

UNIVERSIDAD CENTRAL "MARTA ABREU" DE LAS VILLAS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL Y TURISMO
CENTRO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS



MAESTRÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA

**TRATAMIENTO TURÍSTICO A LAS
FESTIVIDADES TRADICIONALES DE LA
REGIÓN CENTRAL DE CUBA**

(Tesis presentada en opción al Título Académico de Master en Gestión Turística)

Autor: Lic. Yuan Zhang (Díaz)

Tutor: Dr. C. Carlos Cristóbal Martínez Martínez

Consultante: M Sc. Lic. Zeida Carvajal García

Santa Clara

2009

Agradecimientos

A mi Tutor el Dr. C. Carlos Cristóbal Martínez Martínez, Director de Centro de Estudios Turísticos por su apoyo en todo momento y por dedicarme parte de su tiempo cada vez que lo he necesitado.

A mis profesores de la Maestría en Gestión Turística de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas por todas las horas que me dedicaron con todo su cariño por la profesión, para que los estudiantes chinos pudiéramos salir adelante.

A mis amigos que han sabido apoyarme a pesar de la distancia que existe entre nosotros.

A todos aquellos que de una forma u otra “puso su granito de arena” en este trabajo.

A todos Gracias.

El Autor

DEDICATORIA:

A mi país China que es mi patria querida, donde he adquirido los valores de lo que soy y seré en el futuro.

A mi familia que me dio la oportunidad de estudiar en Cuba y que es el pilar filial y la guía esencial en mi vida.

A mis compañeros de estudio por su apoyo para estudiar en Cuba y el acompañamiento solidario y atento siempre.

A mi tutor **Dr. C. Carlos Cristóbal Martínez Martínez** por sus orientaciones, dedicación y empeño en brindarme las enseñanzas y conocimientos imprescindibles para esta obra modesta.

A mi **consultante M Sc. Lic. Zeida Carvajal García** y mis profesores por su sapiencia, seriedad y entrañable labor formadora.

Gracias a todos los que de una forma u otra me han ayudado y han cooperado conmigo en la humilde obra científica que aquí presento.

¡Muchas gracias!

PENSAMIENTO

“(...) cuando los hombres de hoy se encuentran con hombres del pasado y les reconocen los mismos esfuerzos, así como se dan cuenta de las fantásticas conquistas hechas hasta el presente (...) se identifican de una manera material con el proceso histórico de su sociedad mediante su herencia cultural.

“La búsqueda de la identidad cultural no es un acto de simple contemplación o entusiasmo por los bienes patrimoniales, es una relación social que hace desarrollar la cultura y a los hombres. Las relaciones “entre los hombres también dimanan de las relaciones que establecen con esos objetos.”

Henrique Abranches

El desarrollo del turismo cultural es una oportunidad para ocuparnos de nuestro pasado, nuestra historia y nuestro patrimonio (...)

El peligro que siempre se corre es caer en una lógica turística y no en una lógica cultural.

Claude Moulin

RESUMEN

El presente trabajo denominado tratamiento turístico a las festividades tradicionales de la región central de Cuba, aborda un tema que hoy está en el centro de mira de los especialistas en **cultura y turismo** y es objeto de profundos debates que reclaman el rescate y la preservación de la cultura y su divulgación con fines turísticos, precisamente las fiestas tradicionales son el objeto central del mismo, en estas se encierran valores no siempre explorados y potencialidades en el orden comunitario que redundan no solo en beneficios económicos, sino además en el orden sociocultural, ello demanda estudios profundos y el diseño de estrategias, específicamente en el trabajo se aborda el estudio de casos de la ciudad de Santa Clara que se explota turística mente en la actualidad a partir de sus valores históricos y patrimoniales pero en menor medida se incluyen sus fiestas tradicionales, de ahí que el problema de esta investigación sea: .¿Cuáles son las potencialidades de una óptima gestión turística de las festividades tradicionales de Santa Clara?, alcanzando el objetivo general de proponer acciones que permitan desarrollar la interrelación del turismo con las fiestas tradicionales. Se estructura en tres (3) capítulos que agotan estos objetivos y tiene como **resultado** un estudio teórico conceptual del turismo y el patrimonio cultural del que se deriva un plan de acciones concretas para la potenciación del vínculo más efectivo entre las fiestas tradicionales y la explotación turística de la misma en la ciudad de Santa Clara.

INDICE	PÁG
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO 1. MARCO TEORICO REFERENCIAL DE LA	
INVESTIGACIÓN.....	5
1.1 INTRODUCCION.....	5
1.2 TURISMO CULTURAL PAUTAS CONCEPTUALES	5
1.3 LA GESTION PATRIMONIAL Y EL TURISMO COMO PROCESO	
DE DESARROLLO SOSTENIBLE.....	15
1.3.1. La representación socializada.....	15
1.3.2. Desarrollo cultural sostenible.....	18
1.3.3. El turismo cultural, como propuesta para el desarrollo.....	19
1.4 CONCLUSIONES DEL PRIMER CAPITULO	23
CAPITULO 2. VALORACION TEORICO CONCEPTUAL DEL TURISMO	
CULTURAL Y LAS FIESTAS TRADICIONALES.....	24
2.1 INTRODUCCION.....	24
2.2 TURISMO Y PATRIMONIO.....	24
2.2.1 Patrimonio cultural.....	25
2.2.2 Patrimonio tangible o material.....	28
2.2.3 Patrimonio intangible o inmaterial	29
2.3 FESTIVIDADES TRADICIONALES CUBANAS.....	31
2.3.1 Fiestas Patronales.....	32
2.3.2 Fiestas Campesinas.....	33
2.3.3 Los Carnavales	34

2.3.4 Parrandas y Charangas.....	36
2.3.5 Festividades de antecedentes africanos	36
2.4 CONCLUSIONES DEL CAPITULO SEGUNDO	37

CAPITULO 3. LA GESTION TURISTICA DE LAS FESTIVIDADES

TRADICIONALES.....	39
3.1 INTRODUCCION.....	39
3.2 TURISMO CULTURAL EN CUBA.....	39
3.2.1 Tratamiento al turismo cultural desde la localidad.....	523
3.2.1.a. Turismo local.....	523
3.2.1.b. Turismo comunitario.....	45
3.3. LA GESTIÓN TURÍSTICA DE LAS FESTIVIDADES TRADICIONALES.....	48
3.3.1. Pasos para elaborar un paquete turístico.....	49
3.3.2. Pasos para la identificación de los atractivos.....	50
3.3.3. Pasos para la instrumentación de un paquete turístico.....	51
3.3.4. Para elaborar un Plan de Mercadeo se debe.....	51
3.4. PROBLEMÁTICA DE LA GESTIÓN DE LAS FESTIVIDADES TRADICIONALES.....	56
3.5. LA GESTIÓN TURÍSTICA LIGADA AL TURISMO LOCAL PARRANDAS REMEDIANAS.....	59
3.6. CASO DE ESTUDIO: LA GESTIÓN TURÍSTICA Y CULTURAL DE SANTA CLARA ASOCIADA AL DESTINO VILLA CLARA.....	61
3.7. PROPUESTA DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA LAS FESTIVIDADES DE SANTA CLARA.....	64

Eliminado: 40

Eliminado: 40

3.7.1. Propuesta de recorridos turísticos.....	66
3.8 CONCLUSIONES DEL CAPITULO TERCERO.....	68
CONCLUSIONES.....	68
RECOMENDACIONES.....	843
BIBLIOGRAFIA.....	71
ANEXOS.....	77
ANEXO I: PASOS DE LA GESTION TURISTICA CULTURAL.....	77
ANEXO II: PROPUESTA SINTETIZADA DE LA GESTION TURISTICA DE LAS FESTIVIDADES.....	78

Eliminado: 70

INTRODUCCION

El turismo cultural se asocia al disfrute por el visitante del patrimonio cultural y ello supone las diversas manifestaciones de esta modalidad patrimonial que incluye los valores autóctonos de la localidad, sus festividades tradicionales, originales sin montajes teatrales en función del turista, sino que este debe abrirse al conocimiento de la población y sus valores culturales expresados en estas variantes de sana y autentica recreación.

El **patrimonio cultural** y natural de los centros urbanos patrimoniales es un activo económico potencial, pero su puesta en valor turístico demanda, exige y obliga a que se establezcan mecanismos sólidos y consensuados de administración, planificación y comercialización dirigiéndose a un público apropiado que sea respetuoso con los sagrados valores que porta la herencia de nuestros padres y que será el legado a nuestros hijos.

La **utilidad turística del patrimonio** y la cultura viva de los centros urbanos patrimoniales involucra a autoridades y turistas, y a la comunidad residente debe tener conciencia de los valores de su herencia, debe convertirse en el principal guardián y defensor de la misma, a la vez que su participación en la gestión y el diseño de la oferta es condición *sine qua non* para lograr el éxito esperado. Sin la participación de la comunidad no habrá un desarrollo ni eficaz, ni eficiente del turismo patrimonial, pues ella es la portadora viva de las tradiciones, las leyendas, la creación de artefactos y objetos, ella es la dueña de la voz de los pueblos y, por lo tanto, es la verdadera administradora del patrimonio cultural de los centros urbanos patrimoniales.

El sector cultural se caracteriza cada vez más por interrelaciones estrechas y variadas entre la vida cultural (instituciones culturales y socioculturales públicas: teatros, museos, centros de arte, enclaves artísticos urbanos o rurales, escuelas de arte, conservatorios, etc.) y la economía de la cultura (mercado de las artes escénicas, los mercados de arte y el patrimonio cultural, las industrias del libro, publicaciones periódicas, fonogramas, audiovisual, producción cinematográfica y videográfica, radio, televisión, publicidad, fotografía, diseño,

arquitectura, oficios relacionados con el arte, protección de monumentos históricos y turismo).

Todo lo anterior en cada territorio reclama un espacio con relación a un público, el conocerlo, identificarlo y mantenerlo incorporado a las políticas culturales requiere del estudio de los gustos, que varían en un mismo país en un mismo territorio que son parte también de las ciencias económicas.¹

Esto resulta importante en el estudio, rescate y en la intención de reavivar aquellas manifestaciones relevantes para el turista que quiera conocer al país, aunque claro que tales festividades se realizan con independencia de si existe alta o baja temporada turística, porque pertenecen al patrimonio vivo de los pueblos. La presente investigación ahonda en conceptos claves para demostrar la interrelación entre turismo y cultura, sus potencialidades y el peligro que representa su uso indiscriminado.

Se toman como referentes dos prototipos de ciudades con un desarrollo importante en el tema de las festividades tradicionales, una de ellas es Remedios, ciudad patrimonio de la Humanidad que desarrolla tradicionalmente todos los 24 de diciembre las conocidas parrandas remedianas, festividades que gozan de gran popularidad, y que poseen una óptima gestión turística, y otro ejemplo son las diversas fiestas tradicionales e instituciones de la cultura del municipio de Santa pero con una insuficiente explotación turística.

Antecedentes de la investigación: Para el desarrollo de estudio se comenzó con la búsqueda de las investigaciones precedentes realizadas tanto en el sector del turismo como en otros ámbitos para conocer que la perspectiva y enfoques de otros investigadores sobre el tema, conocer las variables utilizadas, los métodos empleados, los ítems o indicadores empleados, las buenas prácticas precedentes, en que sectores se ha desenvuelto con mayor eficacia la actividad de promoción turística de festividades, a quienes van dirigidas las técnicas investigativas empleadas, los métodos estadísticos utilizados, el análisis de los resultados y por último, las conclusiones a las que

¹ TORRES MORÉ P.: "Turismo y patrimonio, evitar la hecatombe", Revista de cultura cubana "La Jiribilla", No 362, Año VI, La habana 2008, s/p, disponible en soporte digital.

se llega. Se acumuló información bibliográfica que abarca un amplio espectro de autores nacionales e internacionales a fin de establecer el soporte referencial del tema.

A partir de aquí el objetivo de la investigación se centró en aspectos específicos de las

Festividades tradicionales, su caracterización, la identificación de las diferentes variantes, las formas de explotación turística empleadas, sus impactos positivos y negativos, el vínculo con la población principal actor de las mismas, la percepción de estos impactos, las ventajas o beneficios y el estudio de casos en dos ciudades una con baja experiencia en la explotación de las festividades y otra con aplicación extendido de los métodos de explotación turística de festividades, valorando la importancia que se le otorga a estos aspectos, buscando establecer las problemáticas que obstaculizaban un efectivo sistema de gestión de la ciudad de Santa Clara principal beneficiaria de esta investigación.

Tras la delimitación del objeto de estudio se procesó la información, se realizó un análisis bibliográfico de materiales como libros, revistas (tanto del propio sector como de otros) y la entrevista personalizada, especialistas del sector de la cultura y agencias de viajes para obtener los criterios de expertos con respecto a cada uno de los aspectos que se iban a estudiar, lo cual, sustentado en el análisis bibliográfico precedente se sistematizó e integró hasta conformar un volumen considerable de indicadores para cada aspecto identificado como objetivo específico de la investigación.

La investigación consta de las siguientes **etapas**:

Las etapas de ejecución de la investigación y el contenido que incluye cada una de ellas se relacionan a continuación:

1. Investigación bibliográfica.
2. Desarrollo del marco teórico referencial de la investigación: En esta etapa se hace un estudio del estado del arte y en el caso de la práctica el escenario económico y social, los aspectos que distinguen las fiestas tradicionales y las variantes de explotación, así como los productos y servicios que ofrecen.

3. Estudio de casos de dos municipios con experiencias en la explotación turística de festividades tradicionales dentro del que se incluye el de la ciudad de Santa Clara donde se establece el campo de investigación, estableciendo las ventajas y deficiencias de la gestión turística de las festividades.
4. Aplicación de instrumentos y procesamiento de la información.
5. Elaboración del procedimiento para el diseño del plan de acciones para la definición de una gestión turística en Santa Clara de las fiestas tradicionales.
6. Comprobación de la hipótesis de investigación.
7. Redacción de la tesis.
8. Defensa de la tesis.

Puede concebirse como **situación problémica** de esta investigación la existencia de una pobre y casi nula explotación turística de las festividades en Santa Clara, lo que responde a la poca permanencia del turismo de la ciudad, la escasa coincidencia de estas fiestas con la época de alza turística, y otros eventos importantes del territorio y a su vez la existencia de experiencias importantes en la provincia de Villa Clara que muestran buenas prácticas y resultados de alta calidad en la explotación de fiestas como lo son las parrandas medianas de renombre internacional.

Esta investigación es **necesaria** porque permite potenciar y definir acciones que para crear un sistema de gestión turística de las festividades de en Santa Clara.

La novedad e importancia de esta investigación se asienta en el hecho de que en el territorio de Santa Clara no existe un estudio íntegro de este tema, ni se cuenta con una propuesta concreta de esta índole que abre el camino a otros estudios y define etapas y acciones a realizar para alcanzar la implementación de un sistema de explotación turística, lo que sin dudas permitirá enriquecer y desarrollar el turismo cultural de la provincia.

La investigación se propone resolver el siguiente, **problema científico**: La definición de un plan de acciones concretas que permita potenciar la gestión turística de las festividades tradicionales de Santa Clara.

Teniendo como **Objetivo general**: Proponer acciones que permitan desarrollar la interrelación del turismo con las fiestas tradicionales.

Los **Objetivos específicos** a agotar son:

- 1- Sistematizar conceptualmente aspectos referidos al turismo y el patrimonio cultural.
- 2- Delimitar teóricamente las festividades tradicionales, con su identificación como objeto de explotación turística.
- 3- Identificar los aspectos positivos y negativos de la gestión de las festividades tradicionales en función del turismo.
- 4- Valorar las acciones concretas de la gestión turística en la municipalidad, con un enfoque de turismo local y/o comunitario.
- 5- Establecer la incidencia de la actividad turística en el caso de estudio de las fiestas tradicionales del municipio de Santa Clara.
- 6- Identificar las problemáticas que obstaculizan una óptima gestión turística de las festividades tradicionales.
- 7- Estudiar dos casos con elementos diferenciadores en cuanto al nivel, experiencia y calidad de la gestión turística de las festividades tradicionales.
- 8- Definir los métodos de gestión turística de las festividades tradicionales aplicables a la ciudad de Santa Clara.

Como **preguntas de investigación** que responden a los objetivos trazados se establecen las siguientes:

- 1- ¿Qué es el turismo cultural y cuál es su relación con el patrimonio cultural?
- 2- ¿Qué son las festividades tradicionales como objeto de explotación turística?
- 3- ¿Cuáles son las potencialidades para la explotación turística de las festividades tradicionales en Santa Clara?
- 4- ¿En qué consisten las dificultades para la explotación turística de las fiestas tradicionales en Santa Clara?
- 5- ¿Qué acciones pueden implementarse para establecer un sistema de explotación turística de las festividades tradicionales en Santa Clara?

Resultados esperados.

- 1- Estudio teórico conceptual del turismo y el patrimonio cultural.
- 2- Análisis y fundamentación de las festividades tradicionales en Santa Clara.
- 3- Estudio de caso de La gestión turística y cultural de Santa Clara asociada al destino Villa Clara.
- 4- Determinación de las dificultades y potencialidades de un sistema de gestión turística de las fiestas tradicionales en Santa Clara.
- 5- Plan de acciones concretas para la potenciación del vínculo más efectivo entre las fiestas tradicionales de Santa Clara y la explotación turística de la misma.

En el desarrollo de la investigación se utilizó una amplia bibliografía actualizada, sustentada en revistas, artículos periodísticos, soporte digital, documentos técnicos y normativos, destacándose la **metodología cualitativa** y utilizándose **métodos teóricos y empíricos**, que a continuación se enuncian:

- Análisis y Síntesis: Se empleó al analizar la documentación necesaria y los datos aportados por los métodos empíricos aplicados, que permitió sintetizar la información, para determinar el problema y arribar a conclusiones.
- Inducción y deducción: Constituyó una guía para realizar el análisis, tanto teórico como empírico y arribar a conclusiones, empleando la deducción como proceso lógico, para demostrar la validez de la tesis.
- Análisis de documentos: Se analizó la documentación técnica y normativa con relación al tema que nos ocupa, con el objetivo de recopilar información y a partir de ello fundamentar, planificar y organizar la propuesta.
- Criterio de especialistas: Con el objetivo de conocer sus opiniones acerca del plan de acciones elaborado.

El trabajo se estructura en resumen, introducción, tres (3) capítulos, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos. En el primer capítulo

Marco teórico referencial de la investigación se aborda los elementos que fundamentan la investigación: el turismo cultural y sostenible y su gestión; en el segundo capítulo denominado Valoración teórico conceptual del turismo cultural y las fiestas tradicionales, donde se afronta los conceptos esenciales como lo son el turismo cultural, el patrimonio cultural y las festividades tradicionales. Y el tercero llamado Gestión turística de las festividades tradicionales sintetiza las variantes y acciones de gestión de las festividades y específicamente su incidencia en las fiestas tradicionales, con una propuesta para el caso de la ciudad de Santa Clara.

CAPITULO 1. MARCO TEORICO REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

Se abordan diversos aspectos vinculados al turismo cultural tales como: conceptos, sus principios, problemas y factores que generan, también como proceso del desarrollo sostenible. Se enfatiza en la gestión sostenible del turismo cultural.

1.2. Turismo cultural pautas conceptuales

Desde los tiempos más remotos de la historia humana, la curiosidad del hombre lo llevaba a visitar lugares de gran valor patrimonial que se habían erigido producto del desarrollo de grandes civilizaciones, principalmente en el denominado mundo antiguo. Así, se hicieron famosas las identificadas como 7 maravillas, pertenecientes a esa época, que se extendió hasta el siglo V de nuestra era y que marcó su fin con la caída del imperio romano. Sin embargo, por diferentes causas, incluyendo la acción depredadora de los hombres, la mayoría de aquellas maravillas no pudieron sobrevivir al paso del tiempo, quedando hoy como principales exponentes las pirámides de Egipto y la acrópolis de Atenas, con su imponente Partenón.

