

## **Por un Turismo Urbano Participativo**

Alfredo Somoza

Cuando hablamos de lucha contra la pobreza y de inclusión social, tenemos que recordar la gran novedad surgida en estos últimos años: la centralidad del concepto de “participación”.

La literatura sobre los fracasos de los proyectos de desarrollo debidos a la falta de participación de la población local es amplia y exhaustiva. La historia del proceso que llevó a las comunidades a ser centro de la atención en las dinámicas de desarrollo comenzó desde abajo y está diseñando el mapa de la economía solidaria, fenómeno que ya no se limita al Sur del mundo, sino que está presente con mucha fuerza también en Europa. Cuando hablamos de turismo de comunidades, es decir de aquella modalidad de hospitalidad concebida y gestionada en primera persona por las comunidades locales, tenemos que remontarnos obligatoriamente a las experiencias de reafirmación cultural, de lucha por la tierra, por los derechos de las minorías, por la salud, la educación, de lucha contra la exclusión.

Una comunidad que tiene la posibilidad de promover en primera persona el turismo tiene detrás de sí misma una larga historia de emancipación de las causas que durante estos siglos generaron injusticia y retraso económico. El turismo muy frecuentemente se convierte en una herramienta de promoción para hacer conocer a nivel internacional una lucha (medioambiental, social y cultural) que muy seguramente no encontró el espacio en el circuito de la información. Gracias al turismo comunitario se constituyeron redes antes locales y luego nacionales e internacionales, que significaron un salto de calidad para sujetos fragmentados por la geografía y la historia.

El turismo que persigue metodologías participativas es, por lo tanto, muy a menudo un punto de llegada y muy pocas veces de partida para una comunidad que se forjó y se rearmó socialmente en un proceso de auto-organización. Cada “oferta” de hospitalidad comunitaria se construye sobre una experiencia fuerte de lucha y por esta razón la recaída económica del turismo no es nunca la única prioridad, si bien constituye un componente importante del proceso de consolidación de la experiencia participativa que permite poder decir al mundo: “éstos somos nosotros, ésta es nuestra historia y éste es el patrimonio natural y cultural que hemos transmitido y que queremos compartir contigo”.

### **La comunidad al centro**

El eje central para un buen planteo del turismo comunitario surge de la formulación de una serie de preguntas que tienen el objetivo de aclarar “si” se quiere interactuar con la industria turística y “cuanto” estamos dispuestos a invertir colectivamente y personalmente.

Esta metodología participativa es utilizada por ejemplo en el proyecto de municipalización del turismo promovido por el EMBRATUR (la entidad turística del Estado Brasileño) con el fin de descongestionar los grandes centros del turismo internacional (Río de Janeiro, Bahía e Iguazú) a favor de centros más pequeños excluidos de los circuitos tradicionales.

Otro ejemplo que demuestra el intento de hacer un turismo participativo y de comunidad es el que se está llevando a cabo en la Casamance, Senegal Meridional. Éste es el ejemplo de un producto que se quiere caracterizar por la revalorización de la cultura tradicional y la puesta en evidencia del proceso de desarrollo económico en curso. En esta zona se crearon en los años setenta estructuras de hospitalidad – *campement touristique* – que adelantaron con muchos años de ventaja los temas del turismo responsable.

La crítica más grande que se puede hacer a la concentración del turismo multinacional en los países del Sur del mundo es que en ningún caso las evidentes inversiones internacionales que mueven millones de turistas cada año provocaron procesos de crecimiento económico en los países

destinatarios de los flujos. La situación de crisis económica que viven algunos de los destinos más elegidos del turismo masivo en el Sur (Túnez, Marruecos, Kenya, República Dominicana, Cuba, Sri Lanka, Turquía, México, Egipto) confirma esta crítica. Rimini (Emilia-Romagna, Italia) es considerada a nivel mundial como un caso emblemático, por las consecuencias devastadoras de la masificación del turismo. Lo que sin embargo no se hace notar es que el “Modelo Rimini” es también el ejemplo, en positivo, de la redistribución comunitaria de la renta obtenida del turismo. Prácticamente no existe familia que no se relacione con el turismo: desde el simple alquilador de cuartos hasta los empresarios de hotelería y los proveedores de servicios, Rimini se mantiene sobretodo a través de la pequeña y mediana empresa y la alta calificación profesional de su personal local.

