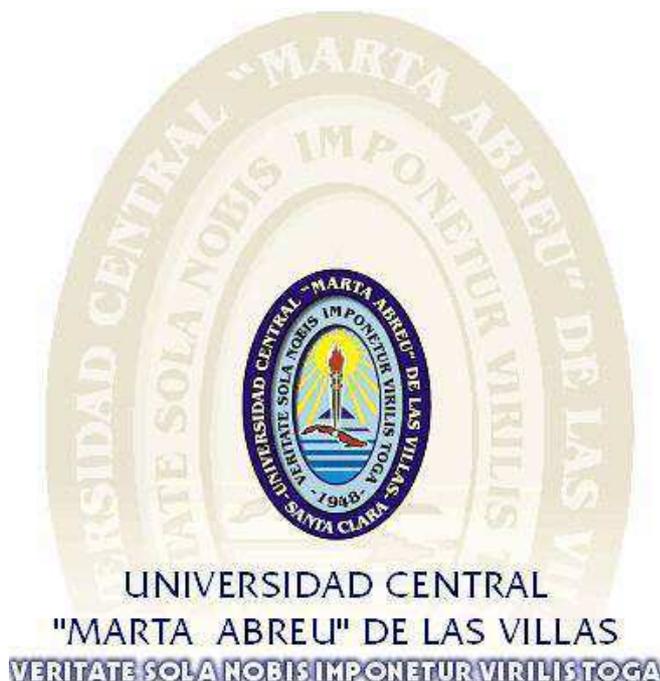


**Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV)
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Estudios Socioculturales**

Trabajo de Diploma



Título: Propuesta de acciones socioculturales para promocionar el patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién, en función del turismo.

Autora: Anabel Santos Hernández

Tutor: Dr. C. Alfredo Pérez Carratalá

Cotutora: MsC. Zeida Carvajal García

Consultante: Lic. Aimé Morales González

**Santa Clara, 2014
“Año 56 de la Revolución”**

The image features a minimalist design with three blue circles of varying sizes. Each circle is composed of three concentric layers: a dark blue center, a medium blue ring, and a light blue outer ring. Two thin, light blue lines intersect at the top left, forming a large 'V' shape that frames the circles. The word 'Pensamiento' is centered in a bold, dark blue font.

Pensamiento

“Lo que ayer no parecía contener un mensaje cultural, hoy es descubierto y valorado con insistencia”

Marta Arjona

The image features a decorative graphic on the right side consisting of three blue circles of varying sizes, each with a darker blue center and a lighter blue outer ring. These circles are connected by thin blue lines that form a triangular shape. The largest circle is at the top right, a smaller one is in the middle, and a large one is at the bottom right. The word "Dedicatoria" is centered on the left side of the page.

Dedicatoria

A mi hermana por estar ahí en los momentos más difíciles

A mi mamá y mi abuela por el inmenso amor que me brindan cada día

A mi papá que aunque esté lejos siempre está en mis pensamientos

A mi tutor por haber confiado en mí

A todas las demás personas que colaboraron con esta investigación y permitieron que esta culminara exitosamente.

The background features a decorative graphic consisting of three blue circles of varying sizes, each composed of concentric circles in different shades of blue. These circles are arranged in a triangular pattern, with one large circle at the top, a smaller one in the middle, and another large one at the bottom right. Thin blue lines extend from the top corners towards the center, framing the central text.

Agradecimientos

Gracias a todas las personas que han confiado en mí, en especial:

A mi hermana por ayudarme siempre y saber que está ahí para mí cuando más la necesito.

A mi abuela por guiarme siempre por el camino correcto y hacer de mí, la mujer que soy hoy día.

A mis padres por quererme tanto y apoyarme siempre, sin ustedes no estaría cumpliendo este sueño.

A mi novio por estar junto a mí.

Al resto de mi familia, mi abuela, mis tías, mis primos, gracias por darme siempre el aliento y las fuerzas para continuar.

A mi cuñado Javi y su familia porque siempre me auxiliaron cuando lo necesité.

A mi tutor por ayudarme a cumplir mi sueño y defenderme siempre.

A mis amigas Yaima, Bettrys, Glenda, Yare y Eleyne que a pesar de todas no estar conmigo se que me desean lo mejor, las quiero.

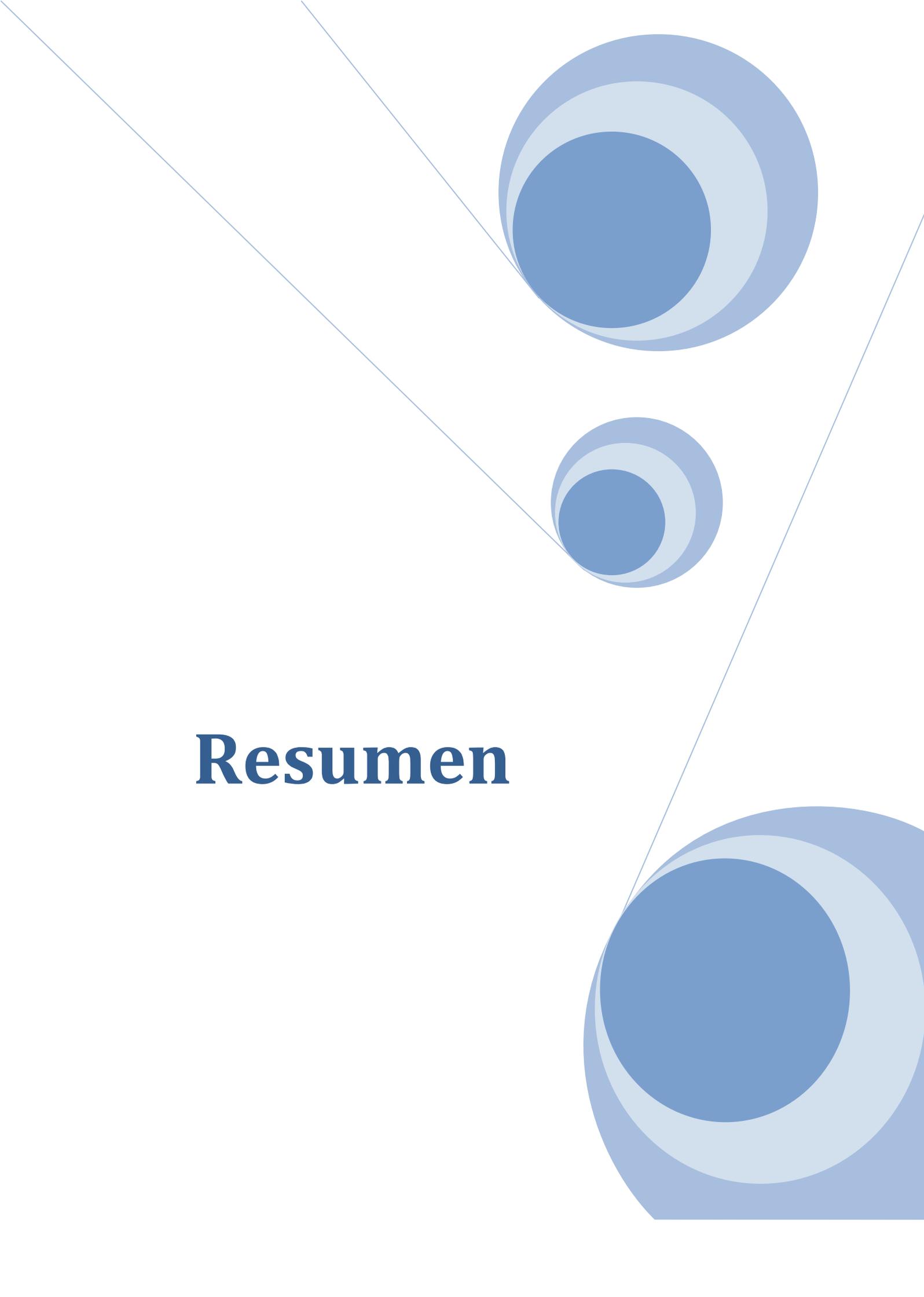
A todos los compañeros de mi aula, en especial a Lumy, Mary, Baby y Mileidy, por apoyarme, quererme y siempre desearme lo mejor durante estos 5 largos años.

A todos los profesores que a lo largo de la carrera me enseñaron e hicieron de mí una mejor persona y mucho más preparada.

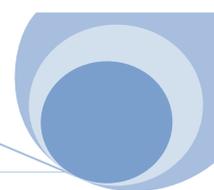
A todos los trabajadores del Museo de la Agroindustria Azucarera "Marcelo Salado", por siempre estar dispuestos a ayudarme en todo lo que necesité.

A todas las personas que de una forma u otra, conscientes o no, ayudaron a que se hiciera realidad este sueño y permitieron la culminación de esta investigación.

A todos Muchas, Muchas Gracias

The background features a decorative graphic consisting of three blue circles of varying sizes, each with a gradient from dark blue to light blue. Two thin blue lines intersect at the top left, forming a large 'V' shape that frames the circles. The word 'Resumen' is centered in the lower half of the page.

Resumen



La presente investigación tiene como objetivo: proponer acciones socioculturales para la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, en función del turismo. En trabajos anteriores, que constituyen antecedentes de este trabajo de diploma, se evidenció la insuficiente promoción del patrimonio tangible; de ahí la importancia del proyecto propuesto.

La estructura diseñada se compone de dos capítulos. El primero contiene los fundamentos teóricos relacionados con la promoción del patrimonio tangible en función del turismo, aquí se abordan las principales definiciones acerca de patrimonio, patrimonio tangible, turismo, promoción sociocultural y museos.

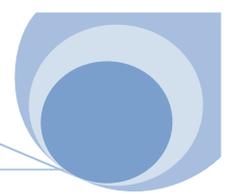
El segundo capítulo expone los fundamentos metodológicos de la propuesta de acciones socioculturales para la promoción del patrimonio tangible en función del turismo. El mismo contiene la caracterización sociocultural del museo, la explicación de la muestra, la fundamentación metodológica, el diagnóstico de necesidades y potencialidades, y la propuesta de acciones para la promoción del patrimonio tangible, en función del turismo.

En la realización de la investigación se empleó el enfoque metodológico cualitativo con algunos elementos cuantitativos.

El desarrollo de la investigación permitió reflejar la necesidad de promocionar el patrimonio tangible por el importante atractivo e interés que posee, así como también porque constituye una fuente para el incremento y desarrollo de este tipo de turismo en Cuba.

A decorative graphic on the right side of the page. It features three blue circles of varying sizes, each composed of concentric circles in different shades of blue. Two thin, light blue lines intersect at a point, forming a V-shape that frames the circles. The circles are positioned in the upper right and lower right areas of the page.

Summary



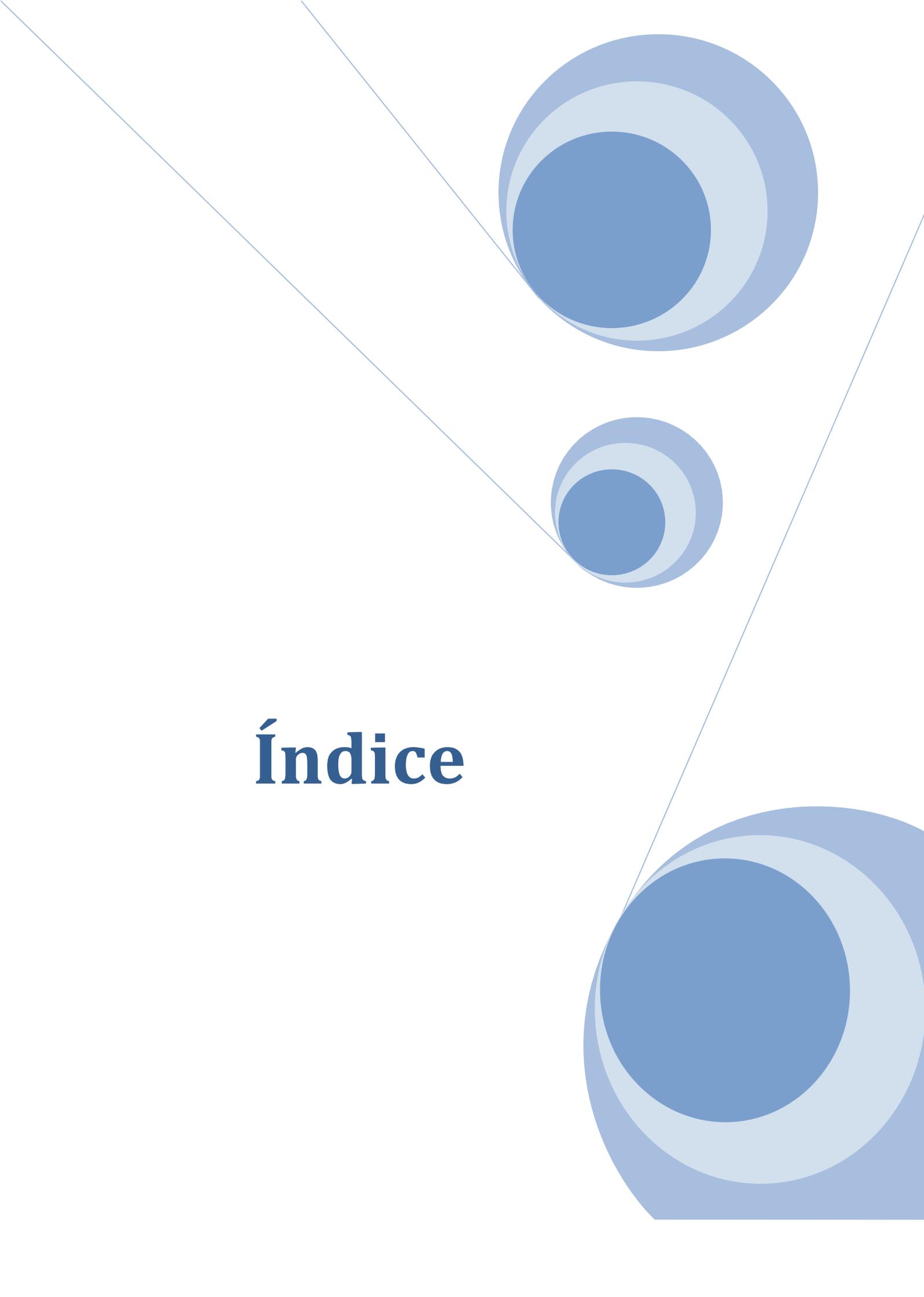
This research has as objective: propose sociocultural actions to promote the tangible heritage of the Sugar Industry Museum "Marcelo Salado", depending on tourism. In previous work, with the background of this thesis, insufficient promotion of tangible heritage is evident; hence the importance of the proposed project.

The designed structure consists of two chapters. The first contains the theoretical foundations related to the promotion of tangible heritage based tourism; here the main definitions of heritage, tangible heritage, tourism, museums and cultural promotion are discussed.

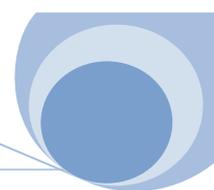
The second chapter presents the methodological foundations of the proposed actions to promote cultural tangible heritage based tourism. It contains the sociocultural characterization of the museum, the explanation of the sample, the methodological approach, the diagnosis of needs and potential and proposed actions for the promotion of tangible heritage, depending on tourism.

In conducting this research qualitative methodological approach with some quantitative elements was used.

The development of this research allowed to reflect the need to promote the tangible heritage for the major attraction and interest that have, and also because it is a source for the growth and development of this type of tourism in Cuba.

A decorative graphic on the right side of the page. It features three blue circles of varying sizes, each composed of concentric circles in different shades of blue. Two thin, light blue lines intersect at the top left, forming a large 'V' shape that frames the circles. The circles are positioned at the top right, middle right, and bottom right of the page.

Índice



Contenido	Página
Introducción	1
Capítulo I. Fundamentos Teóricos de la promoción del patrimonio tangible en función del turismo	7
1.1 Concepciones teóricas acerca del patrimonio tangible	7
1.1.1 La interpretación del patrimonio cultural	11
1.2 El patrimonio tangible y su utilización en el turismo	14
1.3 La promoción del patrimonio tangible en función del turismo ---	18
1.3.1 La promoción del patrimonio y su relación con el turismo ----	22
1.4 Los Museos en Cuba. Sus principales legislaciones	23
Capítulo II. Propuesta de acciones socioculturales para la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, en función del turismo	29
2.1 Diagnóstico sociocultural del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”	29
2.1.1 Caracterización sociocultural del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”	29
2.1.2 Fundamentación de la metodología empleada	37
2.1.3 Selección de la muestra	38
2.1.4 Métodos Utilizados	39
2.2 Análisis de los resultados según los instrumentos aplicados ----	40
2.2.1 Diagnóstico de necesidades y potencialidades	43
2.3 Propuesta de acciones socioculturales para la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, en función del turismo	44
2.3.1 Fundamentación del plan de acciones	45
2.3.2 Plan de acciones socioculturales	45
Conclusiones Generales	48
Recomendaciones	49
Bibliografía	50
Anexos	56

The background features a decorative graphic consisting of three blue circles of varying sizes, each with a darker blue center and a lighter blue outer ring. These circles are arranged in a triangular pattern, with the largest circle at the top right, a smaller one in the middle, and another large one at the bottom right. Two thin, light blue lines intersect at the top left, forming a large 'V' shape that frames the circles.

Introducción

La cultura es el aspecto integral para el desarrollo de un país, constituye la base de todas las relaciones que se establecen entre el hombre y el medio que lo rodea, y el conjunto de valores materiales y espirituales que va creando a partir de su devenir, en el proceso de la práctica histórico-social.

El mundo vive una época convulsa, en la cual la invasión mediática domina las mentes de los seres humanos en los más apartados rincones. El poder hegemónico trata de instaurarse, arrasando con culturas, lenguas, canciones, formas de vestir y hábitos alimentarios. La riqueza de la diversidad humana corre peligro a nivel planetario. Por estos motivos, la conservación del patrimonio cultural de la nación es una preocupación fundamental para el gobierno cubano.

“El Estado Cubano defiende la identidad de la cultura cubana y vela por la conservación del patrimonio cultural y la riqueza artística e histórica de la nación. Protege los monumentos nacionales y los lugares notables por su belleza natural o por su reconocido valor artístico o histórico”. Así se encuentra expuesto en la Constitución de la República de Cuba (1976)¹.

El patrimonio adquiere real relevancia porque pertenece no solo a hechos del pasado sino de la actualidad que identifican y al mismo tiempo diferencian a un pueblo o nación.

El patrimonio es el legado que recibimos del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que estamos obligados moralmente a entregar a las futuras generaciones, para que aprendan de él, lo acrecienten y lo disfruten. Por tanto, patrimonio se refiere a los bienes tangibles e intangibles que se heredan, bien sea por una persona, un grupo de personas o la sociedad en su conjunto. Cuando se habla del conjunto de bienes de una nación, el patrimonio nacional incluye todos los recursos humanos, su cultura, sus tradiciones, los valores económicos, y, por supuesto, el entorno natural sobre el cual se ha edificado todo el patrimonio desarrollado por la sociedad.

En este sentido se puede decir que el patrimonio forma parte indispensable de la cultura de un pueblo, no es más que todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles e intangibles producidos por las sociedades como resultado de un proceso histórico.

¹ Gaceta Oficial de la Constitución de la República de Cuba. (1976). artículo 39, inciso h.

El patrimonio no se encuentra estático sino que está en constante cambio en donde su papel pasivo como objeto pasa a ser activo cuando la comunidad reconoce sus valores culturales, los hace suyos y decide preservarlos para las futuras generaciones.

El patrimonio cultural es la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios; es, entonces, un documento excepcional de la memoria histórica y, por ende, clave de la capacidad de construcción de nuestra cultura.

La existencia del patrimonio histórico-cultural de las naciones constituye la expresión viva de memoria de los pueblos y permite la utilización turística del patrimonio para revivir el pasado y comprender el presente contextual.

El turismo es una manera de hacer descubrir el patrimonio cultural cubano, y no solo el turismo sino la comunidad, pues es la portadora genuina de ese patrimonio cultural y puede lograr con el visitante un intercambio respetuoso, solidario y enriquecedor.

La presente investigación cuenta con escasos antecedentes, es decir, existen disímiles investigaciones realizadas en el mismo sitio, pero hasta el momento no se ha llevado a cabo ninguna investigación con un enfoque sobre la promoción del patrimonio tangible en función del turismo.

Un antecedente de la investigación es el Trabajo de Diploma de Sandrisley Velázquez Ferrer; “La Educación Ambiental para la conservación del patrimonio del Consejo Popular Reforma”, donde se señala la importancia de realizar una investigación que promueva el patrimonio del lugar. Otro antecedente forma parte de un trabajo realizado por el Centro Provincial de Patrimonio Cultural de Villa Clara, “El Turismo Cultural e Interpretación por un Desarrollo Sostenible”, de las autoras Adalis Cabrera Jiménez y Ada Lilian Rodríguez Herraiz; también se tomó como referencia trabajos investigativos como la tesina titulada: “Propuesta de acciones socioculturales para potenciar el vínculo entre el Museo de la Agroindustria Azucarera y la comunidad del batey Reforma”, de Yaimé Pérez González.