Al propio tiempo, el surgimiento y fomento de la actividad turística a partir del siglo XIX, apoyado en los progresos del transporte, primero con la máquina de vapor y después con la invención del motor de combustión interna, permitió el incremento de los viajes, y miles de personas comenzaron a seleccionar como destino de sus viajes uno de los principales componentes de la oferta turística mundial: el componente patrimonial, es decir, los valores histórico-culturales de países, regiones y pueblos, dispersos por todo el planeta.

Si bien el turismo se ha manifestado como un fenómeno social, a lo largo del tiempo ha ido evolucionando de acuerdo con los grandes cambios culturales. En este sentido, el turismo es producto de la cultura, no es un fenómeno aislado de ella. Responde a las grandes tendencias sociales y culturales, y a veces retoma de estas tendencias los aspectos más negativos y sórdidos.

En los tiempos actuales, llamados por algunos sociólogos posmodernidad, se presenta un nuevo tipo de turismo activo, de búsqueda y confrontación de realidades.

De forma general, el turista se siente atraído por algún tipo de producción humana y busca entonces las más genuinas manifestaciones de la herencia cultural del arte, una obra de arte o un conjunto de ellas (pintura, escultura, arquitectura, artes gráficas), la música, la danza, la artesanía tradicional, la literatura, la historia, una tradición culinaria, una construcción o un conjunto arquitectónico de características muy peculiares, una ceremonia única en su género y una danza, de otras regiones. Es decir, que las expresiones representativas de la cultura de un pueblo brindan fuertes atractivos y una inmensa motivación para viajar.

El **patrimonio natural y cultural**, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del Turismo. De ahí, que en las actuales circunstancias se enfatice con fuerza en la variante de turismo reconocida como turismo cultural.

El turismo cultural es un producto turístico de importancia capital, siendo un sector del turismo especializado que se ha desarrollado en los últimos años y que atrae anualmente a millones de personas en el mundo.

El auge del interés de la demanda por el turismo cultural es un hecho indiscutible, cuestión que ha llevado a muchos destinos tradicionalmente centrados en otras modalidades de turismo a revalorizar sus propios recursos y a diseñar modelos de dinamización y potenciación de los mismos como puntos fuertes en la atracción de visitantes.

El turismo es un complejo fenómeno de dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas y estéticas. Se pueden descubrir numerosas oportunidades y posibilidades conociendo la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes, potencialmente conflictivos, y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales.

No existe un criterio común que concrete su concepto, de ahí que son varios los

que se manejan mundialmente, a tal punto, que se ha acuñado el concepto del “turismo para ver la vida. Algunos de los conceptos más conocidos son:²

- “El **turismo cultural** consiste en realizar viajes, visitas y estancias a lugares geográficos para conocer los hechos históricos, artísticos, culturales y antropológicos que forman parte del patrimonio cultural de la humanidad y los componentes identitarios de los pueblos, a través de los monumentos, museos, manifestaciones culturales y de espectáculos, rutas e itinerarios histórico-monumentales, y diversas manifestaciones folclóricas y antropológicas como son la artesanía, los festivales de música, las jornadas gastronómicas, las danzas típicas, entre otras”.

- “El **turismo cultural e histórico** abarcaba desde lo pintoresco, el color local y los vestigios de una vida en proceso de extinción, hasta los circuitos de ruinas, monumentos y museos, pudiendo incluir ciudades o espacios donde se desarrollaran los acontecimientos a resaltar”.³

- “El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye -para satisfacer sus propios fines- a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada”, ofrece, como valor añadido sobre otro tipo de turismo, experiencias relacionadas con el saber y el aprendizaje. Esta forma de turismo activo se ha incrementado en los últimos tiempos y está influyendo en el descenso del tradicional mes de veraneo en la playa y a favor de períodos más cortos de vacaciones, distribuidos durante todo el año (Navidad, Semana Santa, etc.), en diversos destinos, nacionales e

² OSORIO SALGADO M. Y GUERRERO LÓPEZ, A. : “Turismo Cultural”, Información temática No 31, junio, 2006, centro de Información y documentación para el turismo, Holguín, disponible en soporte electrónico, consultado, 26 de febrero, 2008, p. 1-3.

³ TORRES MORÉ, P.: “Turismo y cultura, una reflexión necesaria”, “Buen Viaje”, México, No 18, enero-febrero, 1996, p- 14.

internacionales. A él hay que añadir el turismo de "puentes" fin de semana y el excursionismo, con un componente muy elevado de turismo cultural.⁴

- Siguiendo la *European Association for Tourism and Leisure Education* (ATLAS), como el movimiento de personas hacia manifestaciones culturales fuera de su área de residencia, con la finalidad de obtener nuevos datos y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales.⁵

No obstante, cabe señalar tres condiciones que nos permiten hablar de turismo cultural señaladas por Monfort:⁶

- 1- En primer lugar, deseo de cultivarse, es decir, de conocer y comprender los objetos, las obras y los hombres;
- 2- En segundo lugar, la consumición de un producto habiendo una significación cultural (monumentos, obras de arte, espectáculos, intercambio de ideas);
- 3- Y, por último, la intervención de un mediador, persona, documento, escrito o material audiovisual que introducen valores o realizan el producto cultural.

El turismo cultural, en principio, puede parecer que agrupa un conjunto homogéneo e incluso reducido de productos culturales, sin embargo, goza de una realidad diversificada y heterogénea. No sólo contempla las visitas a museos, conjuntos históricos o yacimientos arqueológicos, sino que todas las manifestaciones culturales, la gastronomía, ferias de arte, artesanía, las festividades populares, dicho de otro modo, todo signo de identidad cultural de un determinado país, región, localidad forma parte del turismo cultural. Asimismo, estas manifestaciones culturales pueden darse tanto de manera puntual en un determinado momento de su historia; como de manera habitual o permanente, en ambos casos convirtiendo el destino en un foco de atracción turística de gran importancia.

Los estudios realizados al respecto, señalan también que el turismo cultural

⁴ DE SANTIAGO RODRÍGUEZ SALTILLO, M.: "Turismo cultural en el centro histórico de Saltillo", Coahuila, México, Congreso Cultura y Desarrollo, Encuentro de Patrimonio Cultural, Contexto y Conservación, comisión 1 "Proyectos de gestión del patrimonio cultural". Ponencia.

⁵ ANDRE, M., CORTÉS, I., Y LÓPEZ, J. : "Turismo cultural, cuando el recurso cultural, supera le destino turístico, caso Figueres", www.eco.ub.es, España, consultado en enero 2008

⁶ MONFORT 2002, cit por, ARTÍS, M.; SURIÑACH, J.; ANDRÉ, M.; LÓPEZ-TAMAYO, J. : "Anàlisi de l'Activitat Turística a Figueres." DOC01R36, AQR. Universitat de Barcelona (www.figueresciutat.com; WWW.PCB.UB.ES/AQR) consultado en febrero 2008

tiene un mercado propio, a pesar de que la tendencia apunta hacia una generalización del mismo. En este sentido, es esencial conocer cuáles son en la actualidad las características de la demanda de turismo cultural, más aún teniendo en cuenta que ésta goza de una gran diversidad de tipologías, características e incluso pautas de comportamiento y preferencias. De todos modos, todos ellos tienen un rasgo común, su afán por conocer nuevas culturas, su curiosidad por descubrir señas de identidad propias de colectivos determinados, ajenas a sus propias costumbres.

Según la Unión Europea (1993), los diversos segmentos de demanda de turismo cultural se pueden dividir en:⁷

- Personas de edad avanzada con recursos económicos limitados pero con una disposición a viajar en cualquier época del año.
- Jóvenes que buscan la aventura y lo inédito.
- Personas de negocios con recursos elevados que buscan un producto turístico de calidad.
- Clientela familiar que suele participar de la vida cultural del entorno y posee un radio de acción limitado a unos 100km.
- Clientes eruditos que normalmente viajan solos y buscan personal especializado que les suministre un elevado nivel de calidad. (Comisión Comunidades Europeas, 1993).

El turista cultural apuesta por un producto de calidad, requiriendo importantes inversiones en infraestructuras y servicios, en busca de una oferta personalizada. También destaca un comportamiento menos estacional que en otros segmentos, pero con un gasto por encima de la media; y junto a las visitas a museos, monumentos y otros puntos de atracción, manifiesta interés por el contacto con la población local y sus tradiciones, y por ende es más educado con el medio y la cultural local.

El turismo cultural puede ser visto de forma segmentada a partir del producto

⁷ ANDRE, M. , CORTÉS , I., Y LÓPEZ, J. : "Turismo cultural, cuando el recurso cultural, supera el destino turístico, caso Figueres", www.eco.uv.es, España, consultado en enero 2008

específico a comercializar, a nivel local, donde es evidente que éste supone un factor de regeneración y revitalización de los municipios, no sólo a nivel económico, sino también en lo concerniente al aspecto paisajístico, de preservación del patrimonio cultural e histórico, de imagen externa e imagen interna, o de vertebración del territorio con el consiguiente reequilibrio de la actividad y el reparto de riqueza y bienestar y a nivel nacional cuando es un recurso que posee valores patrimoniales de interés universal o nacional.

Dicho de otro modo, la actividad turística justifica inversiones y actuaciones, tanto a nivel público como por parte de la iniciativa local, y en este caso tanto desde la vertiente turística como de la cultural, propiamente dichas, que sin duda deberán revertir principalmente sobre los residentes en las localidades donde se asienta o gesta el producto cultural.

Es amplia la tipología de destinos de turismo cultural, abarcando desde las grandes ciudades o centros museísticos, ciudades históricas y patrimonio hasta pequeñas localidades próximas a zonas de Sol y Playa con un turismo tradicional consolidado. En estos casos, el elemento cultural se puede convertir en el dinamizador de una nueva actividad turística, aportando posibilidades de diversificación y generación de valor añadido.

Al respecto cabría plantear el papel de la cultura como argumento de las visitas, o la cultura como complemento, con modelos generadores de visitas de día, que bien gestionados, pueden ser una opción muy interesante para toda el área territorial implicada.

Antón Clavé reafirma esta opinión cuando refiere que el turismo cultural puede promover la aparición de nuevos productos así como ofrecer posibilidades reales de desarrollo de nuevos destinos, así como consumos complementarios en los destinos tradicionales.

El turismo cultural plantea retos a afrontar. Algunos de estos son: la puesta en valor de los recursos, la creación de productos, su promoción y comercialización. Del mismo modo, una cuestión especialmente relevante la constituye la necesidad de un mayor diálogo entre turismo y cultura, o cultura y turismo, ambos, sectores de gran importancia y entidad propia, pero que sin

duda se enriquecen con su conjunción, siempre bajo las premisas de identidad, respeto y racionalidad. Ligado a este tema, cabría hacer referencia a la necesidad de definir los destinos turísticos de forma integral, esto es, incorporando todos los recursos y/o productos existentes a una oferta global, articulada en el territorio y acorde al tejido social y económico presente en el mismo.⁸

Son relevantes y trascendentes al tema los **Principios de la Carta de Turismo Cultural**:

Principio 1: Desde que el Turismo nacional e internacional se ha convertido en uno de los más importantes vehículos para el intercambio cultural, su conservación debería proporcionar oportunidades responsables y bien gestionadas a los integrantes de la comunidad anfitriona así como proporcionar a los visitantes la experimentación y comprensión inmediatas de la cultura y patrimonio de esa comunidad.

Principio 2: La relación entre los sitios con Patrimonio y el Turismo, es una relación dinámica y puede implicar valoraciones encontradas. Esta relación debería gestionarse de modo sostenible para la actual y para las futuras generaciones.

Principio 3: La Planificación de la conservación y del turismo en los Sitios con Patrimonio, debería garantizar que la Experiencia del Visitante le merezca la pena y le sea satisfactoria y agradable.

Principio 4: Las comunidades anfitrionas y los pueblos indígenas deberían involucrarse en la planificación de la conservación del Patrimonio y en la planificación del Turismo.

Principio 5: Las actividades del Turismo y de la conservación del Patrimonio deberían beneficiar a la comunidad anfitriona.

Principio 6: Los programas de promoción del Turismo deberían proteger y ensalzar las características del Patrimonio natural y cultural.

Existen aspectos obviamente incuestionables como es que no todo el turismo

⁸ PRINCIPIOS DE LA CARTA DE TURISMO CULTURAL del año 1992, ICOMOS, Comité Científico Internacional de Turismo Cultural

está basado en cultura y no siempre la cultura implica consumo de turismo; a pesar de ello, existe una realidad y es que ambos sectores a menudo conviven, o deberían convivir, en simbiosis, reportando beneficios mutuos. Además se señala diversas problemáticas derivadas del turismo cultural **Problemas tradicionalmente anexos al turismo cultural** son el de la capacidad de carga y la saturación, la preservación, los usos y escalonamiento en dichos usos del patrimonio cultural, la financiación o la falta de atención en relación a aspectos complementarios, pero a todas luces necesarios, como la accesibilidad, señalización, etc.

- En primer lugar, el auge del turismo cultural debe suponer un efecto positivo sobre los recursos y productos culturales en tanto en cuanto contribuye a su mantenimiento, preservación y protección.

- En muchos casos se rescatan y restauran recursos culturales de gran potencial pero olvidados por no tener rentabilidad económica (o no haberla explorado suficientemente).

- En estos casos, la actividad turística contribuye a preservar la identidad cultural de un municipio o territorio. Así mismo, estos esfuerzos de mantenimiento y protección quedan justificados por los beneficios sociales, culturales y económicos que suponen tanto para los visitantes como para los residentes.

- Por otro lado, en un escenario donde el turismo y la cultura interactúan, beneficiándose mutuamente, deben basar todas sus actuaciones en la premisa fundamental de desarrollo sostenible. Evitar impactos ambientales negativos es esencial para un desarrollo cultural, económico, social y turístico óptimo y con potencialidades a largo plazo (Comisión Europea, 2000).

- Por otro lado, la falta de concepción integral del municipio como punto de atracción turística conlleva el descuido frecuente de los aspectos complementarios señalados más arriba, como la señalización, la provisión de zonas de aparcamiento y recepción de los visitantes, y muchos otros.

- Otra de las problemáticas más habituales, y que dificulta el diálogo entre turismo y cultura, pero que sin duda hoy en día se ha convertido en una de las

prácticas más frecuentes es la tematización de los destinos versus la gestión cultural tradicional. Como ya se ha señalado, proyectar una imagen integral de un destino generando una personalidad diferencial y fácilmente identificable por parte de la demanda puede ofrecer grandes posibilidades de desarrollo económico en torno a la actividad turística.

- No obstante, deben tenerse presentes riesgos evidentes como son el abuso y la vanalización, evitando la generación de modelos que conduzcan al municipio a su tematización excesiva como respuesta a la demanda del turista.

Claudia Toselli puntualiza diversos **factores positivos y negativos del turismo cultural**:⁹

Aspectos Positivos:

- Revitaliza el interés de los habitantes por su cultura, expresada a través de costumbres, artesanía folclor, fiestas, gastronomía, tradiciones, así como la protección del patrimonio arquitectónico y artístico.

- Otorga un valor añadido o de diferenciación en los destinos turísticos ya desarrollados y maduros.

- Contribuye a atenuar o romper la estacionalidad en destinos cuya oferta principal se basa en productos de marcada estacionalidad (ej. Destinos de sol y playa)

- Ofrece posibilidades para el desarrollo de pequeñas localidades o comunidades rurales que, ante el emerger de nuevas demandas turísticas, encuentran en el turismo cultural una oportunidad de desarrollo y diversificación de sus economías.

- Fortalece el desarrollo de políticas y programas conjuntos entre el sector turístico y cultural.

- Genera recursos para el mantenimiento, protección y mejora de los sitios de patrimonio.

- Promueve la comprensión y entendimiento entre los pueblos, a partir de un

⁹ Toselli, C. : "Algunas reflexiones sobre el turismo cultural", Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural, www.pasosonline.org, vol 4, No 2, 2006, p. 179, consultado noviembre 2007

conocimiento más profundo de la comunidad anfitriona por los visitantes y viceversa.

- Brinda el marco ideal para la promoción de los productos y las artesanías locales-

- Recupera viejos recursos para nuevos turismos, a través de la puesta en valor de recursos del patrimonio tangible e intangible se recupera la herencia de los antepasados y se integra a proyectos de desarrollo local a través del turismo.

Aspectos Negativos:

- Provoca un proceso de desculturización del destino, inclusive la vanalización o de de autenticidad escenificada (por ejemplo artesanías reproducidas en sin empleo de técnicas o materiales originales, fiestas o celebraciones locales que constituyen una puesta en escena para los turistas.)

- Genera un sentimiento de rechazo por parte de las comunidades visitadas cuando no se respetan los sitios sagrados o las costumbres del lugar, o bien, genera inhibición cuando la comunidad siente invadido su espacio vital como “pez en un acuario“.

- Impulsa la mercantilización extrema de las tradiciones orales locales despojándolas de su verdadero significado, convirtiendo la cultura local en un mero objeto de consumo.

- Propicia en ciertos destinos un mercado negro de antigüedades o bienes del patrimonio artístico.

- Origina un sentimiento de frustración por parte de los turistas cuando no se responde las expectativas estereotipadas, es decir cuando lo que esperan no se corresponde con al realizado (provocado esto por la falta de comunicación y disuasión responsable por parte de los planificadores de los tour operadores. Provocado por la promoción de imágenes culturales idealizadas, consecuencia de la manipulación de objetivos meramente comercializables.

- Provoca aculturación de la población respecto al adoptar normas y patrones culturales a través del contacto con los turistas.

No obstante, cabe señalar una vez más la necesidad de combinar los objetivos de la política turística y la política cultural para compatibilizar la conservación y

el desarrollo económico y turístico.

En este sentido, es preciso articular fórmulas de planificación y gestión eficientes de los destinos turísticos, fundamentadas en un **modelo de turismo**:

- **Integral**, en cuanto a la configuración de la ciudad, municipio o territorio, cuidando todos y cada uno de los aspectos que inciden en la calidad e imagen del mismo (señalización, accesibilidad, congestión...).
- **Integrado**, con su incorporación en la planificación global del destino; sólo de este modo se garantiza un modelo cuyo principal beneficiario es el propio ciudadano, al tiempo que se incide en la autenticidad e identidad del destino, parámetros básicos para el turista actual,
- **Integrador**, en tanto el éxito de la planificación y gestión turística radica en gran medida en lograr la colaboración e implicación de todos los agentes que intervienen en la misma.

1.3 La gestión patrimonial y el turismo como proceso de desarrollo sostenible.

1.3.1. La representación socializada.

El mundo siempre ha sido único por su materialidad y al igual que una comunidad o región es diverso, variado, no es algo compacto y como si fuera hecho de una sola pieza (aunque sea una pieza) es infinitamente variado, pero no es caótico, ni una región tampoco, pues su caos ordenado es síndrome de su propia vida y de su envejecimiento, a diferencia del caos humano, marcado por síntomas de destrucción, indiferentes a los elementos organizados del mundo, conformados en una estructura que responde a determinadas actividades y funciones, resultado de su desarrollo acorde a las leyes de la materia. No engendradas en la sobrenaturalidad religiosa o mitológica.

