

*El Hostal remediano en la Promoción de la
Cultura Popular Tradicional.*

*Altoras: Isney Javier Ramírez
Tutor: M.Sc. Gerardo Iglesias Montero*

Santa Clara

2011



*...“ Nosotros en el campo de la cultura tenemos que proponer ampliamente
la participación de las masas y que la creación cultural
sea obra de las masas y disfrute de las masas.
Y que los mejores valores que ha creado la humanidad
... Puedan ser patrimonio de las masas...”*

Fidel Castro

Dedicatoria

A mis padres Ordalia y Jorge Luis, a quienes con su presencia y apoyo han llenado mi vida de felicidad: Isora, Edeibys, Richard y Sandra.

Agradecimientos

A Jehová, por la vida, la salud y el amor.

A este país por permitirme estudiar.

A mi madre por ser mi guía y luz, gracias mamita.

A mi tutor Gerardo que sin su ayuda hubiese sido imposible la realización de esta investigación.

A mi hermana Isora, mi esposo Edeibys y a mis sobrinos Richard y Sandra, que además de mi mamá son las personas que más amo en la vida.

A mis cuñados Jorge Luis y Yuleibys que también me apoyaron cuando los necesité.

A Rabelo y a Dorita por su gran ayuda en la realización de esta investigación.

A Alejandro que siendo un niño también puso su granito de arena ayudándome a organizar la bibliografía.

A mis suegros Alfredo y Caridad.

A mis amigos de la universidad que durante estos cinco años me ayudaron a seguir adelante: Yaumary, Leticia, Susel, Elizabeth, Ena, Frida, Alejandro Lig-Long, Jorgito, Reidel, Yunier, Aray, Sandry, Dailin, en fin, a todo mi grupo.

A todos los profesores que me impartieron clases.

Resumen

Aún son insuficientes las investigaciones que vinculen turismo, cultura y comunidad, lo cual es de vital importancia para el país. Por esto se cree necesaria la realización de la presente investigación, que se inscribe en la región turística de Remedios la que cuenta con un legado histórico rico en tradiciones, además, su condición de octava villa, sus fiestas parranderas, sus costumbres y religiosidad, convierten a Remedios en un gran atractivo turístico.

A partir de 1995 se produce en Cuba un auge sin precedentes de la actividad turística que genera una demanda de alojamiento para lo cual no había una respuesta inmediata de la planta hotelera existente, lo que se suple a través del arrendamiento de viviendas (denominados hostales) que por sus características constructivas y arquitectónicas favorecen la solución a la demanda.

La villa de San Juan de los Remedios, octava por su origen, se encuentra ubicada en el circuito del destino turístico en consolidación "Cayos de Villa Clara", siendo altamente demandada por los visitantes foráneos, por los atractivos que posee y su estado de conservación. Su planta hotelera es exigua, por lo que las viviendas en arriendo constituyen una solución al alojamiento y con ello surge la necesidad de que sus dueños (arrendadores) estén capacitados para promover la cultura popular tradicional de esta ciudad.

A través de una propuesta de acciones para la divulgación de la cultura popular tradicional en los hostales de Remedios se pretende generar un programa de trabajo que integre a los arrendadores en el sistema de gestión del Turismo Cultural, que está encaminado a solucionar sus necesidades de superación y en la promoción de este producto.

<i>Índice</i>	<i>Pág.</i>
<i>Introducción.....</i>	<i>6</i>
<i>Capítulo1: Fundamentos teóricos para la interpretación del turismo vinculado a los hostales como fenómeno sociocultural.....</i>	<i>10</i>
<i>1.1 Cultura popular tradicional.....</i>	<i>10</i>
<i>1.2 Turismo cultural. Ciudades turísticas.....</i>	<i>13</i>
<i>1.3 Producto turístico. Alojamiento.....</i>	<i>21</i>
<i>Capítulo II: Propuesta de Acciones para la Divulgación de una Cultura Popular Tradicional en los Hostales de Remedios.....</i>	<i>34</i>
<i>2.1. Fundamentación de la metodología empleada.....</i> <i>.Instrumentos.</i> <i>.Selección de la muestra.</i>	<i>34</i>
<i>2.2. Caracterización socioespacial de Remedios.....</i>	<i>37</i>
<i>2.3. Análisis de los resultados según los instrumentos aplicados.....</i>	<i>49</i>
<i>2.4. Propuesta de acciones para la divulgación de una cultura popular tradicional en los hostales de Remedios.....</i>	<i>53</i>
<i>Conclusiones.....</i>	<i>59</i>
<i>Recomendaciones.....</i>	<i>60</i>
<i>Bibliografía.....</i>	<i>61</i>
<i>Anexos.....</i>	<i>68</i>

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del turismo a escala mundial y en el Caribe es una realidad y de hecho constituye el modo de vida principal para no pocos países en desarrollo. Las tendencias del turismo para este siglo muestran la revalorización del turismo activo frente al turismo pasivo y el desplazamiento a destinos más lejanos e insólitos.

Sus efectos multiplicadores pueden y deben entonces ser aprovechados en beneficio de sus economías. Quienes defienden y contribuyen a la preservación de las identidades nacionales ante las imposiciones hegemónicas, han contribuido sin dudas a una mayor comprensión de la diversidad a través de aquellos procesos culturales que conservan y estimulan las identidades locales ante la tendencia homogenizadora de la era global.

La década de los años 90 introdujo importantes cambios en la geopolítica mundial que han repercutido en las diferentes regiones y países. Cuba resintió una gran afectación en su economía, y en la búsqueda de soluciones se han producidos profundas transformaciones en la estructura económica productiva del país, que han cambiado las funciones tradicionales de muchos de sus espacios. Tal es el caso del nuevo escenario inducido por el turismo, actividad económica asumida como una alternativa. Se revalora entonces nuevos espacios litorales, urbanos y naturales, que requieren de programas de políticas turísticas específicas para proyectar su desarrollo.

En un contexto donde ha crecido la visión de la cultura como fenómeno antropológico por una parte, mientras que por otra la conciencia de que lo tradicional es un proceso de continuidad y no del pasado, evitando el congelamiento de nuestros valores tradicionales y por supuesto, lo que significa el mantenimiento de nuestros propios símbolos en cada una de las prácticas sociales de las diferentes expresiones o manifestaciones de la Cultura Popular y Tradicional en los propios escenarios donde han germinado durante generaciones como patrimonio cultural vivo en cualquiera de las denominaciones existentes, (marco familiar, grupos o comunidades) en el que nos corresponde el reto mayor del respeto, estimulación, conservación y promoción de los llamados tesoros humanos vivos como fuentes inagotables de sabiduría de aquello que nos pertenece, dado su carácter arraigar y costumbrista; lo nuestro, lo propio y lo singular de todos los cubanos.

El turismo considerado por muchos como la actividad económica más dinámica del siglo XX es un fenómeno característico e irreversible de nuestra época, con especial importancia en el desarrollo de nuestra sociedad, entre otras causas, por la gran cantidad

de personas que en él participan y su amplia repercusión en lo, económico, social y cultural.

No son suficientes las investigaciones que se han realizado en nuestro país que presenten la relación turismo, cultura y comunidad. Por estas razones es de gran ayuda la realización de la presente investigación, inscrita en Remedios, rico en su cultura debido a su historia, tradiciones populares, leyendas, costumbres y un sin fin de aspectos socioculturales que la hacen única y la convierten en un exponente de gran atractivo cultural dentro de nuestro país. Remedios presenta un sinnúmero de factores relevantes, en correspondencia con su historia, la representación viva de la conservación de un patrimonio tangible, caracterizado por los estilos arquitectónicos: barroco, neoclásico y ecléctico. Su principal atractivo es ser la octava villa fundada en nuestro país, además lo constituye la cercanía o presencia de la ruta del destino en consolidación “Cayos de Villa Clara”.

En 1980 el centro urbano histórico de la ciudad es declarado monumento nacional. En 1997 queda consolidado y aprobado por decreto ley el arrendamiento de viviendas en moneda nacional y convertible (hostales) que por sus características constructivas y arquitectónicas favorecen la solución a la demanda, por estas razones se hace necesario que los dueños de hostales (arrendadores) conozcan la cultura popular tradicional Remedios para que por medio de ellos se transmita al turista.

En Remedios existe la carencia de una planta hotelera que posibilite una solución a las necesidades de alojamiento a los turistas, por lo que se hace imprescindible la existencia de un mayor número de viviendas de arrendamiento al turista (hostales), en estos espacios es necesaria la divulgación de la cultura popular tradicional de Remedios.

Problema de Investigación:

¿Cómo propiciar la divulgación de la cultura popular tradicional desde el hostel remediano?

Objeto de estudio:

Los hostales de Remedios.

Objetivo general:

Proponer acciones socioculturales que propicien la divulgación a los turistas de la cultura tradicional remediana desde sus hostales.

Interrogantes Científicas:

1. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos y metodológicos para la promoción de la cultura popular tradicional en el hostal remediano?
2. ¿Cuáles son las características socio espaciales de Remedios?
3. ¿Qué potencialidades y debilidades posee el hostal remediano para la divulgación de la cultura popular tradicional?
4. ¿Qué acciones propician la divulgación de la cultura popular tradicional remediana?

Objetivos Específicos:

1. Analizar los fundamentos teóricos y metodológicos relacionados con la cultura popular tradicional y el hostal remediano.
2. Caracterizar el espacio geográfico de Remedios.
3. Diagnosticar las fortalezas y debilidades del hostal remediano en la divulgación de la cultura popular tradicional.
4. Elaborar acciones para propiciar la divulgación de la cultura popular tradicional en el hostal remediano.

Metodología aplicada

La metodología que se utiliza en esta investigación describe un enfoque cualitativo, el mismo posibilita la interpretación de las variadas relaciones que tienen lugar en nuestra vida, de esta manera encontramos la respuesta a las interrogantes planteadas.

En la investigación se utilizan métodos teóricos y experimentales para la obtención de información acerca del objeto de la investigación. Dentro de ellos se encuentran:

Del nivel teórico:

Histórico – Lógico:

Se analizan los principales conceptos (Turismo, Patrimonio Sociocultural, Cultura Popular Tradicional y Hostal) considerando la importancia que le atribuyen a la investigación.

Analítico-Sintético:

Este método facilita la familiarización del investigador con el tema objeto de estudio.

Inductivo-Deductivo:

Se parte del análisis de conceptos, principios generales o leyes universales que se relacionen con las formas de divulgación de la cultura popular tradicional en otros contextos.

Del nivel empírico:

Análisis de documentos:

Para la búsqueda de informaciones que se relacionen con la divulgación de la cultura popular tradicional desde el hostel remediano.

Observación participante:

Para la caracterización del territorio, para conocer las características de los hostales, tanto desde el punto de vista constructivo, como de ordenamiento, así como los servicios que ofrece al cliente y su presentación, calidad y profesionalidad.

Entrevista semiestandarizada:

Se aplica a los arrendadores de hostales con mayor experiencia y antigüedad en la actividad como parte del diagnóstico, para obtener información.

Cuestionario:

Se aplica a la mayoría de los arrendadores relacionados en la muestra para obtener información sobre el objeto de la investigación y para el diagnóstico.

La novedad del tema consiste en que es la primera vez que se cuestiona el estado real de la preparación de los arrendadores de hostales para asumir la divulgación de la cultura remediana. Existen instituciones a las que esta investigación puede aportar conocimientos sobre la problemática, entre ellas se encuentran: la Casa de la Cultura del Municipio, el Sectorial Municipal de Cultura, museos de la ciudad, así como instalaciones que brindan servicio al turista y se benefician con su asistencia, por lo que en esto consiste su principal aporte práctico. Desde el punto de vista teórico se enriquece el material bibliográfico de las asignaturas afines a la temática en las carreras de Estudios Socioculturales y Sociología.

El turismo que visita a Remedios es cultural, se interesa por la interacción, la convivencia y el intercambio con el pueblo, sus tradiciones y elementos identitarios. Para que surja el interés por el atractivo turístico de Remedios es necesaria una adecuada información al cliente por parte de los arrendadores e instituciones afines, garantizando de esta manera la repitencia del visitante.

La tesis está estructurada en 2 capítulos, consta de 13 anexos y de 81 páginas.

Capítulo1: Fundamentos teóricos para la interpretación del turismo vinculado a los hostales como fenómeno sociocultural.

1. 1. Cultura popular tradicional.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO por sus siglas en inglés) en coordinación con la Oficina Regional de Cultura para América Latina y el Caribe, adoptan el término de cultura popular tradicional en identidad a «patrimonio inmaterial» y lo define como: *“El conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundada en la tradición, expresada por un grupo o por individuos y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto a expresión de su identidad cultural y social; las normas y los valores se transmiten oralmente, por imitación o de otras maneras. Sus formas comprenden, entre otras, la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, la artesanía, la arquitectura y otras artes”*. (Guanche, 2003: 10).

El conocimiento de la cultura popular tradicional en Cuba cuenta con más de siglo y medio de experiencias acumulativas, si tomamos como referencia inicial la importante publicación en 1836 del ya clásico Diccionario provincial casi razonado de voces y frases cubanas, de Esteban Pichardo y Tapia (1799—1879), donde se identifican y definen componentes de la cultura popular tenidas ya como propias de esta Isla.

El ámbito de los conceptos y definiciones es un proceso sumamente dinámico y cambiante, de manera que lo que hoy puede tener un valor definitorio, aunque nunca definitivo, mañana puede enriquecerse o transformarse con nuevos matices e incluso caer en desuso. Existen un gran número de conceptos y definiciones de acuerdo a estos términos que se apropian al país de donde proceden. La Cultura Popular es el conjunto de actividades y valores creados, heredados y/o transmitidos por el pueblo para satisfacer necesidades de su vida cotidiana; responde en lo fundamental a las expectativas de desarrollo de un grupo o comunidad determinada en un contexto geográfico y socioeconómico específico; se encuentra en constante transformación; recibe influencias y, conjuntamente, puede influir en otros grupos y/o comunidades.¹

¹ Estas expresiones, aunque alcanzan gran aceptación en un período histórico determinado, suele incluir elementos tradicionales por lo general se conservan poco tiempo en la preferencia y en la práctica social (Programa de Desarrollo Cultural CNCC 2003-2005).

Según lo demuestra el Consejo Nacional de Casas de Cultura, la Cultura Popular Tradicional es el conjunto de expresiones y manifestaciones generadas, creadas y preservadas en una sociedad o grupo humano específico con un condicionamiento histórico particular; se transmite y difunde de una generación a otra fundamentalmente por vía oral y por imitación. Constituye un proceso dinámico y cambiante. Los aspectos esenciales que la caracterizan son: historicidad, transmisión, creatividad colectiva, continuidad intergeneracional, empirismo, habilidad, destreza, vigencia por extensos períodos de tiempo.²

La UNESCO en el año 1989 define a la Cultura Tradicional y Popular como el conjunto de creaciones que emana de una comunidad cultural fundada en la tradición expresadas por un grupo o por individuos y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto expresión de su identidad cultural y social; las normas y los valores se transmiten oralmente, por imitación o de otras maneras. Sus formas comprenden entre otras, la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, costumbres, artesanía y otras artes.³

Las fiestas es un elemento de gran importancia dentro de la Cultura Popular. Las fiestas populares en general, constituyen una vía fundamental para el estudio integral de una comunidad en tanto resumen los principales comportamientos, creencias, hábitos y costumbres. La fiesta popular goza de la preferencia del público durante un determinado período de tiempo, por lo tanto su duración puede ser efímera.⁴ Las fiestas populares y tradicionales constituyen la actividad colectiva de tipo familiar, vecinal, comunal o social en general, que la población participante organiza y prepara para su propio disfrute. Pervive de una generación a otra por un lapso prolongado de tiempo. Es generada por algún acontecimiento colectivo ya sea de índole social, económica, religiosa, vinculada con el ciclo anual, vital u otro. Se caracteriza por el sentido de pertenencia que el grupo social participante le otorga.⁵

Cuba estuvo representada en la reunión efectuada el 19 de marzo del 2002, en las Islas Baleares, por los ministros de cultura. En este encuentro se acordó reajustar el anterior

² Concepto operacional del Consejo Nacional de Casas de Cultura.

³ Definición propuesta por la UNESCO en 1989.

⁴ Concepto operacional del Atlas Etnográfico de Cuba.

⁵ Concepto operacional del Atlas Etnográfico de Cuba.

concepto a las características culturales de cada nación, por lo que nuestro país asume el siguiente postulado:

La cultura popular y tradicional incluye todo lo que hace referencia al conjunto de las manifestaciones culturales, tanto materiales como inmateriales, como son la música y los instrumentos, los bailes, la indumentaria, las fiestas, las costumbres, las técnicas y los oficios, la gastronomía y los juegos, los deportes, las danzas rituales o religiosas, las representaciones, las creaciones literarias, así como todas aquellas otras actividades que tienen carácter tradicional y que han sido o son populares.