El patrimonio cultural, de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; lengua, ritos, creencias, lugares y monumentos históricos, la literatura, obras de arte, archivos y bibliotecas, estos son los recursos que atesora el Consejo Popular Reforma donde el museo de la Agroindustria se

distingue por la historia acumulada, al mismo tiempo que forma parte del patrimonio de la nación cubana.

El poblado de Reforma es una comunidad rural situada en el centro-norte del municipio de Caibarién, provincia de Villa Clara, que adquiere, además, el antiguo nombre del central azucarero por ser que allí donde se asentó uno de los más importantes del país.

En el Consejo Popular Reforma de dicha localidad se encuentra el Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, el cual exhibe su sello exclusivo en todo el archipiélago, en parte por el excelente estado de conservación de sus piezas originales, así como por el ambiente apacible de la zona, en una invitación a revivir el proceso de obtención del más dulce de los pequeños placeres: el azúcar.

El Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” cuenta con recorridos especializados en trenes tirados por locomotoras de vapor y por bodegas de añejamiento de caldos que sirven de base para la elaboración del ron Mulata; además en este central-museo se recoge el surgimiento, desarrollo y evolución de la industria azucarera cubana, así como también visitas a fincas campesinas.

Sin embargo, a pesar de todas las oportunidades que posee, en un estudio exploratorio se evidenció la insuficiente promoción del patrimonio tangible, que llega a ser una fuente de estudio ya que puede formar parte de los atractivos turísticos con que cuenta el Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién.

Es por ello que se ha planteado como **problema científico** el siguiente:

¿Cómo contribuir a la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién, en función del turismo?

Objeto de estudio de la Investigación: la promoción del patrimonio tangible en función del turismo.

Campo de Acción de la Investigación: la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién, en función del turismo.

Objetivo General:

- ✓ Proponer acciones socioculturales para la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién, en función del turismo.



Interrogantes Científicas:

- 1- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos sobre la promoción del patrimonio tangible en función del turismo?
- 2- ¿Cuál es el estado actual de la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién, en función del turismo?
- 3- ¿Qué acciones deberán diseñarse para la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién, en función del turismo?

Con los siguientes **Objetivos Específicos:**

- 1- Definir los fundamentos teóricos de la promoción del patrimonio tangible en función del turismo.
- 2- Diagnosticar el estado actual de la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién, en función del turismo.
- 3- Diseñar acciones socioculturales para la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién, en función del turismo.

Metodología empleada:

La metodología que se empleará en esta investigación es de tipo cualitativa con algunos elementos cuantitativos, los cuales complementarán a los métodos empíricos y teóricos, con el objetivo de medir los resultados en el transcurso de la investigación.

Dentro de los **Métodos** utilizados se encuentran los siguientes:

Del Nivel Teórico:

- ✓ Histórico-Lógico: Propició fundamentar la promoción del patrimonio tangible en función del turismo, así como su historia y desarrollo.
- ✓ Analítico-Sintético: Permitted separar lo esencial de lo secundario y penetrar en la esencia de los métodos observados y en la sistematización del estado actual de la problemática.
- ✓ Inductivo-Deductivo: Profundizó en los elementos particulares investigados y en los estudios existentes sobre la problemática para establecer las bases teóricas que se utilizan en el desarrollo de la investigación.



Del Nivel Empírico:

- ✓ Análisis de documentos: Permitió la búsqueda de información y revisión bibliográfica acerca de la promoción del patrimonio tangible en función del turismo y para una mejor comprensión, en aras de especificar la base teórica y metodológica de la investigación.
- ✓ Observación participante: Es fundamental para corroborar la situación existente con vistas a elaborar criterios de la realidad mediata.
- ✓ Entrevista en profundidad a informantes clave: Con la misma se obtienen datos relevantes que nos permiten un análisis más detallado de la problemática detectada en esta investigación, a partir del conocimiento de especialistas.
- ✓ Encuestas: Permitió la obtención de respuestas para el diagnóstico y la caracterización sociocultural a partir del objeto de estudio investigado.

Del nivel estadístico matemático:

- ✓ Análisis Porcentual: Permitió realizar la tabulación de la encuesta, y así lograr obtener datos más específicos.

Justificación o importancia de la investigación:

La investigación permitirá la creación de un plan de acciones para promocionar el patrimonio tangible en función de incrementar el turismo. Las acciones que se diseñan en esta propuesta son socioculturales porque implican a los propios sujetos del Museo y de las Agencias de Viajes, con el propósito de lograr la promoción de dicho patrimonio el cual puede formar parte de los atractivos turísticos con que cuenta el Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” y así lograr un mayor número de visitantes.

Novedad:

La novedad científica de la investigación está dada por la propuesta de un plan de acciones socioculturales que permitirá la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién, de forma tal que esté en función del turismo que lo visita.

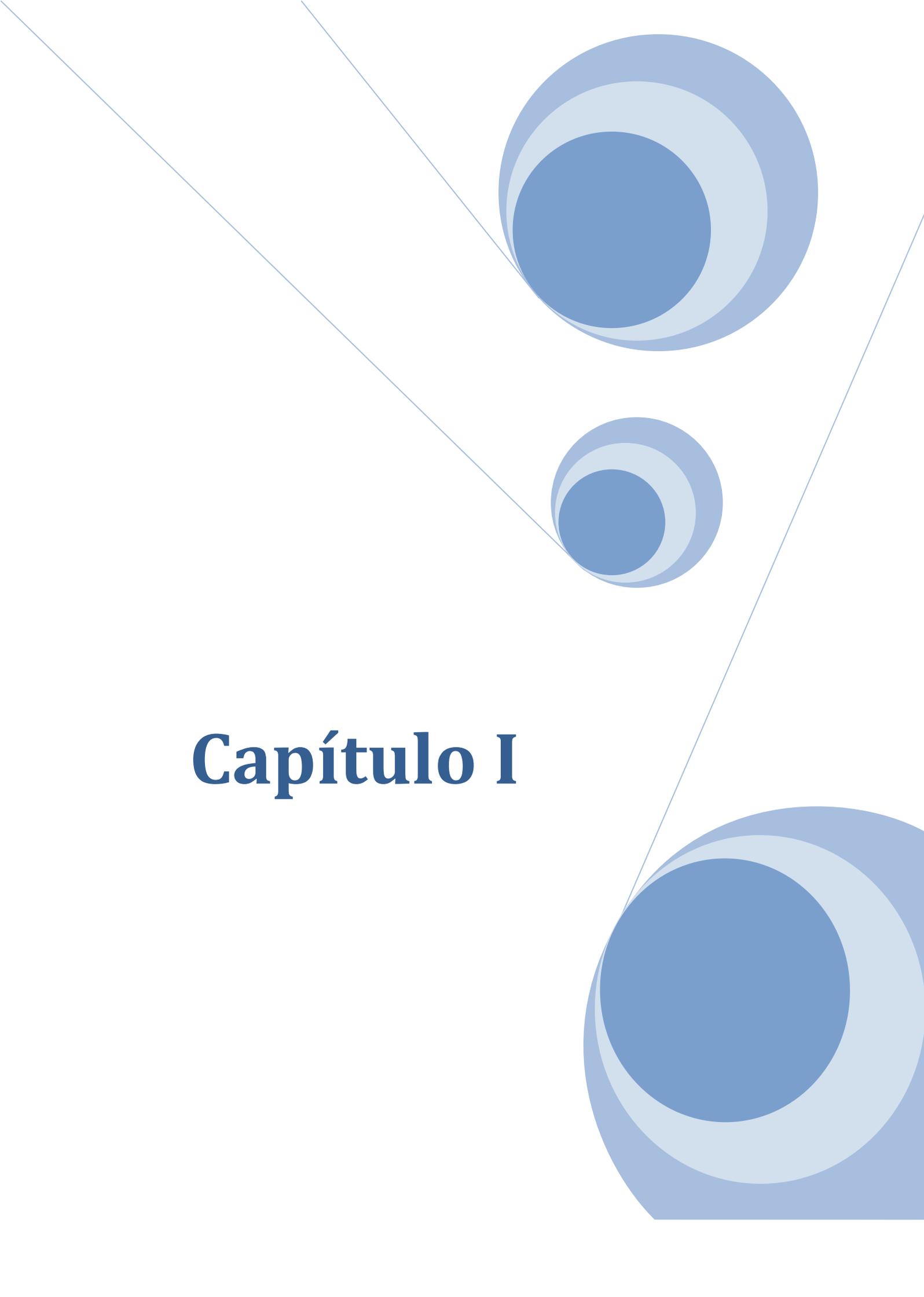
El Trabajo de Diploma se ha estructurado de la siguiente forma:

El **Capítulo I** contiene los fundamentos teóricos relacionados con la promoción del patrimonio tangible en función del turismo. Se divide en cuatro epígrafes, uno primero que contiene las concepciones teóricas acerca del patrimonio tangible. En el segundo se abordan los fundamentos sobre el patrimonio tangible y su utilización en el turismo. El

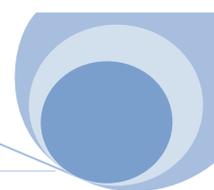
tercero expone las ideas acerca de la promoción del patrimonio tangible en función del turismo, y el cuarto muestra las concepciones teóricas sobre los museos y su legislación en Cuba.

El Capítulo II contiene los fundamentos metodológicos de la propuesta de acciones socioculturales para la promoción del patrimonio tangible en función del turismo. Cuenta con tres epígrafes, el primero contiene el diagnóstico sociocultural del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, de Caibarién. El mismo consta de tres sub-epígrafes, uno destinado a la caracterización sociocultural del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, de Caibarién; otro a la fundamentación de la metodología empleada, y por último la explicación de la selección de la muestra. En el segundo epígrafe se aborda el análisis de los resultados según los instrumentos aplicados, y se expone además el diagnóstico de necesidades y potencialidades socioculturales. Y, en el tercer epígrafe se expone la propuesta de acciones socioculturales para la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, en función del turismo. Teniendo presente en este epígrafe también la fundamentación del plan de acciones.

La investigación, además, cuenta con conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

The background features a decorative graphic consisting of three blue circles of varying sizes, each with a darker blue center and a lighter blue outer ring. These circles are arranged in a vertical line, with the largest at the top and bottom, and a smaller one in the middle. Two thin, light blue lines intersect at the top left, forming a large 'V' shape that frames the circles and the text.

Capítulo I



Capítulo I. Fundamentos teóricos de la promoción del patrimonio tangible en función del turismo.

La diversidad de culturas y de patrimonios en nuestro mundo es una fuente irremplazable de riqueza, tanto espiritual como intelectual, para toda la humanidad. La protección y la interpretación de la diversidad patrimonial en nuestro mundo se debe promover de manera activa como un aspecto esencial del desarrollo humano. Todas las culturas y las sociedades están enraizadas en formas y medios de expresiones tangibles e intangibles que constituyen su patrimonio.

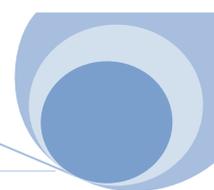
Epígrafe 1.1 Concepciones teóricas acerca del patrimonio tangible.

La cultura de forma general constituye la base de todas las relaciones que establece el hombre con el medio que lo rodea, por lo tanto no es más que el conjunto de valores materiales y espirituales que va creando a partir de su desarrollo en el proceso de la práctica histórico-social.

En su más amplio sentido, el patrimonio natural y cultural pertenece a todos los pueblos. Cada uno de nosotros tiene el derecho y la responsabilidad de comprender, valorar y conservar sus valores universales. Por lo tanto, se puede decir que el patrimonio forma parte indispensable de la cultura de un pueblo, no es más que todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles e intangibles producidos por las sociedades como resultado de un proceso histórico.

Muchas han sido las definiciones creadas a lo largo de los tiempos para denominarlo. Según Marta Arjona, quien fuera la presidenta del Consejo Nacional de Patrimonio en la isla, hasta su deceso en 2006, **patrimonio** es “... *lo que se recibe de los padres y es de uno por derecho propio. Abarca el territorio del país y su historia, leyendas, tecnologías, conocimientos, arte y sistemas de producción y de organización*”.

Actualmente una de las definiciones más utilizadas según el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos (ICOMOS), aparece en la Carta Internacional sobre Turismo Cultural. (1999), que plantea: el **Patrimonio** es *amplio e incluye sus entornos tanto naturales como culturales. Abarca los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes, y los conocimientos y*



experiencias vitales. Registra y expresa largos procesos de evolución histórica, constituyendo la esencia de muy diversas identidades nacionales, regionales, locales, indígenas, y es parte integrante de la vida moderna. Es un punto de referencia dinámico y un instrumento positivo de crecimiento e intercambio. La memoria colectiva y el peculiar patrimonio cultural de cada comunidad o localidad es insustituible y una importante base para el desarrollo no solo actual sino futuro.

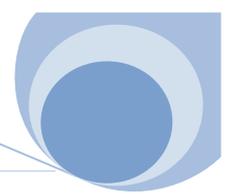
En estos tiempos de creciente globalización, la protección, conservación, interpretación y presentación del patrimonio cultural de cualquier sitio o región es un importante desafío para cualquier pueblo en cualquier lugar.

Si de patrimonio se trata, entonces es necesario destacar de igual manera la labor de la UNESCO por crear la definición de **patrimonio cultural** de forma que llegue a todos con un alto sentido de lo humano, con el fin de preservar nuestras raíces y todas las producciones materiales y espirituales pasadas y presentes de los hombres.

En la Convención realizada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 2003, se considera **patrimonio cultural** a: los monumentos: *ya sean obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia;* los conjuntos: *grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia, y* los lugares: *obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como las zonas incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.*

Según ICOMOS (1996), el **patrimonio cultural** se refiere a “*los monumentos, conjuntos arquitectónicos y sitios que poseen un valor patrimonial histórico y artístico y que conforman el entorno ambiental histórico o construido (...)*”

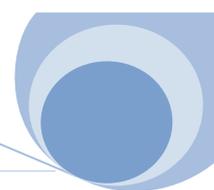
A pesar de la claridad de las ideas expuestas en los conceptos anteriores, se toma como referencia la definición expresada por la Dra. Marta Arjona ya que se considera mucho más completa y abarcadora de acuerdo con la investigación.



Por lo tanto, según Marta Arjona (1986), el **patrimonio cultural** son “...aquellos bienes, muebles e inmuebles, que son la expresión o el testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza y que tienen especial relevancia en relación con la arqueología, la prehistoria, la historia, la literatura, la educación, el arte, la ciencia y la cultura en general, y fundamentalmente: los documentos y demás bienes relacionados con la historia, con inclusión de la ciencia y la técnica, así como con la vida de los forjadores de la nacionalidad y la independencia, dirigentes y personalidades sobresalientes, y con los acontecimientos de importancia nacional e internacional; las especies y ejemplares raros o especímenes, tipo de la flora y la fauna, así como las colecciones u objetos de interés científico; el producto de las excavaciones y descubrimientos arqueológicos; los elementos provenientes de la desmembración de monumentos artísticos o históricos y de los lugares arqueológicos; los bienes de interés artístico, tales como los objetos originales de las artes plásticas y decorativas, así como de las artes aplicadas y del arte popular; los objetos y documentos etnológicos o folklóricos; los manuscritos raros, incunables y otros libros, documentos y publicaciones de interés especial; los archivos, incluidos los fotográficos, fonográficos y cinematográficos; los mapas y otros materiales cartográficos, partituras originales o impresas, ediciones de interés especial y grabaciones sonoras; los objetos de interés numismático y filatélico, incluidos los sellos fiscales y otros análogos, sueltos o en colecciones; los objetos etnográficos e instrumentos musicales; todo centro histórico urbano, construcción o sitio que merezca ser conservado por su significación cultural, histórica o social, ...”.

Por lo tanto se puede afirmar que el patrimonio cultural es, esencialmente, una obra colectiva, producida por el conjunto de la sociedad a lo largo del tiempo, que expresa la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios. Es, además, un documento excepcional de la memoria histórica y, por ende, clave de la capacidad de construcción de nuestra cultura.

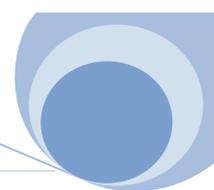
De acuerdo con la UNESCO el Patrimonio Cultural se divide en dos tipos: el Patrimonio Tangible y el Patrimonio Intangible.



El **patrimonio tangible** es, sin duda, el elemento más visible del patrimonio cultural. Se considera la existencia de dos clasificaciones dentro del patrimonio cultural tangible: el patrimonio tangible mueble y el patrimonio tangible inmueble.

- El patrimonio cultural *tangible mueble* comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos cabe mencionar las obras de arte, libros manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, fotografías, películas, documentos audiovisuales, artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico.
- Mientras que el patrimonio cultural *tangible inmueble* está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. Estos bienes culturales inmuebles son obras o producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (por ejemplo, un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (por ejemplo, un sitio arqueológico).

El **patrimonio intangible** está constituido por esa parte invisible que está alojada en el espíritu de las culturas. Este patrimonio no se caracteriza por ser del tipo material, sino por pertenecer a un tipo de enseñanza abstracta. Se concentra en la memoria de los antepasados y en la tradición oral. El patrimonio intangible coincide con la cultura en sentido espiritual, intelectual y afectivo, que caracteriza a una sociedad, grupo social o cultura indígena, que más allá de las artes y letras engloba los modos de vida de las diferentes culturas que existen hoy día. La religiosidad popular, la medicina tradicional, los modos de vida, la poesía, los ritos y todas aquellas tecnologías tradicionales, forman parte de la cultura intangible; así como también las lenguas, los modismos regionales y locales, la música y los instrumentos musicales tradicionales, las danzas religiosas y los bailes festivos.



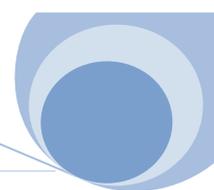
El disfrute de este rico patrimonio cultural por parte de la comunidad, las instituciones responsables y los visitantes se evidencia a partir de la puesta en práctica de la Interpretación.

1.1.1 La interpretación del Patrimonio Cultural.

El Consejo Nacional de Patrimonio Cultural del Ministerio de Cultura de la República de Cuba, es el organismo encargado de precisar y declarar los bienes que deben formar parte del patrimonio cultural de la nación. Rige metodológicamente la investigación, el enriquecimiento, el rescate, la difusión, la protección y la interpretación del patrimonio cultural cubano en defensa de los valores esenciales de la identidad nacional, para lo cual coordina y orienta los programas que desarrollan las entidades subordinadas a él. En Cuba el patrimonio es protegido mediante leyes, y así lo estipulan la puesta en marcha de la Ley No. 2 de los monumentos nacionales y locales, el Decreto No. 55 Reglamento para la ejecución de la ley de monumentos nacionales y locales y el Decreto No. 118 de la Ley de Protección al Patrimonio, el cual ratifica y desarrolla el concepto de patrimonio cultural y determina las categorías a ser empleadas por el sistema cubano para su protección e interpretación.

Una de las mejores maneras para lograr transmitir los significados de los componentes culturales es la **interpretación** que puede definirse como...*“aquella explicación o representación pública, cuidadosamente planeada, que aborda el completo significado de un lugar como patrimonio cultural o natural, tanto tangible como intangible [...] donde su apoyo puede establecerse desde carteles, láminas, videos, multimedia, hasta el profesional convirtiéndose en guía e interprete”*, según la Carta de Ename (ICOMOS, 1999).

Mientras que la **interpretación** según lo define la Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP) 2004, es una *“actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones a través del uso de objetivos originales pertenecientes a nuestro patrimonio (natural, cultural y/o histórico), por un contacto directo con el recurso o por medios ilustrados del mismo, no limitándose a dar una mera información de los hechos o elementos, o sea, es la ciencia o el arte (según diferentes corrientes) de acercar el legado natural y cultural al público visitante”*.



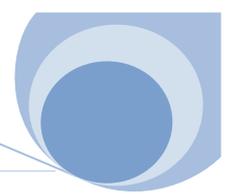
Al hablar de interpretación del patrimonio se debe considerar al ser humano inmerso en la relación hombre-naturaleza-cultura que se ha ido estableciendo a lo largo de los siglos donde la interpretación se ha definido como: *“...un proceso de comunicación diseñado para revelar al público significados e interrelaciones de nuestro patrimonio natural y cultural, a través de su participación en experiencias de primera mano con un objeto, artefacto, paisaje o sitio; también se considera que es: el arte de revelar in situ el significado del legado natural, cultural e histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio”*. (Morales Miranda, 1998, p. 31).

La interpretación debe extenderse, de forma combinada, al tratamiento dado al componente material del lugar, así como a su uso y a las actividades relacionadas con el mismo, con información explicativa sobre las tareas de investigación y las colecciones.

Infraestructura Interpretativa: se refiere a todas las instalaciones de carácter material relacionadas con la interpretación de un lugar con valor histórico patrimonial. Estos equipamientos pueden incluir medios para facilitar el acceso físico, espacios para la recepción de visitantes y actividades educativas, así como servicios y material de apoyo a la interpretación, tanto dentro como fuera del lugar.

