerarse la participación colectiva de los actores interesados en la temática, teniendo en cuenta de manera previa, que cada actor social, cada colectivo con capacidad de agencia, tendrá su propia construcción sobre el significado del turismo cultural, sus propios intereses al respecto y las consideraciones propias sobre sus posibilidades de aprovechamiento, la cual se habría derivado de su propia experiencia, de su práctica, como hecho social. A lo largo del texto se identificaron al menos cinco construcciones sociales diferenciadas sobre el turismo cultural que operan en la práctica de manera simultánea: la de los actores del sector público, la de los actores del sector privado, la de los actores del sector social y dos provenientes de los visitantes, la del turista convencional y la del nuevo turista cultural.

Si bien, las cinco construcciones sociales tienen naturaleza distinta y se orientan hacia intencionalidades diferentes, se encontró que existe coincidencia en el proceso de patrimonialización como requisito necesario para aproximarse al turismo cultural. Si bien algunas

de las nociones o representaciones se enfocan en el aprovechamiento del patrimonio cultural y otras sólo en su conservación y salvaguarda. En este marco, se encontró que hay dos construcciones sociales que por extremas resultan incompatibles en la práctica, la que pretende una completa mercantilización de la cultura, creando productos turísticos culturales adecuados a los deseos de la demanda versus la visión de un patrimonio cultural absolutamente local, en el que el turismo no solo no tiene opinión, sino que ni siquiera tendría cabida.

La implicación práctica de ello es que, si en un sitio turístico hay actores sociales con capacidad de movilización colectiva que defiendan ambas posiciones extremas, será inevitable la confrontación. No obstante, no toda confrontación necesariamente tiene que verse como algo negativo, particularmente cuando lo que se confronta son las ideas y las inquietudes colectivas. Al respecto entonces cabe insistir en la relevancia de que toda decisión de incursionar en el turismo cultural para un sitio turístico debería en principio ser discutida entre los diversos actores interesados, con el fin de tomar las decisiones que mejor les convengan.

En las decisiones que sobre la introducción y posterior gestión del turismo cultural deben intervenir distintos actores; sector privado y público, turista y comunidad, en los entornos diversos, donde se aprovechan el patrimonio cultural. Donde dichos actores deben interactuar a su vez con los encargados de la gestión del patrimonio. En el caso de que se decida impulsar el turismo cultural, es indispensable que se establezcan políticas, criterios y parámetros en la forma de normas colectivamente reconocidas y aceptadas, legitimadas, para respetar los preceptos del desarrollo sostenible de los cuales el turismo cultural a desarrollarse debería formar parte.

Las teorías que abordan el tema del turismo cultural han hecho énfasis en la necesidad de un enfoque centrado en la sustentabilidad, hacen énfasis en el aprovechamiento equilibrado de los recursos que intervienen en el desarrollo, destacándose aspectos como la participación local, repartición de beneficios equitativos, el combatir la pobreza, el conservar el patrimonio, formular proyectos de abajo hacia arriba, es decir, a partir del involucramiento directo e iniciativa de la misma comunidad, donde se contempla a la colectividad como los principales actores. La sostenibilidad del turismo cultural en este sentido, se fundamentaría en una estructura multidimensional (Yulong & Hunter, 2015):

- (1) Debería garantizar la participación local. La comunidad anfitriona y los empleados locales nunca deben ser explotados, en lugar de ello lo deseable es que adquieran capacidades, se empoderen para ser socios del negocio en el turismo cultural.
- (2) Se deberían repartir equitativamente los beneficios. En primer lugar, toda la operación debería ser económicamente viable, lo que significa que el ingreso bruto a largo plazo debe exceder los costos totales de conservación y turismo. La distribución de costos y beneficios entre todos los participantes deberían ser justos y equitativos.
- (3) Se ha de plantear como objetivo el combatir la pobreza. Es incompatible la inequidad económica con la conservación de una identidad cultural.
- (4) El objetivo al aprovecharlo debiera ser en realidad conservar el patrimonio. El aprovechamiento sin conservación del significado y el valor intrínseco de las expresiones y manifestaciones culturales lleva a la pérdida de autenticidad, de sentido y al empobrecimiento o pérdida de valor de la propia cultura.
- (5) La toma de decisiones debería seguir un sentido de abajo hacia arriba. Es decir, la participación democrática en las decisiones por parte de los actores sociales habría de jugar un rol fundamental para sostener tanto a las propias instituciones en el largo plazo como a sus objetivos y por ende al patrimonio y el turismo.
- (6) Se debería de involucrar a todos los actores sociales con interés en el turismo cultural. Una estructura institucional transparente que se caracterice por establecer un consenso y una gobernanza compartida, de modo que los intereses y las preocupaciones de todas las partes interesadas pudieran ser reconocidas y representadas adecuadamente en el proceso de las operaciones turísticas
- (7) Se debería respetar el entorno natural. Toda acción de promoción y aprovechamiento del turismo cultural deberá ser ecológicamente sostenible y su entorno circundante no debe disminuir en valor con el tiempo.