El Dr. Manuel Martínez Casanova (en *Aspectos teóricos y metodológicos de Cultura Popular*. En: \\dante\Bibliografía\Ciencias Sociales\Sociocultural\Cultura Popular Tradicional), enriquece la teoría al asegurar que la cultura popular tradicional encierra cuatro aspectos de vital importancia. En primer lugar la Literatura Oral, con su poética, narrativa y lingüística. En segundo lugar la Cultura de Socialización, donde se encuentran las fiestas, teatro, música, danzas e instrumentos musicales, indumentaria, mascararas, juegos y la familia. En tercer lugar la Cultura Ergológica que encierra la cocina, transporte, arte popular, artesanía, oficios y formas tradicionales de producir y crear. Por último la Cultura Mágico-Religiosa que incluye la magia, religión, medicina popular, creencias y supersticiones. Reflexiones a la que se acoge el investigador para la confección de la presente memoria escrita, por responder la misma a uno de los objetivos de nuestra investigación.

La Cultura Popular Tradicional a nivel internacional se manifiesta de diversas maneras, pudiéramos mencionar una de estas haciendo alusión a la cocina en función de los paisajes marinos, cocina mediterránea distintiva por la declaración de mariscos en sus platos, además el vino que surge de los viñedos del paisaje mediterráneo del Chaparral, como se deja explicitado anteriormente cada país hace gala de una demostración diferente de la cultura popular tradicional.

En la historia y la cultura cubana la cultura popular es determinante, la conciencia individual, colectiva y nacional, constituyen los niveles sucesivos de la cultura popular tradicional cubana que puede alcanzar el estadio de una conciencia universal, consonante con la afirmación de nuestro poeta nacional José Martí de que *"Patria es Humanidad"*.

Cuba debido a la variedad étnica, el mestizaje y las sucesivas oleadas de inmigración durante los siglos XIX y XX, de españoles, africanos (traídos en calidad de esclavos por los colonizadores), jamaicanos, haitianos, chinos y más tarde la llegada de alemanes, japoneses y árabes, logró una unidad y diversidad cultural donde la cultura popular tradicional alcanzó un peso significativo en la cosmovisión y cosmogonía de los cubanos.

1.2. Turismo Cultural. Ciudades turísticas.

En los últimos años, el concepto de turismo ha ido transformándose con el paso del tiempo. Junto al tradicional turismo de sol y playa o turismo de masas, nacen otros conceptos turísticos tales como turismo cultural, turismo rural, etc. Y son múltiples los términos que engloban estas nuevas manifestaciones: turismo urbano, monumental, arqueológico, etnográfico, turismo literario, ecoturismo, agroturismo, turismo gastronómico, turismo deportivo e, incluso, turismo sexual, etc.

El turismo ha evolucionando al mismo tiempo que el concepto de patrimonio. Patrimonio cultural y Patrimonio natural, museos y turismo cultural son realidades íntimamente ligadas, que en la actualidad se desarrollan de forma dependiente.

Según los informes de la Organización Mundial del Turismo, el turismo es el sector principal de la economía mundial. Se espera que en 2011 este sector represente el 11% del producto bruto mundial y, lo que es más importante, que genere uno de cada 11 empleos. El sector turístico es una de las mayores fuerzas económicas de algunas regiones y países. Sin embargo, el turismo provoca impactos sobre el territorio, el medio ambiente, las sociedades, las culturas y las economías locales ya que el turista no es sólo un gran consumidor de recursos naturales y un gran productor de residuos, sino también, un "contaminador" de culturas. El turismo pone en contacto la cultura local receptora con la cultura foránea y esto, que puede tener unos efectos positivos, también tiene impactos sobre las formas de vida y los hábitos lingüísticos, artísticos, gastronómicos, económicos, etc. provocando que la cultura y los gustos de las poblaciones locales se adapten a los gustos del visitante que es, en la mayor parte de los casos, producto de la cultura hegemónica globalizada.

El turismo masivo amenaza el medio natural y el medio social de numerosos territorios, sociedades y culturas. Para evitarlo, la planificación de unos servicios turísticos de calidad y respetuosos con el medio ambiente y el medio social y humano, debe basarse en un

turismo sostenible, esto es, una oferta turística que haga compatible esta actividad, con la preservación y la recuperación de los valores culturales, sociales y ambientales, junto al desarrollo de las sociedades locales.

A lo largo de los siglos, el hecho de viajar, motivado por la necesidad, el placer, la curiosidad o la religiosidad, ha llevado a muchas personas a ir de un sitio a otro descubriendo gentes, paisajes y costumbres nuevas. Aunque parezca aventurado, se puede decir que ya en las culturas griega y romana existía un cierto turismo cultural, como lo prueban algunos escritos y guías de viajes. Así, Herodoto, en su Libro I de las Indagaciones habla de la ciudad de Babilonia y la describe como una ciudad monumental donde se encontraba la famosa Torre de Babel.

Entre los romanos también tuvo especial importancia el valor del viaje como medio de satisfacer la curiosidad por conocer lugares exóticos y sorprendentes, en un momento en que las vías de comunicación existentes comenzaban a facilitar la movilidad de los ciudadanos más pudientes, como puede verse en la Historia Natural de Plinio el Viejo.

Pero también las guerras de conquista y las misiones diplomáticas servirían al ejército romano para realizar viajes de placer y de carácter religioso. Era evidente que los romanos frecuentaban los templos y santuarios, alternando estas visitas con las fiestas y los baños termales que poseían en sus grandes villas y que el mismo Ovidio cita en su obra *Ars Amandi*.

Durante la Edad Media se revaloriza el viaje religioso a través de la evangelización del cristianismo y de las peregrinaciones a los Santos Lugares, tanto cristianos como islámicos y budistas. Numerosos viajeros describirían con todo tipo de detalles los monumentos históricos, las costumbres y las prácticas religiosas, abriendo sus misterios a las gentes que quedan sorprendidas ante la diversidad de datos novedosos que se le ofrecen.

Sin embargo, los lugares relacionados con la historia del cristianismo los más frecuentados y comentados con un fin didáctico y doctrinal. Roma, Constantinopla, Capadocia, Antioquia, Jerusalén, Egipto, etc. El precedente más claro del turismo cultural, se encuentra en el siglo XVIII con la aparición del Grand Tour, entendido como la visita realizada por los aristócratas británicos, a los lugares históricos, artísticos y naturales más

destacados del continente europeo, con especial incidencia en la península itálica. Estos viajes eran auténticos recorridos turísticos culturales.

A lo largo del siglo XIX, la relación entre el patrimonio cultural y el turismo se hace más evidente. Se abren nuevos museos, lugares significativos de la historia nacional y sitios naturales para que sean visitados por el público. Con los descubrimientos del motor a vapor y del ferrocarril el turismo de masa va tomando cuerpo.

El estudio de las motivaciones turísticas revela una infinita gama de recursos que pueden ser objeto de planificación. Esta variedad, no obstante, puede ser agrupada en dos grandes categorías: los atractivos naturales y los atractivos socioeconómicos y culturales.

La OMT define turismo cultural como aquel cuyos atractivos son estudios culturales, arte, festivales, monumentos, sitios históricos o arqueológicos manifestaciones folclóricas o peregrinaciones (Barreto, 2000: 20).

En la década de los años noventa del siglo XX, la práctica del turismo cultural en las ciudades históricas ha aumentado considerablemente variando no solo cuantitativamente sino también en la heterogeneidad de los visitantes. Iguales que la Centaia, las ciudades históricas despiertan de alguna manera del sueño en que las había sucumbido el Turismo de Sol y Playa.

Es importante retomar algo de lo que se había hablado con anterioridad, y es la gran responsabilidad que implica para los actores sociales encargados de la gestión turística, convertirlas en productos turísticos, ya que deben estar consientes que además de los grandes beneficios se deben correr muchos riesgos que si no se controlan constantemente pueden ocasionar una catarsis y destruir la ciudad, como son el aumento de la carga peatonal, la desaparición del equilibrio de la vida urbana, el deterioro del medio ambiente e incluso la desaparición del patrimonio tanto tangible como intangible.

Las ciudades históricas han encontrado en el Turismo Cultural el espacio donde ser ellas mismas, el galán al que le mostrarán sus más preciados tesoros, o simplemente al atrevido y aventurero forastero que se adentrará en los lugares donde nadie se ha atrevido llegar. El Turismo Cultural y las Ciudades Históricas, son sin lugar a dudas un feliz matrimonio, con sus altas y con sus bajas pero con tal grado de compenetración que cualquier elemento que rompa con su armonía provoca irremediamente la muerte de uno de los dos.

Hoy en día existe un mercado cada vez mayor que demanda turismo cultural, pero a pesar de ello no existe coherencia, sino más bien un desajuste entre las necesidades expresadas por los mercados (la demanda), los recursos potenciales existentes (lo que podría ofrecer) y la realidad del recurso puesto en valor como oferta turística cultural (la oferta).

Estudios realizados en España (Turismo Cultural, TURERSPAÑA 2001), indican que sólo el 8% de los viajes que se realizan a ese país como destino turístico tienen una motivación cultural. Si a esta cifra, añadir que España es el segundo país en patrimonio histórico-artístico y además es el país que cuenta con más conjuntos patrimoniales distinguidos por la UNESCO como Patrimonios de la Humanidad, se puede deducir rápidamente que el camino por recorrer en este ámbito es largo y complejo.

El turismo cultural al igual que otras actividades turísticas, ha de estar en constante evolución y adaptación a las nuevas demandas turístico-culturales que surjan. A partir del concepto de Parque Temático, tan popular hoy en día, se ha empezado a desarrollar una nueva definición de producto turístico-cultural basado en la tematización, el espacio y el patrimonio, que permite presentar una oferta turística muy competitiva y muy adaptada a los nuevos tiempos.

En los últimos años el Turismo Cultural ha cobrado cierta relevancia en aquellas zonas que han visto limitados otros tipos de turismo tales como: *sol y playa*, *deportivo*, etc. atendiendo al comportamiento internacional de la mega tendencia demográfica relacionada con el envejecimiento de la población, cada vez se hace mayor el número de turistas que solicitan esta modalidad de Turismo.

Este tipo de turismo precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional. Entre sus variantes podemos citar:

- ❖ Urbano: desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto.
- ❖ Monumental: vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- ❖ Arqueológico: vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.

- ❖ De compras: vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común.
- ❖ Etnográfico: vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.
- ❖ Etnológico: vinculado a los vinos de una zona, tabaco, café.

Ciudades turísticas.

La ciudad puede ser mirada y vivida de muy diversas maneras. Como bien cultural que acumula y recrea tradiciones, costumbres, formas de relación; y sirve de acumulador de productos culturales y conservadores de memorias. Como bien social que ha desarrollado una alta capacidad de producir y poner en circulación bienes y servicios tanto públicos como privados, los cuales dan soporte a la existencia y reproducción de los seres humanos. Como bien físico que comporta una determinada distribución de espacios, infraestructura y mobiliarios en los cuales se desarrolla la tensión entre el recinto de lo público y el de lo privado. El autor reconoce como ciudad lo referido por Manuel Castell al designarla como: *“el lugar geográfico donde se instala la superestructura político administrativa correspondiente a una sociedad en que las técnicas y las condiciones materiales (medio ambiente, población) han posibilitado la diferenciación del producto entre reproducción simple y ampliada de la fuerza de trabajo.”* (Vázquez, Dávalos: 2000: 14)

La ciudad no es un todo homogéneo; la necesidad de plantear experiencias de conocimiento y valoración diversificadas y de calidad, implican la consideración de los factores diversos que confluyen en la ciudad-territorio: el centro histórico, los barrios históricos, los ensanches de la ciudad, los barrios periféricos organizados en torno a diferentes factores aglutinantes, las cercanías, los parques metropolitanos, las ciudades satélites cercanas, etc.

Lo que atrae a los visitantes a las ciudades está relacionado con: la cultura (patrimonio urbano-arquitectónico, monumentos y sitios, exposiciones, festivales, espectáculos entre otros), el deporte (acontecimientos deportivos), las visitas a familiares y amigos, la satisfacción personal, las compras, los negocios y la gastronomía.

La ciudad como centro de actividades de ocio depara potencialmente elementos básicos: lugares específicos que ofrecen actividades orientadas hacia el ocio (culturales, diversiones, espectáculos, fiestas, grandes acontecimientos), basadas en los recursos del medio urbano (elementos históricos, edificios y monumentos, objetos de arte, plazas y parques, infraestructura, costas urbanizadas, entre otras.

Entre las ciudades son susceptibles de atracción las capitales, las ciudades históricas, los centros culturales o de arte, ciudades industriales o comerciales, las de juego y ocio, los centros educativos, los centros de salud o ciudades de playa. Sus combinaciones limitadas o amplias jerarquizan su atraktividad. Pero actualmente las condiciones urbanas que mejor contribuyen a su atraktividad y aptitud como destino potencial o actualmente exitoso refieren además de los recursos en sí, a la calidad ambiental, estructural, funcional y paisajística en sí y en relación con su entorno; y sus condiciones favorables a nivel socioeconómico, ambiental y político, en el sentido amplio.

La construcción de la ciudad es una forma de apropiación de la *“naturaleza originaria”*, apropiación que puede ser racional o irracional. La ciudad como producto cultural es un modo de compatibilización entre las demandas sociales, la oferta de la naturaleza y los recursos tecnológicos productivos. Con la irracionalidad ambiental se afecta la *“naturaleza originaria”*, con la desidentificación cultural se afecta la integridad cultural; la irracionalidad ambiental afecta la calidad del aire y del agua; con la congestión se afectan los niveles de ruido aceptables, la percepción del paisaje y la fluidez de movimientos.

Lo innegable es que las ciudades ocupan un lugar importante en las tendencias actuales del turismo sin obviar la influencia del proceso de la globalización. Su crecimiento, concentración económica y científica, contexto medioambiental en que se encuentran enclavadas y la riqueza sociocultural que albergan, las convierten en destino turístico por las más diversas razones: estudios, negocios, actividad científica, ocio, entre otras. En el mundo existen un sinnúmero de ciudades con atractivos turísticos dispersas en todas las áreas geográficas. Una muestra de ellas es:

❖ Nueva York: ciudad más cosmopolita de los Estados Unidos de América (EUA) con una impresionante urbanización, museos, galerías de arte. La principal estación ferroviaria del país. Importantes rascacielos. Se destacan la Estatua de la Libertad, la Universidad de Columbia y centros culturales de Opera, Ballet y Teatro en Broadway.

❖ Río de Janeiro: segunda ciudad de Brasil, centro cultural y turístico, comercial, balnearios espacios libres entre playas y montañas (Copacabana e Ipanema), en un Pan de Azúcar se encuentra el Cristo de Corcovado.

❖ . París: capital de Francia, llamada “*ciudad luz*” por sus instituciones culturales. Se destacan las áreas libres (Campos Eliseos, Las Tullerías), jardines botánicos, el Arco de Triunfo, la Opera de París, la Torre Eiffel, la Catedral de Notre Dame.

❖ . El Cairo: capital de Egipto, junto al delta del Nilo, capital de las antiguas civilizaciones egipcias, muy cerca de las pirámides, mezcla de arquitectura del pasado y el presente, ciudades musulmanas más antiguas y museos con colecciones de la época de los faraones.

Ciudades turísticas cubanas.

Cuba no permanece al margen del contexto descrito. La presencia de la actividad turística en la Isla, consolidada por el redimensionamiento económico que tiene lugar a principios de los años 90, hace que el turismo se convierta en una de las principales fuentes de ingreso de divisas, que desde entonces, conlleva a una creciente participación del medio urbano en los destinos de la rama. Así, las ciudades cubanas se convierten en receptoras de actores sociales con una cultura y una forma de vida diferentes, por lo que dichos elementos, unidos a la construcción y reconstrucción de la infraestructura turística, inciden en la imagen que del contexto urbano tienen sus habitantes, así como en el uso que hacen del espacio. De ahí que el análisis de la influencia del desarrollo del turismo en la estructura urbana se ha convertido en uno de los temas centrales de discusión entre los académicos, que desde la óptica de múltiples disciplinas, lo analizan como importante reto al desarrollo.

Cuba es un destino en el Caribe que cuenta con significativos atractivos históricos y culturales, ecológicos y paisajísticos, ciudades y balnearios minero-medicinales que le dan una diversidad que la perfila como un destino de interés para amplios sectores del mercado turístico y para un amplio espectro de intereses y edades entre los viajeros.

Las principales ciudades cubanas poseen la infraestructura suficiente para dar respuesta a la demanda creciente del turismo. Desde el punto de vista de las comunicaciones y el transporte, estas poseen los principales medios de acceso. El transporte aéreo cuenta

con una red aeroportuaria que enlaza a once ciudades del país. A través del mar se conectan las ciudades portuarias.

