

El patrimonio como una de las claves de la oferta turística

Nota conceptual 1

OBJETIVO

El patrimonio —cultural y natural, material e inmaterial— constituye un activo estratégico para la diferenciación de destinos y la generación de valor en la oferta turística. Esta ponencia propone discutir cómo transformar el patrimonio en una ventaja competitiva sostenible: conservarlo y transmitirlo, al tiempo que se diseña una experiencia turística auténtica, inclusiva y económicamente viable. Se buscará identificar condiciones de buena gestión (interpretación, capacidad de carga, beneficios locales) y riesgos (mercantilización, degradación, gentrificación), con especial atención al rol de los gobiernos regionales en la valorización del patrimonio.

CONCEPTUALIZACIÓN

La UNESCO plantea que el turismo puede crear “valor añadido” para un lugar cuando se basa en los valores del patrimonio y se gestiona de forma sostenible. Para apoyar esta visión, el Centro del Patrimonio Mundial ha desarrollado herramientas y guías (“toolkit”) orientadas a la gestión de destinos patrimoniales, promoviendo la coordinación entre actores y el equilibrio entre conservación y uso turístico.

El patrimonio se erige como el eje vertebrador de la oferta turística contemporánea, operando principalmente a través de la construcción de una identidad y una narrativa territorial sólidas. Al dotar a los destinos de una historia propia y un sentido de lugar único, el legado cultural permite estructurar productos diversos que van desde rutas y festivales hasta la artesanía y la gastronomía. En este contexto, especialmente en las ciudades patrimoniales, la interpretación y la mediación cultural —apoyadas en

museos, señalética avanzada y nuevas tecnologías— resultan fundamentales para transformar meros recursos estáticos en experiencias memorables para el visitante.

Esta propuesta de valor se sustenta en la calidad y la autenticidad percibida, factores determinantes para la satisfacción del turista y la reputación a largo plazo del destino. No obstante, es imperativo comprender que la autenticidad no es un atributo inalterable, sino una construcción que requiere de una gobernanza rigurosa para evitar procesos de banalización o la simple "folklorización" del territorio. Para preservar esta esencia, resulta indispensable asegurar la participación activa de las comunidades locales y los portadores culturales, garantizando que el relato turístico sea fiel a sus raíces.

Asimismo, la gestión del patrimonio debe enfrentar el desafío de la sostenibilidad y el reconocimiento de sus propios límites, dado que se trata de un bien intrínsecamente frágil. La presión turística excesiva puede derivar en el deterioro físico del entorno, problemas de congestión y tensiones sociales profundas, como la gentrificación o el incremento desmedido de las rentas. Por ello, una planificación responsable debe integrar herramientas de control de flujos, zonificación y la definición de capacidades de carga, asegurando siempre que una parte de los ingresos se reinvierta directamente en la conservación y el monitoreo continuo del sitio.

Finalmente, cuando el turismo patrimonial se gestiona bajo una óptica de desarrollo inclusivo, tiene el potencial de fortalecer el tejido socioeconómico mediante la creación de empleos y el impulso a la economía creativa. La clave del éxito reside en lograr que el valor generado se capture localmente a través de encadenamientos productivos efectivos, como el fomento de la guianza comunitaria, el apoyo a las denominaciones de origen en la artesanía y una gobernanza que garantice el reparto equitativo de los beneficios entre la población residente.

La posibilidad de convertir el patrimonio en un recurso de desarrollo está en todas las geografías. Todo territorio posee atractivos con un potencial turístico latente, ya sea la inmensidad de un desierto o la exuberancia de una selva. Esta puesta en valor no se limita únicamente al patrimonio natural, sino que abraza con igual fuerza el

legado histórico, artístico y las singularidades propias de cada cultura. En muchas regiones, por ejemplo, el turismo religioso no es solo un acto de fe, sino una forma magistral de valorizar el patrimonio arquitectónico y la historia viva. Así, poner en valor el patrimonio permite que un viajero americano descubra sus raíces en Europa, o que un europeo se asombre ante la riqueza precolombina de América o la profundidad cultural de África.

Asimismo, la singularidad de cada territorio se manifiesta a través de sus tradiciones más arraigadas, donde incluso la gastronomía, entendida como un recurso patrimonial inmaterial, se convierte en un vehículo de identidad que permite degustar la historia de un pueblo. Poner en valor la historia a través de estos recursos permite tender puentes de conocimiento mutuo entre continentes, reafirmando que cualquier elemento cultural o natural, si se gestiona con autenticidad y coherencia, puede transformarse en un motor de desarrollo sostenible y en una experiencia única para el visitante.

PREGUNTAS E INTERROGANTES

- ¿Qué principios deberían guiar la conversión del patrimonio en producto turístico (conservación prioritaria, autenticidad, interpretación, inclusión)?
- ¿Cómo diseñar mecanismos de gestión de capacidad de carga y control de flujos en centros históricos y sitios frágiles, sin excluir a residentes ni a turistas de menor poder adquisitivo?
- ¿Qué instrumentos financieros y normativos garantizan reinversión en conservación (tasas, fondos, alianzas público-privadas) y transparencia en el uso de recursos?
- ¿Cómo evitar la mercantilización cultural y asegurar que comunidades y portadores del patrimonio participen en la toma de decisiones y se beneficien del turismo?
- ¿Qué modelos de cooperación interregional pueden potenciar rutas patrimoniales manteniendo estándares de conservación y experiencias de calidad?