Teniendo en cuenta la necesidad de una comunicación entre el bien cultural en sí y la comunidad que lo sustenta, así como la expresión de esa herencia patrimonial en función de la sustentabilidad, a través del turismo, se elaboró la Carta de Ename, que al igual que la Carta de Venecia estableció el principio de que la protección de los vestigios materiales de un lugar con valor histórico cultural es esencial para su conservación. Hoy día es ampliamente reconocido por muchos profesionales y otros sujetos involucrados en este campo que la interpretación, es decir, la transmisión del completo significado, así como de los múltiples sentidos y valores de los lugares pertenecientes al patrimonio cultural, es también parte integrante del proceso de conservación.

Si bien un número considerable de cartas, declaraciones y directrices internacionales han subrayado la importancia de una interpretación eficaz y hecha con la necesaria sensibilidad, ninguna de ellas ha definido las pautas y los principios básicos para llevarla a cabo.



La Carta de Ename para la interpretación de lugares pertenecientes al Patrimonio Cultural emitida por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), tiene como objetivo esencial destacar la función de la interpretación en el marco de la conservación del patrimonio; además versa sobre los principios universales de la ética profesional, la autenticidad, la integridad intelectual y la responsabilidad social, así como el respeto y la sensibilización hacia el significado de lo local y su valor cultural, singular e irrepetible.

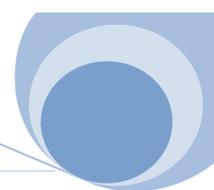
Los objetivos esenciales para la interpretación del patrimonio por parte de las sociedades, a grandes rasgos son:

- Facilitar al público una comprensión más profunda y generalizada fomentando una conciencia social en cuanto a patrimonio.
- Proteger la autenticidad y el significado de los lugares patrimoniales (respeto).
- Dar a conocer los lugares patrimoniales en su más amplio contexto.
- Coordinar la presentación de evidencia científica.
- Contribuir a la conservación perdurable de los lugares con valor patrimonial, potenciando la calidad de vida de las comunidades receptoras y posibilitarle la incorporación al proceso de interpretación.
- Mejorar, desarrollar tecnologías y técnicas siempre que sean viables dentro de su contexto social.
- Reconocer que la interpretación eficaz es un instrumento substancial para el intercambio cultural.

Se destacan siete principios fundamentales para que la interpretación sea factible:

1. Comprensión y difusión.
2. Evidencia.
3. Contexto y ubicación.
4. Autenticidad.
5. Desarrollo equilibrado.
6. Participación.
7. Investigación, educación y formación.

Cuando interpretamos se debe crear con anterioridad un plan interpretativo para que la interpretación sea comprendida; en un primer momento debe responder a un tema y el



mismo debe expresar objetivos generales y específicos en caso necesario. La interpretación debe asumir características específicas de acuerdo con el lugar donde se desarrolle.

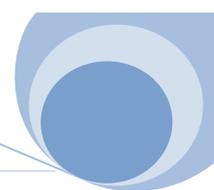
Esta Carta también trata de impulsar una amplia apreciación por parte del público de los lugares que poseen patrimonio cultural, tanto como centros de aprendizaje y reflexión sobre el pasado, como por constituir, en sí mismos, una fuente local de recursos vitales para el desarrollo estable de una comunidad.

Las técnicas de interpretación forman parte de un recurso obligatorio que hace que el turista respete y se comprometa con el cuidado del patrimonio ajeno, por ello el interés de reflexionar en torno a la unión del patrimonio con la interpretación, ya que en la actualidad si bien muchas naciones trabajan y se desempeñan en estas labores de interpretación para el patrimonio, en otras no se realizan ni tan siquiera labores de conservación ni de restauración lo cual atenta contra la protección del patrimonio mundial. Del mismo modo la interpretación es un instrumento para la gestión de aquellos valores que se han perdido con el decursar de los años y los siglos. En sentido general, la interpretación ha renacido hoy para bien, pues mediante ella se ha logrado que las sociedades le den el valor merecido al patrimonio y su entorno.

Epígrafe 1.2 El patrimonio tangible y su utilización en el turismo.

El patrimonio es fuente de afecto, inspiración y curiosidad para el hombre; el concepto de patrimonio se refiere más bien a la parte tangible, a los bienes, al conjunto de derechos que componen el activo de una propiedad. Si se es consecuente con la valoración general de patrimonio y se toma como referencia el hecho de que la acción creadora del hombre en el proceso histórico es la única capaz de transformar el patrimonio, podemos afirmar que, así como el patrimonio nacional puede transformarse en cultural, también el cultural puede hacerlo en turístico, si tenemos en cuenta que mucho de lo que resulta significativo de nuestra cultura está hoy al servicio del turismo, porque sin dudas son el patrimonio cultural, la biodiversidad y las culturas vivas, las que deben ser los máximos atractivos del turismo.

De esta manera las instituciones culturales identifican y valoran el vínculo con el turismo, no solo como uno de los más significativos vehículos promocionales e



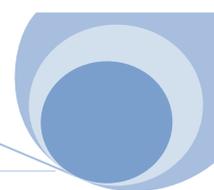
importantes fuentes de financiamiento, sino también como un reto para el estudio de las particularidades de este desarrollo y de los mercados participantes y potenciales, en la búsqueda de soluciones que sean capaces de afrontar a la vez, la dinámica y las exigencias del turismo. Por ello dentro del sistema turístico existe un elemento clave para el trabajo de las instituciones culturales: las comunidades, expresión de la identidad cultural cubana.

Lo que diferencia a Cuba como destino turístico en el Caribe es justamente el pueblo y la riqueza del patrimonio cubano; pero también nuestra cultura es extraordinariamente rica por su diversidad, pues en Cuba se mezcló la sangre de europeos, de africanos y de asiáticos, con la población aborígen autóctona y con otros inmigrantes de América Continental; todo esto hace a nuestro país poseedor de un extraordinario patrimonio tangible e intangible, de gran atracción para el turista.

El turismo, a su vez, puede captar los aspectos económicos del patrimonio y aprovecharlos para su conservación; así genera fondos, educa a la comunidad e influye en su política. Es un factor esencial para muchas economías nacionales y regionales, y puede ser un importante factor de desarrollo cuando se gestiona adecuadamente; porque no dudemos que el entorno ecológico, la cultura y los estilos de vida de las comunidades anfitrionas, se pueden degradar al mismo tiempo que la propia experiencia del visitante. El turismo puede aportar beneficios a la comunidad y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su patrimonio y sus tradiciones vivas.

El turismo puede ser tanto el mejor amigo como el peor enemigo del desarrollo. Como industria es una de las más viables para el desarrollo económico de un país, por lo cual en los últimos tiempos se ha perfeccionado y demanda cambios, ahora no solo el turista busca un espacio diferente del cotidiano, sino además un acercamiento con la cultura y el patrimonio del lugar visitado, y es así que surge como una nueva modalidad el turismo cultural, el cual se sirve del patrimonio cultural como recurso para incrementar su oferta.

El turismo concibe ingresos por concepto de divisas, genera empleos, favorece las inversiones públicas y privadas, dinamiza sectores económicos como: el comercio, el transporte, la construcción, la artesanía y la gastronomía, entre otros.

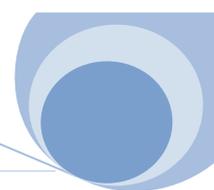


La Organización Mundial del Turismo (OMT) define **turismo** como «*el movimiento temporal de personas con destino fuera del lugar normal de trabajo y residencia, incluyendo las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos y las instalaciones creadas para atender sus necesidades*». Para esto debe existir una demanda y por supuesto una oferta en la que se estipule la existencia de bienes y servicios necesarios para atender las tareas de información, promoción y las actividades complementarias durante la estancia en el lugar.

El viaje turístico comporta una estancia de al menos veinticuatro horas fuera del domicilio habitual, por lo que en función de ello la OMT expone una definición mucho más ajustada a sus exigencias: «*el turismo agrupa un conjunto de actividades de producción y consumo, a las que dan lugar determinados desplazamientos seguidos de al menos una noche pasada fuera del domicilio habitual, siendo el motivo del viaje el recreo, los negocios, la salud (termalismo, baños de mar) o la participación en una reunión profesional, deportiva o religiosa*».

Por tanto, no se considerará turista al inmigrante o a la persona que se desplaza para realizar un trabajo, aunque sí se considera turista el que viaja por motivo de negocio. Además, la OMT para concretar el contenido del término turista, parte del nombre genérico de viajeros. *Viajeros son todas las personas que realizan un desplazamiento, ya sea por motivos de trabajo, de recreación o de cualquier índole.* Si el motivo de desplazamiento es de placer, se les llama visitantes. Los visitantes, a su vez, pueden clasificarse en turistas si pernoctan al menos una vez en el país visitado, y en excursionistas sino permanecen ninguna noche.

Sin embargo muchos autores han expresado definiciones de este término, por lo que no solo se limitan al concepto de turismo expresado por la OMT. Según Alfonso, D, (2007) “*el turismo es una construcción social, cuyo carácter histórico está ligado a la forma en que la sociedad da sentido a ambos roles y a la interacción entre ellos, por lo tanto adquiere significados distintos en función del contexto histórico temporal y espacial en el que se ubique. Puesto que en esta perspectiva el turismo depende de la construcción social de los roles de turista y anfitrión, es entonces un producto de la sociedad.*”



El turismo utiliza, por una parte, como recurso obligatorio, las técnicas de interpretación que hacen que el turista respete y se comprometa con el cuidado del patrimonio ajeno, y por otra, logra el comprometimiento de la comunidad, como principal guardiana y portadora del legado cultural e histórico.

El **turismo cultural** clasificado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) es: *“la posibilidad que las personas tienen de adentrarse en la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes y la filosofía y las instituciones de otros países o regiones.”* (Torres Moré, 2006, p. 24).

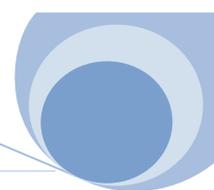
Según la Carta del Turismo Cultural adoptada en 1976 por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS): *“El **turismo cultural** es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto contribuye —para satisfacer sus propios fines— a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho los esfuerzos que tal mantenimiento y protección, exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que comporta para toda la población implicada.”*

De una forma más simple y contemporánea, Tomillo (2000), la define como *“el viaje y las estancias durante los cuales se consumen bienes o servicios culturales”*

Si algo se hace necesario para desarrollar el turismo cultural en cualquier destino turístico es su dependiente relación con el patrimonio cultural, como lo subraya la UNESCO, (1998). *Así entonces, todos los elementos del patrimonio cultural constituyen los recursos más importantes para desarrollar el turismo cultural, donde lo tangible e intangible conforman un binomio indisoluble que caracteriza los rasgos peculiares de la diversidad cultural de cada región.*

Por otro lado, es importante señalar que el patrimonio cultural convertido en recurso turístico dinamiza distintos sectores económicos e impulsa inversiones, e incrementa las posibilidades de ingresos de la población local.

La interpretación aplicada al desarrollo del producto turístico cultural se erige en el medio más adecuado para revalidar la asociación entre turismo y patrimonio. Con una particularizada interpretación se logrará crear una oferta turística cultural de calidad que



contribuya a preservar y difundir los valores del patrimonio histórico y cultural mediante criterios de sostenibilidad que eviten la depredación de este.

El turismo es una fuente relevante para el intercambio cultural, y es responsabilidad de todos los que se desempeñan profesionalmente en esta actividad actuar de manera consciente para contribuir a la comprensión, valoración y conservación de los valores universales que se expresan a través del patrimonio.

El patrimonio constituye una fuente de afecto, inspiración y curiosidad para los turistas, imponiéndose informar y educar a todos los sectores de la población acerca de la importancia de estos espacios, así como de los beneficios económicos, sociales y ambientales que generan, haciéndolos partícipes de su gestión.

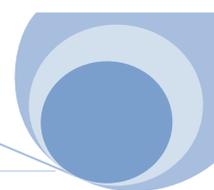
El turismo nacional e internacional sigue siendo uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, pues ofrece una experiencia personal no sólo acerca de lo que pervive del pasado, sino de la vida actual y de otras sociedades. El turismo es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la naturaleza y de la cultura.

A pesar de que el patrimonio surge de una manera espontánea, natural, es lo que nos identifica y es propio de la nación, y se puede aprovechar como un recurso turístico para incrementar el desarrollo no solo de la economía, sino también desde el punto de vista cultural del país.

Epígrafe 1.3 La promoción del patrimonio tangible en función del turismo.

Hace ya algunas décadas que se aborda el término de promoción, y se asume con absoluta legitimidad la utilización histórica y semántica que el término promoción ha tenido en movimiento de un estado y de una situación a otra necesariamente superior y vinculándola a la acción consciente y organizada en pro del desarrollo cultural de la sociedad.

Promover un hecho cultural es darlo a conocer por diferentes vías con el propósito de provocar una respuesta, de activar todos los posibles mecanismos que propicien reacciones de acercamiento, disfrute, evaluación y aprendizaje en términos de públicos. Actualmente el concepto de **promoción** es objeto de diversos debates, particularmente en lo que se refiere a las formas y límites de las relaciones con la esfera del gobierno y



con la esfera de la economía. Hay para quienes la promoción termina en la capacitación técnica y profesional y hay quienes, en busca de responder a procesos más complejos afirman que la promoción debe acompañar la generación de iniciativas sociales de políticas públicas que contrapesen la lógica implacable de la ganancia y del libre mercado. (Robles Gil, 2006).

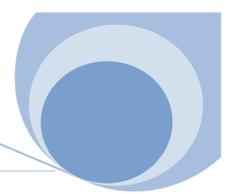
De acuerdo con Martínez Casanova (2012), por **promoción** suele entenderse *el resultado de la acción de promover, es decir, divulgar, dar a conocer determinado hecho, obra, talento o resultado que resulta insuficientemente conocido por una población o público determinado y para la cual puede ser importante en lo individual o colectivo.*

En el orden cultural, la promoción resulta ser un resultado de considerar a la cultura como producto y valor que está a disposición de la sociedad para su disfrute, por lo que suele hacerse promoción de aquellos valores culturales menos conocidos y cuyo acceso resulta menos evidente y espontáneo.

También puede identificarse por **promoción** *toda la actividad de extensión, entendiéndose por tal la promoción de nuevos productos, valores y conocimientos para que esté al alcance de una población que hasta el momento los conocía poco, los desconocía o incluso tenía una visión errónea de su significación social.* (Martínez Casanova, 2012).

Para promover la cultura es esencial conocer las características de la realidad cultural de cada comunidad, sus potencialidades y recursos, detectar sus problemas, conocer sus valores patrimoniales, los gustos, los intereses, los niveles alcanzados por la población del lugar en cuanto a creación y percepción de la cultura; en resumen el diagnóstico cultural o reconocimiento del punto de partida o situación cultural inicial de forma tal que se pueda influir positivamente, alentar y estimular el desarrollo y reproducción sociocultural, a partir de la integración de los procesos espontáneos generados por la propia comunidad.

Además, es importante tener en cuenta la evolución que el propio concepto de promoción cultural ha tenido en nuestra práctica cultural. Hasta no hace mucho tiempo era concebida básicamente desde sus rasgos difusivos y hablada desde una cultura institucional de mantenimiento y equilibrio del sistema cultural. Desde estos



presupuestos se entiende hoy la **promoción cultural** como un sistema de acciones dirigidas a establecer e impulsar la relación activa entre la población y la cultura para alcanzar niveles superiores de ambas. Incluye acciones de animación, programación, creación, extensión, investigación, comercialización, producción industrial de bienes culturales, conservación, rescate y revitalización de los valores culturales y la enseñanza y capacitación, entre otras. (Deriche, Y., 2006).

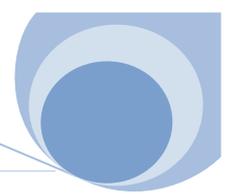
Por otra parte según Roque R. y R. de la Sierra, (1986) la **promoción cultural** en nuestro país se define como la acción orientadora y coordinadora que ejerce de forma sistemática y ejecutiva la sociedad, específicamente el Partido, el Estado y las organizaciones sociales e instituciones, la cual se dirige hacia la población con el objetivo de provocar su participación en el hecho cultural como creador o como espectador culto y activo.

Estos autores expresan, además, que: *promover la cultura no significa exclusivamente la realización y difusión de las actividades culturales, aunque incluye estos elementos. Significa, más bien, la formación de un público culto, capaz de crear y de participar en la cultura de forma diversificada y discriminatoria de acuerdo con el principio de la calidad del arte, en la literatura y en los restantes contenidos de la cultura.*

La **promoción sociocultural** en tanto metodología debe ser entendida como el uso y aplicación del conocimiento científico (sociología, psicología, antropología, etc.) articulado con técnicas y prácticas que tiene como objetivo la transformación de la realidad social buscando resultados específicos y metas preestablecidas. (González, Gil R. y González Larrea, Mercedes C., 2008).

Asimismo, la promoción sociocultural no implica solamente que todos tengan acceso a la cultura, sino que incluye también la condición de que todos sean gestores de la cultura, que actúen de forma activa y no como entes pasivos, como espectadores de un proceso. Es decir, que la población desarrolle las capacidades para participar como creadora o espectadora culta y activ;, esto no quiere decir que se excluya el conocimiento y los valores de los que van al frente de los procesos culturales.

La **promoción sociocultural** según Matamoros, Estrella (1990), se entiende como "*un sistema de acciones dirigidas a establecer o impulsar la relación activa entre población y la cultura, para alcanzar niveles de desarrollo superiores de ambos.*"



Las acciones que realiza el hombre tanto en el plano espiritual como material juegan un papel determinante para el desarrollo de la cultura. Dentro de estas actividades podemos mencionar: la creación y producción de valores culturales, la acumulación y conservación de los mismos; la difusión o circulación de esos valores y la apreciación, percepción, disfrute o utilización de estos por la población, por lo que Vera Estrada, Ana (ob. cit.), entiende a la **promoción sociocultural** como *“un sistema de acciones que integradas de forma coherente, impulsan el desarrollo de cada subsistema del ciclo reproductivo de la cultura, para alcanzar las metas que permitan acelerar el proceso de desarrollo de la vida espiritual de la sociedad”*.

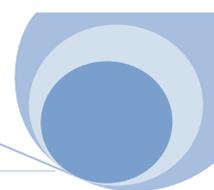
La promoción sociocultural se convierte en contexto de enfrentamiento, no necesariamente antagónico, entre la tendencia que se dirige a la validación social de una cultura popular, elaborada en la base, de una cultura ascendente, expresión del protagonismo y de la creatividad del pueblo, en su sentido más amplio, y aquella que apuesta por el facilismo de la promoción gravitacional de una cultura descendente o de concepción supraestructural y canonizada. (Martínez Casanova, 2012).

De acuerdo con ello, la Promoción Sociocultural contribuye a:

- Apreciar y significar valores culturales y sociales en general.
- Atraer la atención sobre la disponibilidad y acceso de determinados resultados, capacidades y productos, (“vender”)
- Crear demanda en relación con alternativas socioculturales existentes.
- Formar espiritualidad en la medida que crea expectativas, llama la atención y amplía horizontes culturales en la población sobre la que se realiza.
- Estimular el rescate de talentos y valores potenciales o efectivos existentes en la población participante.

En tiempos contemporáneos, en materia de promoción aparecen los medios masivos de comunicación como la vía por excelencia para divulgar, dar a conocer, informar y propiciar el interés y correspondiente acercamiento de la población a la producción artística, histórica y literaria.

Actualmente la televisión, la radio, el cine y la prensa escrita se nos presentan como las más cotizadas alternativas para hacer llegar a la mayoría de las personas mensajes,



informaciones, análisis críticos, imágenes, procesos polémicos para favorecer el conocimiento, estimular la apreciación e inducir a la participación.

Asimismo los avances tecnológicos contribuyen con fuerza en el mismo sentido y se añaden a los clásicos medios de comunicación las páginas y sitios Web, la intranet, el Internet y el correo electrónico por solo citar algunos ejemplos.

La promoción resulta un instrumento eficaz que, conjuntamente con otras metodologías de intervención sociocultural, contribuye a la solución de necesidades y demandas de la sociedad en un territorio dado.

1.3.1 La promoción del patrimonio y su relación con el turismo.

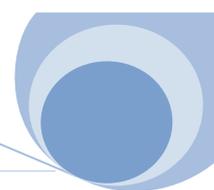
La promoción de los atractivos turísticos es la que en última instancia, motiva a los visitantes a conocer un destino. Además, la promoción implica un trabajo no solo de difusión del atractivo patrimonial sino de interpretación del mismo en su lugar de origen, por lo que cumple una doble función.

La promoción del patrimonio cultural, como parte de los atractivos turísticos, debe incluir en los paquetes turísticos la información acerca de los aspectos históricos y culturales de un lugar y resaltar en los mismos, además de los servicios complementarios, el conocimiento adecuado sobre sitios, museos y monumentos; así como una reseña histórica del lugar y los aspectos de la cultura del territorio, dejando por sentado el respeto que se debe tener por el patrimonio.

