

LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS CULTURALES EN EL ESTADO DE MÉXICO

Autores

Dr. Marcelino Castillo Nechar

Mtra. Laura Peñaloza Suárez

Mtra. Ana Leticia Tamayo Salcedo.

CIETUR, Facultad de Turismo

Universidad Autónoma del Estado de México

RESUMEN

El estudio toma en cuenta un análisis de la política turística cultural en el Estado de México, considerando sus ocho regiones político-económicas, a partir del diseño de instrumentos que recaban la opinión de los principales actores sociales (empresarios, turistas, comunidad local y funcionarios públicos) así como las características de un patrimonio cultural y natural con fines de uso turístico, a fin de precisar que una política de turismo cultural es mucho más que solo rescatar inmuebles históricos o embellecer poblados típicos. A partir de los resultados de determina un modelo y una serie de indicadores que deben analizarse detenidamente para correlacionarlos con las necesidades que presentan los actores sociales del sector turístico cultural con el propósito de establecer de mejor manera dicha política pero también gestar escenarios turísticos viables a las condiciones de nuestra realidad en constante evolución.

Palabras clave: Turismo, política, cultura, desarrollo.

THE CULTURAL TOURISM POLICY IN THE STATE OF MEXICO

Autores

Dr. Marcelino Castillo Nechar

Mtra. Laura Peñaloza Suárez

Mtra. Ana Leticia Tamayo Salcedo.

CIETUR, Facultad de Turismo

Universidad Autónoma del Estado de México

ABSTRACT

The study takes into account an analysis of the cultural tourism policy in the State of Mexico, considering its eight regions political-economy from the design of instruments that collect the views of major stakeholders (employers, tourists, local community and civil servants) as well as the characteristics of a cultural and natural heritage for the purpose of tourism, in order to clarify that a policy of cultural tourism is much more than just rescuing historic buildings or beautifying towns typical. Based on the results of a model and identifies a series of indicators to be analysed carefully to correlate with the needs of stakeholders in the tourism sector culture with the aim of establishing better this policy but also determine viable tourist venues to conditions of our reality that is constantly evolving.

Keywords: tourism, politics, culture, development.

INTRODUCCIÓN

El nuevo Plan de Desarrollo del Estado de México, para el período 2005 al 2011, considera como prioritaria la actividad turística. De hecho, el haber convertido una Dirección General de Turismo en Secretaría de Turismo da cuenta de esa importancia en lo formal. En cuanto a la cuestión cultural, el plan destaca la necesidad de fomentar programas de rescate de haciendas, pueblos mágicos, posadas familiares y la preservación de centros arqueológicos e inmuebles patrimoniales (GEM:2005:41), lo cual demandará la creación de un programa que articule la riqueza turística cultural de la entidad con las necesidades y demandas de los visitantes, tanto reales como potenciales. Salvo esta consideración relativa a la cultura o mejor dicho a las manifestaciones culturales, la orientación parece dirigirse hacia la cuestión comercial y empresarial del turismo. En este sentido, el determinar cómo está estructurada la oferta, cuáles son los proyectos para su puesta en marcha así como los mecanismos de integración y promoción de esa oferta, aunados a la toma de decisiones de los actores involucrados, son un aspecto poco analizado e investigado en la importancia y trascendencia de políticas turísticas culturales.

Al respecto, la determinación y establecimiento de las políticas turísticas culturales, se efectúa a través de diversos mecanismos, uno de ellos lo constituye los foros de consulta y las líneas electrónicas que el organismo oficial promueve como una forma de participación ciudadana abierta y democrática, con el cual se diseña y crea el programa respectivo de turismo para gestar un desarrollo integral, argumentando que todas las inquietudes y expectativas han sido recogidas para tal cometido. Empero, la realidad se ha encargado de mostrar que muchas ideas valiosas (proyectos alternativos de turismo cultural, por ejemplo) se pierden por aspectos operativos (reacondicionar señalamientos, limpiar carreteras, etc.).