El transporte por carretera está garantizado para todas las ciudades del país, incluso a las de más difícil acceso, por lo que es el más utilizado por los turoperadores, además de emitir una línea (VIAZUL), con su estación central en la capital la cual es muy funcional pues enlaza las principales ciudades y la capital con horarios exactos, confort aceptable y precios económicos. De manera individual se puede acceder a este servicio a través de alquileres de autos y taxis. Entre las principales ciudades con valor turístico encontramos:

❖ La Habana: Capital de Cuba y sin dudas también el principal destino turístico de ciudad. Una bella ciudad frente al Estrecho de la Florida que concentra atractivos de todo tipo: magníficas playas en el este y el oeste, hoteles y restaurantes para todos los gustos y economías, marinas y centros para la concentración en La Habana Vieja, declarada Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO, instalaciones para el desarrollo de convenciones, una rica vida cultural y gran variedad de instalaciones recreativas y nocturnas que unidas a la proverbial alegría del cubano le dan un atractivo extra. Práctica de deportes náuticos, valores arquitectónicos e históricos.

❖ Varadero: El famoso balneario de Varadero es el complejo turístico más grande del Caribe y es de hecho un verdadero oasis para los miles de turistas que visitan el archipiélago cubano. Presenta varios sitios de interés histórico, cultural y ambiental, como *la Cueva de Ambrosio, el Museo de Varadero, el Centro Cultural “La Comparsita” (espectáculos y música cubana), la Galería “Arte, Sol y Mar”, el sendero ecológico, etc.*

❖ Cienfuegos: Conocida como la Perla del Sur debido a su ubicación geográfica y a su riqueza arquitectónica de estilo neoclásico, por lo que se incluye en el listado de Patrimonios de la Humanidad que ostenta la más grande isla del Caribe, al concedérsele por la UNESCO a su centro histórico cultural. El contexto de la bahía es un extraordinariamente atractivo debido a las grandes poblaciones de mangles y refugios naturales de avifauna autóctona.

❖ Santa Clara: capital de la provincia de Villa Clara, fundando en 1689 por colonos procedentes de San Juan de los Remedios. Su potencial científico e industrial la convierte en una de las ciudades más importantes de Cuba. En ella se llevó a cabo la

batalla que dio el triunfo definitivo a la revolución de 1959, Guevara cuyos restos reposan en el mausoleo ubicado en la plaza que lleva su nombre.

❖ Santiago de Cuba: capital de la provincia del mismo nombre; ubicada a orillas de la bahía de Santiago de Cuba, que constituye un puerto natural excelente. Fundada en 1514 por el Adelantado Don Diego Velázquez de Cuellar, fue la primera capital de la isla, desde su puerto saldrían las primeras expediciones hacia el continente americano, entre ellas la de Hernán Cortés y la de Juan de Grijalva. El castillo de San Pedro de la Roca, fue declarado por la UNESCO, Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1997. Sede de la Universidad de Oriente, del Colegio Santiago y del Seminario San Basilio el Magno. Se le denomina cuna de la revolución cubana y ostenta el título de *“Ciudad Héroe de la República de Cuba”*

❖ Baracoa: *“ciudad primada de Cuba”* por ser la primera villa fundada por los colonizadores españoles en 1512. Don Diego Velázquez, la nombró Nuestra Señora de la Asunción de Baracoa. Está situada en el extremo oriental de la isla, en la provincia de Guantánamo. Situada en las costas del Atlántico, fue asentamiento precolombino, como muestran los restos indígenas encontrados en las cavernas de Maisí. Sede del primer obispado en Cuba, hasta su traslado a Santiago de Cuba, en 1523, fue también el punto donde desembarcaron Antonio y José Maceo, el 1 de abril de 1895, para iniciar la Guerra de Independencia.

Por último es preciso apuntar que uno de los aspectos que caracterizan a las ciudades cubanas es su trama urbano, de calles largas, estrechas y convergentes, además de la construcción religiosa, compacta y volumétrica, y otras edificaciones puntuales que se destacan por sus singulares elementos de arquitectura tradicional.

1.3 Producto turístico. Alojamiento.

El producto turístico es lo que se ofrece al turista como un paquete el cual ya tiene inmerso todo un conjunto de componentes listos para satisfacer las necesidades de los viajeros, como: alojamiento, transporte, atractivos para el conocimiento tanto históricos, culturales, naturales o creados por la fuerza del hombre. Además, es una categoría económica vinculada a la producción. Su fuente son los recursos turísticos y la actividad anterior de transformación humana. Representa un conjunto de valores destinados a satisfacer necesidades potenciales. Constituye por tanto el conjunto de bienes y servicios

que se ofrecen al mercado resultante de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista. Está conformado por tres componentes: atractivos, facilidades y accesibilidad.

Cualquier concepto de producto turístico que se tome debe responder a la demanda, esto es: tomar en cuenta la(s) necesidad(es) a satisfacer. El producto turístico debe convencer acerca de la posesión de los atributos que se buscan para satisfacer esa o esas necesidades, la función o verdadero valor del producto.

En general, un producto turístico está conformado por todos los elementos tangibles e intangibles que logran atraer los flujos de turistas a una región con la esperanza de satisfacer sus expectativas para el aprovechamiento del tiempo libre.

Bordas (1994)⁶ considera que un producto turístico es *"un sistema capaz de hacer viajar a la gente para actividades de ocio que le satisfagan determinadas necesidades"*.

Por su parte, Middleton (1994)⁷ lo considera como un *"paquete de componentes tangibles e intangibles, basado en una actividad en un destino, percibido por los visitantes como una experiencia y disponible a cambio de un precio"*.

En sentido estricto, el producto turístico puede ser definido como aquello que compran los turistas, bien de forma separada, transporte o alojamiento, o bien integrada como un paquete. En sentido amplio, el producto es como una amalgama de lo que el turista hace y de las atracciones, facilidades y servicios que el turista utiliza para hacerlo posible. Desde el punto de vista del turista, el producto total cubre la experiencia completa desde la salida del hogar hasta el regreso y debe orientarse a la satisfacción de una o varias necesidades. En consecuencia un turista está comprando descanso, comodidades, seguridad, rapidez, despreocupación, y similares.

Los productos están formados por una serie de características o atributos. Sin embargo, tal y como se apuntaba con anterioridad, éstos deben traducirse para el consumidor en beneficios, ya que lo que realmente compra el turista son beneficios, no atributos.

Desde el punto de vista del llamado *"sector turístico"* se debe conceptuar al turismo como producto, esto es, lo que será ofrecido y comprado por los visitantes (en ambos sentidos: con dinero o por la decisión de visitar un lugar). Esta es una de las vertientes del sistema

⁶ Martín, R: *"Fundamentos del Turismo"*. Centro de Estudios Turísticos. La Habana. 2003

⁷ Ibídem

turismo que tiene mayor complejidad. No por la dificultad de su comprensión, sino porque ha existido uso y abuso de términos que hoy mismo tienen varios y diferentes significados. Desde el punto de vista del marketing:

“Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para la atención, adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas.”⁸

Los productos turísticos se pueden clasificar en tres grandes grupos: *los viajes, las instalaciones y los territorios*.

El turismo se *“materializa”* cuando un cliente potencial viaja. Desde este punto de vista, la preparación del producto viaje para la venta es una acción fundamental que ocurre en los puntos de emisión (mercados o países emisores). En función del desarrollo del producto viaje, de acuerdo a la complejidad en su composición, se clasifican en 5 niveles: Bajo, Medio – Bajo, Medio, Medio–Alto y Alto.

Las instalaciones turísticas comprenden los productos que también se denominan como *“facilidades”* o *“equipamiento”*. Abarcan un amplio abanico de servicios como el alojamiento, el servicio de alimentos y bebidas, las diversas formas de transportación. También se incluyen las instalaciones dedicadas a la realización de actividades turísticas, recreativas o de ocio incluyendo la creación de facilidades para la potenciación del uso de atractivos (por ejemplo, un centro de información en un parque natural).

Los productos turísticos territoriales tienen una consideración peculiar. Todos los productos vinculados a las instalaciones y el uso de atractivos se crean sobre un espacio geográfico. Por ello, la clasificación de corte territorial se usa para su relación directa con el marketing y las ventas, dado que los clientes viajan a un lugar o *“destino turístico”*. Esto significa que los territorios se convierten en prescriptores de viajes a partir de la fuerza que tenga su marca en los mercados emisores.

Kotler (1997)⁹ establece que un producto puede analizarse en 4 niveles: producto básico o núcleo, producto auxiliar, producto de apoyo o complementario y producto aumentado

⁸ Kotler, P., Bowen, J. y Makens, J. “Mercadotecnia para Hotelería y Turismo”. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, México D.F. 1997. Página 274.

⁹ Kotler et al. Op. Cit. Págs. 276-283.

Producto genérico. Responde a la siguiente pregunta: ¿qué compra realmente el cliente? Se debe descubrir el beneficio principal que cada producto ofrece al consumidor y vender estos beneficios, y no vender solo las características del producto.

Productos esperados: Son los artículos o servicios que deben estar presentes para que el cliente use el producto principal.

Productos mejorados: Son productos adicionales ofrecidos para aumentar el valor del producto principal y ayudar a diferenciarlo del producto de la competencia. La diferencia entre los productos esperados y los mejorados no siempre es clara, ya que los productos esperados para un segmento de mercado pueden ser productos de mejorados para otro segmento.

La diferenciación entre los productos esperados y mejorados no siempre es nítida, ni homogénea. Su identificación dependerá en buena medida del segmento al que se dirigen y a la satisfacción que pretenden cubrir. Así por ejemplo, para la celebración de reuniones de empresa, convenciones y viajes de incentivo, el producto genérico del hotel viene constituido por su disponibilidad de salas de estas características, siendo los productos complementarios, el alojamiento o el restaurante. Esta actividad está creciendo en importancia en los últimos años.

Producto turístico total o integrado. Grandes componentes:

1. Atracciones del destino

❖ Elemento más influyente sobre la elección del turista y sobre su decisión a viajar o no a un determinado destino.

❖ Son los recursos turísticos de un determinado destino, la materia prima a partir de la cual se confeccionan los productos turísticos.

2. Instalaciones y servicios del destino: Conjunto de elementos dentro del destino que facilitan la estancia: alojamiento, transporte, oferta complementaria (restauración, tiendas, otras).

3. Accesibilidad del destino: Conjunto de factores que influyen sobre el coste, en términos de tiempo y dinero, para llegar a un determinado destino (buenas conexiones de transporte, infraestructuras, ausencia de regulaciones, etc.)

4. Imagen del destino.

5. Precio para el consumidor.

El *producto integrado* responde al concepto de producto “aumentado” que abarca, en varias localizaciones o instalaciones, y se diseña (siempre según Kotler) en la consideración de otros aspectos del producto que son: accesibilidad, el ambiente, la interacción del cliente con el sistema de la entrega del servicio, la participación del cliente y la interacción de los clientes entre sí.

A fines de los años ochenta e inicios de la década de los noventa se definía al producto turístico integrado como la combinación de atractivos, facilidades y accesos. Por ejemplo, un hotel situado en un edificio de gran valor patrimonial histórico o en el seno de una gruta puede constituir un atractivo y, al mismo tiempo, una facilidad como instalación.

El *producto combinado* o “resort” es una mezcla de productos integrados cuya peculiaridad distintiva es que contiene varios productos principales. En ocasiones, el término “resort” es utilizado como sinónimo de “*destino específico*”

El producto turístico debe convencer acerca de la posesión de los atributos que se buscan para satisfacer esa o esas necesidades, la función o verdadero valor del producto. Los clientes compran la participación en actividades, así como servicios y productos tangibles que les brinden una “experiencia vital” en el disfrute de atractivos (puede ser desde una playa hasta una conferencia de un científico renombrado) que en casi todos los casos tienen que ver con la propia fantasía y las necesidades espirituales de las personas.

De esta forma es prudente destacar que el producto turístico es el resultado de la integración de múltiples factores, que en ocasiones no es posible declarar, pues aunque potencialmente estén presentes, no han logrado la combinación o el lógico ordenamiento de los mismos.

El Alojamiento.

Como es sabido, la calidad de la experiencia turística depende no sólo de las atracciones principales ofrecidas en el destino, sino también de la infraestructura y los servicios disponibles.

La planta turística comprende los componentes que también se denominan como facilidades y/o equipamientos. Abarcan un amplio abanico de servicios como el alojamiento, el servicio de alimentos y bebidas. También se incluyen las instalaciones dedicadas a la realización de actividades turísticas, recreativas o de ocio incluyendo la

creación de facilidades para la potenciación del uso de atractivos (por ejemplo, un centro de información en un parque natural).

El alojamiento ha sido un requisito de los viajes desde que se crearon las primeras rutas del comercio, de las misiones y de las peregrinaciones en Asia y en Europa en la época precristiana. En aquel tiempo no solía basarse en el pago de un dinero a cambio del servicio. Se trataba de viajeros a los que se daba un techo y manutención como parte de alguna obligación religiosa o con la esperanza de que el anfitrión pudiera beneficiarse de una hospitalidad en el futuro.

El comienzo de la era del ferrocarril supuso un estímulo para la apertura de hoteles en muchos países de Europa y en otros lugares. Fueron precisamente las compañías ferroviarias las principales promotoras de la construcción de hoteles que se situaban cerca de las estaciones término o formaban parte de ellas en ciudades como New York, Londres, Edimburgo, entre otras.

Remontándonos a los orígenes de la hotelería, puede decirse que ésta ha existido desde hace siglos. En su forma inicial, eran las posadas y tabernas las que satisfacían las necesidades básicas de comer, beber y dormir. Las tabernas de la antigüedad, estaban situada cerca de los templos, de donde se llevaban a los animales sacrificados para ser condimentados y después comidos.

En la época de la Roma “dueña” del mundo, las posadas y tabernas florecían en ciudades de descanso como Pompeya y Herculano. El ***hopitium***, ***la caupona***, ***la popina***, ***el thermopolium*** y otras, se encuentran aún hoy, en condiciones muy similares a las de la época antigua, debido a la erupción del volcán Vesubio que al enterrar la ciudad con su lava, cenizas y lodo hirviente, hizo posible su preservación hasta nuestros días.

Las *cauponae* y los *hospitii* eran posadas u hoteles que brindaban alojamiento y en algunos casos, un menú a base de vino, pan y carne. Los *thermopolii*, vendían vino en un mostrador, donde también podían encontrarse vasijas de barro con aceitunas, verduras secas, etc. Algunos contaban con un pequeño horno para calentar el agua del “*caldus*” (bebida caliente hecha con vino y agua caliente) y otros, además, con una habitación que se utilizaba como comedor¹⁰

¹⁰ Los *thermopolii*, pudieran ser considerados como los snack bar de la época actual. La *popina* sólo ofertaba comida caliente, al contrario de los *thermopolii* que ofertaban solamente,

La hotelería moderna nace a finales del siglo XIX y principios del XX. Existían entonces los complejos hoteleros en balnearios y palacetes de las ciudades más importantes. Con la puesta en marcha de las primeras “marcas hoteleras” con trascendencia internacional (Mallorca, San Sebastián, etc.), aparecen “los hoteles” como alojamientos destinados a prestar servicios de “continuación” de los grandes complejos, palacios, fincas, etc. de la alta burguesía, intelectuales y políticos de alto rango que buscaban en estos lugares, no sólo el espacio adecuado para satisfacer sus necesidades, sino “el servicio” al que estaban acostumbrados.

El hotel de las primeras décadas de este siglo, en Europa, donde realmente nace este fenómeno, presentaba una organización basada en la verticalidad, la jerarquía y la división por departamentos. La especialización dentro de estos departamentos era muy exhaustiva la cual se mantiene en la actualidad.

Toda esta organización estaba basada en los esquemas clásicos franceses y suizos, muy famosos en los años 70 en la hotelería mundial. La mayoría de los hoteles de lujo de la época, adoptaron en mayor o menor grado, estos esquemas, que implicaron, por demás, grandes plantillas.

La primera reconversión empresarial aparece alrededor del año 73 con la crisis del petróleo que impacta la mayor parte de las economías asociadas al desarrollo de esta actividad. Esta reconversión, originada como respuesta a la crisis, trae consigo la reducción de plantillas como forma de reducir los costos de personal, uno de los más caros.

Aunque esta situación representó cambios en la empresa hotelera, éstos no se perciben claramente hasta los años 80, donde ya no tanto buscaban la reducción de personal, y sí el desarrollo de nuevas estructuras que fueran más acordes con los tiempos actuales predominando las innovaciones tecnológicas. La oferta hotelera presenta nuevas características y la demanda tiene otras expectativas y necesidades.

El alojamiento es, el subsector más grande y omnipresente dentro de la economía del turismo. Salvo en muy contadas excepciones, los viajeros necesitan un lugar donde poder

refrigerios. Además de alimentos, las tabernas también ofrecían distracciones (juegos, mujeres, etc.).

descansar y recuperar fuerzas durante sus desplazamientos por un destino turístico o durante su estancia en el mismo.

Existe una gran diversidad en el tamaño, el tipo y la organización del alojamiento, lo que hace que nos encontremos ante un sector extremadamente heterogéneo. Es precisamente esta diversidad la que le otorga a cada tipo, determinado grado de importancia, nunca uno menos que el otro, que contribuyen tanto al turismo internacional, como nacional.

Cada uno de las tipologías de alojamiento, según sus categorías y prestaciones, atraerá a un tipo de turista definido que determinará a su vez la tipología de turismo de la zona. Por ejemplo, si un lugar apuesta por el turismo de élite, deberá ofrecer casas campestres, caseríos, masías, cabañas, etc.