### **Las políticas internacionales a favor del Turismo Responsable**

Desde 2002, es decir a partir del día en que se incluyó el turismo como herramienta de lucha contra la pobreza durante la Cumbre de la Tierra de Johannesburgo organizada por Naciones Unidas, muchos pasos se hicieron para concretar esta nueva visión de la industria turística. En Europa, la Asociación AITR realizó intensas campañas de comunicación y afianzó un sector comercial especializado en turismo responsable, dando vida al mismo tiempo a una nueva línea de cooperación al desarrollo a través del turismo.

Se sumaron a este trabajo otras asociaciones de Francia, España, Alemania, Bélgica y Holanda, que están creando en estos meses la Red Europea EARTH (*European Association for Responsible Tourism and Hospitality*). A nivel global, la OMT (Organización Mundial del Turismo) se convirtió en una agencia de Naciones Unidas especializada en turismo y definió una nueva lógica de proyectos llamada ST-EP (*Sustainable Tourism - Eliminating Poverty*). ICEI, primera ONG a nivel mundial que realizó proyectos ST-EP a partir del año 2001 (República Dominicana), es actualmente miembro afiliado de la OMT, en la cual ocupa un lugar en el Board, promoviendo de esta forma el turismo responsable y definiendo indicadores de forma conjunta para evaluar el impacto de esta línea de proyectos.

Hace dos años AITR definió el turismo responsable como:

“El turismo responsable es el turismo realizado según principios de justicia social y económica y en el pleno respeto del medio ambiente y de las culturas. El turismo responsable reconoce la centralidad de la comunidad local de acogida y su derecho a ser la protagonista en el desarrollo turístico sostenible y socialmente responsable de su propio territorio. Trabaja para favorecer la interacción positiva entre la industria del turismo, las comunidades locales y los viajeros”.

Para nosotros esta declaración sigue siendo nuestra brújula en las intervenciones que, sin embargo, evolucionaron en los últimos años. Las líneas de tendencia sobre el turismo responsable indican una mayor integración de la actividad turística con otras actividades productivas (agricultura, artesanía, pesca, etc.), en una perspectiva de diversificación de las fuentes de ingresos. Desde este enfoque ICEI ya reorientó todos sus proyectos en materia, tratando de evitar el “monocultivo” del turismo y pensando a la vez en cómo el turismo pueda valorizar / fortalecer otras actividades productivas sociales o culturales.

### **El desafío del turismo en ámbito urbano**

Las experiencias de turismo participativo, responsable, sostenible, comunitario que conocemos se encuentran en la mayoría de los casos en un contexto rural. ICEI por ejemplo está llevando a cabo proyectos de cooperación al desarrollo con el objetivo de crear una oferta de turismo comunitario en la República Dominicana (Provincia de Samaná), en Brasil (Estado de Amazonas), en Sri Lanka (Provincia de Ampara) y en Senegal (St. Louis). Otras experiencias significativas, promovidas por ONGs italianas, se están desarrollando en Marruecos, Egipto, Bolivia, Costa Rica y Tanzania. Todos estos proyectos se desarrollan sin embargo en un contexto rural.

La primera intervención italiana en una metrópoli es la que ICEI está llevando a cabo en la Ciudad de Buenos Aires, en colaboración con la Corporación del Sur y con la co-financiación del Ministerio de Asuntos Exteriores para el desarrollo del turismo de comunidad en los barrios de La Boca y Barracas. Se trata de una experiencia nueva que surge sin embargo de diferentes constataciones:

- el interés histórico y cultural de estos barrios (la inmigración italiana, el tango, los barrios obreros, el fútbol, la industrialización)
- la situación de extrema marginalidad y los altos índices de desempleo de una parte considerable de los habitantes de estos barrios;
- la riqueza de experiencias de auto-organización social, la resistencia a la marginación, la recuperación productiva;
- la importancia de La Boca en la geografía turística argentina y la gran concentración del distrito turístico;
- el impacto casi inexistente de esta masa de turistas sobre la vida económica del barrio;
- la escasa (o equivocada) caracterización cultural de los barrios en los itinerarios propuestos;
- la falta de conexión entre pasado y presente (150 años de inmigración);
- la falta de conexión con los barrios limítrofes (sobre todo el barrio colonial de San Telmo).

Las experiencias sobre las cuales reflexionamos en el momento de escribir el proyecto toman en consideración algunas significativas experiencias italianas en contexto urbano:

- la red de turismo comunitario urbano de Nápoles (Barrio "Sanità")
- la experiencia de Riace (Calabria)
- la red de Bed & Breakfast "Koko Nor" de Padua
- los itinerarios multiétnicos de Turín

### **Los actores**

Los actores de un turismo de comunidad urbano son más numerosos y complejos con respecto a los de ámbito rural.