Las visitas a sitios, parques, museos o monumentos debe comprometer a todos los agentes implicados (agencias de viajes, guías de turismo, turoperadores y otros), y proporcionar información con los puntos de interés, tarifas, eventos especiales, así como realizar actividades de promoción sobre bienes culturales que refuercen el interés por conocerlos.

En ese sentido, la actividad turística es muy competitiva en cuanto a opciones de destinos, por lo que el turismo que logra éxitos no sólo es el que brinda mejores servicios, sino el que ofrece promocionalmente algo más particular y con un sabor nacional.

Ha de explotarse la cultura y el patrimonio con autenticidad, con énfasis en reforzar las diferencias para valorarlas y para difundirlas, y así ofertar calidad. Hay que crear



paquetes turísticos culturales, bien diseñados, donde tengan cabida la historia y las tradiciones, que vayan más allá de los tópicos manidos y estereotipos consabidos.

En este sentido, hay que compatibilizar los objetivos de la política turística con los de la política cultural, la explotación de los recursos culturales y su conservación. Una utilización inteligente del turismo cultural puede suponer la captación de ingresos, la protección del patrimonio, y lograr que, de alguna manera, el turismo pueda financiar la cultura.

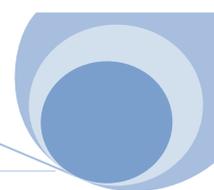
El patrimonio tangible, sin dejar a un lado lo intangible, resulta ser uno de los más cotizados y en muchos casos el más importante, ya que, lo tangible constituye una fuente de inspiración para otras culturas y expone de una manera gráfica la historia, revive el pasado e ilustra largos caminos de evolución e identidad nacional.

Lo tangible por ser el patrimonio que se puede ver y en muchas ocasiones palpar, por ser los objetos y colecciones importantes para la historia y cultura de un país, es una de las fuentes de atracción más grande para los turistas que visitan nuestro país.

Epígrafe 1.4 Los Museos en Cuba. Sus principales legislaciones.

Los museos exhiben colecciones, es decir, conjuntos de objetos e información que reflejan algún aspecto de la existencia humana o su entorno. Este tipo de colecciones, casi siempre valiosas, existió desde la Antigüedad. Un museo en la actualidad es un establecimiento complejo que requiere múltiples cuidados. Suele estar dotado de una amplia plantilla de trabajadores de las más diversas profesiones. Generalmente cuentan con un director y uno o varios conservadores, además de restauradores, personal de investigación, becarios, analistas, administradores, conserjes, personal de seguridad, entre otros. Los expertos afirman que el verdadero objetivo de los museos debe ser la divulgación de la cultura, la investigación, las publicaciones al respecto y las actividades educativas. En los últimos años ha surgido la idea de las exposiciones itinerantes en las que museos de distintas ciudades, aportan algunas de sus obras para que puedan verse todas reunidas en un mismo lugar.

Actualmente existen una gran variedad de museos: museos de arte, museos históricos, museos de cera, museos de ciencias y técnica, museos de historia natural, museos dedicados a personalidades y museos arqueológicos, por nombrar sólo algunos.



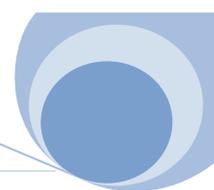
El museo ha adquirido hoy día una dimensión social fundamental, hasta el punto que no se entiende como institución museal sino está al servicio de la sociedad.

El Consejo Internacional de Museos (ICOM), fundado en 1946 y asociado a la UNESCO, es la organización internacional, no gubernamental, de los museos y sus profesionales que se dedica a preservar el actual y futuro patrimonio mundial, cultural y natural, tanto material como inmaterial, así como velar por su continuidad y comunicar su valor a la sociedad.

Las primeras definiciones "oficiales" de museo surgen durante el siglo XX y emanan del Consejo Internacional de Museos (ICOM), tal como se establece en el artículo 2, donde se define museo, en toda su complejidad, de la siguiente manera: *un **museo** es una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe, con fines de estudio, de educación y deleite, evidencias materiales de la humanidad y su entorno.*

También según los Estatutos del ICOM (1989) son denominados museos:

- los sitios y monumentos naturales, paleontológicos, arqueológicos y etnográficos, y los sitios y monumentos históricos de carácter museológico que adquieran, conserven y difundan la prueba material de los pueblos y su entorno,
- las instituciones que conserven colecciones y exhiban ejemplares vivos de vegetales y animales, como los jardines botánicos y zoológicos, acuarios y viveros,
- los centros científicos y los planetarios,
- las galerías de exposición no comerciales; los institutos de conservación y galerías de exposición que dependan de bibliotecas y centros de archivos,
- los parques naturales,
- los centros culturales y demás entidades que faciliten la conservación, la continuación y la gestión de bienes patrimoniales materiales o inmateriales (patrimonio vivo y actividades informáticas creativas),
- cualquier otra institución que, a juicio del Consejo Ejecutivo, previo dictamen del Comité Consultivo, reúna algunas o todas las características del museo o que ofrezca a los museos y a los profesionales de museos los medios para realizar investigaciones en los campos de la museología, la educación o la formación.



Desde la perspectiva de la definición de museo elaborado por el ICOM, se aprecia que estos integran las distintas dimensiones del patrimonio, desde lo tangible e intangible, lo cultural y natural como base de las políticas y acciones vinculadas al desarrollo social y cultural de los pueblos, y los proyectos vinculados al turismo.

A pesar de la definición expuesta por el ICOM, algunos autores han escrito sobre los museos. León, Aurora (1988), expresó: *los museos son instituciones al servicio de la sociedad que adquieren, comunican y, sobre todo, expone con finalidad testimonios representativos de la evolución de la naturaleza y el hombre (...).*

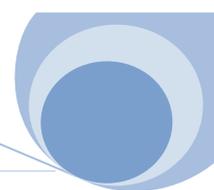
El museo es un medio, una herramienta, un instrumento valioso e indispensable en el proceso de la formación científica y materialista de nuestro pueblo. Se concibe como una de las formas posibles de la realización del acercamiento del hombre a la realidad.

El museo no es solamente un sitio de deleite sino que es capaz, a la vez, de presentar al público lo real, lo auténtico, lo palpable, lo maravilloso y extraordinario de la cultura. En enero de 1959 existían en Cuba alrededor de 13 museos, que tenían sus orígenes en el coleccionismo de historia natural desarrollado desde mediados del siglo XIX. El proceso social que se inicia con el triunfo de la Revolución incentivó el rescate y conservación de valores históricos, artísticos, documentales y arquitectónicos los cuales hicieron necesario el surgimiento de nuevas instituciones museísticas.

La máxima expresión de este proceso se dio en la promulgación de la Ley No. 23 de la Asamblea Nacional del Poder Popular de 1979, referente a la creación de los museos municipales en todo el país, lo que significó un decisivo paso en la valorización de patrimonio local y el fortalecimiento de la identidad nacional.

Desde entonces y hasta la fecha se crearon más de 160 museos municipales, así como diversas extensiones en sitios históricos, naturales y monumentos. Por otra parte, a iniciativa de órganos del estado, organismos de la administración central del estado, instituciones u organizaciones sociales y de masas han surgido museos que hoy conforman la amplia gama de instituciones que suman más de 300 en el país.

La formación profesional del personal que comenzó a laborar en estas instituciones provenía de las ciencias sociales y humanísticas sin llegar a poseer grandes conocimientos museológicos, por lo que se hizo necesaria la creación de la Escuela de Museología en la cual se formaron los primeros museólogos del país. En 1986 se



fusiona la Escuela de Museología con el Centro Nacional de Conservación, Restauración y Museología (CENCREM), organizándose cursos teórico-prácticos y de postgrados en las diferentes especialidades que abarcan la formación de especialistas del patrimonio cultural, los que constituyen aún la única forma de preparación profesional en la especialidad.

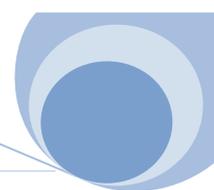
La Dirección de Patrimonio Cultural del Ministerio de Cultura, hoy Consejo Nacional de Patrimonio Cultural (CNPC), tiene la responsabilidad del funcionamiento metodológico de la red de museos del país. De conjunto con el CENCREM se elaboraron y pusieron en práctica en la década de los ochenta diferentes instrucciones metodológicas para la organización del trabajo en los museos, que rigen hasta la actualidad.

El desarrollo alcanzado por los museos en todo el territorio nacional, obliga a actualizar la Ley No. 23 “De Museos Municipales”, del 18 de mayo de 1979, de manera tal que perfeccione la protección del Patrimonio Cultural de la nación, y la aplicación de los principios que aseguran la organización y control de la labor museística en la República de Cuba.

Esto abrió paso a la presente Ley No. 106 que establece la organización del Sistema Nacional de Museos de la República de Cuba, como mecanismo de integración para la mejor protección de los bienes culturales patrimoniales y museables que se encuentran en los Museos y sus extensiones, así como la creación y extinción de estas instituciones en el territorio nacional.

Según la nueva ley el **museo** es *la institución cultural permanente, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público, que efectúa investigaciones sobre los testimonios materiales e inmateriales de la humanidad y de su medio ambiente, adquirido, conservado, comunicado y sobre todo, expuesto para fines de estudio, educación y disfrute de todas las personas*. Los museos podrán poseer extensiones, que se consideran dependencias de los mismos, las que pueden ser: salas expositoras, sitios históricos y naturales, monumentos, casas, las que amplían y complementan una colección o un hecho histórico, artístico, económico o social del territorio.

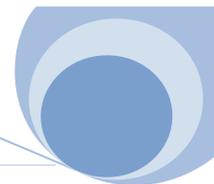
Los museos como instituciones culturales al servicio de la sociedad y su desarrollo, tienen dentro de sus misiones preservar y promover la memoria histórica de la nación,



para ello desempeñan un papel importante en la apreciación artística, histórica, natural y cultural de la población en general y en especial de las nuevas generaciones.

Entre las funciones comunes de los museos se encuentran:

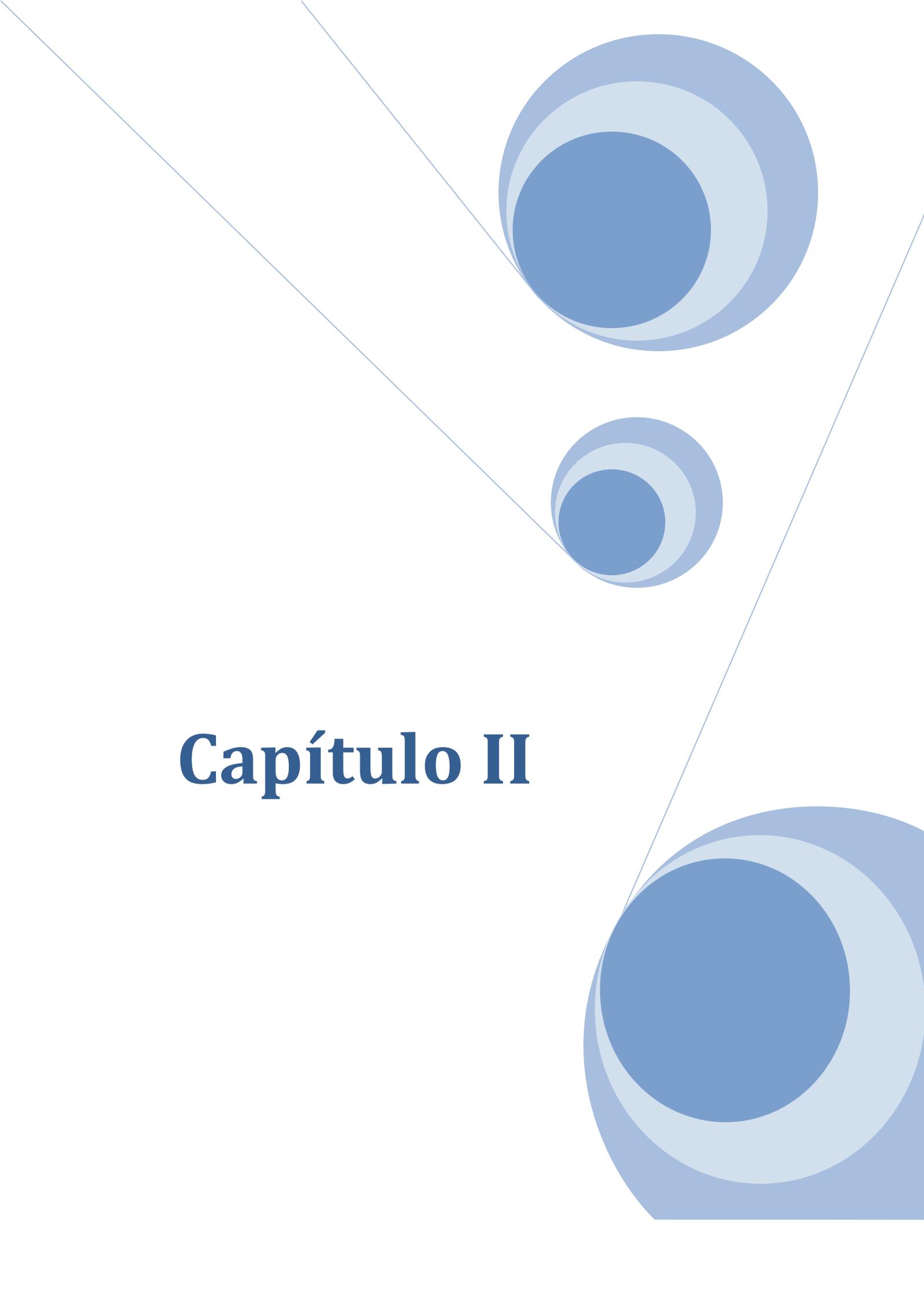
- atesorar, custodiar, conservar, catalogar, comunicar y exhibir, de forma ordenada sus fondos y colecciones, con arreglo a criterios científicos, estéticos y didácticos.
- orientar y supervisar el funcionamiento de los museos y extensiones subordinadas que le correspondan.
- mantener actualizado el sistema de inventario de los bienes del patrimonio cultural material, natural, inmaterial y el completamiento sistemático del expediente científico.
- coordinar la formación y desarrollo de sus recursos humanos.
- colocar los fondos y colecciones al servicio público, lo que permite establecer comunicación con la sociedad, a través de los mismos.
- colaborar con los Registros Provinciales de Bienes Culturales de su territorio en la identificación, estudio, inventario y control de los bienes patrimoniales y museables en poder de personas naturales y jurídicas.
- velar por la protección del patrimonio monumental y natural.
- ejercer acciones tendentes a incrementar los fondos y colecciones del museo.
- desarrollar una labor educativa, continua y sistemática para lograr el interés de la población y en especial de los niños y jóvenes, en la apreciación, conocimiento y protección de los bienes del Patrimonio Cultural en su concepto más amplio, no solo en lo referido a la historia de la localidad, sino incluyendo sus tradiciones, etnografía, flora y fauna, geografía del territorio y la cultura en todas sus manifestaciones.
- mantener la actualización y conservación de la documentación vinculada indisolublemente a los fondos y colecciones del museo en sus diferentes soportes, contenido y origen cultural.



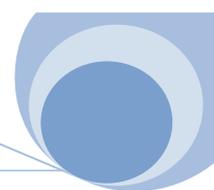
- velar por el cuidado y conservación de los bienes muebles e inmuebles y recabar para ello el apoyo y colaboración de las entidades del territorio y la ciudadanía en general.¹

Un museo ideal nos propone hacer un uso activo de la comprensión y de la utilización de los sentidos para acercarnos al conocimiento de los objetos que se muestran. Pero, de hecho, la mayoría de los museos nos ofrece una experiencia fragmentada en la que podemos hacer un uso relativo de nuestra percepción.

¹ Ley No. 106 del Sistema Nacional de Museos de la República de Cuba. Gaceta Oficial No. 28 extraordinaria de 13 de agosto de 2009.

The background features a decorative graphic consisting of three blue circles of varying sizes, each with a darker blue center and a lighter blue outer ring. These circles are arranged in a triangular pattern, with the largest circle at the top right, a smaller one in the middle, and another large one at the bottom right. Two thin, light blue lines intersect at the top left, forming a large 'V' shape that frames the circles.

Capítulo II



Capítulo 2. Propuesta de acciones socioculturales para la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, en función del turismo.

Epígrafe 2.1 Diagnóstico sociocultural del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, de Caibarién.

2.1.1 Caracterización sociocultural del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, de Caibarién.

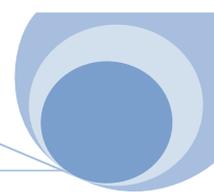
El central “Marcelo Salado Lastra” (Reforma) se encuentra situado en el km 3 ½ carretera Caibarién-Remedios, costa norte de la provincia de Villa Clara, municipio de Caibarién. Fue seleccionado por el MINAZ a partir del año 2002 para transformarse en Museo de la Agroindustria Azucarera en cumplimiento con la tarea “Álvaro Reinoso” y en 2009 fue categorizado.

La zona que ocupa el central posee una larga historia y tradición azucarera que comienza con la construcción de los primeros trapiches e ingenios durante el siglo XVIII y se extiende hasta el XIX.

Es importante destacar el llamado “boom” azucarero en la antigua jurisdicción remediana, que tuvo lugar entre los años 1840 a 1860. Originalmente tuvo su impulso por el capital de colonos unidos desde Matanzas y Colón que invirtieron en esta región, convirtiéndola en el último eslabón del auge azucarero en la Isla. Este impulsó la introducción del ferrocarril, creándose la línea férrea Remedios-Caibarién en 1851, que permitió transportar la mercancía directamente hasta el puerto de Caibarién. A esto se une la sustitución de la fuerza animal por la máquina de vapor, que cambia definitivamente el trapiche por el ingenio.

Desde el siglo XVIII hasta el siglo XIX el antiguo central fue ocupado por varios dueños y ya en 1875 fue quemado y un tiempo después resurge con el nombre de Iberia.

En 1891 fue fundado como Central Reforma y sus representantes fueron José Hernández Martínez y José M. Fernández, integrantes de la Sociedad Económica formada por cubanos y españoles que financiaban la industria en la compañía Azucarera de Caibarién S.A, que lo administró hasta 1960.



El central con una capacidad técnica y eficiente superior, llevó a la ruina a los pequeños propietarios, cuya producción estaba basada en formas primitivas tanto en los campos como en la industria; centralizó las producciones en las tierras fértiles para el cultivo de la caña de azúcar que pasaron a ser propiedad de los dueños del Central y de los grandes terratenientes convertidos en colonos. Los pequeños propietarios de tierra y pequeños colonos continuaron produciendo en difíciles condiciones sujetas a las refracciones y cuotas impuestas por la administración.

El desarrollo de la agroindustria azucarera durante la República Neocolonial estuvo siempre ligada a las altas y bajas de los precios del azúcar. En 1935 el Central contaba con varias caballerías de caña cristalina, existían 25 kilómetros de vía ancha, 5 km de vía estrecha, 3 locomotoras vía ancha y 1 vía estrecha, se disponía de: 1 descargadora, 1 desmenuzadora, 1 juego de 4 trapiches, 5 mil galones, 2 evaporadores, 3 tachos, 15 cristalizadores, 12 centrifugas, 1 turbina cisterna y 5 hornos.

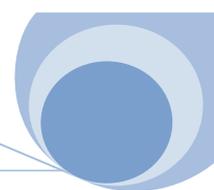
En este año el Central produjo 180 000 sacos de azúcar de 325 libras, contaba con 150 trabajadores que laboraban en turnos de 12 horas con muy bajos salarios y condiciones precarias, haciéndose sentir la lucha entre patrones y trabajadores.

La organización del sindicato del central y sus colonos orientados por el Partido Socialista constituyó una sólida base para la lucha obrera y el mejoramiento de sus condiciones laborales, sociales y salariales. La batalla de los trabajadores guiados por dirigentes como Jesús Menéndez, Celestino Hernández, Irais Tomás y otros condujeron al proletariado al logro de importantes conquistas económicas, sociales y al desarrollo de su conciencia de clase.

Durante el enfrentamiento a la dictadura batistiana los trabajadores estuvieron presentes en huelgas y otras actividades de apoyo a la lucha de Ejército Rebelde.

Después del triunfo de la Revolución, el central fue nacionalizado el 13 de octubre de 1960, mediante la Ley 890 del gobierno revolucionario, y pasó a denominarse Marcelo Salado Lastra como un homenaje al luchador clandestino, mártir de la Revolución, natural de Caibarién.

A partir del triunfo de la Revolución las zafras del pueblo fueron realizadas con la tecnología existente apoyada en el esfuerzo de los trabajadores y del pueblo como protagonistas de este proceso. Se dieron importantes avances en la humanización del



trabajo –planteado por Fidel en la elevación constante de las condiciones materiales, de vida y de trabajo–, en tanto se produce el desarrollo de la diversificación de la agroindustria azucarera.

Con el desarrollo de la industria azucarera a lo largo de la Revolución, se fue perfeccionando la tecnología y el rendimiento humano; esto se hizo notar en las diferentes producciones, que alcanzaron récord en el año 1985.