Esto es resultado de una carencia de indicadores turístico-culturales como: prioridades en inversión turística, desarrollo de nichos de mercado, orientación de la promoción, integración de nuevos productos hasta necesidades de creación de infraestructura y servicios generales, seguridad, conservación del medio ambiente o higiene, entre otros, los cuales no permiten generar con precisión políticas en este campo, desconociendo la situación real que los diversos actores viven en la práctica de una modalidad del turismo: la cultural. A falta de este tipo de trabajos, no sólo se limita el llamado ejercicio democrático de planeación sino la posibilidad de determinar ciertos escenarios turísticos que permitan alcanzar la efectividad proyectada.

OBJETIVOS Y METODOLOGIA

El presente trabajo tiene como finalidad principal determinar el alcance de la política turística cultural manifiesta en el programa sectorial para el Estado de México, mediante el análisis de ciertas variables (concepción de política turística cultural, situación del patrimonio turístico cultural, relacionamiento y afectaciones entre los actores sociales, proyección y perspectivas de turismo cultural, etc.) que permitan analizar la opinión y el nivel de participación de los actores sociales, escenarios turísticos, posibles metas y prioridades con las necesidades reales del desarrollo del turismo cultural en y de la entidad.

Para la realización de la investigación se tomó como base un estudio centrado en:

- El Plan de desarrollo de la entidad y programa oficial de turismo del Estado de México
- El diseño de instrumentos para el análisis de los actores sociales del turismo y su opinión respecto a la política turística cultural implementada en la entidad (funcionarios públicos, turistas, comunidad local y empresarios turísticos)
- Un estudio muestral por zonas y sectores turísticos en el Estado (25 municipios del Estado: Acolman, Aculco, Amoloya, Amecameca, Atlacomulco, El Oro, Ixtapan, Lerma, Malinalco, Metepec, Naucalpan, San Felipe, Tejupulco, Temascaltepec, Temoaya, Tenancingo, Tenango, Teotihuacán, Tepotzotlán, Texcoco, Toluca, Tonatico, Valle de Bravo, Villa del Carbón y Zinacantepec)
- Un análisis de documentos, investigaciones y estudios sobre el panorama inmediato y mediato del desarrollo socioeconómico y turístico en la entidad
- Una argumentación propositiva en apoyo a escenarios turísticos prioritarios que responda al fomento, gestión y desarrollo de un turismo integral e integrador

MARCO LOGICO.

Indicadores para el desarrollo

Desde hace varias décadas es común escuchar el término desarrollo, como la palabra mágica que pretende resolver las diferentes brechas entre ricos y pobres, las necesidades básicas y las expectativas insatisfechas de una gran parte de la población y de la sociedad que se encuentra marginada.

Recientemente, el interés del Banco Mundial –cuando de desarrollo se habla– está centrado en la sostenibilidad en todos sus aspectos. De esta manera términos como

cultura, desarrollo y sostenibilidad parecen ser el nuevo lenguaje que se ha incorporado a todo tipo de planeación, particularmente en el ámbito turístico, aún más cuando se les vincula como poderosos mecanismos de combate a la pobreza. Bajo esta idea, cada vez más actores sociales han entrado a la arena de la política turística para proponer programas y proyectos que, en muchas de las ocasiones, debido al juego de fuerzas sociales y prácticas de poder, no logran concretarse al dársele prioridad a proyectos de actores sociales de mayor peso en la toma de decisiones de la política turística.

Aún en contra de esto, es ampliamente observable que en las últimas décadas el diseño de indicadores para medir no sólo el desarrollo sino la política turística han establecido ciertas líneas prioritarias de acción, tales como:

- Conservación
- Identidad
- Creatividad (World Bank-Unesco;1999:4)

En este sentido, el concepto tradicional de desarrollo, sinónimo de crecimiento económico, ha estado desfasándose por uno que aboga por la integralidad del ser humano. Una política que retome esta orientación deberá considerar que existen fuertes motivaciones, mejores interacciones y más coherencia entre las acciones de los actores sociales y el diseño de las políticas turísticas de desarrollo que rebasan el simple discurso para hacerlas efectivas y reales a las demandas de la sociedad. Por ello, el diseño de políticas turísticas públicas y los actores de estas requieren mayor precisión, realización e imaginación creativa que las haga viables, bajo el considerando de que cualquier agregado a la política turística deberá involucrar parámetros de valoración los cuales dependerán de juicios éticos.