A través de los cambios que se han generado en el ámbito del ocio, la cultura y el turismo se han presentado nuevas formas de generar conocimientos y compartir experiencias que promueven un encuentro entre el turismo y el patrimonio cultural, lo cual genera las condiciones para el

aprovechamiento de los recursos patrimoniales, aunque no necesariamente de manera sustentable. Los cambios que se han generado en el turismo han permitido la creación de proyectos turísticos que tienen por vocación el aprovechamiento y al mismo tiempo la conservación del patrimonio cultural, sin embargo, el interés sobre el patrimonio no debe enfocarse en la obtención de recursos económicos, sino más bien en el aprovechamiento social de los mismos. La valoración del patrimonio permitirá su reconocimiento, transmisión de valores y la diversificación del turismo cuando el patrimonio cultural se gestione de una manera sustentable.

Comúnmente, las condiciones para desarrollar el turismo cultural se encuentran en las comunidades rurales, en donde los mismos habitantes son quienes participan las actividades turísticas que se desarrollan. En las comunidades los recursos patrimoniales culturales atractivos para el turismo pueden variar de acuerdo al lugar en donde se desarrolla esta actividad, sin embargo, el aprovechamiento de los mismos debe garantizar su conservación como parte de la identidad cultural de los habitantes de la comunidad, sin perder una relación directa con el desarrollo sostenible de las actividades que implica.

El turismo cultural por sus condiciones y naturaleza, la diversidad de actores y representaciones sociales sobre él, en la actualidad no es capaz de contribuir a un desarrollo sustentable: ser de consumo social, generar beneficios económicos, permitir la conservación y permanencia del patrimonio cultural. Para que el turismo cultural adquiera estas características, deberá partir de una planeación colectiva, participativa, incluyente y con enfoque en el largo plazo.

REFERENCIAS

- Aguirre, J. A. (2007). Deseables y posibles: participación comunitaria, patrimonio histórico cultural, San Jerónimo de Moravia, Costa Rica. *Pasos*, 5(1), 1-16. [Link](#)
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (2005). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Boorstin, D. J. (1964). *The Image: a guide to pseudo-events in America*. New York, USA.: Vintage.
- Calleja, C. & González, A. (2016). Mercantilización de la cultura en aras de ofrecer una experiencia turística estandarizada. Reflexiones desde el caso de Cozumel, México. *Ritur-Revista Iberoamericana de Turismo*, 6, 82-95. [Link](#)

Salazar D., B. R.; Gonzáles D., A. & Macias R., A. R. (2020). El turismo cultural y sus construcciones sociales como contribución a la gestión sostenible de los destinos turísticos. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 12(2), pp. 406-428. DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i2p406>

Campos, A. C.; Mendes, J.; Valle, P. O. do, & Scott, N. (2015). Co-creation of tourist experiences: a literature review. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 369-400. [Link](#)

Cejudo, R. (2014). Sobre el valor del patrimonio cultural inmaterial: una propuesta desde la ética del consumo. *Dilemata*, 14, 189-209. [Link](#)

Cerpa, J. C., & Lunar, R. A. (2008). Diagnóstico de los bienes del patrimonio histórico-cultural del municipio Zamora, como atractivos turísticos del estado Aragua. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 523-540. [Link](#)

Cervantes, J., & Gómez, R. (2007). El ordenamiento territorial como eje de planeación de proyectos de turismo sustentable. *Ciencias Sociales Online*, 4(2), 103-118. [Link](#)

Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15, 371-386. [Link](#)

Díaz, V., & Castro, F. (2017). El turismo emocional creativo: la ciudad como taller inclusivo. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), 357-371. [Link](#)

Ebru, G.; Kamil, Y. y Ige, P. (2009). Preserving cultural heritage and possible impacts on regional development: case of Izmir. *International Journal of Amergind and Transition Economies*, 2(2) 213-229. [Link](#)

Elands, B. H. M., & Lengkeek, J. (2012). The tourist experience of out-there-ness: theory and empirical research. *Forest Policy and Economics*, 19, 31-38. [Link](#)

Fainstein, S. S. (2007). Tourism and the commodification of urban culture. *The Urban Reinventors*, 2, 1-20. [Link](#)

Fajardo, C. L.; Cabal, C. C., & Donneys, O. A. (2005). La economía solidaria de lo legal a la formación integral. *Criterio Libre*, 9, 47-72. [Link](#)

Fernández, M. J. (2011). Turismo comunitario y empresas de base comunitaria turísticas: ¿estamos hablando de lo mismo? *El Periplo Sustentable*, 20, 31-74. [Link](#)

Fligstein, N., & McAdam, D. (2012). *A theory of fields*. New York: Oxford University Press.

González, A. (2011). *Construcción social del turismo. Una perspectiva teórica de sociología constructivista para el estudio del turismo*. Saarbrücken: Editorial Académica Española.