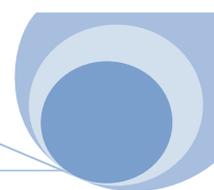
A partir del año 2002, como parte de la política de reajuste económico de la Revolución y a instancias de la Dirección del MINAZ, este complejo agroindustrial pasó a ser museo sobre la Agroindustria Azucarera vinculado al ferrocarril y las locomotoras de vapor, función a la que se dedica en la actualidad; su administración corre a cargo de la Unidad de Servicios al Turismo, perteneciente a Tecno-Azúcar, y auspicia, además, el Festival Nacional de Locomotoras de Vapor.

El horario de apertura es de lunes a viernes de 8:00am-4:00pm y los sábados de 8:00am-12:00m.

El centro tiene como *misión*, satisfacer la demanda turística tanto nacional como extranjera, y promover la excelencia en el conocimiento y la tradición azucarera más auténtica de nuestro país, arraigada a la cultura nacional desde el siglo XVII, orgullosos de contribuir con nuestros aportes al desarrollo económico y social del entorno y la entidad a la que pertenecemos.

La *visión* del museo es, ser líderes en el conocimiento histórico-cultural de la agroindustria azucarera en la infraestructura creada, unida a la excelencia de los servicios, lo cual permite el incremento de los ingresos obtenidos por la comercialización de nuestros productos tanto a clientes nacionales como extranjeros. El museo por su interés histórico-cultural logra convertirse en un centro recaudador de divisas y moneda nacional, y así alcanza su autofinanciamiento y un progresivo aporte al presupuesto del país. Los eventos que se efectúan en nuestro batey (festival del vapor y parrandas del vapor), han alcanzado renombre internacional y sus ingresos son considerables, lo que permite la inserción de la comunidad en el proyecto turístico.

El *objeto social* de la institución es prestar servicios de museo, opciones turísticas en relación con la producción agroindustrial, transporte de pasajeros por ferrocarril, con fines turísticos, cumpliendo las regulaciones establecidas por el ministerio de transporte



y en coordinación con las entidades del turismo dedicadas a prestar estos servicios, en moneda nacional y en pesos convertibles.³

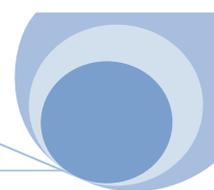
Las *debilidades* de la institución son:

- Falta de disponibilidad de materia prima e incumplimiento de los planes de producción mercantil.
- La existencia de doble moneda para el proceso calidad-rentabilidad.
- Deficiente aplicación de las políticas, normativas y directivas aprobadas.
- Insuficiente atención al papel de los técnicos en el desarrollo del proceso.
- Falta de prioridad al proceso de perfeccionamiento empresarial y en la aplicación del sistema de dirección y gestión empresarial decreto 281.
- Insuficiente vinculación de los colectivos laborales a los resultados productivos y económicos, e insuficiente sentido de pertenencia.
- Obsolescencia técnica de la industria, lo que exige inversiones cuantiosas para su modernización.

Las *amenazas* que presenta la institución son:

- Limitada capacidad de la economía nacional para financiar en MLC las necesidades de la unidad.
- La crisis financiera mundial con sus secuelas de efectos negativos que se hace más grave para los países con economías emergentes.
- Insuficientes fuentes de financiamiento a mediano y largo plazos.
- Existencia de competidores con menores costos y mayor calidad e imagen.
- Pérdida de mercados por incumplimientos de compromisos o de acuerdos de integración.
- Elevación de los requerimientos de calidad, higiene y protección ambiental por los clientes.
- Competencia con otros sectores del país por los recursos laborales, lo que ocasiona el incompletamiento de la misma o que tenga que emplearse personal con baja calificación.

³ Programa de Desarrollo Cultural del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, Caibarién, 2008

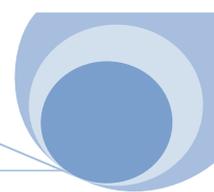


Las *fortalezas* de la institución son:

- Tener una organización empresarial y una base productiva, como resultado de la tarea Álvaro Reinoso, capaz de dar respuesta a los problemas que se presentan.
- Existencia de un sistema e infraestructura que sirve de base para las producciones tradicionales y las nuevas producciones.
- Las bases organizativas y los sistemas creados en los últimos años propician enfrentar las tareas del organismo con un mayor nivel de eficiencia en su realización.
- Incremento de la participación de los trabajadores en las decisiones, a partir de la aplicación del proyecto Participación en sus diferentes versiones.
- Las personas que trabajan en la unidad tienen posibilidades de incrementar la cultura integral y los niveles educativos en el programa de superación de trabajadores para dar respuesta a las tareas que desarrolla el organismo.
- Disponer de cultura para desarrollar un museo con categorización de patrimonio que garantiza una utilización eficiente de la fuerza de trabajo de que disponemos.
- Capacidad de investigación, desarrollo e innovación a partir de un colectivo de trabajadores con talento y con valores para cualquier tarea que se le asigne.

Las *oportunidades* que presenta la institución son:

- El apoyo de la dirección del GEA, PCC y el gobierno.
- Existencia de un mercado nacional insatisfecho que propicia oportunidades de comercialización de los servicios para satisfacer la demanda.
- Aprobación por la dirección del país de la política de conservación del patrimonio con una amplia diversificación y su financiamiento.
- Apoyo y financiación estatal a las inversiones.
- Ampliación de los nexos políticos y comerciales con Asia, Europa, América Latina y otros países, e incrementos de vínculos y relaciones comerciales con una mayor posibilidad de integración a esquemas regionales y multilaterales. El ascenso del ALBA debe continuar contribuyendo al incremento de lazos de cooperación y aumento de la afluencia turística.



- Desarrollo del mercado interno por el crecimiento de la economía nacional incluido el turismo.

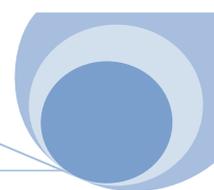
La plantilla está en estudio ya que se realizan cambios en el museo, debido a que la estructura de la institución no está en correspondencia con la de un museo, pues está dentro de una unidad básica subordinada a Tecno-Azúcar que tiene dentro de sus funciones:

- Taller de locomotoras de vapor.
- Parque de locomotoras de vapor.
- Museo de la agroindustria azucarera.
- Servicios generales (comedor, almacenes, finca).
- Granja agropecuaria.

La colección se caracteriza por presentar historia, fotografías, documentos que responden a la temática del museo y están directamente relacionados con la historia de la agroindustria azucarera en la región central.

El inmueble de forma general presenta buen estado de conservación, la labor de preservación del mismo se realiza periódicamente, cuenta con los recursos necesarios y el personal para realizar dos mantenimientos durante el año. El museo cuenta con un plan de acciones para su conservación, el cual se realiza de forma sistemática. Dichas aplicaciones están encaminadas a preservar los objetos que se encuentran en exposición o almacenados, expuestos a cierto grado de deterioro ya que este sitio se encuentra constantemente afectado por el tránsito de vehículos y trenes, lo que incide de forma directa en la conservación de las piezas, posee una brigada de mantenimiento que atiende continuamente la conservación del lugar. Las acciones en el área investigativa están encaminadas a cumplimentar los proyectos de investigaciones a partir de las necesidades del sistema, potenciando la socialización de los resultados y el incremento de la participación en eventos y los foros, en función de una mayor protección del patrimonio cultural.

El museo cuenta con un área de exposición de 6 986,52 m² con características heterogéneas: espacio techado sin paredes, espacio a cielo descubierto y salas convencionales para las exposiciones. Se trata de un central azucarero convertido en



museo, que por sus características ha devenido Parque Temático de la Agroindustria Azucarera.

En el exterior se mantiene la estructura del central correspondiente a la tipología del siglo XIX y en el interior se encuentra la ubicación de las maquinarias, equipos, partes, piezas y accesorios originales para una mayor comprensión del flujo de producción industrial; además, se apoyará la exposición con reproducciones que suplan la ausencia de originales en los casos que resulte necesario.

La exposición museológica consta de 11 salas con los siguientes temas o funciones:

Presentación: está destinada a recibir e introducir al visitante en el museo –en recorrido libre o dirigido, individual o colectivo–; prepara al cliente para la exposición a través de salas que comienza con la degustación del jugo de la caña de azúcar y la explicación del proceso para obtener los cristales de azúcar.

Sala 1. “Del trapiche al Central”: está destinada a la exposición de los instrumentos, equipos, máquinas y accesorios originales que sustentan la historia de la industria azucarera durante la etapa de los trapiches y los ingenios que anteceden al central azucarero.

Sala 2. “Sala de Molido”: Desarrollo de la extracción del jugo de la caña, donde la misma llega al central para ser convertida en bagazo.

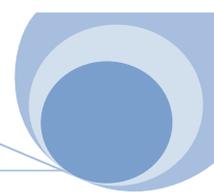
Sala 3. “Manipulación de la caña”: Muestra el transporte y trasbordo de la caña de azúcar del central azucarero.

Sala 4. “Generación de Vapor”: Equipos y maquinarias que intervienen en la generación de vapor y su distribución para que cumpla con su doble función: como energía y proceso de producción.

Sala 5. “Fabricación”: Proceso tecnológico desde la entrada del guarapo al sistema, hasta la producción de azúcar y mieles, con diferentes controles de medición.

Sala 6. “Agromecanización”: Conocer las esferas de labranza, equipos y maquinarias que marcan la evolución histórica de la agro-mecanización cañera en la zona de Caibarién.

Sala 7. “Maquinado”: Diferentes herramientas e instrumentos de trabajo originales del taller del central.



Sala 8: “Historia del Ferrocarril”: Síntesis de la introducción del ferrocarril en el mundo y su extensión a Cuba mediante la industria azucarera.

Sala 9. “Exposición transitoria”: Muestra del mes a partir de una programación anual que se concibe en dependencia de los exponentes que tenga el museo, colección o préstamos.

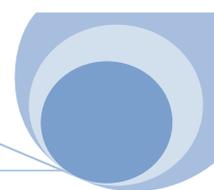
La institución posee un espacio destinado a la sala transitoria, y varias salas didácticas donde se concibe de forma dinámica la interacción del público visitante, principalmente de las escuelas, con las diferentes temáticas como el proceso del azúcar y la agromecanización de la industria azucarera; así como la muestra del mes destinada principalmente a estrechar los vínculos con la vanguardia artística, y promover sus creaciones.

El museo se caracteriza por el alto número de visitantes que recibe y la cantidad de visitas dirigidas que atiende. Posee una estrategia y logra mantener una programación estable apoyándose en el promotor cultural de la comunidad; mantiene estrechos vínculos con la asociación de combatientes, organizaciones políticas y de masas, empresas y organismos de toda la provincia.

Se destacan la realización de matutinos especiales y actividades conmemorativas de los distintos aniversarios y fechas históricas de la localidad en coordinación con la biblioteca, promotores culturales y las escuelas primarias.

Existe una estrecha relación y cooperación entre organizaciones de masas y políticas de la localidad y el museo, respecto a la programación y realización de actividades recreativas y educativas. Se trabajan diferentes temáticas: históricas, patrimonio mueble e inmueble; se insertan temas relacionados con la prevención social, la lucha contra el tabaquismo, drogas, enfermedades de transmisión sexual, entre otras. En el trabajo que se realiza con respecto al tema de prevención se incluyen también actividades con prisioneros, discapacitados, centros docentes de diferentes niveles de enseñanza.

Las actividades más importantes que realizan son: el guateque campesino; visitas dirigidas en fechas significativas; recorriendo una industria; a todo vapor, el proyecto “Amigos”; excursión Isla de azúcar; y la asesoría del círculo de interés Pequeños amiguitos ferroviarios, de la escuela primaria de la comunidad.



El inmueble ocupa un alto grado de valor histórico y arquitectónico y se encuentra ubicado en una zona con más de 250 años de tradición en el cultivo de la caña de azúcar, lo antecedieron numerosos diseños de trapiches. Fue fundado ya con características de ingenio, en el año 1891, esta industria tiene una edificación de estructura metálica y cubierta de zinc, de gran altura y amplitud. Posee además diferentes salas de mampostería.

El estado de conservación es bueno. Se cuenta con los recursos necesarios y personal para realizar dos mantenimientos durante el año.

La institución cuenta con 17 Agentes de Seguridad y Protección tendiendo custodia las 24 horas del día. Posee un registro donde se refiere el cambio de guardia dejando constancia de la situación de los bienes y recursos existentes. Vela por la aplicación y control de medidas de cierre con la finalidad de evitar la sustracción de los bienes patrimoniales, medios básicos y materiales. Las salas están debidamente protegidas y poseen puertas con llavines.

Está confeccionado y actualizado el Plan de Seguridad y Protección así como los demás planes de la defensa y cuenta con cerca perimetral.

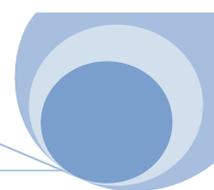
El Museo atesora piezas distribuidas en tres secciones:

- 1.- Sección de Historia: 230
- 2.- Sección de Documentos: 182
- 3.- Sección de Fotos: 360

Además posee 10 piezas de valor excepcional con un alto grado de conservación y cuidado, las mismas forman parte del patrimonio tangible con que cuenta el Museo de la Agroindustria Azucarera por la gran historia que representan para dicha institución y por su elevado nivel de preservación. (Ver anexo 1).

2.1.2 Fundamentación de la metodología empleada.

La metodología de la investigación social es reconocida –desde el enfoque marxista leninista– como: “...*la reflexión sistemática acerca del método y de los procedimientos de la investigación social, es decir la utilización consciente de los principios, categorías y leyes de la filosofía en el trabajo de la investigación que realizamos en ese sector de la realidad*” (Ibarra, 2001)



Es por ello que está caracterizada por una serie de relaciones dialécticas entre teoría y práctica, entre sujeto y objeto de la investigación y entre métodos cualitativos y cuantitativos.

En esta investigación se realiza un análisis de la realidad del objeto investigado, así como la búsqueda de respuestas a los problemas detectados, con énfasis en la metodología cualitativa y utilizando algunos elementos cuantitativos que posibilitan la obtención más sólida de los resultados. Además permite alcanzar matices de la situación a investigar, lo cual se hace evidente en el análisis de los resultados, donde se reconocerá los aspectos positivos y negativos que se derivan de la información sobre el patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera.

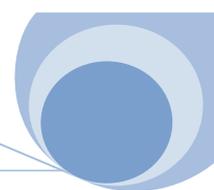
También con la unión de lo cuali-cuantitativo se recoge la información necesaria para el análisis de actitudes, comportamientos, formas de pensar, preocupaciones por lograr un cambio, percepciones, aspiraciones y valoraciones reales de los trabajadores del Museo de la Agroindustria Azucarera y del personal de Ministerio del Turismo.

2.1.3 Selección de la muestra

Para la presente investigación se tuvo en cuenta la población universo que está comprendida por los 64 trabajadores que cubren la plantilla del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, incluidos en ésta los técnicos de maquinarias, los trabajadores de oficinas, los obreros de los talleres de locomotoras, las veladoras, los jardineros y los custodios.

La muestra seleccionada es intencional por ser estas las personas que más pueden aportar y que más conocen sobre el tema de la investigación, además de ser ellos los que emplearán la propuesta de acciones emitida en la investigación. Por lo tanto, la muestra la constituyen 15 trabajadores donde se incluye a: 2 especialistas, 4 veladores, 2 conservadores, 3 jardineros, 1 técnico de museo, 1 directora, 1 económica, 1 recursos humanos. De ellos 8 son del sexo femenino y 7 son del sexo masculino, en cuanto al nivel educacional 2 son universitarios, 9 son del nivel medio, 2 son técnicos medio y 2 son obreros calificados, por lo que la muestra la presiden trabajadores, en su gran mayoría, con un nivel educacional elevado.

Esta es la muestra escogida porque 6 trabajadores están en contacto directo con la tesis expositiva, 4 conocen a fondo la historia del ferrocarril y de la industria azucarera



en la región central y 2 participaron en la confección del guión del montaje del museo. El trabajo con la muestra se hace necesario para la aplicación de los instrumentos y la elaboración del plan de acciones.

2.1.4 Métodos Utilizados:

Teóricos

Para dar cumplimiento a los objetivos de este trabajo se utilizaron los métodos teóricos, entre ellos se encuentran:

✓ **Histórico-Lógico:**

Significa comprender los procesos históricos en la lógica de su desarrollo. Se utilizó para estudiar y contextualizar el objeto de estudio durante los momentos de aplicación de la metodología. Permitió analizar el proceso de evolución y desarrollo de la industria azucarera, así como las principales características del patrimonio tangible y su estado de promoción.

✓ **Analítico-Sintético:**

Implica delimitar los aspectos significativos de las diversas partes que conforman un todo y sintetizar la esencia del fenómeno. Posibilitó la recopilación y comprensión de la información en correspondencia con el tema de la investigación, analizar los principales documentos y aproximaciones al estado actual de la problemática investigada, así como arribar a conclusiones sobre los elementos principales de la promoción del patrimonio tangible y su importancia para el turismo.

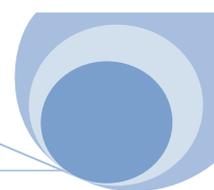
✓ **Inductivo-Deductivo:**

Implica el análisis de lo particular y su vínculo con lo general. Posibilitó el análisis de conceptos, principios generales y leyes universales que se relacionan con la promoción del patrimonio tangible en este y en otros contextos, lo que propició, además, que se establecieran las bases teóricas de la investigación.

Empíricos:

✓ **Análisis de documentos:**

El análisis de documentos constituyó una fuente importante y esencial para la obtención de datos. Permitió apropiarnos de información retrospectiva sobre el ámbito de la realidad estudiada, y profundizar en los documentos para adquirir conocimientos y aspectos particulares sobre el objeto de estudio investigado.



✓ Observación Participante:

La observación participante permitió al investigador ubicarse dentro del marco social en que se encuentra el objeto de estudio investigado. Mediante la misma se constató la cantidad de visitas diarias a la institución y el grado de conocimiento que poseen los trabajadores sobre el patrimonio tangible; además, permitió valorar el nivel de información que se le da al patrimonio tangible en las visitas dirigidas. (Ver anexo 2).

✓ Entrevista en profundidad a informantes claves:

La entrevista facilitó información detallada en cuanto el conocimiento que tienen los trabajadores sobre el patrimonio tangible y la importancia que podría tener la institución en la promoción del mismo. (Ver anexos 3 y 4).

A partir de los datos obtenidos por las entrevistas realizadas se pudo completar el diagnóstico de necesidades donde se constatan las debilidades y las fortalezas que pueden brindar tanto el Museo de la Agroindustria Azucarera, como las agencias de viajes: Islazul y Cubanacán, de acuerdo con el objeto de estudio de la investigación.

✓ Encuesta:

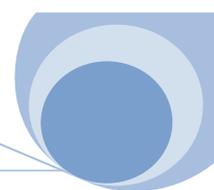
La aplicación de la encuesta permitió conocer las opiniones que poseen los trabajadores del Museo de la Agroindustria Azucarera en relación con el objeto de estudio de la investigación. La misma tuvo como objetivo conocer el grado de promoción del patrimonio tangible en función del turismo, y está totalmente dirigida a los trabajadores que constituyen la muestra de la investigación. (Ver anexo 5).

Epígrafe 2.2 Análisis de los resultados según los instrumentos aplicados.

✓ Análisis de documentos:

Entre los documentos analizados se encuentra que:

- El programa de desarrollo cultural del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” presenta actividades de conservación y restauración del patrimonio, pero no incluye acciones destinadas a la promoción del patrimonio tangible para incrementar las visitas a la institución.
- El guión museológico a pesar de que desglosa ampliamente cada una de las salas con las que cuenta el Museo, no incluye los elementos patrimoniales que poseen los exponentes en sí mismos.

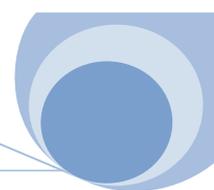


- También en la revisión del Programa para el Desarrollo de una Cultura General Integral y en el Programa Cultura-Turismo de Caibarién, se corroboró que no se tiene en cuenta la promoción del patrimonio tangible en función del turismo, sin embargo en estos documentos se hace alusión a estimular el control, la gestión y el cuidado y preservación del patrimonio cultural del territorio en función del desarrollo turístico, pero no se proponen ofertas para que el visitante disfrute del patrimonio tangible de tan importante Museo.
- ✓ Observación Participante:
 - A través de la guía de observación participante se pudo constatar que existe un mayor número de visitas dirigidas a la institución que espontáneas.
 - El conocimiento sobre el patrimonio tangible de la institución se limita a especialistas y conservadores, y no al personal técnico encargado del mantenimiento y la restauración.
 - El nivel de información acerca del patrimonio tangible de la institución en las visitas dirigidas subordina el valor del bien patrimonial en sí, al valor histórico.
- ✓ Entrevista en profundidad a informantes clave:

Se realizaron dos entrevistas: una dirigida a la dirección del Museo de la Agroindustria Azucarera y otra destinada a obtener información por parte de los comerciales de las agencias de viajes: Islazul y Cubanacán, cadenas encargadas de promocionar y vender los paquetes turísticos donde aparece el Museo de la Agroindustria Azucarera como un importante atractivo turístico.