En el diseño de indicadores de política turística, bajo esta perspectiva, la Organización Mundial de Turismo ha propuesto diversos *items* que pueden ser útiles en el estudio. Existen también otros indicadores provenientes de la *Cuenta Satélite de Turismo*, así como de algunos organismos internacionales tales como el *World Statistics Ltd*, de New York, USA; el *Human Development Report Office United Nations Development Programme*, UNDP, en New York, USA; o en México los creados por el Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias (CRIM) de la UNAM y el CONACULTA. Sin embargo, entendemos que los indicadores aún cuando algunos puedan ser útiles, éstos deben crearse a las condiciones y necesidades que demande el objeto de estudio en cuestión.

El diseño y aplicación de indicadores tipo es útil para monitorear un determinado tipo de política turística y sus esquemas de desarrollo, pero hay que dejar en claro que un indicador es una herramienta para el diálogo político y no simplemente un dato

estadístico. El incremento en el uso de indicadores es una nueva tendencia en el diálogo político, pues ellos ayudan a atrapar la atención de los diseñadores de las políticas acerca de la urgencia, necesidades y prioridades de las demandas de la sociedad, por ello los indicadores más que un dato estadístico es un hecho objetivo.

La metodología en el diseño de indicadores de política turística, ha de empezar por definir un área conceptual e identificar las dimensiones que abra la misma, con el objeto de no hacer de un simple indicador de política turística el reflejo de una compleja y multidimensional realidad de lo que implica la política en lo general. El área conceptual de los indicadores de política turística considerará a la política como un objeto desarrollable, donde la diversidad y lo complejo no sean sinónimos de homogeneidad en la instrumentación de programas y/o proyectos, sino ante todo una cuestión ética que revalore las necesidades de los actores sociales y les dé respuestas satisfactorias.

Al menos hay tres escuelas de pensamiento que han desarrollado investigaciones sobre indicadores culturales: la representada por G. Gerbner y K.E. Rosengren de Suecia, que realizan un análisis de contenido de obras simbólicas; la segunda, que cuantifica valores de la población por medio de entrevistas; y la tercera que estudia los indicadores culturales dentro del proceso que va de la creación al consumo de los bienes y servicios culturales (Pfenninger; 2004:6). Lo importante de ello es que un indicador no debe ser una simple estadística, sino una herramienta diseñada a partir de ciertos datos que le den sentido y faciliten la comprensión de la información. Debe ser una información sintética que oriente sobre dónde se está con respecto a cierta política y que ayude a los responsables de las políticas a tomar decisiones asertivas.

Según Arlene Fleming, especialista en recursos culturales y consultora del Programa de Cultura y Desarrollo Sostenible del Banco Mundial, señala: “Identificar indicadores culturales es muy difícil, ya que para el Banco Mundial la cultura y el desarrollo sostenible son vistos en el contexto de reducción de la pobreza, de la sociedad civil y de la inclusión social, creando un rico tapiz de factores y asuntos. De ahí, la identificación de indicadores culturales no es un tema de contar museos de arte: es mucho más complejo y con más matices” (Flemming; 1999:37).

En cuanto a la situación que vive la producción de indicadores culturales en Iberoamérica es hablar –según Bonet– “...de una realidad heterogénea, llena de vacíos, hija de una lógica administrativa bastante anticuada y a menudo opaca. Tampoco la situación europea es extraordinaria, aunque en los últimos años se ha hecho un considerable esfuerzo de sistematización, transparencia y puesta en común. México y Chile son los dos países latinoamericanos que más han avanzado en la elaboración de un sistema de estadística culturales a lo largo de los últimos cinco años, pero sus instrumentos y sistemas de recogida y sistematización de la información, así como de

elaboración de resultados tienen poco en común” (Bonet; 2004:2).