En el caso del hombre, su apasionada existencia, y la compenetración de ambos caos, interactuando entre sí, han creado en el tiempo, aspiraciones y deseos que terminan convertidos en acciones, que chocan, se traban y entran en diversas contradicciones, derivando en resultados finales, citados como

conflictos que se resuelven por el efecto de una variedad de condiciones especiales de vida. Conflictos que desde sus inicios se denominan hechos sociales e históricos. Producto nacido del hombre como sujeto de la historia y como individuo, definido parte substancial de su localidad, su región (tanto histórica como geográfica, económica o cultural) y de la sociedad.

No es deseado que se vea este argumento como una secuencia simple de elementos fácilmente concatenados, sino una continuidad histórica que ha devenido en la sociedad actual, que exige para ser investigada un nivel cognitivo y de praxis superior sobre la dialéctica del proceso y que va más allá de la concepción ingenua y primitiva de Heráclito tomada por Engels como parte de su refutación utilizada ante la nada dinámica idea del señor Dhuring:

"Todo es y no es, pues todo fluye, se halla en constante transformación, en un incesante nacimiento y caducidad"

Dicha concepción refleja el carácter general de la imagen pero desconoce la relación de sus partes, y la sociedad es o incluye a la misma vez los dos polos de una antítesis y pese a todo su antagonismo o sus antagonismos se compenetrán recíprocamente dando la facilidad de la imagen compuesta, demostrando que la misma es un ente orgánico cumplimentado por diferentes órganos que no son simples partes con funciones aisladas y en la cual la producción y el intercambio de productos es la base de todo el orden social.

Basta entonces manosear el escenario para no pasar por alto la referencia sitiada de que la sociedad se presenta ante la visión mental del hombre como una red de fenómenos, acontecimientos y procesos concatenados, es una parte del mundo, que obedece la acción de sus propias leyes internas, pero inseparable de la naturaleza hallándose en constante interacción con ella y donde el proceso amerita la existencia de un núcleo de relaciones sociales, materiales e ideológicas, donde las últimas constituyen la superestructura de las primeras formadas al margen de la voluntad y de la conciencia del hombre, creando actividades dirigidas a asegurar su propia existencia y donde sobre su espacio, vida material, a partir de la diversidad de las relaciones sociales y de la actividad de los hombres , nace la conciencia concebida en ideas,

concepciones, teorías, representaciones , sentidos sociales, etc, y mediante esta el hombre , los grupos sociales y la sociedad asimilan espiritualmente el mundo circundante, adquieren conciencia de su propio ser, individual y colectivo, y resuelven los problemas que se plantean.

Sin embargo todos estos problemas y serie de relaciones son resueltos e influidos en ultima estancia existente y definida por las relaciones de producción, surgidas primitivamente en la etapa de deterioro de la comunidad primitiva y la desaparición de su economía de subsistencia o relaciones de subsistencia.

Esta presencia de una conceptualizacion a nivel macro no desdeña la sociedad o su sentido si la fragmentamos (con el único objetivo de estudiarla) en niveles micros, ya sean células, vacuolas, moléculas, etc., hasta llegar a niveles ínfimos, lo que significaría en nuestro lenguaje social: región, microregión, comunidad, grupo social y familia. Conceptos que expresan el posicionamiento de la sociedad en cualquiera de estos niveles, adaptada de manera recíproca a las características de cada uno de ellos, pero en su contenido sigue siendo la misma sociedad, como es el caso de una localidad y sus pobladores, situados en un espacio-tiempo concreto, devenido dentro de un largo proceso histórico real, manifestándose la concatenación de los diversos fenómenos económicos o no, que implican el mantenimiento vital de la misma. Pero ello no significa que la unidad de la sociedad y menos la unidad local sea homogeneidad o simple repetición de fenómenos, como tampoco lo múltiple constituye un obstáculo insuperable para la obtención del conocimiento infalible de la unidad, en este caso el poblado local y su entorno.

Heráclito de Efeso una vez dijo:

El mundo, unidad del todo, no fue creado por ninguno de los dioses o los hombres, sino que fue, es y será fuego eternamente vivo, que se encenderá y se apagará con regularidad.

El fuego unidad consumidora de oxígeno y leña o algún otro elemento combustionador, pero que a la vez se conforma por diversas lenguas de colores contrarios, pero en una relación recíproca que permite la clave para el

automovimiento del mismo y la expansión de las características esenciales de su unidad, calor y luz.

Por tanto toda divisibilidad real o no existentes a los ojos del ser humano, tiene necesariamente una determinación unificante o unificadora en un fenómeno u objeto dado o existente, pues es la trama infinita de concatenaciones y mutuas influencias, en la que nada permanece en lo que era, cambia, pero donde siempre existe la imagen del conjunto, su materialidad, por que la diversidad es un elemento necesario del desarrollo, del desdoblamiento dialéctico de la unidad y esta no existe sin identidad, núcleo específico y vital del componente grupal y social para cualquiera que se introduzca en el estudio de una localidad con el objetivo de utilizar su patrimonio tangible e intangible en pos del desarrollo local sostenible.

1.3.2. Desarrollo cultural sostenible.

Hablar de ecosistemas nos recuerda la convivencia generacional de las especies, por solo mencionar un elemento. Decir hombre, ser humano, nos enseña que el mismo se desenvuelve además en otro sistema que logra desarrollarse como un organismo vivo y que nunca ha dejado de estar en mutua relación con el ecosistema donde vive y se multiplica el hombre como especie.

Este es el sistema cultural, todo lo creado por el hombre, no solo material sino también espiritual y al igual que los ecosistemas, es plural, y se permite nuevos saltos de desarrollo o degradación, atendiendo a la forma en que el hombre lo desarrolle y tenga en cuenta.

Los procesos de transculturación dados en el mundo, han permitido conocer que algunos aspectos de una cultura específica perduran como símbolos de la historia de los pueblos, se habla de las tradiciones, de los elementos creados por el hombre, etc.

Pero una cultura real y posible no sobrevive sola, si el hombre no es capaz de lograr la sostenibilidad de la misma. Una sostenibilidad que permita mantener la cultura e identidad de los pueblos y a su vez logre un desarrollo económico que

eleve y favorezca la calidad de vida de los pobladores. Solo un desarrollo cultural sostenible podrá permitir la persistencia de la diversidad.

La gestión y conservación de los recursos culturales, la Reconceptualización del desarrollo como herramienta productiva y progresiva en los asuntos económicos y sociales podrá fomentar la protección del medio cultural. Para lograrlo deben tenerse en cuenta las diversas necesidades existentes, los recursos, la capacidad de carga y de renovación, la persistencia en el tiempo de estos recursos, etc.

El desarrollo cultural sostenible es aquel que da la posibilidad a cada ser humano a poder consentir el cuidado, la conservación, y la gestión de su patrimonio y el que le rodea, para vivir con cierto decoro. Es un desarrollo encaminado al desafío de los gobiernos locales y nacionales, en la planificación de sus economías y políticas culturales para garantizar un crecimiento económico con equidad y sustentabilidad.

1.3.3 El turismo cultural, como propuesta para el desarrollo

Potenciar el turismo cultural, no quiere decir que su conversión en productos sea factible sin esfuerzos, y sobre todo sin inteligencia. La materia prima, el potencial, por mucho valor intrínseco que posea, no es por si mismo un bien comercializable para que una cueva, una fortaleza antigua, o una fiesta local, sean productos turísticos, hay que volverlos aptos para el mercado, y por ello significa gastos de inversión en infraestructura y servicios, promoción, investigación y formación. Pero la voluntad de transformar debe ser simultánea a la adecuación de la actividad turística con la necesidad de los visitantes y de los anfitriones.

De ahí el valor que damos a la cultura como parte indisoluble de nuestra identidad y como forma viable de explotar su amplio espectro para mostrar al mundo las especificidades de nuestros pueblos, que es la expresión más genuina de la cultura.

En este sentido la importancia del Patrimonio Cultural radica en la gente, involucrada con un pasado histórico que se relaciona con nuestro presente común, con sus problemas, con sus respuestas.

El patrimonio es la fuente del cual la sociedad bebe, para existir y recrear el futuro de la Nación; Planificar realmente nuestra instrucción, siendo analíticos y críticos más que memorísticos y estáticos, con una planificación coherente con nuestras verdaderas necesidades y de hecho con bastante trabajo, es una de las tareas pilares para la construcción de la Identidad Nacional.

El Patrimonio, muchas veces identificado con la herencia, es en sí mismo un concepto que alude a la historia, que entronca con la esencia misma de la cultura y es asumido directamente por los grupos locales.

El Patrimonio es la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios. Ello implica un proceso de reconocimiento, generalmente intergeneracional, de unos elementos (desde el territorio a la ruina) como parte del bagaje cultural y su vinculación a un sentimiento de grupo. Reconocida en él, la comunidad se presenta a otros. En ese instante el bien concreto estará a salvo momentáneamente. Si bien su conservación no estará garantizada, al menos su destrucción y pérdida será sentida como propia.

El desarrollo del turismo requiere de un plan de puesta en valor y resguardo de bienes para que estos adquieran carácter público. Existe, en el discurso, acuerdo sobre la importancia del patrimonio y su vinculación con las posibilidades del turismo como herramienta a favor del desarrollo local sostenible.

Es conocido el hecho de que muchos pobladores locales conviven durante gran parte de su vida con su patrimonio, sin ni siquiera saberlo, por lo cual su conducta de agresión hacia el mismo no puede ser castigada ya que se efectúa sin intención.

También existen casos de personas que conocen el origen, pero que ignoran su valor, para ellos solo se trata de cosas viejas, que a través de los años tal vez algunos suelen recordar.

Para este tipo de situación se piensa en la concientización (entendiendo por concientización al trabajo de divulgación y extensión de los conocimientos científicos, por parte de la comunidad universitaria que realiza investigaciones en el territorio que comprende el patrimonio hacia la comunidad local, con el asesoramiento de personal idóneo en tareas de ese tipo) como una forma de contrarrestar el efecto negativo que implica el ejercicio de la ignorancia sobre las potencialidades de desarrollo científico y económico que encierra el patrimonio. En este sentido se necesitan acciones complementarias, por ejemplo: el trabajo de difusión y extensión del conocimiento adquirido ya mencionado.

Es por ello que el turismo cultural no es una panacea de todos los problemas, ni tampoco un nuevo mecanismo para atraer nuevos turistas y, por consiguiente, más dinero. Constituyen una oportunidad para que anfitriones y turistas conozcan y entiendan mejor nuestro mundo para convertirlo en un espejo de nosotros mismo, para desarrollar nuestros gustos y emociones ... nos lleva a una mejor calidad de vida mediante el alojamiento de nuestra vida cotidiana, paisajes y experiencias turísticas.

Cierto es que el turismo cultural puede revitalizar las antiguas tradiciones y componentes culturales y adaptarlos a la nueva situación. Sin embargo, una comunidad puede desaparecer en el anonimato si el producto no es notable, y diferenciador, sin contar que la actividad turística puede provocar la inflación de los precios, estimular la competencia en relación con los recursos y la intromisión en la vida privada de los residentes, así como una destrucción paulatina del patrimonio natural y cultural.

Por ello las estrategias y políticas que alientan el mantenimiento y acrecentamiento de los recursos culturales deben incluir un fuerte comportamiento educacional, participación de la comunidad, directrices de conservación y códigos de ética incluso para el visitante.

En la comunidad estas políticas sostenibles deben arraigarse entre los principios básicos, ideas y características de una cultura local en particular y no verse como un producto rentable:

- Deben realizarse diversos programas educacionales para concentrar a la localidad en las particularidades del entorno cultural.
- Debe formularse una estrategia de intervención de manera democrática y en asociación con la industria turística para promover la conciencia del patrimonio cultural, tanto tangible como intangible.
- Respetar la integridad y las autenticidades culturales, la conservación de los recursos culturales y la interrelación existente entre patrimonio cultural, natural, y la esencia de la búsqueda de desarrollo, el hombre.

Por tanto una gestión patrimonial sostenible y responsable a través del turismo debe seguir algunos de los pasos planteados en la agenda 21:

- Las actividades turísticas deben ser sostenibles ambiental, económica, social y culturalmente. El desarrollo y la gestión de las actividades turísticas debe guiarse por los objetivos, principios y compromisos establecidos en la Convención sobre la Diversidad Biológica
- Las actividades turísticas que favorecen el uso de transporte pública y no motorizado también deben ser favorecidas, siempre que sea posible.
- Todos los involucrados, incluyendo gobiernos, organizaciones internacionales, el sector privado y los grupos ambientales, deben reconocer sus responsabilidades comunes para alcanzar formas sostenibles de turismo. Deben desarrollarse políticas y, cuando sea apropiado, legislación, instrumentos e incentivos económicos ambientales para asegurar que las actividades turísticas cumplan con las necesidades de conservación.
- Las actividades turísticas deben planificarse en los niveles apropiados con vistas a integrar en todos los niveles las consideraciones socio-económicas, culturales y ambientales. Desarrollo, ambiente y planificación turística deben ser procesos integrados. Debe hacerse todos los esfuerzos para asegurar que los planes turísticos integrados sean implementados y observados.
- El turismo debe desarrollarse de forma que beneficie a las comunidades locales, fortalezca la economía local, emplee fuerza laboral local y, donde quiera que sea ecológicamente sostenible, use materiales locales, productos

agrícolas locales y habilidades tradicionales. Deben introducirse mecanismos, incluyendo políticas y legislación, que aseguren el flujo de beneficios hacia las comunidades locales. Las actividades turísticas deben respetar las características ecológicas y la capacidad del ambiente local en el cual ellas se realizan. Debe hacerse todos los esfuerzos para respetar los estilos tradicionales de vida y culturas.

1.4 Conclusiones del primer capítulo

- 1- No sin otro logrado propósito el factor que significa gestionar el patrimonio a través de una industria turística netamente sostenible, es uno de los actuales dilemas para nuestra sociedad en pos de mantener los elementos de una sociedad justa, libre, que incluye la formación de un nuevo hombre, sabiendo que la cultura corre el riesgo de contaminarse, deformarse desde el propio paréntesis que indica la acción y el escenario económico actual, doblemente punzante en las regiones y microregiones del globo terráqueo, de la que no escapan muchos, ni geográfica, ni culturalmente.
- 2- El turismo cultural posee evidentes valores identitarios y comunitarios correlacionados con el aporte económico para la región y otras ventajas o beneficios asociados a este, por ello, las estrategias y políticas que alientan el mantenimiento y acrecentamiento de los recursos culturales deben incluir un fuerte comportamiento educacional, participación de la comunidad, directrices de conservación y códigos de ética, de ahí la importancia de priorizar su carácter sustentable.

CAPITULO 2. VALORACION TEORICO CONCEPTUAL DEL TURISMO CULTURAL Y LAS FIESTAS TRADICIONALES

2.1 Introducción

Se analiza los aspectos vinculados al patrimonio, el patrimonio cultural y sus valores tangibles e intangibles.

De los valores intangibles se estudian las festividades tradicionales cubanas como portadoras de elementos de la cultura tradicional, como es el caso de la música, danza, artesanías, culinaria.

2.2. Turismo y patrimonio

La **Carta Internacional sobre Turismo Cultural**, del Comité Científico Internacional de Turismo Cultural señala al valorar la interacción entre turismo y patrimonio que: “El Turismo nacional e internacional sigue siendo uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, ofreciendo una experiencia personal no sólo acerca de lo que pervive del pasado, sino de la vida actual y de otras sociedades. El Turismo es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la Naturaleza y de la Cultura.”

El Turismo puede captar los aspectos económicos del Patrimonio y aprovecharlos para su conservación generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política. Es un factor esencial para muchas economías nacionales y regionales y puede ser un importante factor de desarrollo cuando se gestiona adecuadamente.

Por su propia naturaleza, el Turismo ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas y estéticas. Se pueden descubrir numerosas oportunidades y posibilidades conociendo la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes, potencialmente conflictivos, y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales.

El Patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del Turismo. El Turismo excesivo o mal gestionado con

cortedad de miras, así como el turismo considerado como simple crecimiento, pueden poner en peligro la naturaleza física del Patrimonio natural y cultural, su integridad y sus características identificativas. El entorno ecológico, la cultura y los estilos de vida de las comunidades anfitrionas, se pueden degradar al mismo tiempo que las propias experiencias del visitante.

El turismo debería aportar beneficios a la comunidad anfitriona y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su Patrimonio y sus tradiciones vivas. Con el compromiso y la cooperación entre los representantes locales y/o de las comunidades indígenas, los conservacionistas, los operadores turísticos, los propietarios, los responsables políticos, los responsables de elaborar planes nacionales de desarrollo y los gestores de los sitios, se puede llegar a una industria sostenible del Turismo y aumentar la protección sobre los recursos del Patrimonio en beneficio de las futuras generaciones.

Es importante a partir de aquí hacer algunas precisiones conceptuales acerca del patrimonio cultural y sus diversas tipologías.

2.2.1 Patrimonio cultural

El concepto de Patrimonio de la Humanidad fue reconocido oficialmente por la Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas (UNESCO) de París en 1972 y entró en vigor en 1975, con la Convención sobre la protección del Patrimonio mundial, cultural y natural. Esta convención internacional fija el marco administrativo y financiero para la protección del “Patrimonio de la Humanidad Cultural y Natural” que está formado por “los monumentos, conjuntos y parajes que poseen un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia, y por monumentos naturales, formaciones geológicas, parajes naturales que poseen un valor excepcional desde un punto de vista estético o científico”., de este modo se protegen los patrimonios de la acción depredadora e invasiva del hombre que provocó la pérdida de numerosos monumentos.

Específicamente el Patrimonio Cultural se refiere a “aquellos bienes que son la

expresión o el testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza, y que tienen especial relevancia en relación con la arqueología, la prehistoria, la historia, la literatura, la educación, el arte, la ciencia y la cultura en general”

El conocimiento del Patrimonio Cultural favorece la formación y un mejor conocimiento y valoración de las raíces de los pueblos y a su desarrollo social en un contexto determinado a través del tiempo.

En el IX Encuentro de Cartagena de las Indias del año 2001, de los ministros de Cultura y Encargados de políticas culturales de América Latina se precisaron las políticas culturales, líneas de actuación y definió que “Nuestro Patrimonio Cultural es memoria e identidad, es concebido como aquello que una comunidad ha desarrollado históricamente, nos identifica y construye como únicos y diferentes de los demás pueblos. El patrimonio es un proceso creativo, dinámico y multidimensional, a través del cual funde, protege, enriquece y proyecta la cultura de una sociedad en función de su crecimiento integral. Muchos acuden a nuestros países en busca de la antigua y siempre nueva diferencia que nos caracteriza y es precisamente uno de lo más preciosos dones que podemos entregar a la humanidad. Esta curiosidad hacia nuestras culturas, nos obliga a diseñar medidas conjuntas, que aseguren el respeto a la diversidad, la preservación del patrimonio y el vínculo imprescindible entre cultura y desarrollo.”¹⁰

En Cuba, es obligatorio hacer referencia a lo mucho que se ha logrado en materia de restauración patrimonial en el casco histórico de La Habana Vieja en los últimos diez años, zona convertida en el principal atractivo turístico de la capital cubana y referencia mundial también del buen hacer en favor de la comunidad residente, principal beneficiario de este proyecto cultural y humano único en el mundo. En otras ciudades del país también se han restaurado y mejorado diferentes instalaciones culturales, como en Trinidad, Camagüey, Santiago de Cuba y casco histórico de la Ciudad de Bayamo, puestas a

¹⁰ Foro de Ministros de Cultura y encargados de políticas culturales, www.unesco.org/cu, consultada junio 2007

disposición tanto de la población local como de los visitantes nacionales y extranjeros. Sin embargo, en todos los casos ha primado el interés por la restauración y conservación más rigurosa del valor patrimonial del recurso, sin incorporarle atractivos artificiales con fines mercantilistas y turísticos. Lo patrimonial tiene que ser consumido, desde el punto de vista cognoscitivo, tal y como es, ahí radica su valor, actuar de otra manera sería una distorsión cultural, una falsedad adornada.