Entrevista # 1. Dirigida a la directora del Museo de Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”.

- En la entrevista realizada a la Directora del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, se pudo comprobar que conoce acerca del significado del patrimonio tangible del Museo, pero considera insuficiente el conocimiento de los trabajadores (especialistas y técnicos) que laboran en el lugar.
- Reconoce la importancia de la institución dentro del patrimonio nacional por ser la única de su tipo en el país y por el atractivo turístico nacional e internacional.



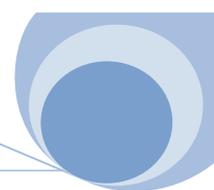
- Considera que son insuficientes las actividades que realiza el centro acerca del patrimonio para el turismo nacional e internacional, así como las acciones de extensión a centros estudiantiles, de trabajo y turísticos.
- El Museo cuenta con el personal especializado para la promoción, pero carece de recursos de transportación para las actividades de extensión.
- Además, considera de gran importancia y utilidad el tema de la promoción del patrimonio tangible para incrementar las visitas dirigidas y espontáneas, lo cual posibilita un mayor intercambio de culturas y tradiciones.

Entrevista # 2. Dirigida a los comerciales de las agencias de viajes: Islazul y Cubanacán:

- En la entrevista realizada a los comerciales de las agencias de viajes: Islazul y Cubanacán, se comprobó que aún es insuficiente la promoción que brinda el Museo acerca del patrimonio tangible que atesora, y que dicha promoción puede incrementarse a través de la superación a guías y turoperadores.
 - Consideran importante la presencia de este patrimonio en los paquetes turísticos que ofrecen las agencias por su tipicidad en el país, y que el aumento de la promoción incrementaría la influencia de turismo nacional y extranjero, y por ende, el conocimiento y difusión de este patrimonio, por lo que la ayuda de las agencias de viajes resulta vital para la necesaria promoción.
- ✓ Encuestas:

En la encuesta realizada a la muestra seleccionada se pudo comprobar que:

- Según parámetro 1, 15 trabajadores (100 %) afirman que no se realizan actividades con la promoción del patrimonio tangible ni dentro ni fuera de la institución.
- Según parámetro 2, los 15 trabajadores (100 %) dicen que rara vez se realizan actividades de promoción con visitantes, ya sean nacionales y/o extranjeros.
- Según parámetro 3, 10 trabajadores (75 %) consideran que los visitantes no se van satisfechos con la promoción del patrimonio tangible que se les brinda, debido a la poca descripción e información de los objetos patrimoniales expuestos.

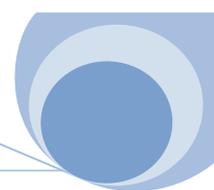


- Según parámetro 4, solo el (15 %) o sea los 2 especialistas de la institución, conocen el significado del patrimonio tangible.
- Según parámetro 5, 5 trabajadores (o sea el 25 %), piensan que se podría incrementar la promoción a través de las visitas dirigidas especializadas, mientras que los restantes 10 trabajadores (75 %) piensan que además se pueden realizar charlas, conversatorios y actividades de extensión.
- Según parámetro 6, el 100 %, es decir, los 15 trabajadores expresan que el principal problema que afecta la promoción es la falta de actividades para este fin y la presencia de público espontáneo a la institución.
- Según parámetro 7, el 100 % (los 15 trabajadores) consideran que el incremento de la promoción facilitaría el conocimiento del patrimonio tangible y su conservación, así como el incremento del flujo turístico al Museo.

2.2.1 Diagnóstico de necesidades y potencialidades.

Necesidades:

1. El Programa de Desarrollo Cultural del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” no tiene como prioridad la conservación del patrimonio tangible que atesora la institución para su correcta promoción.
2. El guión museológico de la institución no especifica ni contiene los objetos museables más relevantes de su patrimonio tangible.
3. El Programa para el Desarrollo de una Cultura General Integral y el Programa Cultura-Turismo de Caibarién no promueven ni revelan la importancia del patrimonio tangible dentro de la cultura del municipio.
4. El número reducido de visitas espontáneas indica que no existe una adecuada promoción del patrimonio tangible por parte del museo.
5. Es limitado el conocimiento del patrimonio tangible en el personal que promociona y preserva la institución.
6. Es insuficiente el nivel de información que brinda en las visitas dirigidas acerca del patrimonio tangible.
7. Son escasas las actividades que realiza el centro acerca del patrimonio para el turismo nacional e internacional, así como las acciones de extensión a centros estudiantiles, de trabajo y turísticos.



8. La no existencia de algunos recursos materiales dificulta las actividades de promoción y extensión.

Potencialidades:

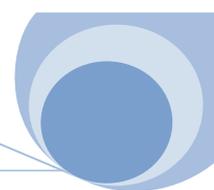
1. El Programa de Desarrollo Cultural del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” prioriza las labores de conservación.
2. El Programa para el Desarrollo de una Cultura General Integral y el Programa Cultura-Turismo de Caibarién propone la gestión para la preservación del patrimonio en general.
3. Existe un número importante de visitas a la institución.
4. Los trabajadores del Museo y los comerciales de las agencias de viajes: Islazul y Cubanacán relacionados con la gestión, le conceden importancia al conocimiento y preservación del patrimonio tangible, así como a la promoción del mismo para el incremento del turismo.
5. Los trabajadores del Museo consideran que las actividades de promoción son imprescindibles para el conocimiento del patrimonio tangible.

Epígrafe 2.3 Propuesta de acciones socioculturales para la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, en función del turismo.

Los mutuos beneficios que se derivan de la relación turismo-patrimonio, provocan que ambos tengan objetivos económicos comunes. La conservación de los recursos patrimoniales y su proceso de transformación en atractivo turístico son un incentivo para la revitalización de la identidad cultural a nivel regional, nacional e internacional. El mercado turístico necesita los recursos patrimoniales para el desarrollo de nuevos atractivos, los cuales aumentan el valor de la experiencia turística de forma que le interesen a ambos sectores. Patrimonio y turismo son altamente compatibles, la interdependencia entre ambas áreas es inevitable. (Torres, 2006).

2.3.1 Fundamentación del plan de acciones

En correspondencia con los resultados de los instrumentos aplicados en la investigación acerca de la promoción del patrimonio tangible en función del turismo, y



teniendo en cuenta que el patrimonio ofrece la oportunidad de conocer hábitos, costumbres, formas de vida y la arquitectura de las localidades, resulta inminente promocionar el patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, por las inmensas cualidades que posee; además de ser el único de su tipo en el país y estar en él sintetizado todo sobre la historia del proceso de la industria azucarera en Cuba. Es necesario, entonces, la realización de acciones concretas que sirvan de sustento teórico y alienten el incremento de visitas dirigidas y espontáneas al Museo, para así convertirse en un importante atractivo turístico del patrimonio cultural de Caibarién.

Para la puesta en práctica del plan de acciones que propone esta investigación, se requiere de la colaboración de todas las agencias de viajes encargadas de promocionar y vender los paquetes turísticos, de la Empresa Azucarera de Villa Clara (Tecno-Azúcar) a la cual pertenece el Museo de la Agroindustria Azucarera, de algunas instituciones culturales y entidades turísticas del territorio y también, de los pobladores de la comunidad donde se encuentra el Museo.

El plan de acciones empleado se encuentra organizado de la siguiente forma: acción, responsable, lugar, frecuencia, participante y evaluación.

Con esta propuesta se pretende divulgar el patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, y que el visitante conozca la importancia que presenta este patrimonio tangible para la historia de nuestro país.

2.3.2 Plan de acciones socioculturales:

El plan de acciones tiene como objetivo general:

- Promocionar el patrimonio tangible del Museo de Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién, en función del turismo.

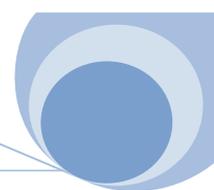
Objetivo 1. Divulgar la importancia del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”.

- ✓ Acción 1. Creación de plegables que contengan la historia y los datos más relevantes del museo y entrega de ellos a los visitantes.

Responsable: Guías del Museo y comerciales de las agencias de viajes.

Lugar: En la propia institución.

Frecuencia: Diariamente.



Participante: Todos los trabajadores del museo y de las agencias de viajes.

Evaluación: Observación Participante.

- ✓ Acción 2. Ubicación de señalizaciones, vallas y carteles en lugares donde exista más afluencia de personas, sobre los atractivos que presenta el museo y de la ubicación exacta de cómo llegar al mismo.

Responsable: Directivos del Museo.

Lugar: En los alrededores y en la entrada del Museo.

Frecuencia: Durante todo el año.

Participante: Trabajadores del Museo.

Evaluación: Observación Participante.

Objetivo 2. Ampliar los conocimientos de los trabajadores del Museo y guías de turismo sobre el patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”.

- ✓ Acción 1. Capacitación y cursos a los guías de turismo y al personal que trabaja en el Museo sobre el patrimonio tangible que atesora el Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”.

Responsable: Especialistas del Museo.

Lugar: En centros de enseñanza y en el propio Museo.

Frecuencia: 1 vez a la semana.

Participante: Todos los trabajadores del Museo, los guías de turismo y los turoperadores.

Evaluación: A través de encuestas y entrevistas.

- ✓ Acción 2. Charlas, conversatorios y talleres sobre el patrimonio tangible que atesora el Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”.

Responsable: Especialistas del Museo.

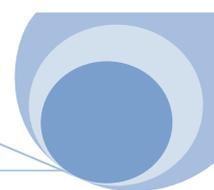
Lugar: Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”.

Frecuencia: Mensual.

Participante: Todos los trabajadores del Museo y los visitantes que se encuentren en ese momento.

Evaluación: Observación Participante y Encuestas.

Objetivo 3. Crear espacios destinados a la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién.



- ✓ Acción 1. Difusión de los valores patrimoniales, y a su vez tangibles, del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” a través de los medios de difusión masiva.

Responsable: Dirección del Museo.

Lugar: En los propios espacios de los medios de difusión masiva, ya sea la radio, la televisión o la prensa escrita.

Frecuencia: Trimestralmente

Participante: Dirección del Museo y equipo de realización de los medios de difusión masiva.

Evaluación: Monitoreo que realizan los medios de difusión masiva.

- ✓ Acción 2. Creación de campañas publicitarias en páginas y sitios web vinculadas con el patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”.

Responsable: Comerciales de las agencias de viajes.

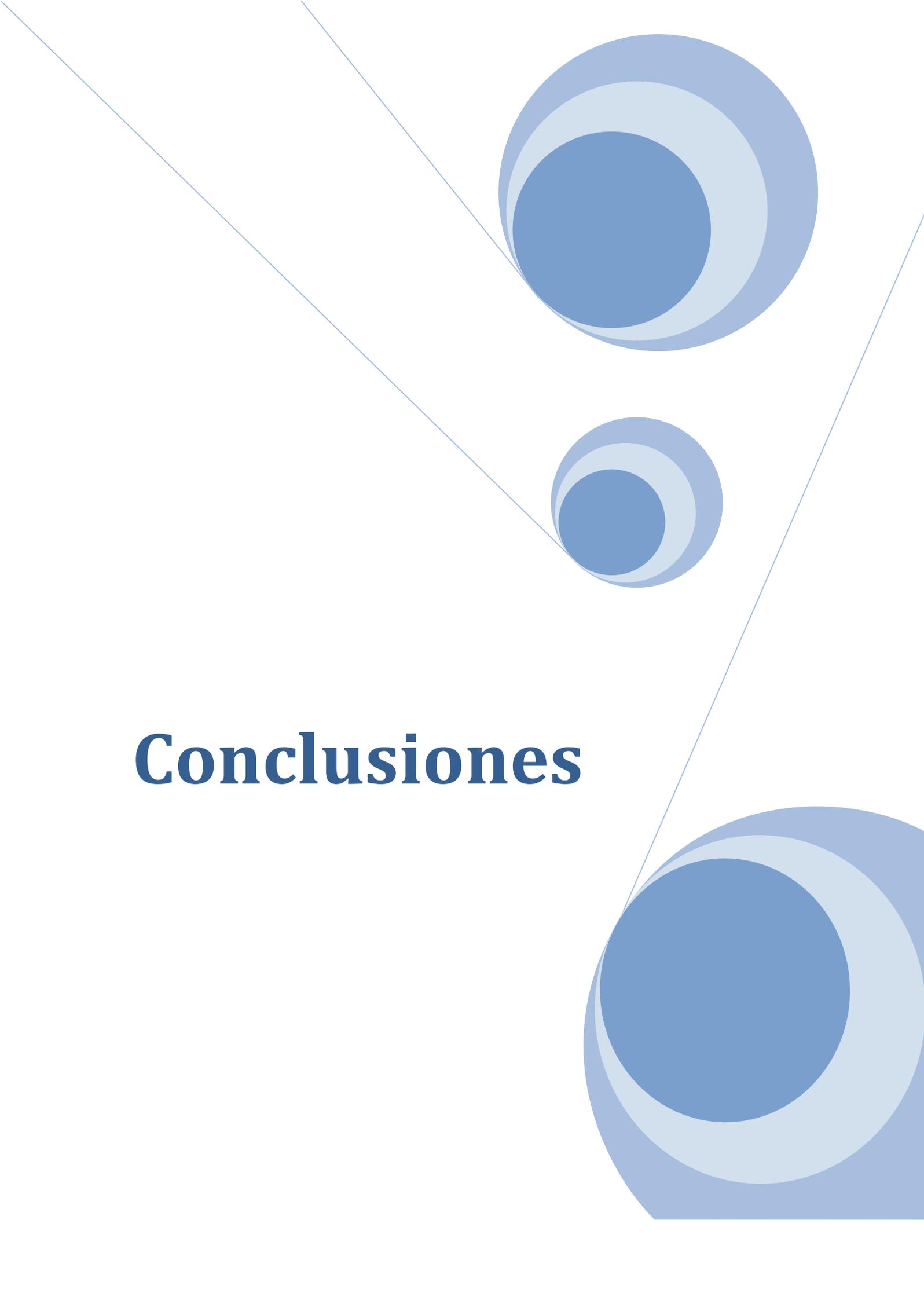
Lugar: En los propios sitios, ya sea internet, intranet u otras páginas web.

Frecuencia: Durante todo el año.

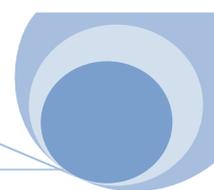
Participante: Informáticos y personal calificado para la creación de dichas campañas.

Evaluación: Observación Participante.

Esta propuesta de acciones debe ser aplicada en un período de un año y se evaluará a través de la observación participante, encuestas, entrevistas y otros medios necesarios, con lo cual se podrá estimar la efectividad de la misma y reconsiderar la necesidad de trazar nuevas acciones o modificar las ya realizadas.

The background features a decorative graphic consisting of three blue circles of varying sizes, each with a darker blue center and a lighter blue outer ring. These circles are arranged in a triangular pattern, with the largest circle at the top right, a smaller one in the middle, and another large one at the bottom right. Two thin, light blue lines intersect at the top left, forming a large 'V' shape that frames the circles.

Conclusiones

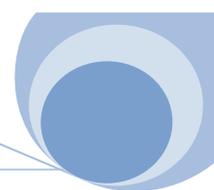


Una vez culminada la investigación, se arriban a las siguientes conclusiones:

- 1- Las definiciones y teorías reflejadas en el marco teórico de esta investigación sustentan la estrecha relación entre el patrimonio y el turismo, así como la necesidad de su promoción en función de los visitantes.
- 2- El patrimonio tangible constituye una fuente importante para el incremento y desarrollo del turismo en Cuba, a la vez que forma parte indispensable de la cultura y las tradiciones de nuestro pueblo.
- 3- Una vez realizado el diagnóstico sociocultural queda reflejada, de forma elocuente, la necesidad de promocionar el patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera, por su importante atractivo e interés patrimonial.
- 4- Se elaboró un plan de acciones socioculturales para promocionar el patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, por la insuficiente promoción con que cuenta.

The background features a decorative graphic consisting of three blue circles of varying sizes, each composed of concentric layers of different shades of blue. These circles are arranged in a triangular pattern. Two thin, light blue lines intersect at the top left, forming a large 'V' shape that frames the central text.

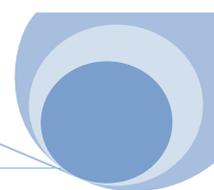
Recomendaciones



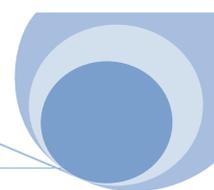
1. Continuar investigando el tema, puesto que, la promoción del patrimonio tangible en el Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, puede estar sujeto a cambios debido al propio entorno de la institución.
2. Aplicar el plan de acciones propuesto en el Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado”, y en otros sitios de interés patrimonial del municipio, para así ampliar las visitas turísticas a la localidad.
3. Publicar y divulgar este trabajo en eventos, talleres, fórum de la institución u otros, con la finalidad de que constituya una vía para el incremento de las visitas y del conocimiento e importancia del patrimonio tangible.

The page features a decorative graphic consisting of three overlapping circles in shades of blue, arranged in a triangular pattern. Two thin blue lines intersect at the top left, forming a large 'V' shape that frames the circles. The word 'Bibliografía' is centered in a bold, dark blue serif font.

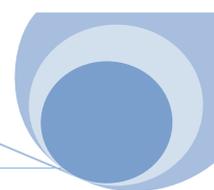
Bibliografía



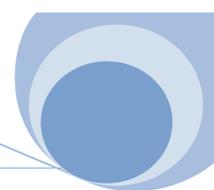
1. Alfonso, D. (2007). *Tiempos y espacios en el turismo del siglo XXI... hacia el ciberturismo*. Op cit, (p.3).
2. Arjona, M. (1986). *Patrimonio Cultural e Identidad*. (p.7). La Habana, Cuba: Editorial Letras Cubanas.
3. Arrieta Urtizberea, I. (2006). *Museos, memoria y turismo*. Editorial de la Universidad del País Vasco.
4. Ballart Hernández, J. (2005). *Patrimonio cultural y turismo sostenible en el espacio iberoamericano: retos y oportunidades del presente*. (pp. 11-21).
5. Barreto M. (2003). *Turismo y Patrimonio Cultural de la Sociedad*. [En Línea]. Disponible en: www.antropologia.com.ar. Accesado el 20 de noviembre del 2013.
6. Borrega Reyes, Y. (2009). *El Patrimonio y su relación con el Turismo*. Instituto de Investigación Servicios y Consultoría Turística. Carrera de Turismo. [En Línea]. Disponible en: <http://www.TurismoRuralbolivia.com>. Accesado el 20 de noviembre del 2013.
7. Brito Montero, A. (). *Patrimonio Cultural: contexto y conservación. Reflexiones necesarias entre: interpretación, patrimonio y sociocultura*. Departamento de Estudios Socioculturales. Universidad Agraria de La Habana. Cuba.
8. Cabrera Jiménez, A. y Rodríguez Herraiz, A. L. (s/f). *El Turismo Cultural e Interpretación por un Desarrollo Sostenible*. Centro Provincial de Patrimonio Cultural de Villa Clara.
9. Carreras Pérez, B. (2012). *Propuesta de acciones socioculturales para promocionar el patrimonio cultural del Centro Histórico de Caibarién*. Tesina en opción al grado de Licenciatura en Estudios Socioculturales. Filial Universitaria Municipal de Caibarién (FUM).
10. Carta de Venecia. (1964). Segundo Congreso Internacional de Arquitectos y Técnicos de Monumentos. Italia.
11. Castro, Juan F. (2005): *La calidad como herramienta de gestión del turismo cultural*. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural. Vol. 3 No. 1 (pp. 143-148). [En Línea]. Disponible en: www.pasosonline.org. Accesado el 20 de noviembre del 2013.
12. Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2003). *Convención para la salvaguardia del*



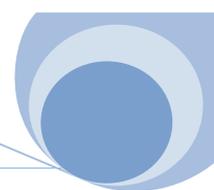
- patrimonio cultural inmaterial*. París. [En Línea]. Disponible en: <http://www.icomos.org.mx/salvaguarda.php>. Accesado el 5 de enero del 2014.
13. Consejo de Estado de la República de Cuba. (1999). *Compendio de legislaciones del patrimonio cultural*. La Habana: Editora política.
14. Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS). (1976). Carta Internacional sobre Turismo Cultural. *La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo*. [En Línea]. Disponible en: www.ilam.org/ILAMDOC/resultados/22.htm. Accesado el 20 de noviembre del 2013.
15. Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS). (1999). *Carta Ename para la interpretación de lugares pertenecientes al patrimonio cultural*. [En Línea]. Disponible en: <http://www.icomos.org.mx/interpretacion.php>. Accesado el 5 de enero del 2014.
16. Consejo Internacional de Museos (ICOM). (2001). *Estatutos del ICOM*. Asamblea general del ICOM. Barcelona, España. [En Línea]. Disponible en: <http://www.icom.org/estatutos>. Accesado el 13 de marzo del 2014.
17. Consejo Internacional de Museos (ICOM). (2006). *Concepto de Museo*. Código de deontología del ICOM para los museos. (p.14). París, Francia.
18. Constitución de la República de Cuba. (1976). Gaceta Oficial de la Constitución de la República de Cuba. Artículo 39, inciso h.
19. De la Torre, M. y Able, E. H. (1998). *Agenda para la acción: Museos y comunidades sostenibles*. Acuerdos de la 1era Cumbre Hemisférica de los museos de las Américas. Estudio de Museología de Rosario. Costa Rica. [En Línea]. Disponible en: <http://emuseoros.wm.com.ar/>. Accesado el 13 de marzo del 2014.
20. Decreto No. 55 (1979). *Reglamento para la ejecución de la Ley de Monumentos Nacionales y Locales*. Gaceta Oficial de la República de Cuba. La Habana, Cuba.
21. Decreto No. 118. (1983). *Reglamento para la ejecución de la Ley de Protección al Patrimonio Cultural y Natural*. Gaceta Oficial de la República de Cuba. (p.1607). La Habana, Cuba.
22. Deriche Redondo, Y. (2006). *Si de Promoción Cultural se trata*. Centro de Superación para la Cultura. La Habana: Editorial Adagio.