Salazar D., B. R.; Gonzáles D., A. & Macias R., A. R. (2020). El turismo cultural y sus construcciones sociales como contribución a la gestión sostenible de los destinos turísticos. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 12(2), pp. 406-428. DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i2p406>

- González, A. (2017). La relación entre empresa turística y desarrollo sostenible en las teorías administrativas y sociales. Una propuesta esquemática para su abordaje. *Dimensiones Turísticas*, 1(1), 111-142. [Link](#)
- Hernández, M., & Ruiz, E. (2017). Consumo patrimonial: entre el mercado y la cultura. *Chungara, Revista de Antropología Chilena*, 49(1), 143-153. [Link](#)
- Inoue, Y., & Lee, S. (2011). Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries. *Tourism Management*, 32(4), 790-804. [Link](#)
- Jickling, B.; Lotz-Sisitka, H.; O'Donoghue, R., & Ogbuigwe, A. (2006) *Educación Ambiental, Ética y Acción: Un libro de trabajo para poner manos a la obra*. Nairobi: Pnuma.
- Johnson, P. A. (2010). Realizing rural community based tourism development: prospects for social-economy enterprises. *Journal of Rural and Community Development*, 5(1), 150-162. [Link](#)
- Li, Y., & Hunter, C. (2015). Community involvement for sustainable heritage tourism: a conceptual model. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 5(3), 248-262. [Link](#)
- López, T. J., y Sánchez, S. M. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vía de desarrollo. Un estudio de caso en el Salvador. *Revista de Estudios Cooperativos*, 99, 85-103. [Link](#)
- Mazaro, R. M., y Varzin, G. (2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *RAC Revista de Administração Contemporânea*, 12(3), 789-809. [Link](#)
- Mesinas, M. Á. (2016). El derecho del patrimonio cultural. Análisis desde la perspectiva de los derechos humanos y su aplicación por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), México. *Intervención*, 7(14), 71-81. [Link](#)
- Montesinos, L. & Campanera, M. (2017). Formas de vida, usos y apropiación de recursos. Propuestas para el estudio de los comunes contemporáneos. *Antropología Social*, 26(2), 193-216. [Link](#)
- Morére, N., & Perelló Oliver, S. (2013). *Turismo cultural patrimonio museos y empleabilidad*. Madrid: Fundación EOI.
- Nuryanti, W. (1996). Heritage and postmodern tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 249-260. [Link](#)

Salazar D., B. R.; Gonzáles D., A. & Macias R., A. R. (2020). El turismo cultural y sus construcciones sociales como contribución a la gestión sostenible de los destinos turísticos. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 12(2), pp. 406-428. DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i2p406>

Núñez, P., & Orozco, J. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *Intersedes*, 14(27), 144-167. [Link](#)

Organización Mundial del Turismo (1998). Guía para administraciones locales: desarrollo turístico sostenible. Madrid: OMT. [Link](#)

Organización Mundial del Turismo (2016). *Documentos básicos de la OMT*, V. I. Estatutos, reglamentos, acuerdos. Madrid: OMT. [Link](#)

Orgaz, F. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 38(2), 1-13. [Link](#)

Palmas, Y. D.; Serrano, R. d.; Gutiérrez, J. G.; Cruz, G., & Favila, H. (2014). Modelo Teórico- Metodológico para el estudio del turismo armónico y el desarrollo local. *Investigaciones Turísticas*, 7, 23-46. [Link](#)

Palomino, B.; Gasca, J., & López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*, 30, 6-37. [Link](#)

Prieto, J. J. (2015). Turismo Cultural: el caso español. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1(2). 95-114. [Link](#)

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2006). *Por un turismo más sostenible*. Guía para responsables políticos. Madrid: PNUMA. [Link](#)

Rivas, J. (2007). Los Indicadores de sostenibilidad en el Turismo. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente*, 6, 27-62. [Link](#)

Santana, A. (2008). El turismo cultural: ¿un negocio responsable? *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 17(4), 272-294. [Link](#)

Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31-57. [Link](#)

Serrano, P., Zarza, M. P., & Serrano, C. (2013). Turismo cultural, transiciones en términos de género y su prospectiva. *El Periplo Sustentable*, 25, 135-158. [Link](#)

Smith, L. (2014). Intangible heritage: a challenge to the authorised heritage discourse? *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 1(40), 133-142. [Link](#)

Smith, L., & Akagawa, N. (2009). *Intangible heritage*. Londres: Routledge.

Salazar D., B. R.; Gonzáles D., A. & Macias R., A. R. (2020). El turismo cultural y sus construcciones sociales como contribución a la gestión sostenible de los destinos turísticos. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, 12(2), pp. 406-428. DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i2p406>

Souza, M. (2016). Turismo Cultural: el caso de Valparismo y San Pedro de Atacama como consecuencia de la política turística emitida. *Menocchio*, 1, 1-18. [Link](#)

Tuo, Y., Bai, C., & Chen, Z. (2014). Travel for meaning: The present and future of tourist wellbeing. *Proceedings... 7th International Joint Conference on Computational Sciences and Optimization*, CSO, 479-483. [Link](#)

Velasco, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sustentable. *Cuadernos de Turismo*, 23, 237-254. [Link](#)