La cuestión por la que se observa esto es debido a que más allá de la situación regional, la información estadística sobre el sector cultural es escasa, con limitadas series temporales, poco homogénea país por país, y con una muy baja capacidad para ajustarse a las nuevas necesidades informativas del mundo contemporáneo. Generar estadísticas, según Bonet, es caro, requiere rigor y continuidad temporal. Si a eso le sumamos que los gobiernos tienden a centrarse en las cuestiones sociales y económicas, y la cultura no es parte importante de este tipo de análisis, entonces el panorama se agrava.

Política, turismo y cultura

La concepción tradicional del turismo -al efectuar el análisis de las políticas turísticas, con respecto a su modelo de conducción- suele remitirse al simple discurso político y a la planeación gubernamental que se hace de la actividad turística para programar el aprovechamiento y beneficio de los recursos; lo cual es sumamente parcial y superficial. Por otro lado, la visión académica asume, como eje central de la política turística, el tema de las necesidades del individuo en materia del uso óptimo del tiempo libre y las denuncias de la manipulación del mismo por las empresas multinacionales, faltando un análisis más profundo y crítico a la opinión de los actores y sus expectativas en la política turística.

Por lo antes expuesto, se debe partir de una concepción etimológica de política a fin de dimensionarla. El término política proviene del griego *polis* o ciudad y de algún modo hacía referencia a los asuntos que eran de la incumbencia de la colectividad, es decir de los asuntos públicos (Andrade Sánchez E.; 1980:5). En inglés, de la misma raíz griega, se han derivado dos palabras: *policy* y *politics* (Borja; 1997:799). La primera tiene dos significaciones: arte, astucia, prudencia, sagacidad en la dirección y manejo de los asuntos y, la otra, curso o plan de acción, particularmente política, dirección de los negocios públicos. En cuanto al segundo término -*politics*- se entiende a la política como la ciencia o arte que trata de la administración y manejo de los negocios públicos (Spears; 1985:245).

Por otro lado, cuando se alude a la política como “...la ciencia o arte de gobernar; la actividad de personas y ciudadanos que tratan asuntos de índole pública; la norma que se establece para mantener un orden de las tareas a realizar; (*así como*) la forma en que se desarrolla algún asunto público o la manera en que se utilizan los mecanismos para ejecutar un trabajo determinado” (RAE; 1984:1082), es necesario puntualizar que en este tipo de acciones que desarrolla un gobierno en particular, se refiere a relaciones y cosas que ese gobierno decide o no hacer, sin que por ello realmente se reconozcan abiertamente a los actores y sus divergencias, aunque sí se percate uno de ello.

Por lo tanto, es necesario entonces reconocer que: “La política tiene dos dimensiones: la primera hace referencia a la búsqueda del consenso y del acuerdo, mientras que la segunda considera que la política es sobre todo una lucha intensa y apasionada y que es pura y simplemente una expresión del poder” (Beneyto en Cisneros; s/f:1. Cfr: Bobbio; 1983:362 – Vacca; 1984:55). Como se observa en esta cita, por un lado la política es acuerdo consensado y por el otro es intolerancia en el cual el poder de un individuo, secta o clase social adquiere legitimidad sobre el resto de las personas, por diversos medios, pero en ambas, hay un común denominador: el poder.

Cabe señalar que analizar la complejidad de las políticas turísticas, también refiere a la cuestión organizacional, donde las decisiones surgen -aparentemente- de un largo proceso <democrático> y de concertación, a fin de alcanzar ciertas metas. Por lo cual, no se trata solamente de evaluar un sistema gubernamental o los instrumentos que utiliza sino el sentido y significado que adquieren los planteamientos políticos con la concurrencia de diversos actores al respecto de un ámbito en particular, en este caso el turismo.

Por su parte, al turismo se le ve como un hecho al que se le “aplican políticas” para su conducción, ejecución y evaluación con variaciones de concepción y operatividad, según el momento histórico y los gobiernos en turno. El interés surge, precisamente, de reconocer que el turismo es un fenómeno social que interrelaciona no sólo a turistas con una población local, sino que se manifiesta como una compleja actividad socioeconómica que requiere la intervención del gobierno y las leyes para normar su práctica y la participación de prestadores de servicios turísticos, inversionistas, empresarios, así como de los medios -propagandísticos, publicitarios, educativos, técnicos, profesionales- de que se valen aquellos para atraer, hospedar, recrear y satisfacer las demandas turísticas al descanso creativo, a las vacaciones y para la *democratización y libertad* del viaje de los visitantes durante su tiempo libre, en espacios físico-geográficos que cuentan con una amplia diversidad de recursos para ser “aprovechados” *en beneficio* de los actores, la población y la región misma.