Como en la mayoría de los países receptores de turistas, los sitios culturales son administrados por instituciones públicas, pertenecientes por lo general a los Ministerios de Cultura y los ingresos turísticos que se logran se reutilizan en favor de la restauración y conservación de los mismos. Aplicar otra política sería atentar contra el propio patrimonio.

Es necesario vincular la riqueza del patrimonio cultural local con el turismo, debido a la proyección que puede presentar y el avance que significa en la sociedad.

Por otra parte, en las Directrices para la aplicación de la Convención sobre la protección del Patrimonio mundial, cultural y natural, se aprecia muy claramente el sentido del valor tangible e intangible, es decir cultural, como el factor prioritario para poder ser incluido un Bien en la mencionada en la Lista. Así, en los criterios de aplicación para la evaluación se establece, entre otros, que cada Bien: debe representar una obra de arte del genio creador humano, o atestiguar un intercambio de influencias considerable, etc.¹¹

Y, junto a estas expresiones y conceptos aparecen otras como: tradición cultural, civilización, historia humana, tradiciones, creencias, ideas... todas ellas referentes a conceptos y valores intangibles, que por estar embebidos en un elemento tangible (material) permite que este alcance la categoría de patrimonio cultural y por ello ser considerado un bien público y que, en el caso de que esos valores sean excepcionales, será considerado un bien patrimonio

¹¹ PERE DE MANUEL, J. : "Los valores intangibles del patrimonio, el patrimonio intangible", SILBOARTE 2006, Seminario sobre Itinerarios Artísticos, p. 9

no solo de una persona o comunidad propietaria, de una cultura o civilización, sino de toda la Humanidad.

Si hablamos del patrimonio construido, los valores intangibles a que nos estamos refiriendo subyacen en los inmuebles, en sus espacios, en sus ambientes, en sus entornos, en su tipología y técnica constructiva, etc. fruto de la cultura secular impregnada en ellos y que, a su vez, dimana de ellos como un todo envolvente; valores, que son apreciados mediante el conocimiento y la sensibilidad personal y colectiva -de la sociedad o grupo en el que ha sido creado- y que se conservan y transmiten, como todo el patrimonio cultural, gracias a la memoria histórica, a la sensibilidad y a la formación cultural.

Las diferencias conceptuales y de criterios y en especial de sensibilidad de las diferentes culturas o civilización, motiva que el patrimonio arquitectónico en general y en particular sus valores intangibles, implícitos en él, puedan ser valorados de muy diferente forma o incluso pasar desapercibidos.

Todo depende del grado de conocimiento histórico y cultural, de integración en la cultura que lo alberga y de la sensibilidad del individuo o grupo que lo habita, estudia o contempla.

De aquí se deduce la importancia que para una buena conservación del patrimonio y para su comprensión tiene el conocimiento y el respeto de la cultura que lo realizó.

2.2.2 Patrimonio tangible o material

El objeto del turismo cultural es el patrimonio, tanto el material o tangible, como el inmaterial o intangible, se considera patrimonio material a los lugares consagrados a la cultura, realizaciones hechas por el hombre, museos, monumentos, pueblos y ciudades artísticas, patrimonio arqueológico y parques prehistóricos, jardines, edificios religiosos, militares etc.

Las atracciones culturales de los pueblos deben presentarse con inteligencia y creatividad. En esta época técnica de uniformidad, en regiones diferentes muchas veces los productos nacionales no se distinguen uno de otros. Es necesario por tanto estimular la diversidad cultural. Tomados en un sentido más

estricto, los factores culturales en el turismo representan un papel dominante, en especial en aquellas actividades cuya intención específica es fomentar la transmisión o la participación de conocimientos e ideas, y que se convierten en atractivos turísticos, como pueden ser:

- Bibliotecas, museos, exhibiciones.
- Expediciones científicas y arqueológicas.
- Conferencias, congresos, reuniones, seminarios.
- Grabaciones musicales y sus soportes (discos compactos, casetes, DVD, licencias, franquicias, etc)
- Música impresa
- Artesanía (cerámica, papier maché, humidores, tabaqueras, instrumentos musicales *souvenir*, tallas y figuras de madera, lámparas, artículos de piel, muñequería, pirograbados, bisutería, etc.)
- Arte culinario, se considera así cuando el cliente acude para deleitarse y complacerse con la comida, pero también se siente atraído por otros aspectos complementarios como decoración, ambiente y profesionalidad del personal.
- Reproducciones de obras de arte
- Literatura
- Videos y filmes

2.2.3 Patrimonio intangible o inmaterial

El patrimonio inmaterial o intangible, ha sido definido en síntesis como el “conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folclórica, es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición”. La UNESCO entiende también que “Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y

la creatividad humana".¹²

El patrimonio inmaterial es un patrimonio vivo, practicado por personas reales, que engloba los aspectos más importantes de la cultura secular y, como tal, se manifiesta particularmente en las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio inmaterial; en las artes del espectáculo, usos sociales, rituales y actos festivos; en los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y en las técnicas artesanales tradicionales.

A diferencia del patrimonio material, en el que los valores intangibles actúan y forman parte del mismo, en el caso del patrimonio intangible el principal depositario es la mente humana, reservándose el cuerpo humano como contenedor o ejecutor si bien, en otros casos, puede servirse de productos y elementos materiales para realizarse y perpetuarse.

Un ejemplo del primer caso de patrimonio intangible sería el silbo gomero y del segundo, las artes escénicas, interpretativas o musicales en el que, estas, se sirven de un conjunto de objetos y elementos tangibles propios (máscaras, decorados, instrumentos musicales, etc.) realizados generalmente por artesanos cuya técnica ha sido transmitida, al igual que el arte escénico, secularmente.

Así como el patrimonio cultural material tiene un soporte físico, mediante el cual puede reconocerse y perpetuarse, siempre que se mantengan en su autenticidad e integridad, las obras del ingenio, la creación intelectual, etc., es decir, el patrimonio inmaterial, por su extrema fragilidad (olvido) necesita, para su salvaguardia, unos soportes, que en algunos casos pueden ser tangibles (documentación, catalogación, registro, archivo, etc.) y en otros, por la naturaleza del Bien, (una actividad, una tradición,) además de ser documentado, necesita ser mantenido vivo en su contexto original; es decir, cultivado y transmitido, por la persona humana o grupo social, en su espacio físico o natural y en su ambiente cultural.

¹² PERE DE MANUEL, J. : "Los valores intangibles del patrimonio, el patrimonio intangible", SILBOARTE 2006, Seminario sobre Itinerarios Artísticos, p. 12

Es necesario, conservar viva la memoria y fomentar el aprendizaje mediante actividades educativas avanzadas, desarrollar el conocimiento y la expresión, y todo ello, unido a acciones de reconocimiento, de difusión e incentivación. Solo así se podrá garantizar su preservación y transmisión a las generaciones futuras en las mejores condiciones. Es decir, en un contexto vivo, digno, contemporáneo y creativo, que evite su “momificación” o folclorización. Se permitirá así su disfrute, el reconocimiento de la identidad cultural propia y, al mismo tiempo, se fomentará el entendimiento de las culturas en la diversidad; entendimiento, al que todos aspiramos.

Diversos son los bienes que conforman el patrimonio intangible sirvan de ejemplo:

- Venta de derechos de obras musicales, de compositores de música y letra, así como de editores e intérpretes. Derechos por uso de la música en otros soportes culturales (videos, filmes, comerciales, etc), difusión masiva, mecánica o sincronización (sobre todo cinematografía y programas de TV).
 - Espectáculos musicales, dramáticos o cinematográficos.
 - Programas y grabaciones de radio y televisión.
 - Fiestas populares
 - Festivales (Festival Internacional de Ballet, Feria Internacional del Libro, Las Romerías de Mayo)

2.3 Festividades Tradicionales Cubanas

Como se sabe, la fiesta popular tradicional es portadora de casi todas las manifestaciones o elementos de la cultura tradicional, sin embargo, es el caso de la música, danza, artesanías, culinaria. Se considera Fiestas populares tradicionales a las actividades que inciden en el entorno popular tienen connotación regional y por ende tienen significado en el contexto de la cultura tradicional del país, además gozan de popularidad y que han trascendido a su generación.

El valor simbólico de la fiesta está dado por el sentido de pertenencia que posee cada individuo principalmente a través de sus manifestaciones

intangibles, ya que son ellas las que incuban mayor arraigo en la autoconciencia étnica y, por ende, en la reafirmación de la identidad cultural de cada comunidad.

Las Fiestas tienen dimensión económica, las principales fuentes de financiamiento provienen de los gastos de los danzarines y los ingresos generados por el propio (que son administrados por las instituciones encargadas de la organización), este proceso debe repetirse cada año. Un buen ejemplo son los Carnavales de Oruro, los cuales generaron en el año 2007 un movimiento de 90.471 personas, entre danzarines, espectadores-nacionales y extranjeros, comerciantes y músicos, el carnaval generó 5707 empleos permanentes y 9968 temporales, el turismo por este motivo aun no representa un aporte importante a la economía local, no obstante, los ingresos económicos de los servicios hoteleros, demuestran que el turismo por carnaval puede resultar una actividad altamente rentable.

En Cuba existen o han existido fiestas patronales, campesinas, carnavales, parrandas, charangas y festividades de antecedentes africanos y comenzaron a efectuarse en Cuba desde la ocupación española.

Hasta 1959 las fiestas con tradición popular en el país estaban unidas al calendario de festejos de la Iglesia Católica, a los festejos destinados a sus santos o alguna otra actividad cultural relevante, carnavales y campesinas.¹³

2.3.1 Fiestas Patronales

Al realizar un balance de las fiestas se nota que a partir de los años 1957-1958, al calor de la lucha revolucionaria, comienzan a desaparecer muchas fiestas, en su mayoría, religiosas. Entre ellas sobresalen las Patronales, otrora la festividad más importante de la comunidad, la cual fue minada por el comercialismo y la politiquería. Sin embargo, es a partir del año 1959 que comienza su marcado declive, a consecuencia de los ineludibles cambios que se producen en la vida

¹³ FELIU HERRERA, V. : "Fiestas en pinar del Río", www.lajiribilla.com, consultado 15 de febrero de 2008

económica, cultural y filosófica del país. De esta forma, fiestas tan arraigadas como las Solemnidades de Precepto (Semana Santa, la Cruz de Mayo, Día de Reyes y otras) dejaron de celebrarse fuera de la iglesia y perdieron su connotación tradicional, siempre implicaban una procesión seguida de una fiesta, verbena, guateque o feria según fuera el caso. Sólo se conservan en aislados lugares algunos Velorios de Santos y fiestas de la Cruz de Mayo, como en la Ciénaga de Zapata (provincia Matanzas), Abreus (provincia Cienfuegos) y Camajuaní (provincia Villa Clara). Las más populares son: Nuestra Señora de la Caridad, Nuestra Señora de la Candelaria y San Juan Bautista.

2.3.2 Fiestas Campesinas

Las fiestas campesinas han conservado su vigencia y hoy se ubican en todo el territorio del archipiélago con sus distintas variantes. Algunos elementos propios que las caracterizan han sufrido mutaciones, debido a las migraciones hacia las ciudades propias del proceso económico-social post-revolucionario. Así por ejemplo han surgido actividades de este corte en espacios urbanos y sub-urbanos, a modo de “programa cultural” a las que se le llama “Noche Campesina”, “Controversias” y otros, los cuales no constituyen fiestas en sí mismas, pero se practican manifestaciones como la música (con grupos que a veces utilizan instrumentos inusuales hasta ahora), la controversia fundamentalmente con variadas modalidades propias de la literatura oral, lo cual resulta beneficioso para la comunidad. Se tipifican en: changüí, parrandas o guateques, torneos o fiestas de bandos, y fiestas de tambor, entre otras.

El guateque es el festejo que se celebra en zonas rurales y suburbanas en los que se emplea la música campesina de marcada influencia hispánica y canaria. Años atrás se celebraban con bailes como el zapateo, comidas y bebidas tradicionales y juegos de competencias. El changüí es una fiesta que se celebra en la provincia de Guantánamo con las características de las fiestas campesinas pero en las que el baile y la música son el changüí, modalidad del complejo del son.

La fiesta de bandos o torneos se realizan atendiendo a habilidades con caballos, argollas, palo ensebado, etc. La celebración de la fiesta se hace con división interna de bandos rojos y azules. Aparece también en áreas urbanas, aunque con características diferentes.

Los bailes de tambor se corresponden con los asentamientos de esclavos negros. La del tambor yuka todavía se mantiene vigente; el tambor kinfuiti está revitalizado en la zona del Mariel, en la provincia La Habana.

2.3.3 Los Carnavales

Son las fiestas tradicionales cubanas que tienen sus antecedentes en las fiestas celebradas por los hispanos y sus descendientes. Según la vieja tradición de la península, posee elementos propios como los disfraces, carrozas, comparsas y desfiles entre otros. En Camagüey y Santiago de Cuba se originaron en torno a las fiestas patronales, no así en La Habana que se celebraban en vísperas del advenimiento del nuevo año. Desde la región central hasta la oriental su origen está vinculado a las fiestas patronales de los pueblos.

Los más populares son los de Santiago de Cuba, Camagüey y La Habana. En esta última para su celebración se utilizarían los mismos elementos profanos que acompañaban la fiesta del Corpus, o sea la comparsería y aquellas llamadas "invenciones" y los elementos que llevaban en "carros" como la tarasca o también los "gigantes" o muñecones como diríamos actualmente. Pero, sobre todo, las comparsas de "mamarrachos" que eran el acompañamiento habitual de procesiones.

En Santiago de Cuba, casi todas las comparsas se originaron en tumbas francesas y cabildos africanos que existían en numerosos barrios. La influencia cultural francesa proveniente de Haití se hizo sentir a través de los Cabildos Cocuyé, Carabalí Izuama, Carabalí Ologu, Cabildo Lucumí, Cabildo del Tívoli, Cabildo Vivi San Salvador de Horta, Cabildo de Congos y otros. Era la fiesta de participación colectiva, igualitaria y sin el carácter de espectáculo contemplado desde afuera; sin un recorrido oficialmente determinado, y que dependiera de los sitios de concentración y de las calles que los conectaban, para lo cual la

tipografía de la ciudad se prestaba con sus pequeñas plazas, a sólo unos pasos unas de otras, dispuestas en abanico en el espacio que era antaño la ciudad. Son famosos por su alegría y su participación colectiva.

“Las fiestas tradicionales de San Juan y San Pedro devinieron en fiestas de carnaval en la provincia de Camagüey. Entre los años 1725 y 1728 comenzaron a celebrarse las fiestas patronales de los referidos santos en la otrora Puerto Príncipe, el día 24 de junio (día de San Juan), los que se extendía por varios días hasta finales de mes. Se iniciaban estas fiestas con competencias como las carreras de caballos, también acostumbraban a encender fogatas en las playas y se realizaban asaltos entre amigos, se preparaba el lechón asado en púa y se consumían vinos de frutas; al son del tiple y el güiro se bailaba hasta la medianoche. Con su evolución se incorporó el uso de disfraces en los bailes y otros elementos de fiesta carnavalescas como es el caso de la carroza, la conga oriental provista de cencerros, campanas y tambores de todo tipo que llenan las calles con estribillos pegajosos repetidos por sus seguidores.”¹⁴

En el grupo de fiestas laicas los carnavales fueron los más afectados, a pesar de ser los más populares a nivel nacional. Estos se sustituyeron por actividades ficticias que denominaban de cualquier manera, acción quizás con la que se pretendió aunar en un solo festejo la patronal y el carnaval, sobre todo por motivos económicos y evidente facilismo. Hubo lugares en que el carnaval recesó durante unos años y en otros se debilitaron o desaparecieron algunos de sus elementos, más por su fuerza y prestigio sobrevivió en lugares como Santiago de Cuba, Camagüey, Santiago de las Vegas. En la tarea de revitalización y reanimación de manifestaciones o aspectos constitutivos de los festejos en alguna medida ha mejorado de las salidas de comparsas, al restituir detalles perdidos en vestuarios, coreografías y músicas.

¹⁴ VIRTUDES F.: “Epifanía cultural de Cuba”, <http://www.educatur.nh.co.cu.>, 2008, consultado 20 de abril 2008

2.3.4 Parrandas y Charangas

La palabra parranda es voz de origen vasco que representa jolgorio. El hacer jolgorios en las iglesias los días festivos fue costumbre practicada en España que pasó a Cuba.

Las parrandas y charangas son otro tipo de fiesta tradicional que tienen muchos puntos en común con los carnavales por el uso de carrozas y changüíes. Las más conocidas son las de Remedios en la provincia de Villa Clara y las de Bejucal en La Habana pero también se celebran en Sancti Spíritus y en Ciego de Ávila. En ellas la población se divide en barrios que compiten entre sí en cuanto a trabajos de plaza, carrozas, pirotecnia, música, etc. Las carrozas están basadas en un tema que puede tomarse de la literatura universal o del cine o cualquier otra temática y en su confección trabaja todo el barrio.

Consideramos que los Carnavales, las Parrandas y las Charangas son actualmente las principales fiestas tradicionales de Cuba, por lo que todo esfuerzo que se realice en aras de su revitalización o reanimación resulta loable a fin de mantener una manifestación tan querida por nuestro pueblo.

2.3.5 Festividades de antecedentes africanos

Otro tipo de fiestas tradicionales son las vinculadas a las prácticas de santería que se conservan vivas en la mayor parte del país.

El alejamiento de la celebración de los rituales católicos y de otras iglesias cristianas fue uno de los motivos que incidió en un paulatino desplazamiento hacia otros tipos de creencias religiosas, como las de origen subsahariano, popularmente conocidas por Fiestas de Culto Sincrético. Entre ellas sobresale la Regla Ócha o Santería, seguida por la Regla Conga o Palo Monte, Arará, Iyessá, Gangá y otras.

Al efecto se registran gran cantidad de festejos de estas religiones según los diferentes aniversarios incluye varios conjuntos instrumentales, múltiples cantos y bailes, que forman parte esencial de las actividades religiosas. Le siguen por su importancia y difusión las manifestaciones de palo monte, arará y la santería cruzada con palo monte y la cruzada con el espiritismo, que prácticamente

ocupan todo el territorio nacional, bien en forma autóctona o mezclada con otros ritos o reglas como el propio Espiritismo, originado en las provincias más orientales.

Los demás grupos étnicos asentados en territorio cubano han aportado manifestaciones festivas que conformen la cultura popular tradicional. Las propias de chinos, hindúes, libaneses, japoneses y otros son de práctica limitada para los naturales y sus descendientes, sobre todo en sus sociedades y otras instituciones.

Las fiestas reseñadas se han ido integrando de forma progresiva a las raíces cubanas sin perder sus características de origen. Ello se debe en parte a los descendientes, los cuales cultivan las tradiciones de sus ancestros agregándole a veces toques o pasos propios de músicas y danzas de nuestro ambiente, sin excluir la participación de los demás pobladores del lugar, al mismo tiempo que con algunos elementos integrantes de las fiestas actúan en distintas actividades como festivales, Semanas y Jornadas de Cultura, carnavales, etc. las más notables son el Band Rará y la Tumba Francesa de origen haitiano y los grupos danzarios jamaicanos como “La Cinta” de la provincia Ciego de Ávila. En este sentido ha jugado un papel acorde con la política cultural del país el Consejo Nacional para la Cultura Comunitaria.