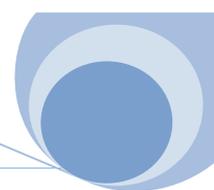
23. Enciclopedia Turística (s/f). *Concepto de Turismo*. Organización Mundial del Turismo.
24. Espino Domínguez, Y. (2010). *Cultura y Turismo: Un binomio en perfecta armonía en pos del desarrollo*. [En Línea]. Disponible en: www.monografias.com. Accesado el 20 de noviembre del 2013.
25. García Perdigón, J. R., Fraga Leal, G. R., Rodríguez Ferrero, G., Perera Escalona, A. C., González López, D. y Oliva Martínez, C. M. (2009). *Manual sobre el Trabajo Técnico de los Museos adscritos al Consejo Nacional de Patrimonio Cultural*. Compilación y actualización. [En Línea]. Disponible en: www.esicomos.org. Accesado el 10 de febrero del 2014.
26. Gómez Estévez, I. (2006). *Diagnóstico para la Puesta en Valor Turístico del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Caibarién*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Estudios Socioculturales. UCLV.
27. González, G. R. y González, M. C. (2008). *La promoción cultural*. [En Línea]. Disponible en: <http://www.trabajos/articulos.nsf/educadores>. Accesado el 10 de febrero del 2014.
28. Gutiérrez Menéndez, G. E. (2010). *Teoría y práctica de la gestión cultural. Contextos y realidades*. Selecciones de lecturas. Centro nacional de superación para la cultura. La Habana: Colección Punto de Partida. Editorial Adagio.
29. Herrero, L. (2000). El patrimonio histórico como fuente de riqueza. *Turismo Cultural*. Fundación del patrimonio histórico de Castilla y León, España.
30. Ibarra, F. (2001). *Metodología de la investigación social*. La Habana: Editorial Félix Varela.
31. La Cotera, A. (2000). *Patrimonio cultural y Turismo. Parte 1 (pp.55-68)*.
32. Lapidus, L. (1998). *Patrimonio Cultural y Turismo*. (p. 370). La Habana: Arquitectura Cuba.
33. León, A. (1988). Definiciones de Museos. [En Línea]. Disponible en: http://www.uclm.es/PROFESORADO/irodrigo/DEFINICIONES_DE_MUSEOS.pdf. Accesado el 13 de marzo del 2014.
34. Ley No. 1 (1977). Ley de protección al patrimonio cultural. Gaceta Oficial de la República de Cuba. La Habana, Cuba.



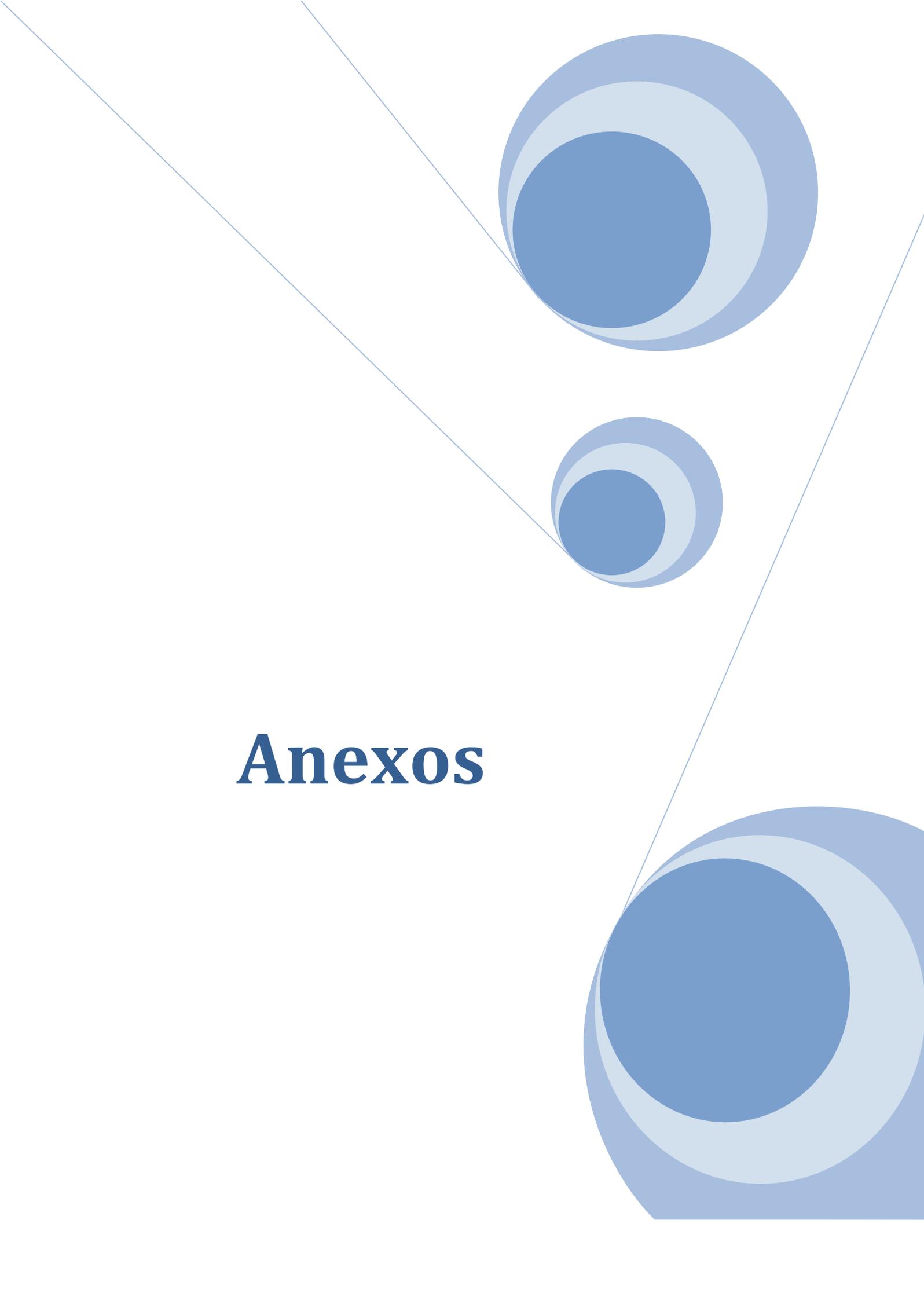
35. Ley No. 2 (1977). *Ley de los Monumentos Nacionales y Locales*. Gaceta Oficial de la República de Cuba. La Habana, Cuba.
36. Ley No. 23 (1979). *Ley de los Museos Municipales*. Gaceta Oficial de la República de Cuba. Edición ordinaria. (p.259), número 15. La Habana.
37. Ley No. 106 (2009). *Ley del Sistema Nacional de Museos y Monumentos Nacionales y Locales de la República de Cuba*. Proyecto de modificación. Gaceta Oficial de la República de Cuba. La Habana, Cuba.
38. Linares, J. (1994). *Museo, museografía y arquitectura*. Fondo de Desarrollo de la Cultura, La Habana.
39. López Guzmán, R. (2013). *Patrimonio histórico: Difusión e imbricación americana*. Universidad Internacional de Andalucía.
40. Luz, M. R. et. al. (2006). *Historia de la recreación y el turismo en Caibarién. Gestión local para el turismo sostenible*. Caibarién, Villa Clara.
41. Manual de Teoría y Práctica del Turismo. (2003). *Fundamentos del turismo*. Universidad de La Habana: Centro de estudios turísticos.
42. Martín Fernández, R. (2003). *Fundamentos del Turismo*. Centro de Estudios Turísticos Universidad de La Habana. Cuba.
43. Martín Rodríguez, A. (2010). *Promoción Cultural: Una nueva mirada*. Selección de lecturas. Centro Nacional de Superación para la cultura. Colección Punto de Partida. La Habana, Cuba.
44. Martínez Casanova, M. (2012). *La Intervención Sociocultural como recurso de cambio*. Centro de Estudios Comunitarios, Universidad Central “Martha Abreu” de Las Villas. Cuba.
45. Matamoros, E. (1990). *Instrumentos de éxito para la animación sociocultural*. (p.13).
46. Matamoros, E. & Otros. (1988). *Promoción Cultural*. (p.196). La Habana: Ministerio de Cultura.
47. Montenegro Martínez, H. (1981). *Introducción a la museología*. Instituto de Museología. La Habana: Ministerio de Cultura.
48. Morales Miranda, J. (1998). *Guía práctica para la interpretación del patrimonio*. Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.



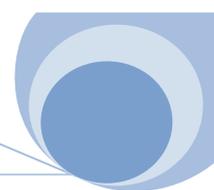
49. Morales Miranda, J. (2004). La interpretación, en su acepción de comunicación atractiva *in situ*. [En Línea]. Disponible en: <http://www.gestioncultural.org/gc/boletin/2004/boletinInterpretacion.htm>. Accesado el 5 de enero del 2014.
50. Ministerio de Cultura. (1996). *Protección del patrimonio cultural*. Compilación de textos legislativos: Consejo nacional de patrimonio cultural MINCULT.
51. Ministerio del Turismo (MINTUR). (2009). *Estrategia para el desarrollo del turismo en Cuba*. En soporte digital. La Habana.
52. Ministerio del Turismo (MINTUR). (2010). *Memorias de la Feria Internacional de Turismo*. FITCUBA. En CD. La Habana.
53. Organización Mundial del Turismo (OMT). (1999). *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects*. [En Línea]. Disponible en: www.omt.org/qualitativeaspects/HTM. Accesado el 20 de noviembre del 2013.
54. Perdomo Cruz, M. (2008). *Estrategia de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística de la población residente en la ciudad de Caibarién*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Estudios Socioculturales. UCLV.
55. Pérez Carratalá, A. B. (2013). *Interacción entre el Patrimonio Cultural y el desarrollo*. Artículo. Departamento de Estudios Socioculturales. Facultad de Ciencias Sociales. UCLV. Cuba.
56. Pérez González, Y. (2013). *Propuesta de acciones socioculturales para potenciar el vínculo entre el Museo de la Agroindustria Azucarera y la comunidad del batey Reforma*. Tesina en opción al grado de Licenciatura en Estudios Socioculturales. Filial Universitaria Municipal de Caibarién (FUM).
57. Pozo Fernández, A. (1993). *Cuba y el turismo: Actualidad y perspectivas*. La Habana: Editorial Política, Cuba.
58. Programa de Desarrollo Cultural del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” (2008). Caibarién, Villa Clara.
59. Regal, I y Santamarina, J. (1997). Turismo cultural en América Latina y el Caribe. *El patrimonio cultural y el turismo en Cuba*. UNESCO.



60. Robaina Morera, C. (2012). *Propuesta de un plan de acciones socioculturales para insertar el patrimonio cultural de la localidad como opción turística*. Tesina en opción al grado de Licenciatura en Estudios Socioculturales. Filial Universitaria Municipal de Caibarién (FUM).
61. Rodríguez Chávez, B. (2011). *Propuesta de acciones para fortalecer la identidad cultural de los pobladores de la comunidad Marcelo Salado de Caibarién*. Tesina en opción al grado de Licenciatura en Estudios Socioculturales. Filial Universitaria Municipal de Caibarién (FUM).
62. Roque, R y De La Sierra, R. (1986). *La Promoción Cultural: algunas consideraciones básicas*. En Temas # 9. (pp.8-10). La Habana: Ministerio de Cultura.
63. Salinas, E. y Echarri M. (2005). *Turismo y desarrollo sostenible: el caso del centro histórico de La Habana-Cuba*. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural. Vol. 3 No. 1 (pp. 171-188). [En Línea]. Disponible en: www.pasosonline.org. Accesado el 20 de noviembre del 2013.
64. Santana, A. (1997). Antropología y turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas? *El impacto sociocultural del turismo*. (pp.90-104). Barcelona: Editorial Ariel.
65. Soler Marchán, S. D. (s/f). *Pensar Contemporáneamente la Museología*. Centro Provincial de Patrimonio Cultural. Cienfuegos
66. Tomillo, F. (2000). Museo y Entorno. *Patrimonio cultural y turismo*. (p.39).
67. Torres Moré, P. (2003). *Técnicas de interpretación del patrimonio cultural*. La Habana: Editora MES.
68. Torres Moré, P. (2006). *Gestión Turística del Patrimonio Cultural*. La Habana: Editorial Félix Varela.
69. Velázquez Ferrer, S. (2011). *La Educación Ambiental para la conservación del patrimonio del Consejo Popular Reforma*. Tesis de Licenciatura en Estudios Socioculturales. Facultad de Ciencias Sociales. UCLV.
70. Vera Estrada, A. Ob. Cit., (p.32).
71. Vidal, B. (2010). *Un central convertido en museo*. [En Línea]. Disponible en: http://www.ecured.cu/index.php/Museo_Azucarero_en_Caibari%A9n. Accesado el 30 de mayo del 2013.
72. Villalba, E. (1993). *Cuba y el Turismo*. La Habana: Ciencias Sociales.

The page features a decorative graphic consisting of three blue circles of varying sizes, each with a gradient from dark blue to light blue. These circles are arranged in a vertical line, with the largest at the top and bottom, and a smaller one in the middle. Two thin, light blue lines intersect at the top left corner, forming a large 'V' shape that frames the circles and the text.

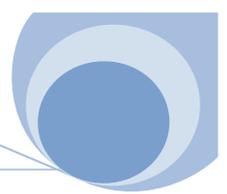
Anexos



Sección	Piezas	Descripción
Historia	Locomotora 1147	Única locomotora de fabricación de vapor que se conserva en Cuba. Fabricada en el 1915.
	Locomotora 1343	Locomotora de vapor Balwin. Fabricada en 1904, una de las más antiguas que se conservan en Cuba. Trabajó en la construcción del Canal de Panamá.
	Locomotora 1342	Locomotora de vapor Balwin. Fabricada en 1911. Por sus líneas y diámetro de sus ruedas motrices es modelo único en Cuba.
	Locomotora 1549	Locomotora de vapor American. Fabricada en el 1920. Actualmente en explotación.
	Locomotora 1539	Locomotora de vapor Balwin. Fabricada en 1920. Utilizada en la transportación de caña de azúcar en el Central Luis A. Bergnes
	Locomotora 1429	Locomotora de vapor Balwin. Fabricada en 1916. Actualmente en explotación.
	Locomotora 1823	Locomotora de vapor Balwin. Fabricada en 1920.
	Cristalizador	Pieza original de la fundación del Ingenio en 1891 de origen francés.
	Centrífuga	Utilizada en el antiguo Central Constancia actualmente Abel Santamaría donde operó el líder azucarero Jesús Menéndez.
Campana	Fabricada en 1885, presenta en alto dos imágenes religiosas. Utilizada para el llamado de las dotaciones.	

Cantidad de piezas por tipo de valor:

Sección	Valor I	Valor II	Valor III	Total
Historia	112	15	93	220
Documentos	100	50	32	182
Fotos	345	5	10	360
Total	557	70	135	762

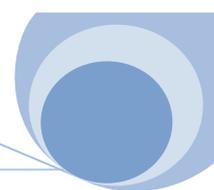


“Guía de observación participante”

Realizada durante un período exploratorio al Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” y a todos los trabajadores que laboran en él, con el objetivo de corroborar la situación problemática existente, es decir, la insuficiente promoción del patrimonio tangible en dicha institución y valorar otros aspectos de igual importancia para el desarrollo de la investigación.

Categorías a observar:

- ✓ Cantidad de visitas diarias a la institución (dirigidas o individuales).
- ✓ Conocimiento sobre el patrimonio tangible.
- ✓ Nivel de información sobre el patrimonio tangible en las visitas dirigidas.



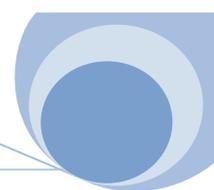
“Entrevista # 1”

Dirigida a la dirección del Museo de Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” con el objetivo de obtener información en torno a la proyección de la promoción en la institución.

Cargo que ocupa: _____

Preguntas:

- 1- ¿Conoce usted el significado del patrimonio tangible?
- 2- ¿Cree usted que los trabajadores conocen el significado del patrimonio tangible?
- 3- ¿Cuál es la importancia que representa para esta institución el patrimonio y el patrimonio tangible?
- 4- ¿Usted se implica en las actividades que el centro realiza en torno a la promoción?
- 5- ¿Con qué recursos locales se podría contar para contribuir a la promoción de esta institución?
- 6- ¿Cuáles son los principales problemas que usted considera que afectan la promoción de la institución?
- 7- ¿Considera importante el tema de la promoción del patrimonio tangible para incrementar la afluencia de turistas al centro?



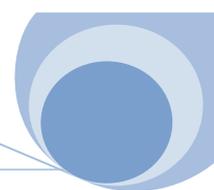
“Entrevista # 2”

Dirigida a los comerciales de las Agencias de Viajes: Islazul y Cubanacán, con el objetivo de obtener información sobre la promoción que les dan estas entidades al Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién.

Cargo que ocupa: _____

Preguntas:

- 1- ¿Cómo clasifica usted la promoción que se le da al Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién?
- 2- ¿Considera usted que se puede incrementar esa promoción?
- 3- ¿Cree usted importante la presencia del patrimonio tangible, con que cuenta esta institución, en la venta de los paquetes turísticos? Sí__ o No__.
¿Por qué?
- 4- ¿Usted cree que si se aumenta la promoción de los valores que tiene el patrimonio tangible del lugar se incremente la afluencia de turismo al Museo?
- 5- ¿Se podría contar con la ayuda de las agencias de viajes para aumentar la promoción del patrimonio tangible del Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién?



“Encuesta”.

Se está realizando esta encuesta con un alto grado de confiabilidad para lo cual necesitamos su total colaboración y sinceridad. Con ella se quiere como objetivo conocer el grado de promoción del patrimonio tangible en función de incrementar el turismo en el Museo de la Agroindustria Azucarera “Marcelo Salado” de Caibarién.

Diga:

✓ Edad:

✓ Sexo: F: ___ o M: ___

1. ¿Se realizan en la institución actividades relacionadas con la promoción de dicho centro?

___ Sí ___ No

2. ¿Con qué frecuencia se realizan las actividades de promoción con visitantes?

___ A menudo ___ Rara vez ___ Nunca

3. ¿Cree usted que los visitantes se encuentran satisfechos con la promoción que se les brinda?

___ Sí ___ No

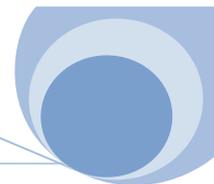
¿Por qué? _____

4. ¿Conoce usted el significado del patrimonio tangible?

___ Sí ___ No

5. ¿Expresa alguna sugerencia sobre como se podría incrementar la promoción del patrimonio en la institución?

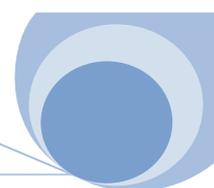
_____.



6. ¿Cuáles son los principales problemas que afectan la promoción del patrimonio en la institución?

7. En su opinión que beneficios podría traer el aumento de la promoción para la institución:

Muchas gracias por su cooperación.



Elementos de la exposición. (Objetos museables, elementos de apoyo, elementos didácticos y elementos de montaje).