En cuanto al el establecimiento de alojamiento turístico pueden encontrarse definiciones que reflejan diferentes enfoques, sin embargo, observaremos que todas van a encerrar palabras claves comunes. Las mismas, se fundamentan en la propia terminología que comúnmente se utiliza dentro del sector, así como, en el marco conceptual internacional.

Se puede encontrar, por ejemplo, la definición dada en la norma internacional ISO 18513 “Servicios Turísticos- Hoteles y otros tipos de alojamiento turísticos- Terminología”, 2003, primera edición, que plantea que es la *provisión de al menos una cama y servicios o facilidades sanitarias.*”

Sin embargo, a pesar de lo que establece esta norma, los organismos rectores del turismo en los diferentes países, establecen sus propias definiciones. Así tenemos que, por ejemplo, la Secretaría de Turismo de México define al establecimiento de servicios hoteleros como:

“el inmueble en el que se ofrece al público el servicio de alojamiento en habitación... Es el establecimiento de hospedaje que presta servicios de alojamiento al viajero, ofreciendo habitaciones u otro acomodo para pasar la noche, pero este servicio cuenta con un número de plazas superior a un mínimo determinado, para colectivos de personas que sobrepasan a una sola unidad familiar, y dispone de una administración de tipo comercial...” (Fracción VII del Reglamento de la Ley Federal de Turismo).

En el caso de Cuba, la NC-127:2001, (que sustituye a la NC 87-44:93) ofrece una definición de establecimiento de alojamiento turístico, que establece el mismo como la

instalación destinada a prestar servicio de hospedaje mediante pago, por un período no inferior a una pernoctación.

El desarrollo del turismo en la última mitad del siglo XIX precisó la necesidad de una mejora en cuanto a las normas de funcionamiento de los establecimientos de esa época, (posadas). Aparecen entonces, los llamados: “Sistemas de Clasificación de establecimientos de alojamientos”.

Estos son realmente sistemas de evaluación que surgen a partir de las giras de asociaciones de automovilistas y ciclistas, los que comenzaron a listar aquellos establecimientos que eran susceptibles de ser recomendados a sus miembros, dadas las facilidades que ofrecían en correspondencia con las necesidades de este tipo de cliente. Se originaron entonces sistemas de Evaluación como el AA y el Michelin, así como otras guías dirigidas a este fin.

Sólo después de la II Guerra Mundial es que se comienza a considerar seriamente la creación de estos sistemas, apareciendo conceptos que ayudaban a sistematizar este trabajo. Comenzaron a definirse conceptos que se vinculaban entre sí, como **el Registro, la Clasificación y la Certificación** a los efectos de articular todo el sistema de evaluación de establecimientos con fines de alojamiento.

El Registro: es la forma de autorizar el funcionamiento del establecimiento a partir del cumplimiento de determinadas normas mínimas como la seguridad en términos de salud, de la integridad física, la legislación, etc.

La Clasificación: concibe como la agrupación o separación de los establecimientos por tipo de alojamiento y categorías atendiendo a un rango de criterios.

Tal como plantea la norma de referencia, la clasificación, representa un sistema que permite evaluar los estándares de calidad de un alojamiento turístico, así como, la provisión de instalaciones y equipamientos de servicios.

La Certificación: combina la clasificación con una valoración de calidad que otorga un determinado símbolo a los efectos de identificar un nivel de servicio.

En este sentido, también encontramos clasificaciones en la tipología de los establecimientos que son más o menos amplias, pero con una gran coincidencia en los elementos principales de la misma.

Así encontramos, que existe un número de países, que clasifican sus instalaciones de alojamiento en: Hotel, Motel, Villas, Cabañas y similares, Bungaloes y Suites.

El sistema británico, es bastante amplio en su clasificación, por lo que, además de reconocer las anteriores tipologías, incorpora otras como: Casas rurales, Casas de pueblo, Casas de huésped, Granjas, Tabernas y Posadas. Algunas de estos establecimientos ofrecen sólo la cama y el desayuno, por lo que los clientes deben procurarse la alimentación de la tarde y nocturna fuera del mismo.

Otros países, incorporan además, el Hostal, Camping y los Complejos.

En nuestro país, la norma NC-127:2001, mencionada anteriormente, define primeramente, el concepto de Tipos de Establecimientos, el cual plantea que es *la clasificación de las distintas variantes de alojamiento atendiendo a sus características esenciales*.

Para esta norma, los tipos de establecimientos son:

HOTEL: Establecimiento que presta el servicio de hospedaje en unidades habitacionales amuebladas, cuenta con servicio de recepción, servicio sanitario privado, servicios de alimentos y bebidas y otros servicios adicionales.

APARHOTEL: Establecimiento que presta el servicio de hospedaje en apartamentos amueblados, cuenta con servicio sanitario privado, cocina debidamente equipada, con servicios de alimentos y bebidas y otros servicios adicionales.

VILLA: Establecimiento que presta el servicio de hospedaje y que puede estar compuesto por un conjunto amueblado de habitaciones, cabañas o bungaloes, casas y /o apartamentos, con no más de tres niveles de altura y áreas de servicios comunes, servicios de alimentos y bebidas y otros servicios adicionales.

MOTEL: Establecimiento que presta el servicio de hospedaje en habitaciones amuebladas, generalmente ubicado fuera de las zonas urbanas, cerca o junto a carreteras o autopistas, cuenta con estacionamiento para cada habitación contiguo o próximo a ésta y servicio sanitario privado, pudiendo brindar o no algún servicio de alimentos y bebidas.

HOSTAL: Establecimiento de alojamiento turístico ubicado en edificio existente o de nueva planta, con valor histórico, cultural y/o arquitectónico que destaca atributos del mismo y/o del entorno, el cual presta servicio de hospedaje en unidades habitacionales amuebladas, cuenta con servicio de recepción, servicio sanitario privado, servicio de

alimentación ligera y podrá contar o no con restaurante. (Primera versión de la NR 01:2003)

No obstante que el auge del turismo fomentó la aparición del hotel en grandes dimensiones, predominante en la hotelería de muchos países, en la actualidad se manifiesta nuevamente un ascenso en la preferencia de ciertos segmentos por los llamados hostales, determinada entre otros factores, por la búsqueda de una relación más cálida y personal con la comunidad anfitriona.

El término de casas particulares también llamadas hostales, empezó a ser utilizado en el sentido de "alojamiento privado" en 1997, cuando el gobierno cubano permitió a los cubanos alquilar habitaciones en sus casas o apartamentos a los turistas, ofreciendo a las familias cubanas nuevas fuentes de ingresos.

Una casa particular es básicamente un establecimiento privado de una familia cubana que ofrece servicio de alojamiento a turistas por lo cual generalmente cobran precios muy económicos. La mayoría de ellos además del servicio de renta ofrece otros servicios como cenas, lavandería, guías turísticos, clases de baile e idioma español. En general bajo este término de "Casa Particular" se pueden encontrar casas completas, apartamentos, habitaciones dentro de un hogar (compartido con una familia cubana), mini-apartamentos o habitaciones con entrada independiente.

Se considera un tipo de pensión típicamente operado, de una residencia familiar donde los huéspedes pueden ser alojados en la noche en habitaciones privadas (que pueden o no estar equipadas con baños privados). El negocio puede ser operado ya sea como ocupación principal o como una fuente secundaria de ingresos, y el personal que lo atiende generalmente consiste en el propietario de la casa y los miembros de su familia que viven allí.

Las habitaciones son muy limpias en general y se adaptan a las normas turísticas. La oferta básica de alojamiento es una habitación climatizada, con una cama, un armario, una pequeña mesa y un baño privado. Otras características encontradas pueden ser un teléfono, un reloj y un televisor.

Generalmente ofrecen alojamiento para no más de 6 personas y es recomendable para toda persona que desee permanecer en una casa particular durante la temporada alta (noviembre - marzo) hacer reservas con varias semanas de anticipación. Sin embargo,

fuera de la temporada no es necesario porque a menudo hay muchas de esas casas por todo el país y basta con reservar en ellas con una semana de antelación. Los precios varían según la estacionalidad. Muchas de estas casas particulares pertenecen a asociaciones, tienen una presencia en la Web, y se promocionan en diversos libros y guías de viaje internacionales.

Las “Casas Particulares” pueden ser reconocidas por un pequeño logotipo en la puerta que los propietarios obtienen tras el pago de un impuesto anual fijo por habitación.

Las casas particulares tienen ventajas sobre otros tipos de hospedaje:

- 1 -Los clientes pueden desarrollar rápidamente relaciones de amistad con los propietarios de la casa, además de que se involucran profundamente en la cultura del país. Antes de que el turista se dé cuenta, será considerado parte de la familia con la cual se está hospedando.
- 2 -El huésped, por lo general disfruta de una atmósfera pura, libre, tranquila, se siente como en su propia casa, y podrá invitar a más amigos.
- 3 -Las casas particulares son mucho más económicas que los hoteles.
- 4 -Al alquilar una casa particular, los clientes contribuyen directamente a mejorar el nivel de vida de una persona o familia cubana.

En nuestro país los hostales surgen a manera de alternativa de los propietarios para obtener ingresos relativamente elevados en comparación con la media del pueblo cubano.

Debido a la situación económica que tenía el país, muchos propietarios decidieron acondicionar algunas habitaciones de sus casas (por lo general muy espaciosas) para rentarlas a turistas extranjeros, servicio que cobran a un precio mucho más económico que el de una habitación en cualquiera de los hoteles del país, a la vez que ofrecen servicios de excelencia, con habitaciones exquisitamente decoradas y todas las comodidades necesarias para una feliz estancia. Pero es sin dudas el trato personalizado que se le brinda al visitante y la posibilidad de acercarse al pueblo cubano lo que hace de los hostales una opción muy atractiva de hospedaje.

A diferencia de otros negocios particulares en la isla, rentar habitaciones a turistas extranjeros se empezó a regular estatalmente solo desde el año 1997, -antes de esta fecha no se pagaban impuestos-, a través de estrictos controles. Sin embargo los

propietarios hacen lo posible para mantener el negocio pues es uno de los más lucrativos en estos momentos en el país.

Capítulo II. Propuesta de Acciones para la Divulgación de una Cultura Popular Tradicional en los Hostales de Remedios.

2.1. Fundamentación de la metodología empleada.

La metodología de la investigación social es reconocida -desde un 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 marxista leninista en el trabajo de investigación que realizamos en ese sector de la realidad” (Ibarra, 2001:10)

Es por ello que está caracterizada por una serie de relaciones dialécticas entre teoría y práctica, entre sujeto y objeto de la investigación, entre métodos cualitativos y cuantitativos. En las Ciencias Sociales, tal dilema ha asumido un rol protagónico en los debates teóricos, estando tradicionalmente dividido en dos grupos: atendiendo al tipo de información que busca y a la forma de registrarla. La polémica de la confiabilidad y representatividad que pueden alcanzar los estudios realizados, ha planteado la supuesta dicotomía entre lo “cualitativo”¹¹ y lo “cuantitativo”¹² en defensa de la veracidad científica y la aproximación más fiable a la realidad.

En la actualidad, la búsqueda metodológica se fundamenta en la integración de técnicas y métodos por ambas partes para una mayor profundización en el fenómeno a investigar; se confecciona así un equilibrio, que algunos denominan “*triangulación*” el cual permite realizar un control cruzado de la información obtenida a través de diferentes procedimientos de recopilación, consistente en utilizar múltiples puntos de referencia para localizar la exacta posición del objeto.

Esta investigación -para hacer un análisis de la realidad de los sujetos estudiados y así buscar en ella la respuesta a interrogantes planteadas- se inscribe en el referente materialista dialéctico que explica la concepción general del mundo y el desarrollo social, poniendo énfasis en la *metodología cualitativa* que posibilita el tratamiento de los individuos, no sólo como objetos de estudio, sino como

¹¹ La perspectiva cualitativa, enfatiza en el lenguaje, en la interpretación de los hechos humanos y en el punto de vista del autor. Esta posee un carácter integrador, empírico e interpretativo. El escenario y los actores no los reduce a variables sino que considera cada uno de estos componentes como un todo.

¹² La perspectiva cuantitativa pondera la formulación de las técnicas, su contrastabilidad empírica y la medición objetiva de los fenómenos sociales. La misma somete la realidad a controles que permitan realizar un estudio generalizable.

protagonistas de la realidad social. Además permite alcanzar matices de la situación a investigar, esto se hace evidente en el análisis de los resultados de los cuales se reconocerán los aspectos positivos y negativos que se derivan de la información sobre el patrimonio cultural de la ciudad de Remedios y la divulgación del mismo por parte de los arrendadores de hostales. Con esta metodología se tratará de recoger y descubrir -a través de pautas flexibles, teniendo como fuente fundamental el análisis del discurso tanto individual como colectivo- actitudes, comportamientos, formas de pensar, condiciones de vida, costumbres, las preocupaciones, motivaciones, percepciones, aspiraciones y valoraciones reales de los arrendadores de hostales en la ciudad de Remedios .

Las principales limitaciones de este estudio radican en que la bibliografía sobre los hostales y los procesos de interacción en la actividad turística es muy escasa y dispersa respectivamente, haciéndose difícil encontrar las fuentes originales de sus autores más importantes.

Instrumentos aplicados

Análisis de documentos

El Análisis de documentos constituye una fuente importante y esencial de obtención de información. Este nos permitió apropiarnos de información retrospectiva sobre el ámbito de la realidad estudiada, propiciando comprender las circunstancias y condiciones en las que ha evolucionado la actividad turística en Cuba, a partir de los fundamentos teóricos generales a escala planetaria. Pudimos conocer de la evolución del turismo en Cuba a partir de la última década del siglo XX y los planes de desarrollo del mismo, lo que llevó a crecer en planta hotelera sin lograr satisfacer la totalidad de la demanda.

El estudio detallado y profundo de textos referentes al turismo y a la actividad de arrendamiento, así como de diversos instrumentos legales, permitieron, con los conocimientos adquiridos, ampliar la visión y perspectiva del investigador, desarrollar habilidades y adoptar una postura crítica ante los diferentes criterios presentados en la literatura estudiada.

Profundizando en la historia y evolución del asentamiento poblacional de la villa de San Juan de los Remedios, pudimos constatar lo relacionado con los aspectos

fundacionales, las características de su ordenamiento espacial a partir de los componentes naturales y socioeconómicos y culturales en interacción. Asimismo se profundizó en aspectos socioculturales tales como la religiosidad, tradiciones y costumbres.

Observación participante.

Esta técnica le permite al investigador ubicarse dentro del marco social que pretende estudiar. Mediante la misma se pudo constatar -en el contexto donde se producen las relaciones entre turistas y arrendadores- las condiciones de este proceso, el tipo de comunicación, las empatías, además de corroborar las condiciones materiales y características de las unidades de alojamiento donde ocurre el proceso. Esta técnica, por su carácter de estandarizada, va acompañada de una guía de observación que ayuda a organizar y dirigir la observación partiendo de un objetivo general ramificado en los aspectos que van a ser observados. (Ver Anexo # 1)

Entrevista Individual.

Las entrevistas individuales realizadas a los arrendadores facilitaron información detallada sobre las relaciones que se establecen entre los turistas y los arrendadores. A partir de los datos aportados por estos últimos se pudo realizar el diagnóstico de necesidades donde se constatan las carencias y fortalezas que poseen estos en la temática que es objeto de investigación. Estos aportes contribuyeron al conocimiento de problemas y acontecimientos en torno a la actividad, desconocidos hasta el momento por el investigador y a la confrontación de la información obtenida desde otros métodos de investigación.

Para el desarrollo de esta técnica, debido a su carácter semiestructurado, se previeron una serie de temas relacionados con los objetivos de la investigación, tratados por los sujetos participantes del estudio desde sus perspectivas personales, y los temas que surgieron durante el desarrollo de la misma fueron incorporados paulatinamente. (Ver Anexo # 2)

Cuestionario

Se aplica el mismo para conocer las opiniones que poseen los arrendadores, relacionadas con el objeto de investigación. Su objetivo fue el de obtener información de un grupo numeroso de arrendadores los cuales no necesariamente

eran los más expertos en la materia, ya sea por su corto tiempo en la actividad, o por conocerse poco de ellos; y las preguntas estuvieron enfocadas a el conocimiento de la cultura tradicional de su ciudad, así como la divulgación de la misma y la calidad con que se realiza esta. (Ver Anexo # 3)

Selección de la muestra

La selección de la muestra es de mucha importancia porque en la mayoría de los casos se puede obtener la información requerida a través de estas con un ahorro sustantivo de recursos humanos, económicos y de tiempo sin que ello implique un alejamiento de la realidad que se desea conocer. La selección de las personas que facilitan al investigador la información necesaria para comprender el significado y las actuaciones que se desarrollan en determinado contexto tiene un carácter dinámico, es decir, el proceso no se interrumpe, sino que continúa a lo largo de toda investigación, valiéndose de estrategias según se necesiten en cada momento.