Actualmente el número de festejos revitalizados asciende a 370. En ellos se ha respetado la raíz tradicional de sus elementos principales sin desconocer usos y costumbres gestados en los últimos años.¹⁵

Las Principales tradicionales en Cuba son:

- 9- Nuestra Señora de la Candelaria (2 de Febrero)
- 10- San José (19 de Marzo)
- 11- San Juan Bautista (24 de Junio)
- 12- Nuestra Señora de la Caridad del Cobre (8 de Septiembre)
- 13- Nuestra Señora de la Asunción (15 de Agosto)

¹⁵ MINISTERIO DE CULTURA DE LA REPUBLICA DE CUBA:

<http://www.min.cult.cu/loader.php?sec=eventos&cont=fiestaspopulares>, consultado 13 de enero 2008

- 14- Nuestra Señora de las Mercedes (24 de Septiembre)
- 15- San Cristóbal de La Habana (16 de Noviembre)
- 16- San Lázaro (17 de Diciembre)
- 17- Carnaval de Santiago de Cuba (26 de Julio)
- 18- Carnaval de Camagüey (15-29 de Junio)
- 19- Carnaval de La Habana (Julio-Agosto)
- 20- Parranda de Remedios (24 de Diciembre)
- 21- Charangas de Bejucal (16-25 de Diciembre)
- 22- Fiesta de los Bandos de Majagua, Ciego de Ávila (Junio).

2.4. Conclusiones del capítulo segundo

1- El objeto del turismo cultural es el patrimonio, tanto el material o tangible, como el inmaterial o intangible, se considera patrimonio material a los lugares consagrados a la cultura, realizaciones hechas por el hombre, museos, monumentos, pueblos y ciudades artísticas, patrimonio arqueológico y parques prehistóricos, jardines, edificios religiosos y militares, como eje central de esta modalidad turística posee nexos indisolubles con las prácticas de estudio, preservación y consumo del mismo en las condiciones en que in situ existe, evitando alteraciones con fines mercantilistas.

2- El patrimonio inmaterial es un patrimonio vivo, practicado por personas reales, que engloba los aspectos más importantes de la cultura secular y, como tal, se manifiesta particularmente en las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio inmaterial; en las artes del espectáculo, usos sociales, rituales y actos festivos; en los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y en las técnicas artesanales tradicionales, este puede explotarse turísticamente pero debe ser identificado, documentado, preservado en su contexto original y transmitido como base material esencial por la persona humana, teniendo su base dos dimensiones una objetiva y otra subjetiva.

3- Las Fiestas populares tradicionales son actividades que parten del entorno popular, tienen connotación regional y significado en el contexto de la cultura

tradicional del país, gozan de popularidad y son perdurables en el tiempo, poseen arraigo popular y se expresan en la conciencia étnica y la identidad cultural de un país, región o localidad, estas poseen dimensión económica pues requieren de soporte material para su realización.

4- En Cuba, las principales fiestas tradicionales son: las patronales, las campesinas, los carnavales, las parrandas, las charangas y las festividades de antecedentes africanos algunas tiene su génesis desde la colonización española y han perdurado, y otras se han gestado después de 1959 como son las ferias y los festivales.

CAPITULO 3. LA GESTION TURISTICA DE LAS FESTIVIDADES TRADICIONALES

3.1 Introducción

En este capítulo se analiza el turismo cultural desde la localidad, la gestión turística de las festividades tradicionales, las etapas gestión y su problemática actual y específicamente la gestión turística ligada a las festividades en Remedios y en Santa Clara.

3.2. Turismo cultural en Cuba

En Cuba existe la Comisión Cultura-Turismo establecida en todas las provincias del país, la cual enriquece esa experiencia conjunta entre el MINCULT, el MINTUR y la UNEAC, organismos que firmaron un Convenio de Colaboración en octubre del 2000. Muchas instalaciones turísticas del país hacen gala del valor cultural adicional que enriquecen sus instalaciones, acogiendo a los artistas y sus obras en las más variadas ramas del arte. La relación cultura y turismo es, por tanto, altamente imprescindible para el desarrollo turístico del país.

No obstante, contar el MINCULT con su propia agencia de viajes (Paradiso), la estrategia es que todos los tour operadores trabajen el turismo cultural, por lo que a este producto se dedicó la XXIV Convención de Turismo 2004 bajo el lema "Turismo para vivir, cultura para sentir", con la voluntad de incorporar como valor añadido fundamental a los atractivos naturales de la Isla las más auténticas manifestaciones culturales del pueblo cubano, en sus festivales internacionales de: música, literatura, danza, ballet, plástica, cine, ferias artesanales, espectáculos artísticos, fiestas populares, entre muchos otros, que convierten al Destino Cuba en un lugar de singular riqueza espiritual.

La cultura cubana es hoy esencial para el desarrollo turístico de la Isla, pues se ha valorado con mayor claridad su papel para identificar, diferenciar y potenciar los productos turísticos con los del resto de la región.

La política cultural cubana define como premisa para su comercialización no admitir concesiones éticas que vayan contra los valores patrimoniales. La preservación de este principio es un deber compartido del presente y del futuro del turismo en la Isla. El paisaje cultural cubano es para el turismo una de sus fortalezas más valiosas.

Cuba cuenta con muchas riquezas histórico-culturales: más de 260 museos, unas 120 galerías de arte y alrededor de 70 teatros, lo mismo en los centros históricos urbanos de las grandes ciudades como en los sitios naturales, por lo que se procura la inserción cada vez más relacionada y generalizada del turismo en la vida cultural del país, haciendo énfasis en los componentes de la identidad nacional que lo distingue. No es posible diseñar ni realizar una cultura para el turismo, ni desarrollar tampoco un turismo exitoso, ni consolidarlo, sin la presencia orgánica de la cultura y la identidad nacional y local, como parte misma del atractivo turístico.¹⁶

3.2.1 Tratamiento al turismo cultural desde la localidad

El turismo cultural posee fuertes vínculos con el llamado turismo comunitario porque evidentemente las comunidades y el municipio en sentido más global, son los principales gestores de productos turísticos culturales, de ahí sea un tema recurrente, el desarrollo de las potencialidades culturales de las localidades y a su vez la protección de las mismas frente a los impactos negativos de la actividad turística.

3.2.1. a. Turismo local

Comencemos con un análisis sobre turismo local. La gestión de los destinos turísticos locales pasa, en primer lugar, por la definición de destino turístico local. De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, "un destino turístico local es un espacio físico en el que el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atractivos y recursos

¹⁶ OSORIO SALGADO, M. Y GUERRERO LÓPEZ, A. : "Turismo cultural", Centro de Información y documentación para el turismo, Información temática No 31, junio 2006, p. 3

turísticos en un radio que permite ir y volver en el día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado. Los destinos locales incorporan a diversos grupos, entre los que se cuenta a menudo la comunidad anfitriona y pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores".¹⁷

Todo municipio o división regional similar tiene que afianzar y desarrollar su identidad y poseer un proyecto de futuro donde la cultura sea parte fundamental. Para ello, independientemente de su tamaño y localización, debe contar con unos equipamientos y servicios básicos mínimos y adoptar una política cultural propia enmarcada en una política municipal que tenga en cuenta sus particularidades históricas y territoriales, los agentes existentes, las propuestas asociativas y privada. También debe contar con recursos económicos y humanos y establecer estrategias culturales globales vinculadas a sus programas de planificación y desarrollo. Un sector cultural fuerte, operativo, adaptado al contexto, abierto a la creación y a los avances tecnológicos, capaz de llegar al conjunto de los ciudadanos.

Las políticas culturales deben ser plurales, participativas, integradoras y enriquecedoras. Tradicionalmente han sido cuatro las orientaciones claves que han guiado la intervención pública en cultural:

- Reforzar la identidad de los ciudadanos con su comunidad, con su pasado y con su patrimonio.
- Posibilitar la diversidad de las manifestaciones culturales (cultura, popular, étnicas, etc.).
- Fomentar la creatividad y la producción de nuevas obras que serán el patrimonio del futuro.
- Animar a la participación y posibilitar el acceso de todos los ciudadanos a la vida cultural de la forma más activa posible.¹⁸

¹⁷ MALDONADO, C. : "Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario", Serie red de turismo comunitario sostenible para América Latina, Organización internacional del trabajo, 2005, 1ra ed. p. 3

¹⁸ OSORIO SALGADO, M. Y GUERRERO LÓPEZ, A. : "Turismo cultural", Centro de Información y documentación para el turismo, Información temática No 31, junio 2006, Holguín, disponible en

La misión de la administración o gobierno es facilitar que surja la "vida cultural", democratizarla, no ser competidor de otras iniciativas públicas o privadas y corregir los defectos de forma subsidiaria, sin olvidar en ningún momento que los verdaderos protagonistas de la cultura son los ciudadanos como creadores, organizadores de eventos, conservadores y transmisores de su pasado, productores y comercializadores.)

Una clave para una gestión socialmente sostenible de los Centros Históricos es hacer que sus bienes culturales, tangibles e intangibles, o material y espiritual se conviertan en impulsos indetenibles para el desarrollo de los mismos y de la Cultura Popular Tradicional.

El turista de motivación cultural cada día es más experto conocedor de lugares de cultura y aprecia una serie de cosas, entre ellas, que detrás del patrimonio cultural haya una actitud resuelta hacia su conservación y dinamización. Demanda ciudades actuales y reales, con una vida cultural propia, donde al turista se le pueda ofrecer la autenticidad producto de un desarrollo peculiar y no escenarios "demasiado petrificados" y "limpios", o "demasiado auténticos", producto de un atraso económico secular. Al visitante le gusta sentir que la ciudad es dinámica culturalmente hablando y no un cascarón vacío. Le gusta que los artesanos y artistas recrean nuevas formas a partir de la tradición, que haya equipamientos culturales que funcionen y una vida cultural intensa y diversa.¹⁹

Sin embargo, el turista no percibe el municipio como destino, porque desde sus propios órganos gestores y agentes no existe una concepción integral del mismo y del potencial que dichas visitas representan; la falta de iniciativa privada, y de coordinación y gestión, irrevocablemente conduce a que el visitante centre toda su atención en conocer únicamente el producto o recurso cultural del cual tiene noticia.

En general, cabría señalar así mismo que esta casuística va acompañada de

soporte electrónico, consultado, 26 de febrero, 2008, p. 5.

¹⁹OSORIO SALGADO, M. Y GUERRERO LÓPEZ, A. : "Turismo cultural", Centro de Información y documentación para el turismo, Información temática No 31, junio 2006, Holguín, disponible en soporte electrónico, consultado, 26 de febrero, 2008, p. - 4.

una serie de pautas y rasgos de comportamiento de la demanda: como se ha comentado anteriormente, la cultura en este tipo de espacios propicia visitas de escasa duración (puede que horas), de residentes de zonas cercanas, o de turistas que se hallan pasando sus vacaciones en un destino de ámbito geográfico superior en el que se inscribe el centro analizado.

En cualquier caso, sean visitas de día generadas por la población vecina o excursiones, en los que el atractivo cultural se convierte en complemento de otros recursos y atractivos turísticos, los efectos sobre el municipio visitado suelen ser más negativos que positivos, por cuanto, entendido a nivel global, la percepción de ingresos se limita a algún consumo mínimo, generando por el contrario elevados costes económicos (como la inversión en infraestructuras: señalización, aparcamientos, habilitación de zonas de tránsito y acceso,...) y sociales. Además, la generación de visitas no controlables, no permite una gestión racional de flujos, empeorando problemas como los señalados anteriormente.

Así pues, es preciso incorporar el patrimonio a la oferta global, empezando en muchos casos por identificar los recursos y transformarlos en productos para su uso y disfrute, y por consiguiente, llevar a cabo su promoción, comercialización y consumo. Cuando el caso es el inverso, esto es, el producto turístico está creado y ejerce una importante atracción turística, si se prefiere un análisis inverso, implicaría la incorporación/adecuación de la oferta turística global del municipio al patrimonio existente, de forma que se genere un producto integral que permita ofrecer más y mejores servicios al turista, y rentabilizar de este modo las visitas recibidas, al tiempo que se convierta en vehículo y motor para la dinamización y diversificación económica del municipio. (Pardo, 2001)

Queda evidenciada la necesidad de conciliación entre todos los agentes implicados, a nivel público y privado, a nivel cultural y turístico y, ante todo, todos ellos con los residentes del destino turístico. De hecho, tal vez la resolución de muchos de estos problemas no es genéricamente diferente de la que afecta a la gestión del destino turístico local en general, por lo que se repasan a continuación algunos aspectos básicos.

La ciudad y la vida urbana es el principal espacio creador de cultura. La cultura a su vez es un elemento estratégico para la ciudad, un recurso fundamental para el desarrollo local. El sector cultural tiene potencialidad para generar empleo directo y es fundamental para sectores cercanos como el turismo. Atrae la inversión al generar valor añadido al entorno donde se desarrolla y dinamiza la innovación de cualquier sector económico. Tiene capacidad para integrar y cohesionar a los ciudadanos, facilitando el acceso al conocimiento y mejorando la igualdad de oportunidades.

Las ciudades se han convertido 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, incidieron en la imagen que del entorno urbano tenían sus habitantes, así como en el uso que hacían del espacio. 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.

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, entorno medio ambiental 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.

El turismo tiene incidencia marcada sobre los Centros Históricos en estos se centran la mayor parte de los valores culturales, en las ciudades latinoamericanas estos viven un proceso de continuo deterioro o rápidas transformaciones que los desdibujan casi totalmente, mientras que en los Centros Históricos recuperados la elitización de los nuevos y la expulsión de los antiguos habitantes; la mercantilización de los espacios y las edificaciones; y la homogenización cultural parecen ser los sellos que impregnan sus paisajes urbanos.

Una clave para una gestión socialmente sostenible de los Centros Históricos es

hacer que sus bienes culturales, tangibles e intangibles, se conviertan en impulsos indetenibles para el desarrollo de los mismos. El manejo de los espacios públicos y de los monumentos de los Centros Históricos en la recreación de las manifestaciones culturales revela aquí toda su importancia en la formación de las identidades culturales.

También el entorno rural, con las tradiciones campesinas, de diversa índole que encierran los saberes del campesinado, las fiestas tradicionales, la música, el baile, los instrumentos musicales, la tradición oral, los mitos y costumbres rurales, la culinaria etc., conforman un producto de indudable valor cultural para el visitante, que generalmente proviene del medio urbano y esta ávido de conocer esta otra realidad cultural y constituyen un producto turístico requerido de una optima gestión.

3.2.1. b. Turismo comunitario

Ello conduce al análisis del necesario enfoque comunitario del tema pues el desarrollo de las tradiciones culturales como producto turístico y su inclusión en los destinos turísticos, conlleva necesariamente la inclusión de las comunidades participantes y gestoras genuinas de los mismos, por tanto su inclusión, protección y necesario beneficio, además de los riesgos que comporta el turismo para estas demanda un análisis más particularizado.

Se impone definir que el Patrimonio Comunitario, se halla conformado por el conjunto de valores y creencias, conocimientos y prácticas, técnicas y habilidades, instrumentos y artefactos, representaciones y lugares, tierras y territorios, al igual que todo género de manifestaciones tangibles e intangibles compartidas por un pueblo, a través de las cuales se expresan sus modos de vida y organización social, su identidad cultural y sus relaciones con el entorno natural.

De otro lado, se entiende por turismo comunitario toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de

servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes.

Ha de afirmarse que gracias al turismo, muchas comunidades están tomando conciencia del potencial considerable que encierran sus activos patrimoniales: recursos culturales, naturales, físicos y humanos, buscando valorizar los primeros y desarrollar las competencias técnicas y empresariales de estos últimos, a los efectos de enfrentar eficazmente las presiones competitivas del mercado globalizado.

El turismo abre vastas perspectivas para la innovación y para poner en juego el acervo del capital social comunitario, es decir, el conjunto de conocimientos colectivos, prácticas, técnicas productivas y formas de cooperación ancestrales que generan eficiencia económica y que han asegurado la supervivencia secular de un grupo social. Definido de esta manera, el capital social es un factor de desarrollo, una fuente de crecimiento económico y un medio de valorizar el patrimonio comunitario.

Es pertinente repasar las experiencias latinoamericanas en el turismo rural o comunitario, las presiones de las nuevas corrientes turísticas mundiales gestadas en las dos últimas décadas se han traducido en un creciente número de proyectos de turismo en comunidades indígenas o rurales, mediante el impulso de agentes externos como ONG, empresas privadas, instituciones públicas y de cooperación internacional. No obstante, son muy escasas las experiencias sistematizadas que han buscado capitalizar enseñanzas y propiciar procesos de aprendizaje con esas comunidades, a fin de aprovechar su potencial de manera sostenible, evitar algunos de los traumáticos errores y, sobre todo, actuar más atinadamente en el futuro.

A pesar de los esfuerzos registrados en materia de evaluación de proyectos con comunidades rurales en la última década, no existe por el momento una metodología comprensiva orientada a evaluar los efectos de la actividad turística en los diferentes ámbitos de la vida comunitaria.

Las comunidades rurales de América Latina, con la aceleración de la globalización de la economía, la lucha por el control de los codiciados recursos

naturales y culturales que albergan los ancestrales territorios indígenas se ha agudizado, alcanzando en algunos casos niveles dramáticos. Tanto las empresas nacionales y transnacionales como los mismos gobiernos y bancos multilaterales (BID y BM en el contexto latinoamericano), no han cesado de ejercer fuertes presiones en favor de cuantiosas inversiones para explotar los recursos de propiedad o posesión de las comunidades campesinas o indígenas. Para estas últimas, a pesar del reconocimiento de sus derechos en la Constitución Nacional de la gran mayoría de los países de América Latina, que además han ratificado convenios internacionales – como los Convenios 107 y 169 de la OIT sobre Pueblos Indígenas y Tribales – esas presiones se han traducido en frecuentes invasiones y cercenamiento de territorios, desplazamientos de población y depredación ecológica.¹ Al amparo de planes y proyectos estatales de desarrollo, colonizadores y empresas extractoras de recursos forestales, mineros y petroleros, o de explotación agrícola y ganadera, han hecho caso omiso del derecho elemental de consulta previa y bien informada del que gozan los pueblos afectados.

En este contexto, los temores de muchas comunidades sobre los impactos nocivos que puede causar la actividad turística en sus territorios son bien fundados. En efecto, estas nuevas intervenciones pueden significar un aumento de su dependencia, una aceleración de la pérdida de sus territorios y su identidad cultural o un debilitamiento de sus instituciones y de la cohesión social que éstas persiguen. Las reticencias pesan más que las promesas de improbables beneficios.

No obstante, cabe advertir que no todas las comunidades están animadas del mismo espíritu escéptico y reticente. Muchas de ellas han adoptado una postura relativamente receptiva o claramente favorable a la implantación de actividades turísticas en sus territorios, a condición de que las estrategias de fomento que se adopten y apliquen respeten determinadas exigencias básicas.

Éstas contemplan la preservación de sus instituciones y valores tradicionales, el respeto de su cultura y el derecho a decidir sus propias prioridades de desarrollo.

En fin, se puede observar la existencia de un cierto número de comunidades convencidas de que el turismo puede significar, o representa ya, para sus miembros, una fuente de beneficios reales, como condiciones materiales de vida, mejoradas, bienestar social, expresiones culturales renovadas y lazos comunitarios fortalecidos.