En el ámbito urbano se tienen que involucrar en un proceso participativo:

- las entidades locales y de descentralización
- las asociaciones de promoción social
- la escuela
- la universidad
- los comerciantes
- las fuerzas de seguridad
- las familias

Se trata de crear una mesa de trabajo en la cual discutir y decidir qué espacios "abrir" al turismo, qué servicios ofrecer, cómo garantizar seguridad, qué inversiones en infraestructuras, promoción y capital humano son necesarias.

En el caso del turismo urbano, en los barrios interesados por los proyectos, es necesario trabajar en la recuperación de un "perfil" de barrio, en el cual se puedan hoy identificar los habitantes, después de los cambios que interesaron lo histórico (el trabajo, la industria, el puerto).

### **Por un turismo sostenible en Uruguay**

Los barrios de mayor interés turístico en las metrópolis latinoamericanas tienen todos sus "micro-districtos turísticos", que corresponden a los balnearios del Caribe: un lugar donde los turistas vienen

llevados “en tropas” y donde la seguridad está garantizada solamente en un perímetro delimitado, desde el cual se alejan muy de vez en cuando. El barrio está en el fondo y representa más una amenaza que un recurso. Un turismo de comunidad urbano tiene que establecer un pacto con los habitantes para “abrir” en toda seguridad el barrio a sus visitantes. Por esta razón el turismo debe llevar recursos a TODO el barrio, generando trabajo e ingresos. Un objetivo pequeño, pero con un gran significado para los habitantes de estos barrios, sería que los turistas pasaran por lo menos una noche en el barrio (y que frecuentaran los bares, restaurantes, espectáculos).

Uruguay necesita romper el “efecto embudo” de los flujos turísticos regionales que se registra en Punta del Este. El turismo en estos últimos años es muy conocido, pero aún podría crecer más, diversificando el producto y ofreciendo posibilidades para todos los bolsillos y para todas las sensibilidades. Las dos ciudades históricas del País, Montevideo y Colonia, los itinerarios naturales, las termas y el turismo rural son aún casi desconocidos al turismo internacional. Uruguay tiene además otro producto para “vender”, la sociabilidad y amabilidad de su gente, la cultura popular y también el tango, que alimenta circuitos turísticos internacionales sólo en Buenos Aires. Con el auge del turismo tanguero se “redescubrió” que existe un turista capaz de trasladarse 10.000 kilómetros para aprender a bailar. El “turismo tanguero” fomentó pequeñas experiencias interesantes, como los hoteles temáticos y los Bed & Breakfast. En definitiva, ¿Gardel, no era uruguayo?

Otros “temas” uruguayos son aún para descubrir: la literatura, el deporte (el fútbol obviamente, pero no solamente), la historia (Colonia, los Valdeses, Garibaldi!), la enología y gastronomía, la misma historia de la inmigración, la presencia afro-americana. Son todos ejes temáticos que se pueden desarrollar por un lado en la ciudad y por otro en los contextos rurales. Montevideo es sobretodo de este punto de vista la zona más favorecida, ya que desde su nacimiento este tejido urbano tuvo la posibilidad de recibir un número increíble de contribuciones y estímulos.

Un país como el Uruguay, con un patrimonio edilicio, un nivel de formación de su población, de transportes y de asistencia médica que podría favorecer el turismo “de comunidad”, un servicio de “hotelería difundida”, de hospitalidad en casas de familia, de valorización de la cultura popular, en una lógica de multiplicación de la oferta y de la recaída de los beneficios del turismo sin tener que agregar ni un solo gramo de cemento.

Uruguay no debería solamente ser un país para el turismo de la *élite* de los países limítrofes, sino tendría que abrirse a las diferentes realidades del turismo que lo componen, como por ejemplo el mapa turístico europeo u otros mismos países latinoamericanos, como Costa Rica o Brasil.

Un turismo de comunidad urbano, que tenga el objetivo de inclusión social, de creación de empleo, de crecimiento de pequeñas actividades comerciales, debe ser sobretodo creativo y saber recibir los estímulos, hasta el del último habitante de un barrio. Si se puede lograr esto, la idea es poder llegar a una red de ofertas con estas características a nivel nacional, para poder lograr finalmente un producto de turismo sostenible y responsable a nivel nacional en Uruguay, como ya existe por ejemplo en Ecuador. Una red que conecte la realidad afro-americana con el circuito de la economía solidaria, el mundo rural con el mundo marítimo, las excelencias culturales del País con la historia.