Si tenemos en cuenta que existen 24 arrendadores adscritos a la ONAT en moneda convertible (pago del arriendo en CUC o pesos cubanos convertibles) y 36 en moneda nacional, formando un total de 60 hostales, los hostales en moneda convertible constituyen la población que declaramos. La cantidad de hostales en correspondencia con el tipo de moneda varía porque se efectúa su cambio por los arrendadores en temporada baja, por la presencia de un menor número de visitantes extranjeros. La muestra se seleccionó de manera intencional incluyendo todos los hostales en moneda convertible ubicados en la ciudad, tanto en su centro histórico como en las periferias. Para la aplicación de la entrevista se tuvo en cuenta al grupo de arrendadores (12) que además de vivir en el lugar antes mencionado, eran fundadores de la actividad, oriundos de Remedios, y gozaban de prestigio y reconocimiento dentro del grupo de estudio. Al resto de estos (12) se les aplicó el cuestionario.

2.2 Caracterización socioespacial de Remedios

Situación geográfica y límites.

El municipio de Remedios se encuentra ubicado en la región físico-geográfica del centro de Cuba, en la provincia de Villa Clara. Su situación aproximada oscila entre los 79° y 32° de longitud oeste y entre los 22,32° y los 22,14° de longitud Norte (ver

mapa #1). Presenta una extensión superficial de 558,58 Km². Limita al Norte con el municipio de Caibarién, al Noreste con Yaguajay y al Sureste con Cabaiguán, estos últimos pertenecientes a la provincia de Sancti Spiritus. Al Suroeste con el municipio de Placetas y al Oeste con Camajuaní (ver mapa #2).

Las principales vías de acceso son: por carretera desde Camajuaní, Caibarién y Placetas. Por vía férrea está enlazado con la capital provincial (Santa Clara). Existen viales que la conectan con los asentamientos poblacionales presentes en el municipio.

Historia y tradiciones culturales.

La primera mención conocida del asiento que sería el antecedente de la Villa de San Juan de los Remedios es la ofrecida por el obispo Diego Sarmiento en 1544. Se le otorga a Remedios el título de villa a partir del año 1578 constituyendo en su fundación una gran jurisdicción, llegando desde los límites de Matanzas hasta cerca de los actuales límites de la ciudad de Morón, hasta 1878 donde se estrecha el marco territorial de San Juan de los Remedios, quedando como cabecera de uno de los seis partidos judiciales en los que se dividió la antigua provincia de Las Villas. Las divisiones político-administrativas fueron acercando la disposición y partición de las tierras hasta la estructura actual.

Remedios cuenta con numerosas leyendas, que a través de la historia han sido contadas con el objetivo de mantener esa tradición que la identifica como ciudad de mitos y leyendas.

Es por ello que cuando oímos hablar en ciertas regiones de aparecidos güijes, madre de agua y otras expresiones fantásticas creadas por la imaginación del pueblo, no debemos emitir juicios superficiales sobre su origen y tener muy en cuenta cuales son las categorías tiempo – espacio para comprender bajo qué circunstancias surgen y cuáles son los motivos que les permite perdurar.

Algunas de esas leyendas son: el “Sapo de Jinaguayabo”, (anexo 7) “El Güije de la Bajada” (anexo # 8), “La Cabeza de Patricio”, (anexo # 9), la “Loma del Perro”, “La Llorona de la calle de la Mar”, y otras.

En el año 1622 aparecen las festividades en Remedios. Surge el “*San Juan*” fecha en que se celebraban los acontecimientos de los monarcas, bodas, nacimientos y

hasta funerales. La fiesta remediana es herencia de la fiesta hispanoamericana, es un particular modo de ser del pueblo americano, no es solo del remediano o del cubano, paralelas a ellas se realizan las procesiones en rogativa y luego alcanzan esplendor con las procesiones de la Semana Santa, que llegan a ser comparadas con las de Sevilla en España, la grandiosidad se perdió, se limitó el espacio de la actividad hasta que llegaron a suspenderse.

En el siglo XIX aparece el carnaval, que presentaba una peculiaridad, y era que las personas se convertían en actores y espectadores a la vez, saliendo disfrazados a la calle. En el año 1820, aunque no precisado debido a un aire de misticismo y oscuridad se considera que hayan surgido las parrandas, una de las tradiciones más importantes que tiene Remedios. En los comienzos del siglo XIX Remedios se encontraba dividido en ocho barriadas: Buen Viaje, Camaco, La Laguna, San Salvador, La Bermeja, La Parroquia, El Cristo y El Carmen. En 1850 ocurre la primera división de barrios cuyos nombres son El Carmen y San Salvador. Aunque no existía la competencia entre ellos hasta 1871 fue que dos españoles le dieron a las parrandas el carácter que actualmente posee. A través de la historia las parranderas más destacadas fueron: Chana Peña y Rita Rueda, una representaba El Carmen y la otra San Salvador. Estos dos barrios que son contrincantes en estas centenarias fiesta popular, delimitándose por una línea imaginaria que cruza el centro de la plaza, sirve de división a ambos barrios además de introducir nuevos elementos como faroles, fuegos artificiales, carrozas y trabajos de plaza, estructura artística de gran tamaño cuyo efecto fundamental se apoya en la luminotecnia quedando así consolidadas. Las parrandas remedianas, genuina manifestación de arte popular que es considerada como una de las más importantes fiestas tradicionales cubanas, porque no solo se quedó en Remedios sino que influenció a toda una región del país, el centro norte de las tres provincias centrales, casi cuarenta pueblos hacen o han hecho parranda, por lo que se habla de complejo parrandero.

Otra de las tradiciones remedianas lo constituye el ponche de la parroquia, que se brindaba en el San Juan, sus ingredientes son: la leche, la caña santa y el ron. Además se brindaba el caldo lucumí, elaborado con cabeza de puerco y bolitas de

maíz. En la Feria Internacional de Turismo del año 2009 fue ofrecido el ponche de la parroquia, muestra del rescate de lo tradicional y nuestro.

La religión en Remedios contenía un basamento católico, con los años se fue profanando con los matices y creencias de origen africano, europeo y chino, formando la rica mezcla cubana, El sabio cubano Don Fernando Ortiz describe esta transculturación en 1940 en su libro *“Contrapunteo cubano del Azúcar y el Tabaco”*

Remedios actualmente recibe la afluencia de turistas de varios países del mundo que nos visitan con la idea de conocer a través del recorrido por la propia ciudad, visitas a museos y galerías, nuestras costumbres y todos los elementos que forman parte de su historia y tradiciones culturales .

Costas:

A partir de los ajustes realizados a la División Político Administrativa (DPA) en el año 2010, el municipio posee un pequeño sector costero donde se encuentra la Playa de Jinaguayabo, que cuenta con un restaurante y un motel. Territorialmente, este sector costero pertenece a Caibarién, aunque históricamente está vinculado a la larga trayectoria remediense.

Morfológicamente, este sector de costa corresponde a una llanura fluvio-marina biogénica del cuaternario: deltaica, plana y parcialmente cenagosa, con alturas entre 2-3 a 5-7 m sobre el nivel del mar.

Relieve e hidrografía.

El relieve del municipio se corresponde con la llanura cárnica del Norte de Las Villas, donde existen accidentes como: valles ciegos, diente de perro, dolinas, cavernas y otras manifestaciones de carso de llanura, siendo esta la nota predominante del paisaje. Se encuentran además pequeñas elevaciones residuales de alturas inferiores a los 150 m como promedio. Ejemplo de estas son: Palenque, la Puntilla, Las Cureñas (alturas de Las Lechugas).

Al sur se encuentran alturas de mayor elevación pertenecientes a las alturas del Nordeste de las villas, las que se extienden desde la zona del poblado de Zulueta y Buenavista hasta el Sur del poblado de Meneses, en el municipio de Yaguajay, provincia de Sancti Spiritus. Estas alturas reciben el nombre de Finca de Bamburanao y en las mismas existen manifestaciones de carso de altura, tales

como: cavernas de diversas dimensiones, muchas de las cuales se encuentran en fase de estudio.

Las características cársticas del municipio, influyen de forma desfavorable en su hidrografía, ya que esto contribuye a que existen escasas fuentes superficiales como ríos y arroyos y los existentes presentan caudales intermitentes, condicionados por los períodos de precipitaciones. La rápida infiltración condiciona que los caudales permanezcan secos la mayor parte del año. Ejemplo de lo expuesto son los ríos Caonao y Bartolomé al oeste y sur de la cabecera del municipio respectivamente.

Entre las corrientes superficiales solo se destacan: el río Guarí, que nace al Noroeste de Buenavista; el río Caonao, al oeste de la cabecera municipal y los afluentes del Zaza.

Contrariamente a la escasez de corrientes superficiales, encontramos una riqueza de agua subterránea del subsuelo, las cuales son utilizadas en las actividades agrícolas, industriales y en el consumo de la población.

Clima

De acuerdo con la regionalización climática general, el clima del municipio corresponde al subtipo de clima de llanuras y alturas, con humedecimiento estacional relativamente estable, alta evaporación y altas temperaturas. Además acorde con esta característica se ubica dentro de las zonas costeras con predominio de días frescos en invierno. El centro y sur del municipio se corresponde con llanuras interiores y predominio de noches frescas en verano. Durante el verano, el territorio alcanza magnitudes extremas en horas del mediodía y por las noches se mantienen débiles o moderadas. Los días con condiciones confortables abarcan del 20% al 40% anual, agrupadas en el período de Diciembre a Abril. La influencia del relieve determina ciertos contrastes en sus índices de bienestar y calor sofocantes.

Flora y fauna, su valor:

La vegetación originaria del municipio es de bosques con matorrales tropicales latifolios (monte fresco). Esta vegetación aun está latente en algunas zonas como la Loma de La Puntilla, lo que demuestra que en esta región siempre existió este tipo de vegetación, la cual está integrada por grandes Almácigos, Guácimas y frutales como el Níspero, el Mamey Colorado, la Guayaba y el Corojo.

Se encuentran además plantas endémicas de Cuba como la Naranja, el Jibá, la Espuela de Caballero, el Guao; cuya importancia radica fundamentalmente en sus posibles aplicaciones o usos tanto medicinales como en la fabricación de objetos.

La vegetación actual predominante en el territorio es antrópica, constituida por cultivos agrícolas, pastos y vegetación secundaria.

La Fauna:

La fauna es variada, fundamentalmente de artrópodos. Las especies más notables son: hormigas, arácnidos y moluscos terrestres. Dentro de estas variedades encontramos especies que son endémicas de Cuba, las cuales requieren la más estricta protección. La mayor riqueza faunística se encuentran en:

- ❖ *Alturas de Buenavista:* aquí hallamos la Perdiz, especie muy escasa en Cuba.
- ❖ *Loma de la Puntilla:* en este lugar existe la Lagartija de cola ancha, también escasa en el país.

En el Nuevo Atlas nacional cubano se plantea que en la zona existe un tipo de molusco (*Tricamellaxis Remediensis*) endémico de esta.

Consideraciones sobre el medio ambiente:

El municipio remediano no se aleja del promedio provincial de forestación que solo alcanza un área de 4,9%, ya que los prados de labor y la ganadería han arrebatado al bosque gran cantidad de hectáreas. En este sentido se han elaborado planes de reforestación con el objetivo de detener esta situación.

La comisión municipal de geografía desde el año 1988 realizó la propuesta para declarar toda el área al suroeste de la ciudad como protegida, debido a la importancia de la zona que comprende la Loma de La Puntilla, de gran riqueza faunística, al igual que ocurre con su flora.

Entre los problemas ambientales detectados en el municipio por la mencionada comisión se encuentran: erosión de los suelos, tala indiscriminada y buldoceo donde en muchas ocasiones no se repone la capa vegetal.

Entre los focos contaminantes destacados encontramos: Centro Porcino y depósito de sales de Remate Ariosa, CAI "Heriberto Duquesne", CAI "Chiquitico Fabregat" y la Playa de Jinaguayabo.

Suelos:

En el municipio predominan los suelos ferralíticos rojos latolizados, desarrollados sobre calizas y con presencia de arcilla; se observan fundamentalmente: la *trufin* y *arcillas Matanzas*.

En la localidad de Buenavista predominan los suelos rojos muy fértiles, desarrollados sobre calizas cavernosas pertenecientes a las familias Santa Clara - por su tipo genético-, con ferralítico – cuarcítico – amarillo rojizo lixiviado.

Los suelos de la localidad de Remate Ariosa comprenden a la familia Najasa: el tipo genético con suelos pardos sin carbonatos, desarrollados sobre material de origen de rocas ígneas intermedias o básicas, en su composición predominan las arcillas.

Recursos Minerales:

El municipio de Remedios cuenta con una considerable fuente de recursos minerales, encontrándose entre estos:

Dolomita: uno de los principales, cuyo yacimiento se ubica en la carretera de Zulueta a 1,5 Km. de la ciudad cabecera y su área de explotación actual se extiende hasta los límites con la Loma de la Puntilla. La explotación se realiza a cielo abierto y sus reservas se consideran en un rango de 30 a 35 años; el mineral no es puro sino un tipo de caliza dolomitizada (dolomita calcárea).

Caliza: roca de importancia industrial cuya extracción se produce en Palenque y Zulueta.

Otros minerales son el Feldespato y la Zeolita, los que a pesar de ubicarse en puntos alejados, son extraídos y procesados en la planta del municipio de Remedios, el cual se integra a las investigaciones que se llevan a cabo en todo el país con relación al uso de la Zeolita, cuyas producciones están destinadas, principalmente, a la alimentación animal y a la fórmula Vèrea III- Bona-Bono para Zeopònicos, que es un fertilizante que mejora las propiedades físicas y químicas de

los suelos, al tiempo que acorta el ciclo para alcanzar mejores rendimientos en las cosechas y eleva la calidad de los frutos.

Población

La población del municipio ha decrecido desde el censo de 1981 hasta el año 2008 que fue de -5,3⁰/₀₀. Sin embargo el año 2009 cerró con un crecimiento de 8,30⁰/₀₀ para un total de 45836 habitantes. La población urbana representa el 66,68%. Del total las mujeres representan el 49.8%. El territorio posee una densidad de 82 habitantes/Km².

La distribución por sexo y edad refleja baja natalidad, agrupándose el 19% de la población por debajo de los 15 años. Un 22% de la población es mayor de 60 años, indicando un alto grado de envejecimiento poblacional.

Economía

Las principales actividades económicas del territorio están dirigidas en primer orden a la producción agrícola. Su base económica fundamental es de origen agrícola, donde se destaca la explotación de la caña de azúcar. A menor escala se desarrollan los cultivos varios y la ganadería. Muy escasamente otras ramas productivas.

Existen 41 entidades empresariales en el territorio distribuidas de la siguiente manera:

- ❖ Tres empresas nacionales
 - o Empresa mielera Heriberto Duquesne
 - o Empresa azucarera Chiquitico Fabregat
 - o Empresa de Cultivos Varios
- ❖ Una empresa local
 - o Empresa del Comercio y la Gastronomía
- ❖ Cinco en la actividad presupuestada
 - o UP Salud
 - o UP Comunes

- o UP Educación
- o UP Poder Popular
- o UP Cultura
- ❖ 32 establecimientos pertenecientes a entidades nacionales y provinciales radicadas en el territorio

Además se cuenta con ocho UBPC del MINAZ: 10 del MINAGRI; 5 CPA: dos del MINAGRI y dos del MINAZ; y 22 CCS: de ellas ocho del MINAGRI y 14 del MINAZ.

Agricultura

De un total de 55859 ha de tierra firme, 43508 ha se destinan a uso agrícola, y 12351 ha a usos no agrícolas, o no se usan. De la superficie destinada a la actividad agrícola, 27789 se encuentran cultivadas, más del 50% para el cultivo de caña (17229 ha). El resto se dedica a otros cultivos (plátano, cítricos tubérculos y raíces, y pastos). En el municipio hay cinco cooperativas de producción agropecuarias (CPA), que reúnen a 287 miembros, y ocupan una superficie total de 341.1 caballerías (4673.07 ha); y 22 cooperativas de créditos y servicios (CCS), que reúnen a 1895 socios, y poseen una superficie total de 806.42 caballerías (11048 ha).

Los pastos naturales ocupan una extensión de 15719 ha.

Existen nueve embalses entre presas y micropresas, y son utilizadas para el riego en 134.2 ha de caña en el CAI H. Duquesne, y en 335.5 ha de caña en el CAI C. Fabregat.

Turismo

El municipio se ha integrado a un proyecto turístico que promueve las tradiciones histórico – culturales y los valores arquitectónicos coloniales, así como las potencialidades naturales.

Esto exige un análisis integral de los aspectos históricos, culturales, económicos y ambientales en su integridad. No pueden desaprovecharse las oportunidades, ni descuidarse las amenazas que para el sistema de asentamientos en general significan estas alternativas de desarrollo.

Su mayor potencialidad es el desarrollo de hostales e instalaciones de pequeño formato en concordancia con las características de las primeras villas fundadas en el país con la llegada de los españoles. Posee un déficit de infraestructuras de alojamiento y servicios para el turismo, lo cual en el futuro puede ser suplido a través de esta opción.