En consecuencia, la percepción y las actitudes de las comunidades en relación a la actividad turística distan mucho de ser homogéneas. Escepticismo, actitud receptiva pero crítica o aceptación entusiasta son posturas genéricas estrechamente relacionadas con las vivencias presentes y pasadas de las comunidades. Las modalidades de respuesta que cada comunidad genera frente a la incertidumbre de las nuevas condiciones de vida y trabajo están ampliamente condicionadas por los logros o desaciertos registrados en su largo proceso histórico.

Son estas experiencias donde desde las comunidades se parte del diseño, gestión y planificación de destinos turísticos, estableciendo la correlación coste beneficio y los intereses por encima de todo de la comunidad rural o urbana desde donde se gesta la tradición cultural.

3.3 La gestión turística de las festividades tradicionales

La gestión del turismo es el manejo integral de un proyecto o de un proceso de planificación. Es el control total del desenvolvimiento de sus componentes. Seguimiento de las actividades programadas. Medición del logro de objetivos propuestos. Readecuación a las condiciones cambiantes.

Los componentes de la gestión son: la Planificación, la administración, el desarrollo de productos, la operación, el desarrollo del capital humano, la coordinación entre los diferentes actores, la mercadotecnia, el monitoreo tanto de impactos como de la competitividad del producto y procuración de recursos.

Para una adecuada gestión ha de partirse de los componentes del Sistema

Turístico son:²⁰

- Los Recursos Turísticos (constituidos por atractivos naturales y culturales, tangibles e intangibles, eventos programados, procesos productivos de sociedades determinadas, en este punto se encontrarían las festividades tradicionales)
- Infraestructura y Servicios Públicos (accesos -terrestres, aéreos, fluviales-, comunicaciones, saneamiento básico, seguridad ciudadana, servicios de migración, etc.
- Infraestructura y Servicios Turísticos (por lo general de carácter privado, aunque no necesariamente)– (Hospedaje, alimentación, transporte, guianza, directos e indirectos como banca, telefonía, servicios de limpieza, tiendas, artesanía, servicios lúdicos, etc.).

Cuando se cuente con todos estos componentes existirá una oferta turística en un espacio determinado, sin embargo tiene papel primordial en la gestión los productos turísticos. Los productos turísticos existen, cuando, en base a la oferta turística se estructuran paquetes turísticos.

3.3.1. Pasos para elaborar un paquete turístico

1ro: Identificación de los recursos turísticos a utilizar que, ciertamente, deben ser atractivos para algún o algunos mercados de consumo de viajes, ya sea nacional o internacional. (De nada serviría hacer todo este ejercicio con recursos que no atraerán a los turistas).

2do: Diseño de las rutas o circuitos específicos que vamos a utilizar (definir tiempos, requerimientos, equipos, etc.)

3ro: Definición de las actividades específicas que vamos a realizar en uno o varios circuitos o rutas, orientadas a mercados específicos, diversos en interés, edad, capacidad de gasto, etc.

4to: Definir y proveer la infraestructura y servicios de hospedaje, alimentación y guianza que se va a requerir de acuerdo a lo que queremos ofrecer.

²⁰ DEBRECZENI, E.: "Gestión del turismo sostenible y patrimonio cultural", Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, www.gestioncultural.org, 2003, consultado, 14 de febrero 2008, p. 3

5to: Determinar el perfil del personal y el grado y tipo de capacitación que se va a requerir para contar con personas especializadas en funciones específicas para realizar las tareas demandadas por el producto o paquete que queremos estructurar y vender de inicio a fin.

6to: Para realizar la gestión del destino cultural en primer lugar, el planificador debe hacer un estudio del espacio, luego proceder con un ordenamiento territorial, identificando espacios integrados con una misma vocación turística por la naturaleza de sus atractivos.²¹

3.3.2 Pasos para la identificación de los atractivos

1ro: El planificador turístico elige o selecciona un atractivo turístico cultural (patrimonio tangible o intangible).

2do: Evalúa las fiestas tradicionales y los distintos valores culturales intangibles asociadas a estas, por ejemplo la culinaria, la artesanía, la música, los instrumentos, el entorno urbano o rural y los elementos identitarios de las comunidades participantes que autentifican las festividades y determinan que más allá del producto turístico sea un genuino producto cultural,

3ro: De acuerdo a la demanda potencial en los mercados de viajes, determina la calidad del atractivo en base a una categorización de carácter técnico de los parámetros oficiales, labor realizada por lo general de los municipios en relación con la inventariación de sus recursos.

En el caso de las festividades prácticamente, no se cuenta con estudios de investigación. No hay conocimiento del recurso. Tampoco está apto para ser incorporado en la actividad turística, en su disfrute por un público determinado. Se requiere proceder con su investigación, con estudios especializados que permitan su recuperación, su protección, su conservación como parte de las culturas, para lo cual se requerirá de historiadores, antropólogos, etc. quienes

²¹ **NOVA CASTILLO, G.:** “La gestión de las relaciones con clientes (crm) como herramienta operativa para fomentar el nivel de lealtad de los turistas que visitan destinos turísticos urbanos”, 2005, Valencia, p. 143.

deberán también determinar su grado de fragilidad y establecer medidas de mitigación de impactos.

3.3.3. Pasos para la instrumentación de un paquete turístico

1ro: Potenciar los valores intrínsecos del recurso. (Fiestas, locales, instrumentos, personas capacitadas participantes etc.), aspectos tangibles como intangibles y establecidas las medidas de protección y conservación del mismo.

2do: Proceso de la puesta en valor turístico del atractivo, es decir, dotarlo de un valor económico, hacerlo objeto de generación de ingresos económicos en base a la visita turística planificada y organizada.

3ro: Estructurar en base al atractivo productos turísticos destinados al mercado. Es decir, dotarlo de los otros dos componentes de un producto turístico, infraestructura y servicios, públicos y privados, es decir, permitir, hacer posible, la visita turística, el disfrute del atractivo, sujeto a cobro.

4to: Plan de mercadeo, no se podría hablar de un producto turístico si no se habla del mercado y para insertarse en los mercados debemos establecer nuestros planes de mercadeo, promoción y comercialización para nuestros productos.

3.3.4. Para elaborar un Plan de Mercadeo se debe

1ro: Estudiar el mercado para luego identificar segmentos susceptibles de interesarse en los productos, el cual se debe definir de manera clara y concreta.

2do: Una vez identificados los mercados corresponde identificar cómo llegar a ellos, determinar a través de qué canales podemos acceder a ellos, a ese público meta.

3ro: Definir nuestros instrumentos y material de promoción y los canales de comercialización, es decir, quiénes venderán nuestro producto en los

mercados.²²

Este proceso de gestión que implica el estudio y planificación del producto turístico a comercializar en este caso las tradiciones culturales, implica la inclusión de varios actores o sujetos:

- **Las comunidades participantes**, que pueden ser actores conscientes o no de su inserción en un producto turístico, pero que son vitales por ser quienes generan los elementos culturales enriquecedores y objeto de atractivo turístico, de ahí que debe materializarse la información a estas y la concesión de beneficios colectivos o individuales a partir del vínculo con empleadores o como administradores del producto en forma directa o por los beneficios que indirectamente se materializan en la comunidad y la propia festividad (compra de útiles, instrumentos, y trajes etc.)
- **El municipio y su estructura de administración y control** que monitorea el proceso y autoriza las explotaciones turísticas, además de organizar determinadas cuestiones de infraestructura imprescindibles para la continuidad de la festividad tradicional de la localidad.
- **Instituciones estatales:** Ministerio de Cultura, oficinas del Historiador de la Ciudad y Ministerio de Turismo, cada uno en los distintos niveles de operatividad.

Este aspecto está asociado a la idea de que el turismo es un proceso de interacción social a través del cual se establecen relaciones, tanto a nivel macro como a nivel micro, por lo que la introducción de esta interrelación en los estudios culturales en sentido general, atendiendo al comportamiento del individuo en relación con las actividades turísticas, y su interrelación con el sistema que entraña el mismo dentro del sistema social, se convierte en un elemento viabilizador para nuestro estudio.

El turismo opera sobre la comunidad receptora a dos niveles: uno macrosocial, del que se derivan fuertes transformaciones sociales, culturales y económicas;

²² Ver anexo I Gráfico donde se sintetiza la gestión turística.

el otro es más inmediato y afecta a las personas a través de mecanismos de interacción social con los turistas, lo que provoca cambios actitudinales en los residentes y procesos de influencia social y cultural.²³

Es evidente, que las festividades tradicionales requieren de un estudio e investigaciones previas, para realzar los valores culturales asociados a esta y sus valores intangibles intrínsecos, que le confieren atractivo para el turismo cultural requerido de experiencias legítimas.

La implantación del nuevo paradigma de la actividad turística se rige por principios de sustentabilidad, entre los que cabe destacar aquí:²⁴

- La aceptación del concepto por parte de los actores.
- Comprensión del valor permanente de los lugares naturales e históricos.
- Respeto del carácter y orientación natural, original de un lugar.
- Asegurar el máximo de beneficio e interés para las comunidades locales, integrando el turismo con sus intereses.
- Generar el máximo de beneficio para las empresas.
- Lograr la máxima satisfacción de los visitantes, de tal manera que se ofrezca la mejor oportunidad para conocer el contexto social, histórico del lugar.
- Asegurar a largo plazo el mantenimiento y la conservación como una primera prioridad en interés de la integración del lugar.

Estos principios son de amplia aplicabilidad a la gestión turística de las festividades tradicionales como variante de turismo cultural.

Es imprescindible establecer bases firmes para la gestión del turismo basado en el patrimonio cultural y natural, entre las mismas se deben señalar las siguientes:²⁵

²³ TAQUECHEL LARRAMENDI, I. Y MILIAN BORGES, K. : “ Diatriba de la dinámica promocional cultural y su inserción como factor sociocultural en el turismo”, Cuba, 2006, p. 53, S/E

²⁴ Hayala Castro, H. : Conceptos básicos y actualidad del turismo internacional, centro de estudios turísticos, Universidad de la Habana, La Habana, 2003, p. 23, disponible en soporte electrónico

²⁵ TORRES MORÉ, P. : “Selección de lecturas de turismo”, Cuba, Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo, disponible en soporte electrónico, p. 4,

1. El primer aspecto a lograr es el sostenimiento de la atracción cultural, es decir su: integridad, capacidad de atracción y su preservación.
2. Los trabajos de preservación, conservación y reanimación así como los artesanos y artistas no deben someterse a los consumidores bajo posiciones de costos, urgencias económicas o relaciones de compra-venta.
3. No es posible desarrollar programas turísticos sobre la base del patrimonio cultural y natural que traigan consigo una sobreexplotación de los recursos pues esto contribuye a aniquilar los valores de la herencia cultural.
4. Desde el mismo momento en que se diseñan los programas para el desarrollo del turismo patrimonial es imprescindible implantar las reglas éticas y disciplinarias que regirán la gestión de los productos elaborados con los recursos del patrimonio cultural y natural y también como se va a lograr la armonía entre los visitantes y los anfitriones para que no se desarrollen situaciones de hostilidad y menosprecio.
5. En el planeamiento de la oferta del turismo patrimonial debe tomarse en cuenta los trabajos del estudio del mercado potencial que podría acceder a esa oferta, es decir: orígenes, motivaciones, aspectos sociodemográficos del turista, escalas, tamaños de los grupos, volumen de turistas y patrones de venta.
6. Los estudios de impacto deben establecerse desde el principio, es decir, estudiar a priori, no a posteriori, para determinar, o al menos predecir qué debe ser evitado, qué debe ser instrumentado y qué medidas se necesitan tomar para evitar la erosión física y axiológica de los recursos patrimoniales. Descuidar esto implicaría que puedan suceder daños irreversibles en el patrimonio una vez que este se encuentre en uso turístico.
7. Tanto los operadores, o sea los tour operadores, así como los especialistas en patrimonio cultural deberán tener una base conceptual consensuada para enfrentar los desafíos que implica poner en uso turístico los recursos patrimoniales que por su naturaleza y expresión son de hecho manifestaciones muy frágiles y cuya pérdida es irrecuperable.
8. No puede perderse de vista que en la comercialización de los recursos patrimoniales a través del turismo cultural se establece una trilogía indisoluble

dada por: la calidad de la experiencia del turista, la calidad de los recursos naturales y culturales y la calidad de la vida de la comunidad anfitriona. No tomar en cuenta esta trilogía de forma holística, puede contribuir a la descomercialización del producto turístico basado en el patrimonio cultural y natural.

9. Existen peligros manifiestos que deben ser monitorizados, tales como la introducción incontrolada de la tecnología moderna, que en ocasiones desvirtúa al recurso cultural y natural, las urbanizaciones incontroladas que pueden atender contra la integridad del recurso y los cambios acelerados que se dan en la infraestructura.

Desde el punto de vista económico la comercialización del turismo patrimonial deberá ser rentable pero entendiendo rentabilidad en su triple dimensión: rentabilidad económica, rentabilidad social y rentabilidad medioambiental.

10. La gestión económica del turismo patrimonial debe tomar en cuenta la política pública, el planeamiento, administración y regulaciones que están establecidas a nivel zonal, local, regional y nacional, sin esta observancia la oferta turística no tendrá el alcance y el impacto que se persigue.

11. El programa a desarrollar deberá permitir una retroalimentación positiva mediante la coordinación de acciones de marketing y de management el cual cree beneficios mutuos para la economía y la cultura.

12. En la comercialización de este tipo de turismo un rol fundamental lo juegan los guías de turismo que en este caso deben poseer una preparación sólida y orgánica pues la visita guiada constituye un verdadero acto de aprendizaje, una experiencia enriquecedora y un momento muy especial para el visitante.

13. Debe establecerse un equilibrio dinámico entre la oferta y la demanda que tome en cuenta: El número de días de permanencia de los turistas, la calidad de la experiencia del turista, el crecimiento de la infraestructura turística, la actividad económica, los servicios que demandarán los clientes.

De otro lado, no ha de pasarse por alto el enfoque tuitivo que permita proteger los intereses de las comunidades gestoras de las nefastas influencias del

turismo que podría llegar a frivolar o a teatralizar estas manifestaciones. Todas ellas deberían involucrarse en el proceso de establecer objetivos, estrategias, políticas y métodos para la identificación, conservación, gestión, presentación e interpretación de sus propios recursos patrimoniales, de sus prácticas culturales y de sus actuales expresiones culturales, dentro del contexto turístico.

3.4 Problemática de la gestión de las festividades tradicionales

Es preciso puntualizar algunos aspectos que sin dudas influyen en el desarrollo del potencial turístico que encierran las festividades tradicionales en Cuba y que inciden en el diseño de una óptima gestión turística de estos recursos, destacados en la Comisión de cultura y Turismo del II Congreso de Cultura y Desarrollo:²⁶

Los problemas asociados y abordados en el trabajo de la comisión se reflejan de forma positiva a través de:

- 6- La imagen del producto turístico cubano con variedad de enfoque a través de rediseño de la imagen turística en sus cuatro ejes: playa-naturaleza-ciudad-vida espiritual.
- 7- Existencia de un potencial científico en el país para insertarlo en la oferta turística.
- 8- La posición de la cultura cubana en el mercado.
- 9- Resultados comunicacionales positivos en la relación turista - receptor reflejan los proyectos de Francia y España.

Sin embargo se aprecian elementos que obstaculizan el pleno desarrollo del turismo cultural, tales como:

- 10- Insuficiente relación entre los organismos cultura y turismo visto a través de los procesos de negociación entre ambos factores.

²⁶ II, Congreso de Cultura y desarrollo: Foro VII: Turismo y cultura: interacción e impacto social. Disponible en soporte electrónico

11-La preparación de los recursos humanos para acometer el “boom” turístico es deficitaria.

12-Los diseños de oferta no otorgan el matiz distintivo de cada polo por la originalidad, fraternidad y valores que la caracterizan e identifiquen.

13-Un impacto negativo evidenciado en el diálogo cultura-desarrollo se expresa en que no en todas las ocasiones se pone en práctica los mecanismos que impidan situaciones que dañen el patrimonio cultural y natural del país.

Por ello, se recomienda que la relación turismo - cultura, así como su interacción e impacto social dentro de las políticas culturales tomen en consideración:

14-Materializar a nivel de base las estrategias trazadas entre los organismos de cultura y de turismo que permita el diseño de una oferta turística armónica con rasgos de la identidad y el patrimonio nacional.

15-Reforzar los valores identitarios en el diseño de la oferta de productos turísticos-culturales.

16-Diseñar una estrategia de formación, superación, y desarrollo de los recursos humanos, tanto en el sector turístico como en el sector de la cultura para la óptima gestión del turismo cultural.

17-Perfeccionar el sistema de investigaciones socioculturales vinculados al desarrollo turístico que permita actuar de ser necesario para atenuar impactos negativos.

18-Prestar atención especial al diseño de estrategias dirigidas a la comunicación, o sea información y divulgación de los valores patrimoniales y ofertas culturales.

En el VII Congreso de la UNEAC concluido en abril del 2008, surgieron ideas que deben ser referentes en todo este proceso de reflexión en torno a los festejos populares. Una de ellas es que se prioriza el aspecto gastronómico por encima de los culturales, como son las carrozas y paseos de comparsas. Otra idea que se reiteró es que a su organización no se atraen personas con conocimientos de la tradición y con talento artístico. Estos festejos no pueden

ser algo que se prepare a última hora. Deben ser el resultado de un trabajo de todo el año en el que esté profundamente involucrada la comunidad.²⁷

La Comisión de Turismo y Cultura de ese Congreso dictaminó que: muchos artistas recomiendan conformar una oferta al turista más representativa de nuestra diversidad cultural, integrada por expresiones como la música de concierto, el jazz, la trova, la música y los bailes populares y folklóricos, sitios históricos no atendidos así como las tradiciones culinarias autóctonas de nuestros pueblos y regiones pero la principal preocupación estuvo encaminada en reforzar la programación y promoción cultural de cada territorio y recuperar las instalaciones y los entornos donde se desarrolla la vida cultural de las comunidades, para no fabricar una cultura para el turismo y lograr que éste se inserte y disfrute de la cultura viva de nuestra nación.²⁸

De las festividades tradicionales las más comercializadas como producto turístico son: Los Carnavales de Santiago de Cuba y Camagüey, Las Parrandas de Remedios y las Charangas de Bejucal. Actualmente el portal integral del turismo (www.cubatravel.cu) y otros sitios web (Cubanacán, Gran Caribe, Super Cubatravel, Vacacionar Travel, Paradiso, Infotur, y etc.) promocionan estas fiestas como atractivos turísticos representativos de la cultura comunitaria alrededor de estas se ha creado circuitos turísticos de recorrido.

Existen otras fiestas y eventos culturales que tienen relevancia nacional y son promovidas internacional mente como las Romerías de Mayo, en la provincia de Holguín, luego de desaparecidas, fueron rescatadas por la Asociación Nacional de Jóvenes Artistas Hermanos Saíz, como un jolgorio de tradición y modernidad a la cual concurren cada año delegaciones y visitantes de otros países. Es imposible dejar de mencionar el festival de raíces africanas, como el Wemilere, de Guanabacoa, en la ciudad de Bayamo se celebra la Fiesta de la Cubanía; la

²⁷ Pérez Suárez, A. : "Renovar la tradición de las fiestas populares", [HTTP://WWW.CMBFRADIO.CU/CMBF/CMBF_RADIO/DE_NOSOTROS/DENOSOTROS_CMBF.HTML](http://www.cmbfradio.cu/CMBF/CMBF_RADIO/DE_NOSOTROS/DENOSOTROS_CMBF.HTML), consultado en noviembre 2007

²⁸ DICTAMEN Comisión Cultura y Turismo FORO: UNEAC-UBARTE, 2008. [HTTP://WWW.FOROSCUBARTE.CUTL.CU](http://www.foroscubarte.cutl.cu), consultado abril 2008

Fiesta del Fuego, en Santiago de Cuba; la Fiesta del Changüí, en Guantánamo; la Jornada Cucalambiana Campesina, en Las Tunas; la Iberoamericana, en Holguín, y en Matanzas, la Bienal Internacional de Teatro de Títeres.