Sala de presentación

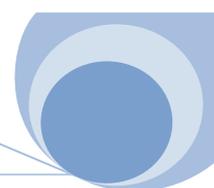
Objeto	No. Inv.	Datos Técnicos	Conservación
Locomotora de vapor	0 – 1	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Campana de la Locomotora	0 – 2	Industrial (Fundición)	Buena
Campana	0 – 3	Industrial (Fundición)	Buena

Sala del trapiche hasta el Central

Objeto	No. Inv.	Datos Técnicos	Conservación
Carreta	0 – 4	Industrial (Carpintería herrería)	Buena
Tanque conductor de guarapo	0 – 5	Industrial (Remachado)	Buena
Paila clarificador	0 – 6	Industrial (Fundición)	Buena
Caja colectora de cal	0 – 7	Industrial (Remachado)	Buena
Paila tacho melador	0 – 9	Industrial (Fundición)	Buena
Tonel	0 – 10	Industrial	Buena
Campana para el llamado de los esclavos	0 – 11	Industrial (Fundición)	Buena
Caldero macho	0 – 12	Industrial (Fundición)	Buena
Máquina de vapor simple	0 – 13	Industrial (Fundición y maquinado)	Buena
Caldera Howard	0 – 14	Industrial (Fundición)	Buena
Bomba auxiliar de vacío	0 – 15	Industrial (Fundición y maquinado)	Buena
Centrífuga	0 – 16	Industrial (Fundición y maquinado)	Buena
Mezclador	0 – 17	Industrial (Forjado y Remachado)	Buena
Sinfín	0 – 18	Industrial	Buena
Transmisión	0 – 19	Industrial	Buena

Sala de manipulación de la caña

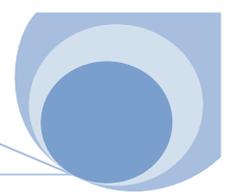
Objeto	No. Inv.	Datos Técnicos	Conservación
Grúa estebadora	0 – 20	Industrial (Soldadura y Pailería)	Buena



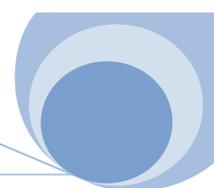
Carro Jaula	0 – 22	Industrial (Soldadura y Fundición)	Buena
Locomotora 1823	0 – 23	Industrial (Fundición y maquinado)	Buena
Campana locomotora	0 – 24	Industrial (fundición)	Buena
Alijo locomotora 1823	0 – 25	Industrial (Soldadura y Pailería)	Buena
Cigüeña de vía y obra	0 – 26	Industrial (Maquinado)	Buena

Sala de Molida

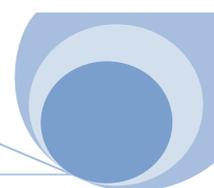
Objeto	No. Inv.	Datos Técnicos	Conservación
Basculador hidráulico de camiones	0 – 27	Industrial (Soldadura y Maquinado)	Buena
Basculador hidráulico ferrocarril	0 – 28	Industrial (Soldadura y Maquinado)	Buena
Carro jaula	0 – 29	Industrial (Soldadura)	Buena
Sistema hidráulico	0 – 30	Industrial	Buena
Winche	0 – 31	Industrial	Buena
Máquina a vapor doble	0 – 32	Industrial	Buena
Rompebulto	0 – 33	Industrial (Soldadura y Maquinado)	Buena
Nivelador	0 – 34	Industrial (Soldadura y Maquinado)	Buena
Cuchilla picadora	0 – 35	Industrial (Soldadura y Maquinado)	Buena
Turbina de vapor	0 – 36	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete	0 – 37	Industrial (Soldadura y Pailería)	Buena
Máquina de vapor	0 – 38	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tren de engrane	0 – 39	Industrial (Maquinado)	Buena
Máquina moler	0 – 40	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete M_{M1}	0 – 41	Industrial	Buena
Tren de engrane	0 – 42	Industrial	Buena
Tapacete TE_D	0 – 43	Industrial (Soldadura y Pailería)	Buena
Bolillo alimentador	0 – 44	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Desmenuzadora	0 – 45	Industrial (Fundición y	Buena



		Maquinado)	
Tapacete desmenuzador	0 – 46	Industrial (Soldadura)	Buena
Bandeja desmenuzadora	0 – 47	Industrial (Soldadura)	Buena
Canal guarapo desmenuzadora	0 – 48	Industrial (Soldadura)	Buena
Sinfin de Bagacillo	0 – 49	Industrial (Pailería)	Buena
Cuchilla varona	0 – 50	Industrial (Maquinado y Soldadura)	Buena
Máquina moler 2	0 – 51	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete M _{M2}	0 – 52	Industrial (Soldadura)	Buena
Tren engrane M ₁	0 – 53	Industrial (Maquinado)	Buena
Tapacete TE _{M1}	0 – 54	Industrial (Soldadura)	Buena
Conductor Intermedio M ₁	0 – 55	Industrial (Forjado y Maquinado)	Buena
Bandeja Maceración M ₁	0 – 56	Industrial (Soldadura y Pailería)	Buena
Bolillo alimentador	0 – 57	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Molino 1	0 – 58	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete M ₁	0 – 59	Industrial (Soldadura)	Buena
Bandeja M ₁	0 – 60	Industrial (Soldadura)	Buena
Canal de guarapo M ₁	0 – 61	Industrial (Soldadura)	Buena
Tren de engrane M ₂	0 – 62	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete TE _{M2}	0 – 63	Industrial (Soldadura)	Buena
Conductor intermedio M ₂	0 – 64	Industrial (Forjado y Maquinado)	Buena
Bandeja maceración M ₂	0 – 65	Industrial (Soldadura y Pailería)	Buena
Bolillo alimentador M ₂	0 – 66	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Molino 2	0 – 67	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete M ₂	0 – 68	Industrial (Soldadura)	Buena
Bandeja M ₂	0 – 69	Industrial (Soldadura)	Buena
Canal de guarapo M ₂	0 – 70	Industrial (Soldadura)	Buena
Máquina moler 3	0 – 71	Industrial (Fundición y	Buena



		Maquinado)	
Tapacete M ₃	0 – 72	Industrial (Soldadura)	Buena
Tren de engrane M ₃	0 – 73	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete TE _{M3}	0 – 74	Industrial (Soldadura)	Buena
Conductor intermedio M ₃	0 – 75	Industrial (Maquinado y Ensamblado)	Buena
Bandeja maceración	0 – 76	Industrial (Pailería)	Buena
Tubería de Imbibición M ₃	0 – 77	Industrial (Soldadura y Maquinado)	Buena
Bolillo alimentador Molino 3	0 – 78	Industrial (Maquinado)	Buena
	0 – 79	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete M ₃	0 – 80	Industrial	Buena
Bandeja M ₃	0 – 81	Industrial	Buena
Canal de guarapo	0 – 82	Industrial (Soldadura)	Buena
Tren de engrane M ₄	0 – 83	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete TE ₄	0 – 84	Industrial (Soldadura)	Buena
Conductor intermedio	0 – 85	Industrial (Maquinado y Ensamblado)	Buena
Bandeja maceración M ₄	0 – 86	Industrial (Pailería)	Buena
Tubería imbibición	0 – 87	Industrial (Soldadura y Maquinado)	Buena
Bolillo alimentador	0 – 88	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Molino 4	0 – 89	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete	0 – 90	Industrial (Soldadura)	Buena
Bandeja M ₄	0 – 91	Industrial (Soldadura)	Buena
Canal de guarapo M ₄	0 – 92	Industrial (Soldadura)	Buena
Tren de engrane 5	0 – 93	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete TE _{M5}	0 – 94	Industrial (Soldadura)	Buena
Conductor intermedio M ₅	0 – 95	Industrial	Buena
Bandeja de maceración	0 – 96	Industrial (Soldadura)	Buena
Tubería de imbibición	0 – 97	Industrial (Soldadura y Maquinado)	Buena



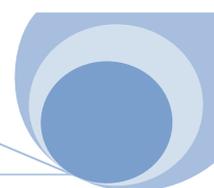
Bolillo alimentador	0 – 98	Industrial (Soldadura y Maquinado)	Buena
Molino 5	0 – 99	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Tapacete M ₅	0 – 100	Industrial (Soldadura)	Buena
Bandeja M ₅	0 – 101	Industrial (Soldadura)	Buena
Canal de guarapo M ₅	0 – 102	Industrial (Soldadura)	Buena
Canal de bagazo 5to	0 – 103	Industrial (Soldadura)	Buena
Rastrillo colador de guarapo	0 – 104	Industrial (Soldadura)	Buena
Máquina a vapor presión Molino	0 – 105	Industrial (Maquinado)	Buena
Contrapeso 1	0 – 106	Industrial (Fundición)	Buena
Contrapeso2	0 – 107	Industrial (Fundición)	Buena
Contrapeso 3	0 – 108	Industrial (Fundición)	Buena

Sala de Generación de Vapor

Objeto	No. Inv.	Datos Técnicos	Conservación
Conductor de Bagazo	0 – 109	Industrial (Soldadura)	Buena
Conductor de Bagazo 2	0 – 110	Industrial (Soldadura)	Buena
Hornos	0 – 111	Industrial (Albañilería y Soldadura)	Buena
Chimenea	0 – 112	Industrial	Buena

Sala de Fabricación

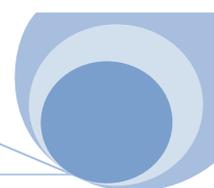
Objeto	No. Inv.	Datos Técnicos	Conservación
Clarificador	0 – 136	Industrial	Buena
Condensador	0 – 137	Industrial	Buena
Evaporador 1	0 – 138	Industrial	Buena
Evaporador 2	0 – 139	Industrial	Buena
Evaporador 3	0 – 140	Industrial	Buena
Evaporador 4	0 – 141	Industrial	Buena
Bomba de Vacío	0 – 142	Industrial	Buena
Tacho 1	0 – 143	Industrial - Ensamblado	Buena
Tacho 2	0 – 144	Industrial	Buena
Cristalizador	0 – 145	Industrial	Buena
Bomba de Miel A	0 – 146	Industrial	Buena
Bomba de Miel B	0 – 147	Industrial	Buena
Bomba de Miel C	0 – 148	Industrial	Buena



Bomba a Vapor	0 – 149	Industrial (Fundición)	Buena
Bomba a Vapor	0 – 150	Industrial (Fundición)	Buena
Pehachímetro	0 – 150	Industrial	Buena
Microscopio Óptico	0 – 151	Industrial	Buena
Balanza	0 – 152	Industrial	Buena
Manómetro	0 – 153	Industrial	Buena
Polarímetro	0 – 154	Industrial	Buena
Conductímetro	0 – 155	Industrial	Buena
Marcador de Sacos	0 – 156	Artesanal	Buena
Saco Marcado	0 – 157	Industrial	Buena
Neomeator	0 – 158	Industrial	Buena
Fotocolorímetro	0 – 159	Industrial	Buena
Equipo Neumático D.C.AD.P.A	0 – 160	Industrial	Buena
Base de Mad del Cristalizador	0 – 161	Artesanal	Buena
Eje Transmisión al Cristalizador	0 – 162	Industrial	Buena

Sala de Agro-mecanización

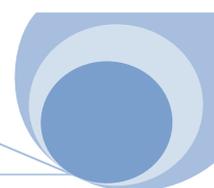
Objeto	No. Inv.	Datos Técnicos	Conservación
Mocha	0 – 163	Industrial	Buena
Machete curvo	0 – 164	Industrial	Buena
Piocha	0 – 165	Industrial	Buena
Tenedor removedor	0 – 166	Industrial	Buena
Jan	0 – 167	Artesanal	Buena
Coa	0 – 168	Artesanal	Buena
Yugo de tiro	0 – 169	Artesanal	Buena
Eje de madera	0 – 170	Artesanal	Regular
Suncho	0 – 170,1	Artesanal	Buena
Suncho	0 – 170,2	Artesanal	Buena
Cabeza de arado	0 – 171	Artesanal	Regular
Arado criollo	0 – 172	Artesanal	Buena
Rastra de madera	0 – 173	Artesanal	Buena
Yugo mono	0 – 174	Artesanal	Buena
Yugo largo	0 – 175	Artesanal	Buena
Grada de madera	0 – 176	Artesanal	Buena
Arado de expolón	0 – 177	Industrial	Buena
Grada de hierro	0 – 178	Artesanal	Buena
Cultivadora	0 – 179	Industrial	Buena



mecanizada			
Carro de arado	0 – 180	Industrial	Buena
Surcador Duplex	0 – 181	Industrial	Buena
Fertizador Dúplex	0 – 182	Industrial	Buena
Distribuidor de compost	0 – 183	Artesanal	Buena
Mano mecanizada	0 – 184	Artesanal	Buena
Tractor de Oruga	0 – 185	Industrial	Buena
Carreta	0 – 21	Artesanal	Buena
Cultivador	0 – 186	Industrial	Buena
Arado Americano	0 – 187	Industrial	Buena

Sala de Maquinado

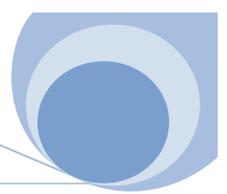
Objeto	No. Inv.	Datos Técnicos	Conservación
Máquina de Vapor	0 – 113	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Generador de Corriente	0 – 114	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Pizarra	0 – 115	Industrial (Carpintería)	Buena
Interruptor Principal	0 – 116	Industrial	Buena
Interruptor	0 – 117	Industrial	Buena
Amperímetro	0 – 118	Industrial	Buena
Voltímetro	0 – 119	Industrial	Buena
Amperímetro	0 – 120	Industrial	Buena
Voltímetro	0 – 121	Industrial	Buena
Reostato	0 – 122	Industrial	Buena
Cepillo Mecánico	0 – 123	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Segueta Mecánica	0 – 124	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Taladro Vertical	0 – 125	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Taladro Radial	0 – 126	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Torno Mecánico 5m	0 – 127	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Torno Mecánico 3m	0 – 128	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Limadora Hidráulica	0 – 129	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Terraja Mecánica	0 – 130	Industrial (Fundición y	Buena



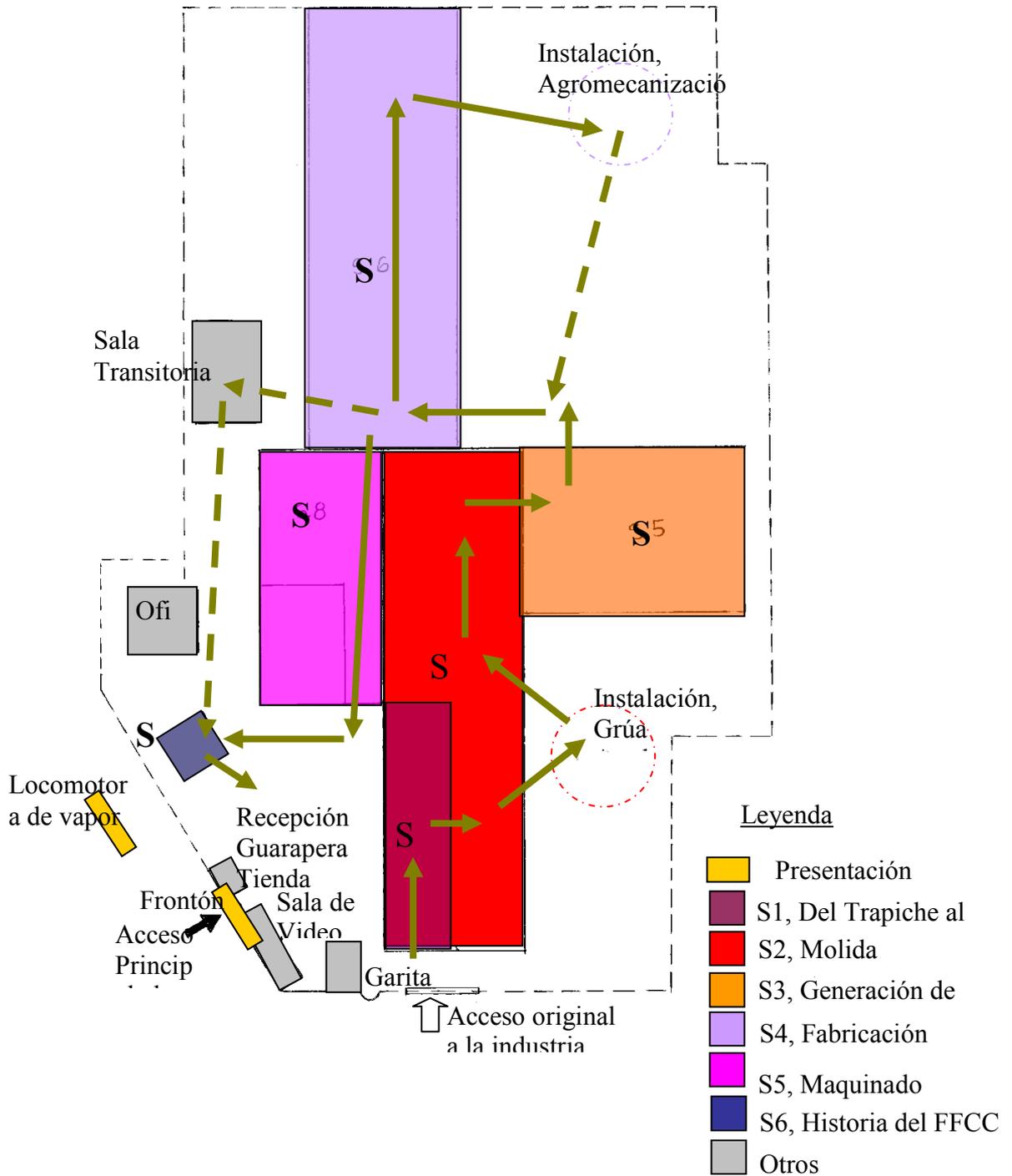
		Maquinado)	
Taladro Vertical Pequeño	0 – 131	Industrial (Fundición y Maquinado)	Buena
Fragua	0 – 132	Artesanal	Buena
Yunque	0 – 133	Industrial	Buena
Recipiente de Agua	0 – 134	Industrial	Buena
Mordiente	0 – 135	Industrial	Buena

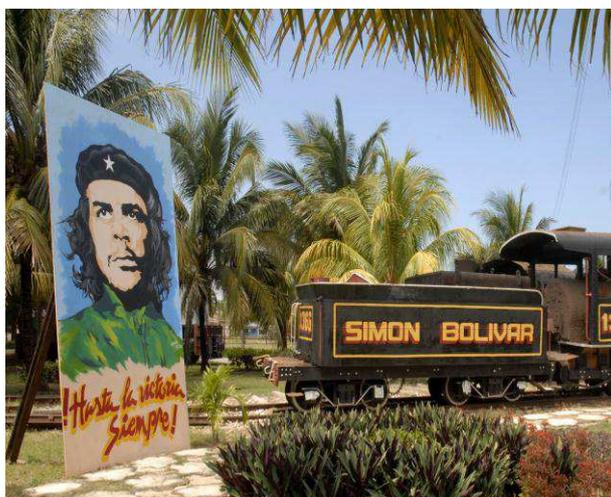
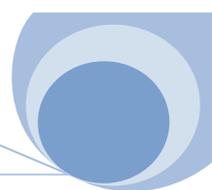
Sala de Ferrocarriles

Objeto	No. Inv.	Datos Técnicos	Conservación
Perno	0 – 205	Industrial	Buena
Riel	0 – 207	Industrial	Buena
Riel	0 – 208	Industrial	Buena
Riel	0 – 209	Industrial	Buena
Riel	0 – 210	Industrial	Buena
Gato Mecánico	0 – 206	Industrial	Buena
Riel	0 – 211	Industrial	Buena
Riel	0 – 212	Industrial	Buena
Riel	0 – 213	Industrial	Buena
Trofeo	0 – 215	Industrial	Buena
Trofeo	0 – 216	Industrial	Buena
Trofeo	0 – 217	Artesanal	Regular
Trofeo	0 – 218	Industrial	Buena
Triple del Freno	0 – 219	Industrial	Buena
Turbina	0 – 220	Industrial	Buena
Donker	0 – 221	Industrial	Buena
Indicador	0 – 222	Industrial	Buena
Cambia Vía	0 – 223	Industrial	Buena
Carro Ligero Ferroviario	0 – 224	Industrial	Regular
Locomotora 1343	0 – 225	Industrial	Buena
Locomotora 1342	0 – 226	Industrial	Regular
Locomotora 1426	0 – 227	Industrial	Regular
Locomotora 1429	0 – 228	Industrial	Buena
Locomotora 1539	0 – 229	Industrial	Regular
Locomotora 1549	0 – 230	Industrial	Buena

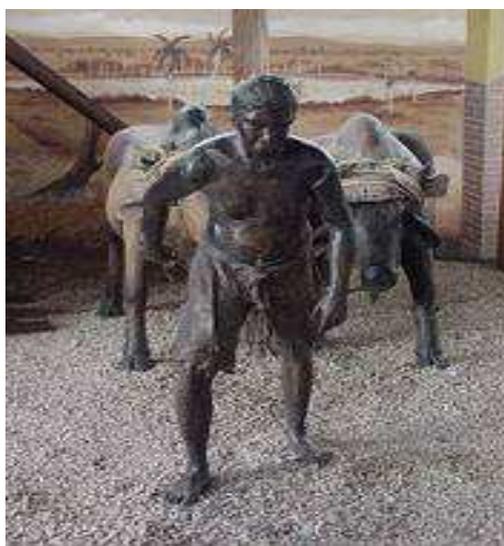
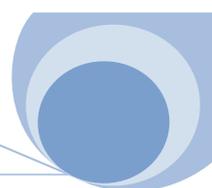


Museo de la Agroindustria Azucarera, Caibarién, Villa Clara.





Parque de locomotoras (elementos excepcionales del Museo)



Elementos expositivos presentes en el Museo