Urbanismo y Patrimonio

Remedios comienza a desarrollar los elementos constructivos y urbanos de su identidad a partir del siglo XVIII conservando hoy gran parte de los mismos. El poblado se estructura siguiendo el esquema de distribución de las siete primeras villas (un espacio libre para la plaza, la iglesia, y otros edificios). Alcanza su mayor esplendor arquitectónico y urbanístico en el siglo XIX que es reconocido también como el período de mayor auge económico de la villa.

En el siglo XX se producen importantes obras, aunque en el período de la seudorrepública se produce un estancamiento, e incluso un retroceso. Las obras arquitectónicas aquí tienen un marcado estilo ecléctico, influyendo en la arquitectura local.

El centro histórico urbano de Remedios puede clasificarse como colonial, aunque también recibe influencia ecléctica (se observa en elementos ornamentales como rejas lisas o decoradas, guardapolvos lisos o coloniales, vitrales, persianas francesas, carpintería bellamente trabajada, elementos decorativos fabricados en bronce, arcos de medio punto y menor cuantía polilabrados, entre otros elementos).

En sus calles se organizan de forma compacta edificios de uso social y viviendas con predominio de la edificación uniplanta medianera y de elevados puntales de arquitectura colonial, barroca y ecléctica. Declarada Monumento Nacional en 1979, su historia y su gente son el reflejo de la evolución histórica y de muchos años de tradiciones que han perdurado hasta nuestros días.

Se destacan en la ciudad por su belleza e importancia las siguientes plazas y parques:

- ❖ José Martí
- ❖ Las Madres

- ❖ Alejandro del Río
- ❖ Parque Infantil
- ❖ La Libertad

El Centro Histórico Urbano está compuesto por 64 manzanas, ocupa un área total de 45.7 ha, divididas en dos zonas: zona de valor I con 17.4 ha (29 manzanas) y zona de valor II con 28.3 ha (35 manzanas). En total posee 926 edificaciones (820 viviendas, siete religiosas, cuatro industriales, dos militares, 20 civiles, 67 mixtas, y seis conmemorativas)

Por su valor contextual y ambiental, y a pesar de su deficiente estado constructivo es uno de los centros urbanos antiguos más conservados del país y por ende el principal atractivo para la explotación de los potenciales del turismo de ciudad e histórico de la provincia. En sus límites acoge edificaciones de inestimable valor arquitectónico y ambiental donde se concentra la mayor parte de los servicios y el escenario natural de la vida mediana, de sus principales fiestas y tradiciones.

Remedios tiene diferencias sociales y religiosas que inciden directamente en la forma de pensar y actuar de sus habitantes. La principal de sus tradiciones son las parrandas medianas, celebradas en diciembre por la navidad, que constituyen el acontecimiento cultural más importante de la localidad, y una de las tres fiestas nacionales de nuestro país.

Otras tradiciones a destacar son:

- ❖ Parranditas infantiles (Diciembre)
- ❖ Procesiones de Semana Santa (Marzo – Abril)
- ❖ Bembé de los santeros
- ❖ El San Juan (Junio)
- ❖ Festividades del Buen Viaje (Agosto 15)
- ❖ Noche Buena (Diciembre)

El Consejo Popular 1 posee como peculiaridad un sincretismo religioso más arraigado, a causa del predominio de la raza negra en la población, por lo que la

influencia africana es más profunda. Este consejo posee un número considerable de casas cultos donde se celebran ritos de santería.

El Consejo Popular 2 lleva por tradición en sus creencias la tendencia hacia un cristianismo católico. En esta parte de Remedios habitaba la otrora clase pudiente del municipio, que se orientaba hacia estas creencias traídas de España.

En cuanto a la música y el canto cabe destacar una serie de personalidades, como los relevantes casos de Alejandro García Caturla y Agustín J. Crespo, mundialmente conocidos por sus aportes a la música.

La creación musical de Caturla constituye una renovación desde todos los puntos de vista que se puede apreciar en la mayoría de sus composiciones, donde se mezclan elementos folclóricos con la música clásica.

La décima campesina constituye otro baluarte en la tradición remediana. Se puede encontrar en la actualidad en la Peña San Andrés, donde se reúnen repentistas de los 11 consejos culturales comunitarios del municipio, se invitan figuras de otros municipios.

A partir del año 1987 se celebran de forma bianual los festivales René Márquez *in Memoriam*, en homenaje al compositor remediano, donde participan aficionados de la comunidad y la provincia con obras verdaderamente valiosas, donde prevalece el gusto por la música y los temas tradicionales. Paralelamente al surgimiento del festival se organiza a nivel municipal la ACCAM, que es la organización que agrupa a nivel nacional a los creadores musicales del país.

También se organizan desde el año 1998 los festivales Enrique Olalde, por iniciativa de la Asociación de Ciegos y Débiles Visuales (ANCI). Este festival surge en el ámbito provincial, y ya en la tercera edición se convierte en un evento nacional. Su celebración se ha visto afectada en ocasiones por carencia de recursos.

Dentro de las figuras de la plástica, cabe destacar a Fernando Betancourt, Noel Guzmán y Julián Espinosa (Guayacón). La tendencia más marcada es el primitivismo.

También propia de la riqueza cultural del municipio se arraiga la narrativa oral. Se reflejan en explosión entrecruzada las costumbres, los negros brujos, cuentos

yaficiones, matizados de pregones, piropos, apodos, el infaltable refranero popular, los dulces romances, canciones de cunas, leyendas, creencias y supersticiones.

Al profundizar en el estudio de la cultura popular se revela esta como la fuente infinita que refleja las expresiones más espontáneas y directas de la creación que se encuentra en las entrañas del pueblo y de su historia. Es necesario divulgar lo propio y que continúe la transmisión generacional de estos valores, como vehículo idóneo de afianzar la identidad territorial.

2.3. Análisis de los resultados según los instrumentos aplicados.

Las entrevistas semi-estandarizadas aplicadas a la docena de arrendadores seleccionados nos dan muestra del poco dominio conceptual que estos tienen sobre lo que es el patrimonio cultural, esto conlleva a que en varias ocasiones obvian en su divulgación algunos elementos importantes que lo conforman.

Es mayoritaria la coincidencia de que han aprendido del patrimonio cultural a través de la trasmisión de sus familiares y/o antepasados, en menor medida mencionan los medios de divulgación masiva o la escuela como agentes socializadores. De hecho se aprecian diferentes interpretaciones de un mismo atractivo. Los entrevistados dan muestra de manera general de que los turistas o huéspedes que visitan sus hostales les demandan conocimientos sobre aquellos lugares y tradiciones, en general que caracterizan la ciudad, de los cuales han oído hablar, lo han encontrado en páginas o sitios de Internet o lo han visto en las guías y plegables que le proporcionan los turoperadores en sus lugares de origen o en suelo cubano; en las agencias o instalaciones hoteleras. Los entrevistados opinan que ellos satisfacen las demandas de los turistas y le orientan a los lugares donde ir, incluso algunos destacan que en ocasiones ellos vienen con conocimiento erróneo del significado de lugares o hechos los que son aclarados con sus explicaciones.

Un elemento fundamental de coincidencia de los arrendadores es que es necesaria la superación para ellos por parte de especialistas, no solo que conozcan de la cultura popular tradicional de Remedios sino que los puedan capacitar en lo relacionado con las características de los visitantes para que el intercambio sea más profundo. Existe consenso en que un arrendador que manifieste conocimiento de la

ciudad se convierte en una garantía para mantener alto el flujo de visitantes y que continúen eligiendo para sus vacaciones este destino.

Otro análisis es el que se deriva de los resultados del cuestionario aplicado al resto de la muestra seleccionada, cuyo criterio se explicó anteriormente. En este caso correspondió a 12 arrendadores que representan el (50%) de la muestra.

En lo que respecta a la primera interrogante relacionada con el conocimiento de la cultura popular tradicional de Remedios, 7 de los encuestados (84%) señaló que su conocimiento es mínimo sobre el tema, por lo que arribamos a la conclusión de que la mayoría de las personas que se encuentran interactuando con los turistas no están en condiciones – reconocido por ellos mismos- de satisfacer ninguna demanda en ese sentido.

En una segunda pregunta se obtuvo otro importante resultado y es que ante un grupo de elementos para identificar aquellos que forman parte de la cultura popular tradicional remediense, solo 5 (60%) de los seleccionados identificaron correctamente todos los elementos.

En la cuarta pregunta, existe un consenso bastante equilibrado donde reconocen entre las vías en las que adquirieron alguna información sobre la cultura popular tradicional remediense a la escuela, la familia y los medios de difusión masiva. En mayor medida señalan a los oriundos de la ciudad.

La quinta interrogante iba dirigida a conocer si los huéspedes solicitaban información sobre la cultura popular tradicional remediense y el total de los inquiridos respondió de manera afirmativa, de igual forma ocurre con la sexta pregunta en la que todos responden que ellos satisfacen las demandas de los turistas, de ahí lo que significan los hostales al realizar una función de divulgación importante del patrimonio turístico remediense a pesar de que estos no poseen una adecuada información y conocimiento del mismo, puesto que existen datos, fechas, características específicas que se encuentran dentro de las demandas del huésped o turista, y estos al no tener una información rica sobre el asunto pues se limitan o simplemente tergiversan de una forma u otra la historia.

En la pregunta séptima ellos reconocen sus deficiencias al responder todos que requieren ser capacitados. En la octava y última pregunta se solicita que relacione algunas de sus carencias constituyendo regularidad:

- ❖ Aspectos relacionados con la fundación (ubicación inicial de la villa)
- ❖ Historia de las familias más representativas de la ciudad.
- ❖ Estilos arquitectónicos recurrentes en la ciudad.
- ❖ Leyendas, costumbres y tradiciones¹³
- ❖ Paisajes naturales en el entorno de la ciudad que se vinculan con ella.

Diagnóstico de necesidades y potencialidades.

A partir de los resultados derivados del análisis de los instrumentos aplicados se procedió a realizar el diagnóstico del estado del objeto investigado enfocándolo hacia los aspectos internos sobre los que se deben dirigir las acciones por lo que se buscaron debilidades y fortalezas. No obstante resulta importante significar que aquellos aspectos externos que inciden en la problemática, siempre se tuvieron presente en el diseño de las acciones, e incluso de forma indirecta se asumen. De esta forma se reconocen como oportunidades: la elección del destino Cuba por un mayor número de visitantes cada año, el incremento de los visitantes a la región central de Cuba por la cantidad, variedad e importancia de los atractivos turísticos, que tiene como elemento adicional la elección del destino turístico “Cayos de Villa Clara”, el cual se encuentra en la ruta, además de ir fortaleciendo su personalidad geográfica lo que permite la repitencia de los visitantes; la tendencia cada vez mayor a la práctica del turismo cultural, el nivel cultural y los valores que caracterizan la sociedad cubana contemporánea. Por su parte son amenazas, la divulgación poco objetiva de los atractivos en particular, así como de los destinos de manera general, la actual crisis económica global.

Con el conocimiento anterior distinguimos las principales carencias que poseían los arrendadores de hostales con respecto a la divulgación de la cultura popular

¹³ En lo relacionado con los aspectos históricos y las leyendas, costumbres y tradiciones ellos refieren la necesidad de que se tome una explicación de las mismas que sea utilizada por todos ellos pues en ocasiones al ser recibido su conocimiento por vías informales, se confunden fechas, nombres de lugares, de personas. Nota del Autor.

tradicional de Remedios las cuales presentamos como debilidades. Reconocimos a su vez las potencialidades para sobre las mismas sostener las acciones.

Debilidades:

- ❖ Falta de conocimiento sobre la cultura popular tradicional por parte de los arrendadores.
- ❖ Los arrendadores no son capaces de identificar el valor del patrimonio cultural de Remedios.
- ❖ Desconocimiento de los elementos que forman parte del patrimonio intangible de la ciudad de Remedios por parte de los arrendadores.
- ❖ Inseguridad en el uso de términos asociados a la cultura popular tradicional de la ciudad de Remedios por parte de los arrendadores.
- ❖ Predominio del conocimiento informal sobre la cultura popular tradicional de la ciudad de Remedios.
- ❖ Las guías y plegables para el turismo no contienen la totalidad de la información, priorizando los destinos de sol y playa.
- ❖ El hostel satisface medianamente las necesidades de información sobre la cultura popular tradicional que requieren los turistas.
- ❖ No existe ninguna organización que pueda contribuir a la superación en materia de cultura popular tradicional a los arrendadores.
- ❖ Escasa conservación del patrimonio tangible de la ciudad.

Fortalezas

- ❖ Los hostales realizan una función de divulgación de la cultura popular tradicional de Remedios.
- ❖ Los hostales constituyen la primera fuente de información para el turista individual.
- ❖ Interés de los turistas por conocer la cultura popular tradicional de la ciudad de Remedios.
- ❖ Interés de los arrendadores por divulgar la cultura popular tradicional remediaña.

- ❖ Interés de los arrendadores por superarse.
- ❖ Los arrendadores consideran que la divulgación de la cultura popular tradicional de Remedios reporta beneficios a su actividad.
- ❖ La divulgación de la cultura popular tradicional beneficia el interés de los turistas por visitar el país y la ciudad en particular.
- ❖ La divulgación de la cultura popular tradicional de la localidad forma parte del currículo de la escuela.
- ❖ La divulgación de la cultura popular tradicional de la localidad desde los medios de comunicación masiva (radio, televisión comunitaria).
- ❖ La accesibilidad que presenta Remedios.
- ❖ Encontrarse en la ruta del destino “Cayos de Villa Clara”.
- ❖ Su condición de octava villa.
- ❖ Su religiosidad y conservación de tradiciones.

2.4. Propuesta de acciones para la divulgación de una cultura popular tradicional en los hostales de Remedios.

Las acciones que se proponen están dirigidas a mitigar las debilidades que presentan las relaciones entre los arrendadores de hostales y los turistas que visitan la ciudad de Remedios y que entre sus necesidades se encuentra la del conocimiento acerca de su cultura popular tradicional.

Dichas acciones están estructuradas de manera que respondan a un objetivo el cual está relacionado con las debilidades que fueron detectadas. Estas acciones poseen plazos de cumplimiento que están regulados a corto, mediano y largo plazo. Las mismas poseen responsables y los implicados en cada una de ellas. Por último, se propone la evaluación de las acciones para constatar el grado de cumplimiento de los objetivos previstos.

Acciones para la Integración:

Estas acciones estarán dirigidas a unir a todas aquellas instituciones, organizaciones y personas individuales (arrendadores de hostales entre ellas), para acometer

acciones de superación y de promoción de la cultura popular tradicional de Remedios. Es muy importante tener en consideración la fortaleza que representa el reconocimiento de los arrendadores de hostales de la necesidad que exista una divulgación correcta y bien intencionada hacia los turistas.

Objetivo: Fomentar la integración de los actores socioculturales implicados en la promoción de la cultura popular tradicional de la ciudad de Remedios.

Acción # 1:

Firma del convenio de trabajo para la integración de los actores socioculturales implicados en la promoción de la cultura popular tradicional de la ciudad de Remedios.

Acción # 2:

Establecer un programa de trabajo integrado entre los ministerios, instituciones, organismos y organizaciones que se relacionan con la promoción de la cultura popular tradicional de la ciudad de Remedios.

Responsables: AMPP, MINTUR, FORMATUR, MINCULT, ICRT, MINED, ONAT

Participantes: Representantes del gobierno, las instituciones y organizaciones; y los arrendadores.

Fecha: A corto plazo.

Evaluación: Esta acción debe ser revisada al menos una vez en el año donde se reúnan los integrantes y valoren la marcha de la integración y del resto de las acciones.

Acciones para la Superación.

Este grupo de acciones implican la superación de los arrendadores de hostales, aunque consideramos que no se deben circunscribir solamente a ellos pues luego de estar preparados los cursos se aprovecharía para aquellas personas de los diferentes organismos que necesiten de esto. Estas acciones de superación tienen en cuenta aspectos relacionados directamente con la cultura popular tradicional de Remedios, pero además se propone que en los mismos este presente el componente comunicativo a través de la enseñanza de un idioma alterno y de

geografía de países; la que debe estar en función de los países emisores a este polo turístico.

Estas acciones constituyen las repuestas a las carencias que poseen los arrendadores de hostales sobre esta temática, así como para proveerlos de un conocimiento científico sobre el tema en cuestión. En la consumación de las mismas están responsabilizados los organismos que inciden directamente en la actividad y donde la escuela adquiere especial relevancia.

Objetivos: Diseñar un programa de superación dirigido a los arrendadores de hostales, así como al patrimonio de interés turístico.

Acción #: 1

Impartición de curso de superación con contenidos alegóricos a la cultura popular tradicional mediana.

Acción #2

Impartición de curso de superación en idiomas para mejorar la comunicación entre turistas y anfitriones.

Acción # 3

Impartición de curso de superación de geografía de países para conocer las características del visitante.

Responsables: MINTUR, MINCULT, FORMATUR, MINED.

Participantes: Arrendadores de hostales y personal de las instituciones con carencias en la materia.