Fruto de la Feria Internacional del Turismo 2008 es la Guía Cultura Cubana Para Ti, la cual recoge en síntesis algunas tradiciones y atractivos culturales de los principales destinos turísticos de Cuba, esta guía es de vital importancia para que el turista conozca mejor el país y recorra los sitios de su interés.

El Ministerio de Cultura dispone de otros sitios donde se divulgan las tradiciones de los territorios y no están conectados a los del sistema turístico tales como www.cubarte.cult.cu, www.jiribilla.cu, www.cenit.cutl.cu, www.cmbfradio.cu, www.cmhw.co.cue y se pierde la oportunidad de divulgarlas como atractivo, e insertarlas dentro de las opciones culturales de los destinos turísticos, aunque estas no posean la lucidez y esplendor de las fiestas antes mencionadas.

3.5 La gestión turística ligada al Turismo Local: Parrandas remedianas

Uno de los ejemplos de gestión cultural turística es Remedios. En la actualidad esta antigua ciudad desarrolla un movimiento cultural acorde con su larga historia. Posee un sistema de monumentos de amplio valor patrimonial que han avalado la declaratoria del Centro Histórico Urbano de la ciudad como Monumento Nacional. Está reconocida por sus festejos de navidad, las parrandas de Remedios son uno de los acontecimientos más populares de la región con más de siglo de existencia.

En las Parrandas, según la tradición, una línea imaginaria divide a la plaza del pueblo en dos y se "enfrentan" los barrios de San Salvador y El Carmen. Una vez que las campanas de la Iglesia Parroquial Mayor marcan las nueve de la noche del 24 de diciembre, cada bando descubre los trabajos plaza elaborados en secreto durante un año: farolas, carrozas, fuegos artificiales, magníficos trabajos de plaza y música tradicional. Comienzan con la iluminación de los trabajos de plaza, las entradas de los barrios, el saludo, la música tradicional y artillería de fuegos artificiales.

En la oferta turística del territorio inciden fundamentalmente:

23-La comunidad, hostales y Poder Popular

24-Instituciones culturales: La galería de arte, El Museo de las Parrandas, El museo de la municipalidad, Museo de la Música Alejandro García Catarla, Oficina de Patrimonio, El Teatro Guiñol y Centro Cultural Las Leyendas. Y sus ofertas culturales con artistas del territorio como La Banda de música.

25-Instalaciones turísticas: el Hotel Mascotte, y el Centro recreativo cultural “El Güije”.

26-Otras: Iglesia Parroquial Mayor y La Iglesia Nuestra Señora de buen Viaje.

Con motivo del 460 Aniversario de la Fundación de la ciudad de Remedios en el 2005 se elaboraron paquetes turísticos donde la promoción se basó en los valores históricos de la localidad, no se obtuvo éxitos.

Actualmente la oferta turística se respalda en los atractivos culturales e históricos se realiza fundamentalmente:

- **De recorrido:** A través de las agencias se promueven desde el exterior las Parrandas como fiesta popular, se vende un paquete para una semana donde no solo se disfruta de todo el espectáculo que representa la fiesta el 24 de diciembre, sino que se recorre la ciudad visita y comparte con los barrios, ve la elaboración de los trabajos, se recrea con ofertas culturales y culinarias de la localidad de las instalaciones turísticas.
- **De opcionales:** A través de la agencias Cubatur, Cubanacán, Havanatur y Gaviota tours, se le oferta al turista:
 - Excursión Recorrido de ciudad por Santa Clara y Remedios, en esta última el producto turístico que se comercializa incluye el recorrido por la ciudad, visita al Museo de las Parrandas y Museo de la Música, la visita a los talleres donde se elaboran los trabajos de plaza, intercambio con la comunidad y comida tradicional.

- Oferta variada: Noche en Remedios, se realiza recorrido por la ciudad, disfruta de la Banda Municipal en la Plaza Mayor, se disfruta de un espectáculo cultural en el Güije o en Las Leyendas que recrea las tradiciones y leyendas tales como **La leyenda del Güije, Las fiestas Sanjuaneras** y **Las Parrandas** de la ciudad. Esta oferta esta dirigida a los turistas alojados en la Cayería.²⁹

El atractivo principal son las parrandas pero alrededor de éstas se ha logrado vincular a la comunidad y hacerla protagonista de la oferta turística. De esta forma puede el turista conocer las tradicionales aunque no vaya a la ciudad el día de la celebración y tener el contacto directo con la ciudad y su quehacer cotidiano. Es necesario señalar que asociado a esto el Ministerio de Turismo ha entregado de fondos para las obras de conservación del centro histórico y va a realizar inversiones relacionadas con la construcción de un nuevo hotel y mejora del existente.

3.6 Caso de estudio: La gestión turística y cultural de Santa Clara asociada al destino Villa Clara

Los atractivos turísticos con valores culturales y históricos del circuito turístico nordeste de Villa Clara son:³⁰

Santa Clara:

- Centro Histórico de la ciudad.
- Parque Leoncio Vidal: Forma parte del centro histórico de la ciudad, es muy bello con frondosos árboles que dan una agradable sombra.
- Boulevard de la ciudad: Vía peatonal donde transita gran cantidad de personas, posee gran variedad de tiendas, cafeterías, etc.

²⁹ FARIÑAS, R. : "Folleto Villa Clara, más que una ciudad", Publicitar SA, 2006. p- 53

³⁰ FERNÁNDEZ MARTÍN, V. : "Estudio de los recursos turísticos para la diversificación de la oferta en destinos con vocación de sol y playa. Región de Caibarién". Instituto de geografía Tropical, La Habana. 2004, p. 33

- Plaza Ernesto Che Guevara y sitios relacionados: Monumento construido al Che y donde hoy yace los restos de los héroes caídos en Bolivia. Otros sitios puede ser el monumento al Tren Blindado, la loma del Capiro, etc.
- Teatro La Caridad

Camajuani:

- Centro Histórico de ciudad: Ciudad con valor histórico - cultural.
- Parrandas tradicionales.

Remedios:

- Centro Histórico de la ciudad: Villa fundada en 1758, posteriormente declarada monumento nacional, posee edificaciones del siglo XVI e inmensos valores arquitectónicos, históricos y culturales.
- Parrandas tradicionales: grandiosas fiestas reconocidas por su calidad y sus Particularidades (fuegos artificiales, adornos, congas, carrozas, etc.)
- Iglesia Parroquial Mayor: Única en Cuba que el altar es en oro y posee una belleza extraordinaria.
- Museo de la Música Alejandro García Caturla: Hoy convertida en museo, antes era la vivienda del reconocido Caturla.
- Museo de las parrandas: Museo que conserva las piezas más antiguas que se utilizaban en las fiestas.

De estos atractivos, los de Santa Clara y Remedios se comercializan a través de Infotur, Cubatravel, Cubatur. En la guía cultural del turismo en Cuba, aparecen otros museos y una pequeña caracterización de la ciudad de Remedios y de Santa Clara, no siendo así los de Camajuani, que no se ha insertado como producto cultural.

En la caracterización del destino Santa Clara que realiza el Ministerio de Turismo de la provincia (2004, 2005), se realiza una identificación del destino en base a los valores culturales, históricos y naturales del mismo. Se promueve la visita al museo de Artes Decorativas, el Teatro de la Caridad, Parque Vidal, el Mejunje, Biblioteca José Martí, parroquias el Carmen, de Buen Viaje y la Pastora e iglesia catedral Santa Clara de Asís así como lugares plaza Ernesto Che Guevara, el Monumento al Tren blindado y el Museo Abel santa María, sin

embargo, existe la necesidad de incluir en la caracterización del destino, otros los elementos culturales (las fiestas) que sean reconocibles ante destinos turísticos internacionales que reclaman de mayor dinamismo e interacción con la comunidad y que se inserte dentro de las opciones que se brindan al turismo de sol y playa.

Consideramos que se pudiera promover las siguientes **festividades de Santa Clara**

- *Fiesta de la Danza:* se celebra en el mes de mayo, tiene sus orígenes en los Bailes de las Flores: Una festividad de gran colorido y belleza que se celebró por primera vez a principios de siglo XX y que tuvo por escenario el Casino Español, La Bella Unión y otros espacios apropiados para el Baile de Salón. En esta se convoca a grupos danzarios de todo el país con representaciones en el Teatro de la Caridad y el Parque Vidal.
- *Aniversario de la Fundación de la Ciudad:* Todos los años el día 15 de julio se celebra el aniversario de fundación de la Ciudad, se rememora a través de un gran número de actividades: ceremonia por la fundación, evento “Memorias de la ciudad”, bailes, oferta culinaria, conciertos musicales con agrupaciones nacionales y del territorio; y siembra del tamarindo.
- *Verbena de la Calle Gloria:* Tenía lugar los 12 de agosto de cada año en conmemoración a Santa Clara de Asís, patrona de la ciudad, esta fiesta actualmente está revitalizada y cada año la mencionada calle se viste de flores y puestos de venta, de actividades para niños y músicaailable para todas las edades.
- *Semana de la Cultura:* Del 13 al 19 de noviembre en Santa Clara se celebra la semana de la Cultura, rememorando el natalicio de Doña Marta Abreu de Estévez. Durante esta semana se pone de manifiesto a través de la celebración de actividades y eventos, todo el potencial cultural de la Ciudad,

constituyendo actualmente uno de los eventos más importante que celebra la localidad.³¹

Estas fiestas a partir del aniversario 300 de Fundación de la ciudad se retomaron, renovaron y han enriquecido siendo una opción cultural de importancia para la población. La ciudad de Santa Clara se reconocida a nivel nacional por la calidad de sus artistas, y de las actividades culturales que en ella se desarrollan. Es necesario señalar que todas estas festividades se ven afectadas por las acciones constructivas que se están realizando en las edificaciones que rodean el Parque Vidal, siendo está plaza protagonista de los bailes y presentación de grupos musicales.

Las fiestas pueden ampliar el abanico de opciones para el turista y pudieran incluirse en el producto turístico que actualmente se comercializa dirigida a sitios históricos relacionados con la batalla de Santa Clara y el Che, y museos, ampliándose la oferta de histórica a histórico-cultural, dándose la posibilidad de incrementar las estancia de los turistas, los días en que se desarrollen las fiestas.

La comisión de cultura y turismo de Villa Clara recoge en sus estudios que es imprescindible la mejora de la imagen del centro de la ciudad (edificaciones alrededor del parque Vidal) pues está afectada su comercialización.

3.7 Propuesta de gestión turística para las festividades de Santa Clara

FASE I: DIAGNOSTICO DE LAS FESTIVIDADES

Objetivo: Estudio de las festividades de la ciudad y eventos asociados a estas, profundizando en sus beneficios y valores objeto de interés turístico.

Acciones:

- Investigación histórica a desarrollar por historiadores y especialistas de cultura sobre cada una de las festividades, sus antecedentes, las personalidades, edificios y lugares ligadas a estas, los alimentos, el vestuario, los actores sociales implicados y el posible rescate de estos valores, etc.

³¹CENTRO ARTE: "Principales celebraciones culturales de Villa Clara", WWW.VILLA CLARA.CU/HISTORIA/ARTICULOS/TRADICIONES, consultado 1 marzo 2008

- Definición de las posibles opciones asociadas a las fiestas a comercializar que se incluyan en el paquete turístico.
- Análisis de las condiciones de infraestructura y valoración de inversiones imprescindibles en el área de emplazamiento de las festividades.

FASE II: GESTIÓN DEL DESTINO CULTURAL, IMPLEMENTACIÓN

Objetivo: *Implementación de los resultados del diagnóstico y se crean las condiciones materiales.*

Acciones:

- Inversiones infraestructurales: reparación de calles, escenarios, zonas de consumo de alimentos etc.
- Inversiones en los vestuarios, la contratación de personal, la contratación de equipos etc.
- Actualización de los contratos entre turismo y cultura sobre los locales y artistas que utilizarán en las instalaciones turísticas (hoteles y centro culturales) donde se recreen las festividades.
- Caracterización del tipo de turista usuario de este producto, su origen y la época del año en que se producen las fiestas.

FASE III: DISEÑO DEL PAQUETE TURISTICO

Objetivo: *Diseño de las ofertas turísticas integradas a las culturales.*

Acciones:

- Diseño de las rutas y actividades festivas que permitan el intercambio con la comunidad, los artistas y sitios de valores patrimoniales e históricos de la ciudad.
- Aprobación por el Consejo de Agencias de Viaje de los paquetes turísticos donde se integren las fiestas en las opciones de alojamiento y alimentación, entre otros valores culturales.
- Capacitación de los turoperadores sobre los valores de las festividades, antecedentes y otras cuestiones de interés para el turista.

FASE IV: INSTRUMENTACION DEL PAQUETE TURISTICO

Objetivo: *Comercialización de los paquetes turísticos.*

Acciones:

- Mercadeo del producto turístico diseñado, valoración económica del paquete, publicidad de estos, e inserción en los circuitos turísticos y opcionales para los turistas de la cayería nordeste.
- Venta de los paquetes turísticos
- Desarrollo de las fiestas tradicionales.
- Evaluación de los beneficios económicos, de la satisfacción de los clientes y de los beneficios para la localidad.³²

3.7.1. Propuesta de recorridos turísticos

El análisis y valoración de estas propuestas debe correr a cargo de la dirección de cultura del municipio de Santa Clara, la Agencia Paradiso, El Consejo de Agencias de Viaje y la delegación provincial de turismo con sus especialistas, que en integración con la Asamblea Municipal del Poder Popular de Santa Clara, podrán implementar estas acciones propuestas, lo que indiscutiblemente traería un saldo positivo para esta ciudad y sus habitantes, así como para la diversificación de la oferta de sus hoteles que hoy se emplea con fines de tránsito, alcanzándose una mayor estadía.

A continuación aparece una propuesta de recorridos opcionales de 1 día de duración para Santa Clara, estas se fundamentan en la integración del destino histórico y cultural.

Variante I: *Fiesta de la Danza*

Recorrido por la ruta patrimonial de la ciudad, que va desde el Parque del Carmen, lugar de Fundación de la Villa en 1685 hasta el Parque Leoncio Vidal. Visita a la Plaza Ernesto Che Guevara, el Museo y el Memorial que llevan su

³² Ver anexo II Gráfico donde se sintetiza la propuesta de la gestión turística de las festividades.

nombre. Visita al Monumento a la acción contra el Tren Blindado. Almuerzo en el Restaurante de la zona. Disfrute de clases de baile tradicional en la tarde y en horario nocturno de las fiestas tradicionales. Comida y alojamiento en el hotel seleccionado en plan.

Variante II: *Fiesta fundación de la ciudad*

Recorrido por la ruta patrimonial de la ciudad, desde el Parque del Carmen, hasta el Parque Leoncio Vidal, visita al Iglesia del Carmen, participación en la ceremonia de la fundación. Disfrute de las actividades festivas. Almuerzo en el Restaurante de la zona. Participación de las actividades culturales en la Casa de la Ciudad, Casa de la UNEAC, Centro cultural Mejunje, Museo de Artes decorativas y Biblioteca José Martí. Comida y cambio de ropas en un hotel seleccionado en plan y en horario nocturno de las actividades culturales y concierto musical en el Parque Leoncio Vidal.

Variante III: *Fiesta Verbena de la Calle Gloria*

Recorrido por la ruta patrimonial de la ciudad, desde el Parque del Carmen, pasando por el Parque Leoncio Vidal hasta el cuartel de bomberos. Disfrute de las actividades festivas en la calle Gloria, deguste del arte culinaria y de los vinos de la ciudad. Almuerzo en el Restaurante de la zona. Participación de las actividades culturales en la Casa de la Ciudad, Casa de la UNEAC, Centro cultural Mejunje, Museo de Artes decorativas y Biblioteca José Martí. Comida en el hotel seleccionado en plan y en horario nocturno de las actividades culturales y concierto musical en el Parque Leoncio Vidal.

Variante IV: *Fiesta de la semana de la cultura*

Recorrido por la ruta patrimonial de la ciudad, desde el Parque del Carmen, hasta el Parque Leoncio Vidal. Disfrute de las actividades festivas. Almuerzo en el Restaurante de la zona. Visita a la Plaza Ernesto Che Guevara. Visita al Monumento a la acción contra el Tren Blindado. Comida en un hotel seleccionado en plan y en horario nocturno de las actividades culturales.

3.8. Conclusiones del tercer capítulo.

- 1- La política cultural cubana define como premisa para su comercialización no admitir concesiones éticas que vayan contra los valores patrimoniales. La preservación de este principio es un deber compartido del presente y del futuro del turismo en la Isla. El paisaje cultural cubano es para el turismo una de sus fortalezas más valiosas.
- 2- La política cultural vinculada al turismo debe ser integral, integrada, ha de potenciar la pluralidad, la participación comunitaria y el enriquecimiento intelectual y recreativo de los actores y beneficiarios, ha de reforzar la identidad ciudadana, la diversidad de manifestaciones, la creatividad y el acceso universal de los ciudadanos de forma activa.
- 3- Las problemáticas esenciales vinculadas a los festejos populares, que afectan su explotación turística con calidad en Cuba son: que se prioriza el aspecto gastronómico por encima de los valores culturales, no se potencia en su organización la inserción de personas con conocimientos de la tradición y con talento artístico, se acude a la improvisación y la preparación es realizada con poca antelación y no siempre se alcanza que se involucre la comunidad factor esencial para el desarrollo del turismo comunitario cultural, debiendo darse prioridad a una oferta turística más representativa de la diversidad cultural cubana.
- 4- El destino turístico de Santa Clara según el Ministerio de Turismo de la provincia se realiza en base a los valores culturales, históricos y naturales del mismo. Existe la necesidad de incluir en el destino, los elementos culturales (las fiestas) que sean reconocibles ante destinos turísticos internacionales que reclaman de mayor dinamismo e interacción con la comunidad vinculados a los destinos fundamentales de playa de la provincia.

CONCLUSIONES

- 1- El **turismo cultural** en su vertiente asociada al patrimonio intangible y específicamente a las festividades tradicionales presupone determinados beneficios socioculturales para el turista que consume este producto y para el medio sociocultural donde se gesta así como las comunidades implicadas, lo que determina la exigencia de un accionar que contemple sus impactos positivos y negativos en aras de preservar de manera sustentable el objeto de la actividad turística.
- 2- **Gestionar el patrimonio cultural** a través de una industria turística netamente sostenible, es un dilema social actual en pos de garantizar con las necesidades del crecimiento económico y el desarrollo, mantener los elementos de una sociedad justa, libre, que incluye la formación de un nuevo hombre, la teoría del riesgo supone que la cultura corre el riesgo de contaminarse, deformarse desde el contexto económico actual, más agudizado en otras regiones del planeta, lo que deja de ser un reto en el ámbito cubano, que no escapa, ni geográfica, ni culturalmente de estos peligros.
- 3- El turismo cultural posee evidentes **valores identitarios y comunitarios** correlacionados con el aporte económico para la región y otras ventajas o beneficios asociados a este por ello las estrategias y políticas que alientan el mantenimiento y acrecentamiento de los recursos culturales deben incluir un fuerte comportamiento educacional, participación de la comunidad, directrices de conservación y códigos de ética, de ahí la importancia de priorizar su carácter sustentable.
- 4- Las **Fiestas populares** tradicionales son aquellas actividades que inciden en el entorno popular tienen connotación regional y por ende tienen significado en el contexto de la cultura tradicional del país, además gozan de popularidad y han trascendido a su generación, poseen un valor económico agregado y un valor sociocultural comunitario propiciando la integración y retroalimentación del turista y los residentes

en la localidad, en Cuba su explotación turística se sienta sobre el principio de no admitir concesiones éticas que atenten contra el patrimonio cultural.

- 5- **Las fiestas tradicionales cubanas** son aquellas que existen desde la ocupación española como: fiestas patronales, campesinas, carnavales, parrandas, charangas y festividades de antecedentes africanos y comenzaron a efectuarse en Cuba desde la ocupación española, pero también otras que se han establecido después de 1959 como fruto legítimo del desarrollo cultural de la nación cubana después de la Revolución encontrándose en este grupo los festivales de teatro, danza, música, literatura, fiestas públicas realizadas en determinadas fechas o periodos etc. Conformadoras del patrimonio cultural del país y con un valor importante para la explotación turística.
- 6- La **gestión turística** de las festividades tradicionales pasa por la potenciación de los valores de las localidades y conlleva: la recuperación del valor intrínseco del recurso (Fiestas, locales, instrumentos, personas capacitadas participantes etc.), y establecer las medidas de protección y conservación del mismo.
- 7- El **Proceso de la puesta en valor turístico** del atractivo cultural es parte del proceso de gestión turística, parte de dotarlo de un valor económico, estructurar en base al atractivo productos turísticos destinados al mercado, dotarlo de infraestructura y servicios, públicos y privados, sujetos a cobro, y la inserción en el mercado turístico para su comercialización.
- 8- La **ciudad de Santa Clara** como **destino turístico** se mercadea a partir de sus valores históricos y patrimoniales, enfatizando en la visita a lugares históricos e instituciones culturales, por ser una ciudad de turismo transitorio, que permanece pocos días y no posee atractivos naturales relevantes.
- 9- El **estudio de caso** permite concluir que en la ciudad de Santa Clara no se promueve el turismo a partir de sus festividades, pero posee

potencialidades en las fiestas que se relacionan: Aniversario de la fundación de la ciudad, Verbena de la Calle Gloria, La semana de la cultura y la fiesta de la Danza, y eventos culturales como el "Longina", "Ciudad Metal" y "A Tempo con Caturla" y el festival de teatro de pequeño formato. Estos son los recursos turísticos, además de poseer infraestructura, servicios públicos y servicios turísticos.

- 10-La **propuesta de gestión turística** de las festividades de la ciudad de Santa Clara, que se presenta como resultado de esta investigación, se conforma por 4 fases: diagnóstico de las festividades a explotar, implementación del sistema de explotación con la creación de las condiciones materiales, diseño de las ofertas turísticas y la comercialización de los paquetes turísticos.

RECOMENDACIONES

1. La Dirección Municipal del Cultura de Santa Clara, la Delegación provincial de Turismo de Villa Clara y la Asamblea Municipal del Poder Popular en Santa Clara deben suscribir un convenio de colaboración para el desarrollo de una estrategia turística que incluya las festividades tradicionales de Santa Clara con fines turísticos.
2. Poner en ejecución el plan de gestión turística propuesto para la explotación y promoción turística de las festividades tradicionales de Santa Clara y otros eventos, en sus cuatro fases: diagnóstico, implementación, diseño de los paquetes turísticos y comercialización.
3. Explotar por su reconocibilidad social, su recurrencia anual y la intervención de diversos actores institucionales e individuales las siguientes fiestas tradicionales santacclareñas: Fiesta de la danza, verbena de la calle Gloria, Aniversario de la fundación de la ciudad y semana de la cultura santacclareña.
4. Poner a la venta los 3 **paquetes turísticos propuestos** u otros similares en forma de recorridos opcionales de 1 día de duración para Santa Clara, estos se fundamentan en la integración del destino histórico y cultural, donde se comercialicen las fiestas tradicionales de la localidad de Santa Clara.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDRE, M., CORTÉS I., Y LÓPEZ, J.: “Turismo cultural, cuando el recurso cultural, supera le destino turistico, caso Figueres”, www.eco.ub.es, España, consultado en enero 2008.
- ARTÍS, M.; SURIÑACH, J.; ANDRÉ, M.; LÓPEZ-TAMAYO, J.: “Anàlisi de l'Activitat Turística a Figueres.” DOC01R36, AQR. Universitat de Barcelona (www.figueresciutat.com; www.pcb.ub.es/aqr) consultado en febrero 2008.
- CARTA INTERNACIONAL SOBRE TURISMO CULTURAL, ICOMOS.
- CENTRO ARTE: “Principales celebraciones culturales de Villa Clara”, www.villaclara.cu/historia/articulos/tradiciones, consultado marzo 2008.
- DE SANTIAGO RODRÍGUEZ SALTILLO, M.: “Turismo cultural en el centro histórico de saltillo”, Coahuila, México, Congreso Cultura y Desarrollo, Encuentro de Patrimonio Cultural, Contexto y Conservación, comisión 1 "Proyectos de gestión del patrimonio cultural". Ponencia.
- DE SANTIAGO RODRÍGUEZ SALTILLO, M.: “Turismo cultural en el centro histórico de saltillo”, Coahuila, México, Congreso Cultura y Desarrollo en el *Encuentro de Patrimonio Cultural, Contexto y Conservación*, comisión 1 "Proyectos de gestión del patrimonio cultural".
- DEBRECZCENI, E.: “Gestión del turismo sostenible y patrimonio cultural”, Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, www.gestióncultural.org, 2003, consultado, 14 de febrero 2008
- DICTAMEN Comisión Cultura y Turismo FORO: UNEAC-CUBARTE, 2008. <http://www.foroscubarte.cutl.cu>, consultado abril 2008
- ESPONA, ANDREU, P.: La gestión del patrimonio cultura en al sociedad de las TIC, Universidad de Barcelona, (www.uv.es/~valors/comunicas.htm). Consultado enero 2008
- FARIÑAS, R.: “Folleto Villa Clara, más que una ciudad”, Publicitur SA, 2006.
- FELIU HERRERA, V.: “Fiestas en pinar del Río”, www.lajiribilla.com, consultado 15 de febrero de 2008

- FERNÁNDEZ MARTÍN, V.: "Estudio de los recursos turísticos para la diversificación de la oferta en destinos con vocación de sol y playa. Región de Caibarién". Instituto de geografía Tropical, La Habana. 2004
- Foro de Ministros de Cultura y encargados de políticas culturales, www.unesco.org.cu, consultada junio 2007
- GALÍ ESPELST, N. Y OTROS: Patrimonio cultural y turismo, nuevos modelos de gestión vía INTERNET, Cuadernos de turismo, No 6, 2000
- Hayala Castro, H.: "Conceptos básicos y actualidad del turismo internacional", Centro de estudios turísticos, Universidad de la Habana, La habana, 2003, disponible en soporte electrónico
- Congreso de Cultura y desarrollo: Foro VII: Turismo y cultura: interacción e impacto social. Disponible en soporte electrónico.
- Martín Fernández, R.: "Principios, organización y práctica del turismo", Centro de estudios turísticos, Universidad de la Habana, La habana, 2006, disponible en soporte electrónico.
- MALDONADO, C.: "Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario", Serie red de turismo comunitario sostenible para América Latina, Organización internacional del trabajo, 2005, 1raed.
- MINISTERIO DE CULTURA DE LA REPUBLICA DE CUBA: <http://www.min.cult.cu/loader.php?sec=eventos&cont=fiestaspopulares>, consultado 13 de enero 2008.
- MORALES, J.: "La interpretación del patrimonio natural y cultural: todo un camino por recorrer". <http://www.iaph.junta-andalucia.es>, 6 de abril del 2006.
- NOVA CASTILLO, G.: "La gestión de las relaciones con clientes (crm) como herramienta operativa para fomentar el nivel de lealtad de los turistas que visitan destinos turísticos urbanos", 2005, Valencia, p.143.
- OSORIO SALGADO M. Y GUERRERO LÓPEZ, A.: "Turismo Cultural", Información temática No 31, junio, 2006, Centro de Información y documentación para el turismo, Holguín, disponible en soporte electrónico, consultado, 26 de febrero del 2008.

- PERE DE MANUEL: “Los valores intangibles del patrimonio, el patrimonio intangible”, SILBOARTE 2006, Seminario sobre Itinerarios Artísticos.
- Pérez Suárez, A: “Renovar la tradición de las fiestas populares”, http://www.cmbfradio.cu/cmbf/cmbf_radio/de_nosotros/denosotros_cmbf.htm, consultado en noviembre 2007.
- Perrello Cabrera, J.: “Investigación de mercados turísticos”, Centro de estudios turísticos, Universidad de la Habana, La habana, 2005, disponible en soporte electrónico.
- PRINCIPIOS DE LA CARTA DE TURISMO CULTURAL del año 1992, ICOMOS, Comité Científico Internacional de Turismo Cultural.
- TAQUECHEL LARRAMENDI, I. Y MILIAN BORGES, K.: “Diatriba de la dinámica promocional cultural y su inserción como factor sociocultural en el turismo”, Cuba, 2006, S/E.
- TORRES MORÉ P.: “Turismo y patrimonio, evitar la hecatombe”, Revista de cultura cubana “La Jiribilla”, No 362, Año VI, La habana 2008, s/p, disponible en soporte digital.
- TORRES MORÉ, P.: “Selección de lecturas de turismo”, Cuba, Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo, disponible en soporte electrónico, Consultado febrero 2008.
- TOSELLI, C.: “Algunas reflexiones sobre el turismo cultural”, Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural, www.pasosonline.org, vol 4, No 2, 2006.
- UNESCO. Convención para la protección del patrimonio mundial cultural y natural. París: UNESCO, 1972.
- VIRTUDES F.: “Epifanía cultural de Cuba”, www.educatur.nh.co.cu, 2008, consultado 20 de abril 2008.
- Agüero Contreras, Fernando C. El currículum vitae de la escuela secundaria del medio rural: una propuesta para el ámbito cubano./ Fernando C. Agüero; Tesis doctoral, Universidad de Oviedo (España), año 2002. – 717 h.

- Alvira Martín, Francisco. Selección de lecturas de metodología, métodos y técnicas de investigación social II. / Francisco Alvira Martín. — L. Habana: E. Felix Varela, 2002. — 245.p.
- Arias Herrera, Héctor. La comunidad y su estudio./ Héctor Arias Herrera.— la Habana: E. Pueblo y educación, 1995. p.135.
- Carretero Mario La concepción del desarrollo.
<http://members.fortunecity.com/bucker4/escienvig.htm>
- Carta internacional para la gestión del patrimonio arqueológico. Grupo Icomos. www.icomos.com. 2002
- 38. Carta de turismo cultural. Grupo Icomos. [/www.icomos.com](http://www.icomos.com).2002
- 39. Carta de Venecia. Grupo Icomos. [/www.icomos.com](http://www.icomos.com).2002
- 40. Conferencia Intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo. 30 de marzo-2 de diciembre. —Estocolmo: (sn),1998.—117p.
- 41. Cultura. En Diccionario de Ciencias Sociales TI. (1975). —p.600. Cultura. En diccionario filosófico Kelle y Kovalzon. (1984). --p.98.
- 42. Conferencia Intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo. 30 de marzo-2 de diciembre. —Estocolmo: (sn),1998.—117p.
- 43. De Urrutia, Lourdes. Metodología de la investigación Social I./ Lourdes de Urrutia , Graciela González.—La Habana: E. Félix Varela, 2003. - -251p.
- 44. Desarrollo y gestión sostenible del turismo en las américas .
www.org-omt.com.2002
- 45. Declaración de Berlín: conferencia internacional de Ministros del ambiente sobre Biodiversidad y Turismo./[www.org-omt](http://www.org-omt.com). 2002
- 46. Elisa Miranda, Clara. Material de trabajo: El desarrollo sustentable, una alternativa para la dimensión ambiental./ Clara Elisa Miranda. 2000.
- 47. Engels, Federico. Antidhuring./ Federico Engels.—la Habana: E. Pueblo y Educación, 1975. —522p.
- 48. Ilich Lenin, Vladimir. Cuadernos filosóficos./ Vladimir Ilich Lenin.—La Habana: E. Política, 1979.—604p

49. Acerenza, M. (1996) Administración del Turismo. Conceptualización y organización. Vol 1. México: Ediciones Trillas.
50. Aprender la cultura china en la universidad pedagógica de ShanDong. [en línea]. Disponible en: <http://www.sie.sdnu.edu.cn> [consulta 10 de agosto 2008]
51. Aproximándonos al Dragón. [en línea]. Disponible en: <http://www.procomer.com/Ingles/docs/PDF/China/China%20aproximandonos%20al%20dragon.pdf> [consulta 16 de septiembre de 2008]
52. Bacci, M.E. (2007) La importancia de la gestión en el turismo urbano. FORUM UNIVERSAL DE LAS CULTURAS 2007. Encuentro Internacional de Turismo. [en línea]. Disponible en: <http://www.turismo.gob.mx/work/sites/sectur/resources/Local> [consulta 20 de septiembre de 2008]
53. Botero, J., Ramón, M., Camaño, T. y Murcia, M. (2006) DEFINICIÓN TURISMO URBANO Y TURISMO CULTURAL. (TIPOLOGÍAS). [en línea]. Disponible en: <http://www.uv.es/poltur2/Informes/Grupo13.doc> [consulta 10 De agosto de 2008]
54. Bosch, R. (1998). Turismo y medio ambiente. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
55. Boullón, R.C. (1997). Planificación del espacio turístico. México: Ediciones Trillas.
56. Casasola, L. (1998) Turismo y Ambiente. México: Ediciones Trillas.
57. Centro Cultural CUBA (2008). Turismo en CUBA. Boletín, Volumen 38. [en línea]. Disponible en: <http://pais.turismo.hispavista.com/p45-cuba> [consulta 16 de septiembre de 2008]
58. Colectivo de autores. (1995) Estado actual del conocimiento teórico acerca del desarrollo del turismo. Cancún: Instituto de Investigaciones Turísticas, ULSA.
59. Comisión Europea, (2000). Resumen Por un Turismo Urbano de Calidad. Gestión Integrada de la Calidad de los Destinos Turísticos Urbanos; Dirección General de Empresa, Unidad de Turismo; Bruselas. [en línea].

- Disponible en: Content/13997/2/MariaEBacciWord.pdf [consulta 10 de agosto de 2008]
60. Cooper C. F.; Gilbert, D. y Wanhill, S. (1997) Turismo. Principios y Práctica. México D.F: Editorial Diana.
 61. Cultura Cuba. [en línea]. Disponible en:
<http://www.monografias.cu/trabajos13/cultcu/cultchin.shtml> [consulta 20 de septiembre de 2008]
 62. Da Costa, J. (1993). Diccionario de Turismo y Hotelería. Venezuela: Editorial Panapo.
 63. De Elizagarate, V. (2003); *Marketing de Ciudades*; Ediciones Pirámide; Madrid
Marchena, M. (1995); *El Turismo Metropolitano: Una Aproximación Conceptual*; Estudios Turísticos; N° 126; pp.7-21.
 64. Destinos de interés turístico en Cuba. [en línea]. Disponible en:
http://www.cultura-cuba.com/turismo/05_destinos.htm [consulta 12 de octubre de 2008]
 65. Día Nacional de Cuba. [en línea]. Disponible en:
http://spanish.china.org.cn/travel/txt/2008-10/07/content_16575543.htm
[consulta 6 de octubre de 2008]
 66. Duran, P. (2007) Presentación en el XV Congreso CIDEU. Turismo Cubano. [en línea]. Disponible en:
www.cideu.org/site/especial/durango/durango_programa.php-28k. [consulta 12 de octubre de 2008]
 67. Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes. Cuba: Oceano Grupo Editorial.
 68. UENTRO INTERNACIONAL DE TURISMO CUBANO Y CULTURA CUBANA N.L. septiembre, 2007.
 69. Equipo de Turismo Cultural. El Turismo: espacio de diálogo intercultural. TEMAS. La Habana. Año (10). # 43. julio- septiembre 2005.133p.
 70. Dirección Provincial de Planificación Física. (2005). Esquema Provincial de Ordenamiento Territorial del Turismo Internacional. Villa Clara.
 71. Etiqueta China. Cuestiones generales. Tradiciones y costumbres.

- Ceremonial. Protocolo básico. [en línea]. Disponible en:
http://www.protocolo.org/gest_web/proto_Seccion.pl?rfID=337&arefid=1748
72. Flores, M. (2000). Introducción a la teoría y técnica del turismo. Venezuela: Editores Vadell Hermanos.
73. Foster, D. (1994). Introducción a los viajes y al turismo. México: Editorial Mc GRAW-HILL.
74. Gandol, M.; Torres, M. y Borrego, D. Estrategia de Comunicación Persuasiva para la difusión del conocimiento del Patrimonio Cultural. [en línea]. Disponible en <http://www.ilustrados.com/agndo.isinet> [consulta 16 de septiembre de 2008]
75. García, A. (1991). Planificación y evaluación del turismo. México: Editorial Limusa
76. González, F. "Las Rutas Patrimoniales: Producto Turístico del momento". Evolución y Tendencias. Año (5) # 2, abril 2002, p17.
77. González, F. "Si de Turismo Temático se trata...en Cuba tenemos para escoger". Evolución y Tendencia. Año (5). # 1, enero 2002, p2.
78. Gurría Di-Bella, M. (1994). Introducción al turismo. México: Ediciones Trillas.
79. Haulot, A. (1997). Turismo Social. México: Ediciones Trillas.
80. Hernández, E. S. (1996) Planificación turística. Un enfoque metodológico. México: Ediciones Trillas.
81. Hernández, R; Fernández, C; Baptista, P. (1999) Metodología de la Investigación. Segunda edición. México: Editorial Mc GRAW – HILL.
82. Herrera, G y Chaos, M. (2002). El Centro histórico de Camagüey como Destino Turístico. Facultad de Construcciones. Universidad de Camagüey, 15p.
83. Jansen-Verbeke, M. (1988). *Inner-city Tourism: Resources, Tourist and Promoters*; Annals of Tourism Research; Vol. 13; Nº1; pp. 79-100.
84. Jiménez, L. F. (1990) *Teoría Turística*. Cubana: Universidad de La HABANA.
85. Jiménez, A. (1992). Turismo: Estructura y Desarrollo. CUBA: Editorial Mac GRAW-HILL.

86. Judo, D. R. (2005) El turismo cubano y la geografía de la ciudad. [en línea].
Disponible en: <http://www.scielo.cupdf/eure/v29n87/art04.pdf>
87. Levine, M. V. (2003). "Tourism Infrastructure and Cuban Redevelopment in Montreal". Judd, D. R. (ed.), *The Infrastructure of Play: Building the Tourist City*. Santa Clara.
88. Liikanen, E. (2000) Prólogo al Resumen Por un Turismo Cubano de Calidad. Gestión Integrada de la Calidad de los Destinos Turísticos Cubanos; Dirección General de Empresa, Unidad de Turismo; Bruselas. [en línea].
Disponible en: <Content/13997/2/MariaEBacciWord.pdf> [consulta 10 de agosto de 2008]
89. Mesplir, A. y Bloc-Duraffour, P. (2000) *Geografía del Turismo en el mundo*. España: Editorial Síntesis.
90. Molina, S. y Rodríguez, S. (1991). *Planificación Integral del Turismo. CUBA*: Ediciones Trillas.

ANEXO I

PASOS DE LA GESTION TURISTICA CULTURAL



ANEXO II

PROPUESTA SINTETIZADA DE LA GESTION TURISTICA DE LAS FESTIVIDADES