Fecha: A mediano Plazo.

Evaluación: Según la planificación de los programas diseñados.

Acciones para la Promoción

Las acciones de promoción se realizan como otra vía para adquirir conocimiento de manera no formal por parte del arrendador de hostales, pero también para llenar

vacíos divulgativos por error o por omisión que todavía subsisten en la información oficial al turista. Con estas acciones también se estimula a los arrendadores y a los pobladores a utilizar sus iniciativas en función de la promoción de la cultura popular tradicional de su territorio.

Sin dudas la participación en eventos donde se premie el talento tanto de aquellos investigadores como los que a través de la práctica muestren lo mejor de la cultura popular tradicional será de gran beneficio para el conocimiento, conservación cuidado y mantenimiento del patrimonio cultural.

Objetivos: Diseñar acciones encaminadas a la explotación coherente de las potencialidades que ofrece la cultura popular tradicional de Remedios a partir de una adecuada promoción por parte de los principales actores socioculturales del territorio.

Acción # 1:

Creación de espacios en la programación de los medios de difusión masiva del municipio para divulgar la cultura popular tradicional.

Creación del programa televisivo “Conociendo mi ciudad”

Creación de la sección “Páginas remedianas”

Responsables: MINTUR, MINCULT, ICRT, UPEC,

Participantes: Periodistas, escritores y artistas del territorio.

Fecha: A mediano plazo.

Evaluación: A través de los sondeos de opinión que realizan los medios.

Acción #2:

Creación de mapas turísticos ilustrados cuya temática esté dirigida a la cultura popular tradicional de la localidad.

Responsables: MINTUR, MINCULT, GEOCUBA.

Participantes: Especialistas de los organismos antes mencionados.

Fecha: A mediano plazo.

Evaluación: A partir de la demanda de los turistas y de las encuestas de satisfacción.

Acción #3:

Creación de la Guía Turística Local “Remedios, octava villa”

Responsables: MINTUR, MINCULT, GEOCUBA.

Participantes: Especialistas de los organismos antes mencionados.

Fecha: A mediano plazo.

Evaluación: A partir de la demanda de los turistas, del incremento de las visitas a los lugares promocionados y de las encuestas de satisfacción.

Acción # 4:

Realización de eventos, talleres, intercambios de experiencias sobre la cultura popular tradicional de Remedios, donde se incorpore la discusión de experiencias de los arrendadores de hostales.

Responsables: MINCULT, MINTUR, MINED, CDR, FMC.

Participantes: especialistas de los organismos, arrendadores, población interesada.

Fecha: al menos una vez al año.

Evaluación: según la participación, los trabajos que se envíen, los resultados que se obtengan.

Acción # 5:

Encuentros de Cultura Popular comunitaria (gastronomía, artesanía tradicional, hostel tradicional).

Responsables: AMPP, MINCULT, MINTUR.

Participantes: especialistas de los organismos, arrendadores de hostales, artesanos, artistas de la plástica, vecinos de la comunidad.

Fecha: una vez al año.

Evaluación: premio al hostel mejor ambientado, mejor oferta culinaria, mejor obra de artesanía, de la plástica, etc.

A manera de conclusión parcial de la investigación y tomando como referente inmediato la investigación realizada por el Lic. Pedro Manuel Olivar Felipe sobre la misma temática en la ciudad de Trinidad se pudo constatar que:

- ❖ Ambas son villas fundadas por los colonizadores y poseen un patrimonio tangible e intangible que exhibir y conservar.
- ❖ Ambas ciudades poseen un patrimonio arquitectónico necesitado de restauración, mantenimiento y conservación, por el alto grado de deterioro de una buena parte del mismo.
- ❖ Ambas ciudades poseen accesibilidad al turismo por encontrarse una en la ruta o destino en consolidación “*Cayos de Villa Clara*”, y la otra ser un destino consolidado.
- ❖ La ciudad de Trinidad por ser un destino consolidado, necesita una menor divulgación e información al visitante. Sus atractivos forman parte de la comunicación entre los visitantes y son solicitados por estos.
- ❖ Remedios presenta menor movilidad poblacional que Trinidad, lo que facilita la transmisión de costumbres y tradiciones culturales de una generación a otra.
- ❖ A diferencia de Trinidad que posee en su cercanía una villa fundacional (Sancti Spiritus) y una ciudad marítima con lugares declarados Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO (Cienfuegos), Remedios no compite con otras ciudades en el territorio.
- ❖ Los remedianos están conscientes de la necesidad de su preparación para poder comunicar, algo que no es imprescindible en los trinitarios ya que su entorno comunica por sí solo.

Conclusiones

- ❖ En la actualidad existe un mercado cada vez mayor que demanda turismo cultural, a partir de la divulgación de la cultura popular tradicional; pero a pesar de ello no existe coherencia, sino un desajuste entre las necesidades expresadas por los mercados, los recursos potenciales existentes y la realidad del recurso puesto en valor como oferta turística cultural. De ahí que se requieren estudios cuidadosos, concertación de políticas y construcción de enfoques integrados para su gestión.
- ❖ Remedios ofrece sus hostales como una alternativa de alojamiento. El segmento turístico que pernocta en ellos requiere del conocimiento de su cultura popular tradicional, sin embargo los arrendadores aunque están consientes de su importancia no poseen los saberes necesarios para satisfacer esta demanda.
- ❖ La cultura tradicional remediana es ampliamente divulgada al turismo en los hostales; sin embargo la misma no siempre es totalmente veraz, por lo que adolece de imprecisiones y en ocasiones de tergiversaciones dadas por el desconocimiento de los arrendadores.
- ❖ La propuesta de acciones para la divulgación de la cultura popular tradicional en los hostales de Remedios se convierte en un programa de trabajo que integra a los arrendadores en el sistema de gestión del Turismo Cultural, toda vez que está encaminada a solucionar sus necesidades de superación y en la promoción del producto.

Recomendaciones

- ❖ Socializar la propuesta de acciones para la divulgación de la cultura popular tradicional en los hostales de Remedios en los ministerios, organismos e instituciones del gobierno en el municipio de Remedios relacionados con la práctica del turismo cultural para que sirva de instrumento de consulta.
- ❖ Integrar los fundamentos teóricos de la presente investigación a las asignaturas de Evolución y Tendencias del Turismo y Turismo cultural de la carrera de Estudios Socioculturales y en la asignatura Sociología del Turismo de la carrera de Sociología.

BIBLIOGRAFÍA

- 1-Alemán, M: *"15 Lecciones de Turismo"*; 1964.
- 2-Alfonso, D. *"El anfitrión como actor social en el turismo"*. Revista de Ciencias Sociales, vol. 3, No. 105. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica, 2004.
- 3-Anuario Estadístico de Villa Clara 2009. Edición 2010. Oficina Nacional de Estadísticas (ONE).
- 4-Arjona, M: *"Patrimonio Cultural e Identidad"*. Editorial Letras Cubanas, La Habana.1986.
- 5- *"Arte y cultura"*. En <http://www.gobiernoonlinea.gob.ve>. Consultado el 2-12-10.
- 6-Ayala, H, *Balance de los Impactos del Turismo en la Sociedad*, Universidad de la Habana, 2003.
- 7-_____ *"Medio siglo de transformaciones en Cuba"* en *Apuntes*, Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo de la Habana. 2000.
- 8-_____. *Turismo en el Caribe, Sostenibilidad y Desarrollo*, Asociación Caribeña de Cuba, La Habana. 2003.
- 9-. Barreto, M, *Turismo e Legado Cultural*, Campinas, Papirus, 2000.
- 10-Bravo, N. *"Costumbre y tradición: la cultura popular entre la rebeldía y el conservadurismo"*. En *Realidad*, No 105, julio- Septiembre, 2005
- 11-Breve Diccionario Político. Editorial Progreso. Moscú, 1983.
- 12- *"Breviario de Cultura Turística"* (2007). En http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_9070_breviario_de_cultura .Consultado el 20-1-11.
- 13- Breve historia del turismo: *"Colonial Tour and Travel"*. En <http://www.colonialtours.com.do>. Consultado el 15- 4-11.
- 14-Cabrera, G: *"Población, Educación Ambiental, Consumo y Desarrollo: ¿Nuevas interrogantes a viejos problemas?"*: FACUA- EMASESA; 2002.
- 15-Cappacci, A: *"Turismo y Sustentabilidad."* Brigati: Génova; 2002.

- 16-Castillo, M. *"Apuntes para la investigación turística"*: Edición Cheterial, Editorial Universidad de Quintana Roo. 2006
- 17-CET: *"Gestión de destinos turísticos"* (monografía). Centro de Estudios Turísticos: UH; 2005.
- 18-Colectivo de Autores. "Diagnóstico de los principales problemas ambientales, sociales e institucionales del Municipio de Remedios". Proyecto GEF-PNUD Sabana-Camagüey Centro de Estudios y Servicios Ambientales. Villa Clara. 2005.
- 19-Comisión Nacional de Nombres Geográficos: *Boletín Informativo N° 1.*, Instituto Cubano de Geodesia y Cartografía, La Habana. 1998.
- 20-Constitución de la República de Cuba, Capítulo IV. Educación y Cultura, artículo #38, inciso i, La Habana.1993.
- 21-De la Iglesia, A. Tradiciones cubanas.s/f
- 22- De Urrutia, L: *"Sociología y Trabajo Social Aplicado"*. Editorial Félix Varela, La Habana, 2003.
- 23- Echarri, M: *"Diagnóstico de la actividad turística en el Centro Histórico de la Habana"*, Tesis en opción al Título de Master en Geografía, Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial, Facultad de Geografía, Universidad de la Habana, 2000.
- 24- Elmar, S: *"Las funciones básicas de la cultura"*, en Criterios. En Revista Estudios de teoría literaria, estética y culturología. No. 13-20, enero 1985 - diciembre 1986.
- 25- Enciclopedia Turística. "Concepto de turismo. OMT."(s/f).
- 26- Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes. Editorial Océano / Centrum. Barcelona, 1999.
- 27-Fabelo, Y. Interacciones sociales entre turistas – arrendadores en los hostales de Santa Clara. Tesis de diploma de la carrera de Sociología ,2009.

28-Farto, R: *“Un paseo por el Centro Histórico Urbano de la ciudad de San Juan de los Remedios “Monumento Nacional”*. Material mimeografiado. MINTUR, Santa Clara; 2008.

29- Feijoo, S. *Mitología cubana*.s/f

30-Gandel, M: *“Estrategia de comunicación persuasiva para la difusión del conocimiento del Patrimonio Cultural”*. [En línea] Disponible en Internet <http://www.ilustrados.comagndo.isinet.com>. Consultado el 7-1-11.

31-García, Y: *“Gestión ambiental urbana del patrimonio cultural en Caibarién”*.Tesis de diploma de Licenciatura en Estudios Socioculturales: UCLV; 2006.

32-García, A; Larramendi, J: *“Las Primeras Villas de Cuba”*. Ediciones Polymita S. A. Ciudad de Guatemala. 2008. Documento en pdf.

33-García, O. *“La Cultura Popular en Cuba”*. [En línea], disponible en: www.plaza.snu.ac.kr/~iberoam/db/11%C1%FD/garcia.doc. Consultado el 21-3-11. 34-http://www.gestión cultural.org/gc_boletín_2003. Consultado 15 de febrero de 2011.

35-Gómez, E: *“Diagnóstico para la puesta en valor turístico del patrimonio histórico cultural de la ciudad de Caibarién”*. Tesis de diploma de Licenciatura en Estudios Socioculturales: UCLV; 2006.

36-Gonzalez, E. La africanía en las parrandas.

37-González, M. *“Planeación estratégica del desarrollo sostenible en destinos turísticos de sol y playa. Cayo Las Brujas, Jardines del Rey, Cuba”*. Maestría en Gestión de Destinos Turísticos Locales; 2004.

38-_____: *“Gestión ambiental de los impactos del Turismo en espacios geográficos sensibles.”* Ediciones Abya- Yala: Quito; 2006.

39- _____. *“Definición de términos”*. Material mimeografiado (s/f).

40-Guadarrama, P y Pereligrin, N:” *Lo universal y lo específico en la cultura*”, Editorial de Ciencias Sociales. La Habana, 1990.

- 41-Guanche, J: *¿El patrimonio de la cultura popular tradicional es realmente inmaterial o intangible?* En: www.nodulo.org/ec/2003/n019p10.htm. Consultado el 25 -1-2011.
- 42-Haulot, A: *"Turismo Social"*. Editorial Trillas. México; 1991.
- 43-Hernández, PA. , *Geografía de Cuba*. Editorial Pueblo y Educación. La Habana. 2004.
- 44-Hernández, R., *Metodología de la investigación I y II*. Editorial Félix Varela. La Habana 2003.
- 45-Herrero, L: *"Turismo Cultural. El Patrimonio Histórico como Fuente de Riqueza"*. Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000.
- 46-Ibarra, F. *Metodología de la investigación social*. Editorial Félix Varela, La Habana, 2001.
- 47-Ibarra, F. *Metodología de la investigación social*. Editorial Félix Varela, La Habana, 2001.
- 48-ICOMOS: *"Carta Internacional sobre Turismo Cultural"*. La Gestión del Turismo con Patrimonio Significativo, México [en línea]. En <http://www.international.icomos.org>. Consultado el 21-01-11.
- 49- Iñiguez, L y Pol, E. *"La transformación del medio ambiente urbano. Análisis desde la Psicología Ambiental y Social."* (pdf). XXIV Congreso Interamericano de Psicología: Santiago de Chile; 4- 9 de julio 1993.
- 50-Jansen-Verbeke, M. Urban tourism. Managing resources and visitors. En Salah Wahab y John J. Pigram (eds). *Tourism, development and growth: the challenge of sustainability*. Londres; Nueva York: Routledge, 1997.
- 51-Lápidus, L. *"Patrimonio Cultural y Turismo"*. En Revista Arquitectura Cuba. No. 370, La Habana; 1998.
- 52-Linares, J. *"Museo, Arquitectura y Museografía"*. Fondo de la Cultura. Dirección de patrimonio cultural. Ministerio de Cultura, 1994.
- 53-López, I. *Cultura y ciudad. Manual de política cultural municipal*. Gijón: Trea, 2000.

- 54-Martín, R: *"Manual de Teoría y Práctica del Turismo. Tema 1: Fundamentos del turismo"*. Centro de Estudios Turísticos: Universidad de La Habana; 2003.
- 55-Martínez Casanova, Manuel. *Aspectos teóricos y metodológicos de Cultura Popular*. En: \\dante\Bibliografía\Ciencias Sociales\Sociocultural\Cultura Popular Tradicional. Consultado el 3-02-11.
- 56-Mateo, J: *"Geografía de los Paisajes"*. 1era Parte. Universidad de la Habana. La Habana; 2000.
- 57-Mejuto, M y Guanche. Compilación. La Cultura popular tradicional.
- 58-Conceptos y términos básicos. Consejo Nacional de Casas de Cultura .Ciudad de la Habana ,2008.
- 59-Ministerio de Cultura: *"Protección del patrimonio Cultural"*. Compilación de textos legislativos. Consejo Nacional de Patrimonio Cultural. MINCULT; 1996.
- 60-MINISTERIO DEL TURISMO: *"Villa Clara: guía rectificada"*. Material mimeografiado, MINTUR, Santa Clara, 2008
- 61-Oficina Nacional de Normalización. NC-127:2001, NR 01:2003.
- 62-Olivar, PM. El hostel trinitario en la promoción de la cultura popular tradicional. Tesis de diploma de Licenciatura en Estudios Socioculturales: UCLV; 2009.
- 63-Ortiz, F. *Una pelea cubana contra los demonios*.
- 64-Organización Mundial del Turismo: *"Introducción al Turismo"*. OMT, Madrid, 1998.
- 65-Ozacar, E: *"La Gestión de los Recursos Patrimoniales"*. Ediciones CETT, Barcelona, 2003.
- 66- _____: *"Panorámica villaclareña"*. Material mimeografiado, MINTUR, Santa Clara, 2008.
- 67- Perdomo, M. *Estrategia de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística de la población residente en la ciudad de Caibarién*. Tesis de diploma de Licenciatura en Estudios Socioculturales: UCLV; 2008.

- 68- Perelló, J. *Comunicología del Turismo, Estudios, Recursos y Productos Turísticos, Mercadotecnia Turística*. Editorial PUBLICITUR, S.A. Universidad de la Habana. 2001.
- 69- Prentice, R. *Tourism and Heritage Attractions*, London: Routledge, 1993.
- 70- Regal, I y J Santamarina: "El *Patrimonio Cultural y el Turismo en Cuba*", En revista *Turismo cultural en América Latina y el Caribe*, UNESCO, ORCLAC; 1997.
- 71-Romero, C. "*La ciudad histórica y las estrategias de comunicación*". En *Vivir las Ciudades Históricas*. Universidad de Extremadura y Fundación La Caixa, 1998.
- 72- Roque, M: "*Patrimonio Cultural y Turismo*" (en línea). Disponible en <http://www.naya.org.ar>.
- 73- Salinas, E y J. A. la O: "*Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba*". . *Temas.*, (No 43.). 2005.
- 74- Torres, P: "*Gestión Turística del patrimonio cultural*". Editorial Félix Varela, La Habana; 2006.
- 75- _____: "*Técnicas de Interpretación del patrimonio cultural*". Editorial Félix Varela, La Habana; 2006
- 76-Troitiño, M. A. Turismo y recuperación funcional de los centros históricos. En *Vivir las Ciudades Históricas*, Fundación la Caixa, 1999.
- 77-"Turismo", en *Gran Enciclopedia Larousse*. Planeta, Barcelona, 1991.
- 78- "*Turismo Cultural*". [En línea]. En <http://www.ciberamerica.org> .Consultado el 22-4-11.
- 79- VV.AA: *Sueños e identidades. Una aportación al debate sobre cultura y desarrollo en Europa*. Barcelona: ITERART/Península, 1999 (Edición en castellano de *In From the Margins*. Consejo de Europa 1996)
- 80- Vázquez, A; Dávalos, R: "*Selección de Lecturas sobre Sociología Urbana y Prevención Social*." Curso de Formación de Trabajadores Sociales, Santa Clara; 2000.

81- Viau, S. "*La Tétralogie de Québec: Capitale, Patrimoine, Culture et tourisme*". En *Le Patrimoine atout du développement*. Lyon: Centre J. Cartier; Presses Universitaires de Lyon. 1992.

82- Villalba, E. "*Cuba y el Turismo*". Editorial Ciencias Sociales, La Habana 1993.

ANEXO 1

Guía de Observación

1. Unidad de Observación: Hostales que se visiten para la aplicación de los instrumentos.

2. Problema de investigación:

¿En qué condiciones se produce la relación turista-anfitrión en los hostales?

3. Objetivo:

Explorar el escenario donde se produce la relación turista-anfitrión

4. Aspectos a observar:

Descripción del hostel en cuanto a:

- La ubicación,
- ordenamiento espacial,
- conservación, ambientación,
- servicios que brinda,
- cercanía a los atractivos,
- relación entre turistas y arrendadores (si se producen).

Anexo 2

Guía de Entrevista:

1. ¿Qué entiende usted por cultura tradicional?
2. ¿Conoce usted los elementos representativos de la misma?
3. ¿Mediante qué vías lo aprendió?
4. ¿Solicitan los turistas que se alojan en su vivienda información sobre la cultura tradicional remediana?
5. ¿Satisface usted las expectativas de los visitantes?
6. ¿Considera usted que se realiza divulgación de la cultura tradicional remediana desde su hostel?

Anexo 3

Encuesta:

Estimado compañero:

Estamos realizando una investigación sobre la divulgación que se realiza en los hostales de la ciudad sobre la cultura tradicional remediana a los visitantes de otras latitudes. Por ser usted un agente socializador imprescindible en esta actividad es que solicitamos su colaboración. Queremos reiterarle nuestro agradecimiento por la información que nos proporcionará la cual es totalmente confidencial.

Muchas Gracias.

1. ¿Conoce usted de la cultura tradicional de Remedios?

Si___ No___ Algo ___

2. Marque con una X los elementos que consideres que forman parte de la cultura

Tradicional remediana.

___Cuna de las parrandas.

___Parque José Martí.

___Estructura de las calles en forma de plato roto.

___Museo de “Las Parrandas”

___Iglesia de Buen Viaje.

___Museo de Historia

___Personalidades destacadas en su historia.

___Danza folclórica

___Centro Urbano Histórico

___Muros de mampostería.

___Fiestas Sanjuaneras.

___ Museo de la música Alejandro García Caturla.

___Pinturas murales de la ciudad.

___Alimentos como el ponche de la parroquia y el caldo lucumí.

3. ¿Conoce usted las particularidades de cada uno de los elementos anteriores?

Si___ No___

4. Mediante qué vía lo aprendió

- _____Escuela
- _____Familia
- _____Medios de difusión masiva
- _____Oriundos de Remedios.
- _____Otras

5. ¿Solicitan los huéspedes que visitan su casa información sobre la cultura Tradicional remediana?

Si ___ No ___ A veces ___

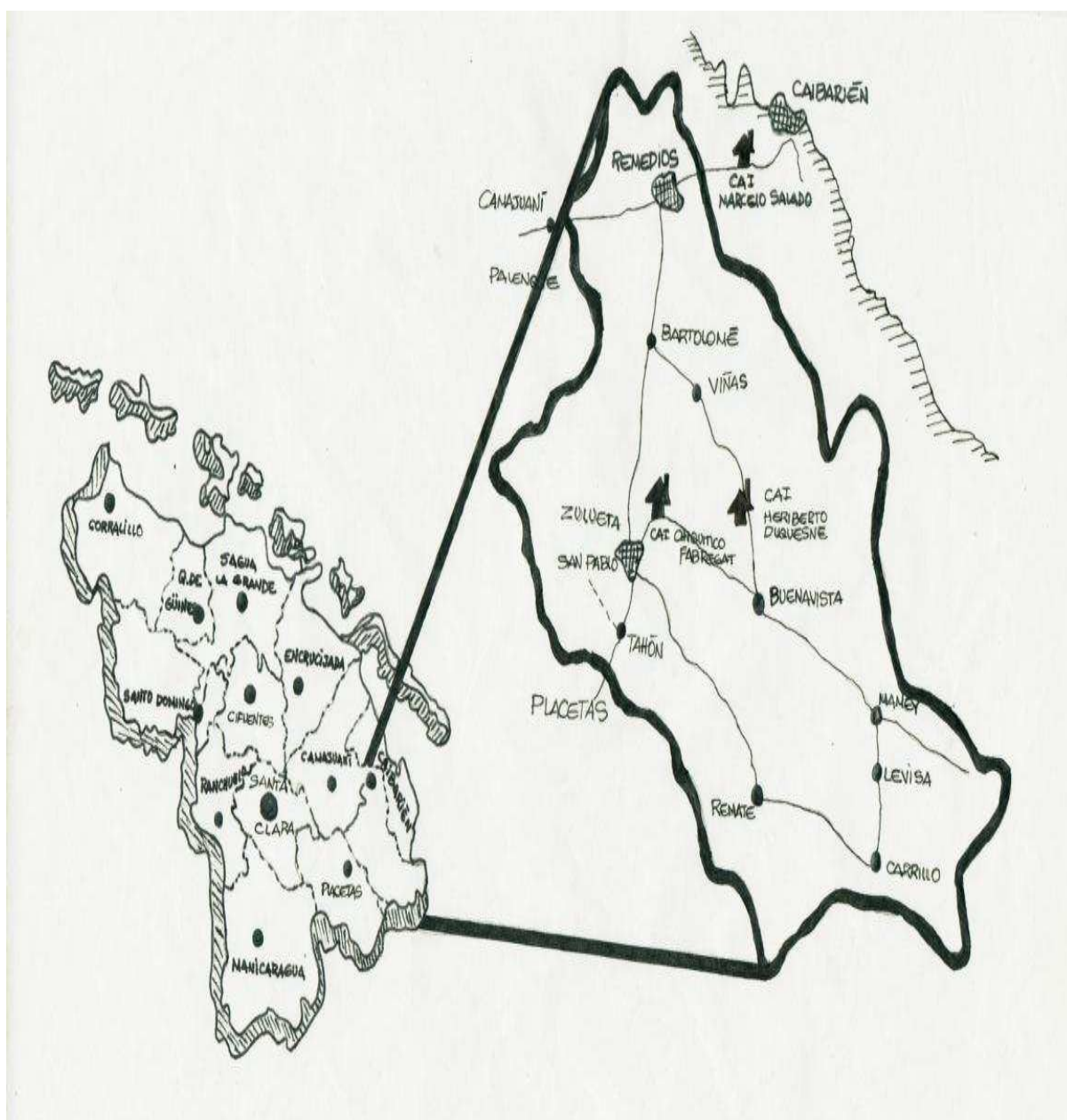
6. ¿Satisface UD. sus expectativas al respecto?

7. ¿Considera necesaria la capacitación sobre la cultura tradicional remediana?

Si ___ No ___

8. Si lo considera necesario, relaciones sus principales carencias en dicha materia:

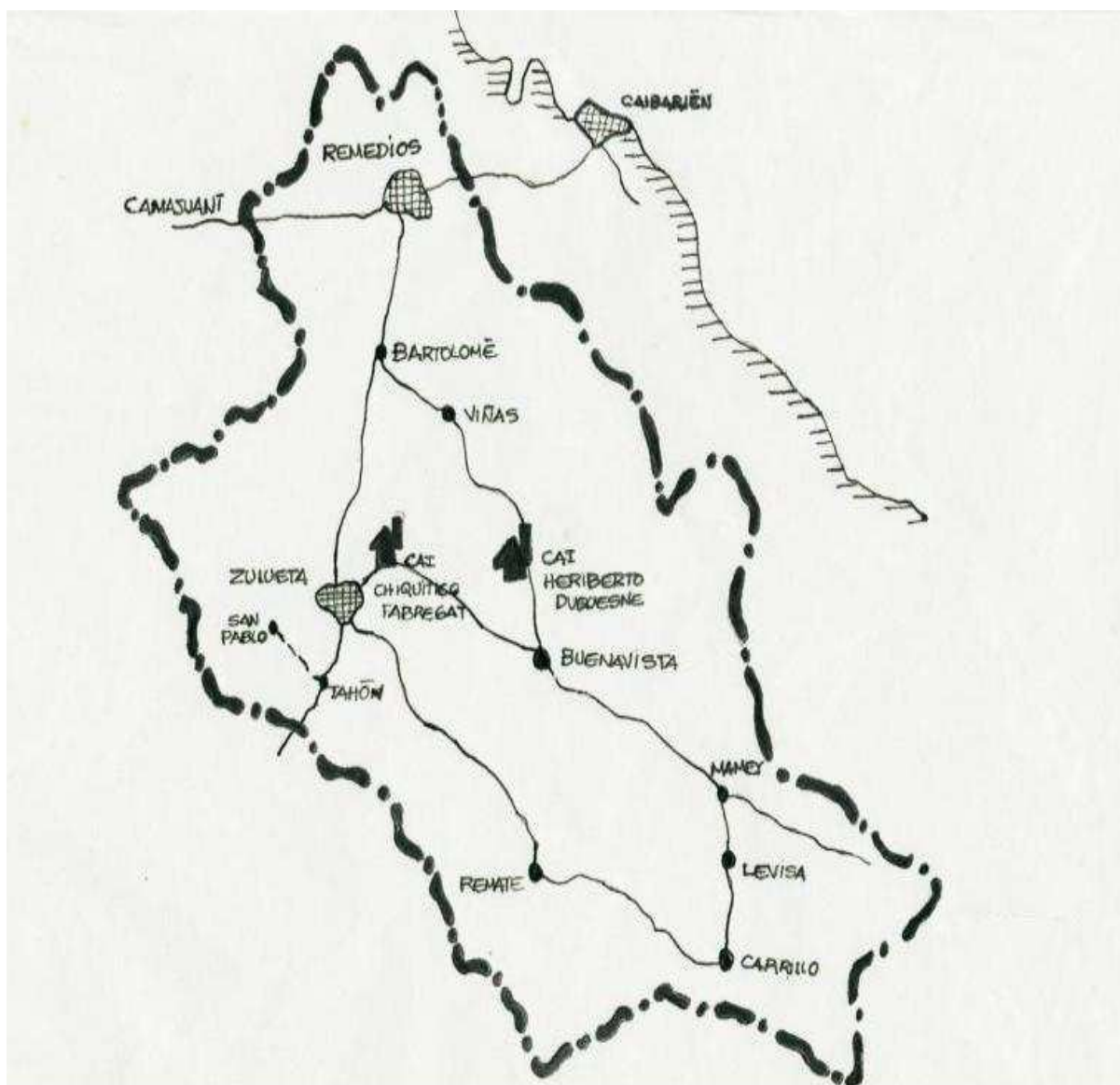
Anexo 4



Mapa # 1. Ubicación Geográfica del Municipio de Remedios en la provincia de Villa Clara con sus límites y asentos poblacionales.

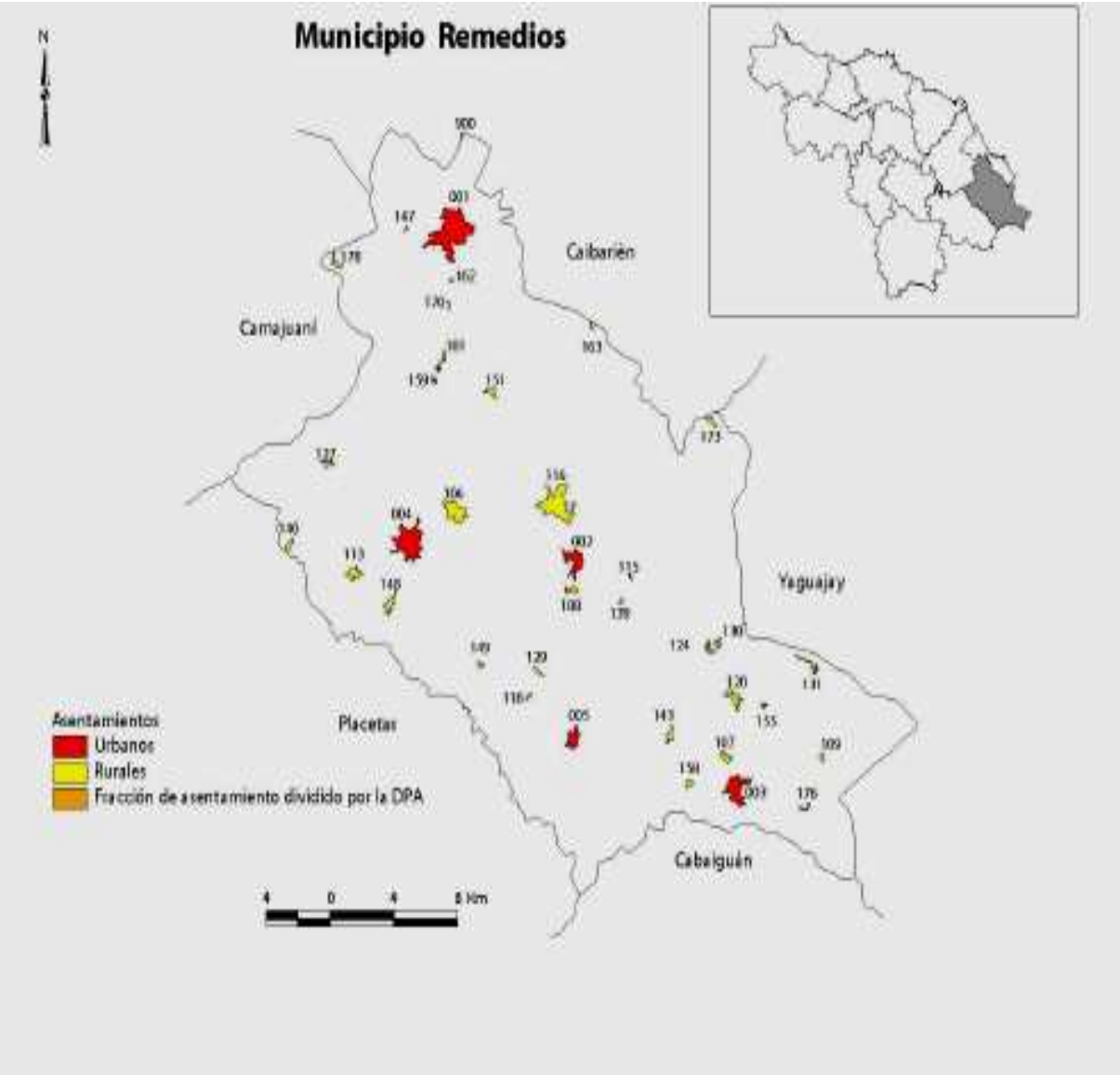
Dibujante: Mirta Pérez.

Anexo 5



Mapa # 2. Municipio Remedios 1992. Límites Geográficos y Núcleos Poblacionales. Dibujante: Mirta Pérez.
Fuente: Archivo Equipo Técnico de Monumentos.

Anexo 6 Asentamientos humanos de Remedios



Anexo 7



El Sapo de Jinaguayabo.

Anexo 8



El Güije de la Bajada.

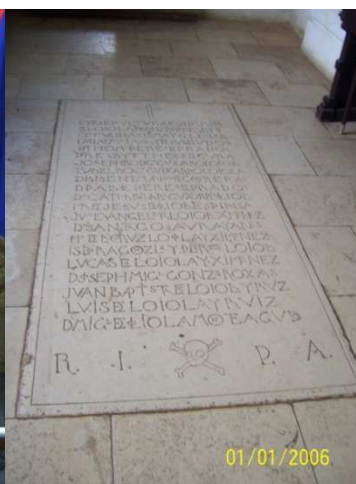
Anexo 9



La Cabeza de Patricio.

Anexo 10

Iglesia de Remedios



Anexo 11

Hostal “La casona Cueto”.



Anexo 12

Estatua de La Libertad.



Anexo 13

Hostales de Remedios.