Así, cuando de política turística se habla en la concepción más tradicional, se la establece como una área específica de las políticas gubernamentales en la que el Estado se manifiesta como un agente regulador y productor de bienes y servicios con base en la asignación de recursos humanos, materiales y financieros para cumplir con sus objetivos (Cibotti y Sierra; 1982). En ese sentido, el papel regulador del Estado -como administrador público- remite a sus actividades de planeación, organización, ejecución y control para alcanzar los objetivos señalados, así como las relaciones sociales y la normatividad que protege el interés común (Terry; 1988:22 – Bonnin en Orozco; 1985: XXVII-XXX), aunque aquí sería conveniente preguntar ¿de qué interés común estamos hablando?

El problema principal que afronta el turismo y la cultura no es su manejo y orientación como negocio sino la aprehensión y operación de una realidad que en el discurso, en el modelo y en sus políticas está resultando marginadora de las masas, alienante en las relaciones turísticas y poco sustentable para el desarrollo integral de los destinos turísticos.

Turismo-cultura es una relación que implica mucho más que instrumentar programas de promoción, inversión o propaganda; implica un esfuerzo por reconvertir desde lo teórico, normativo, educativo, medioambiental, hasta lo étnico, sustentable y cualitativo de tal práctica. Implica reflexionar críticamente no sólo la problemática que plantea el análisis de aspectos como el tiempo libre, la sociedad de consumo, las tendencias culturales y sociales de la práctica, motivos y gustos en la elección de determinados destinos turísticos, sino también la condición contextual de la actividad centrada en sus políticas, modelos de conducción que impactan la vida comunitaria, la globalización y modernización del turismo y las prácticas culturales características del momento, entre otros.

El discurso convencional respecto al *turismo cultural* constituye uno de los elementos centrales de las políticas de desarrollo del sector oficial y, lo que resulta aún más importante, es que la cultura local se convierte en un componente fundamental de dicha oferta turística. El patrimonio, costumbres y manifestaciones culturales, más allá de su carga simbólica, de su capacidad intrínseca, de ser reflejo de una cultura concreta (García;1990), adquiere ahora *un valor añadido*: el de su rentabilidad económica (Prats;1997).

La cuestión que no puede pasar inadvertida es que la forma en que se manifiesta la modernización es síntoma de la racionalización instrumental del Estado que se constituye en un discurso que coloniza a sus receptores (Habermas;1989), aún en el ámbito micro, donde aparentemente se están gestando nuevas alternativas de desarrollo local mediante proyectos de desarrollo turístico cultural. No se olvide que los procesos de modernización tienen que ver con la reorganización del capital, del cual se gestan transformaciones en lo económico –sobre la base del cambio de las estrategias de acumulación– pero también en lo social y político y, en ellos, se encuentra el turismo.

El turismo, como un entramado complejo de relaciones y actividades económicas, sociales, culturales, administrativas, políticas y legales que trascienden las fronteras nacionales, implica un modo de vida y una dinámica social que tiene como reflejo la instrumentación de políticas para los fines que impone una economía mundial constituida al Estado-nación en sus procesos de acumulación capitalista. En tal virtud, la política turística que instrumenta el Estado en los países subdesarrollados es factor de difusión de las relaciones mercantiles neoliberales y elemento necesario que se

implementa en ese sentido y, a pesar de ser incompletas y específicas, tales políticas no surgen de las entrañas de la sociedad sino de un modo de producción que ha sido lanzado desde el exterior, dando lugar al subdesarrollo (Mathias y Salama;1986:29-30).

RESULTADOS

En México, el impulso del turismo cultural ha significado poner en marcha ferias regionales, exposiciones artesanales y actividades de diversa índole, entre las que destacan diversos programas básicos de fomento al turismo cultural.

Es menester señalar que a partir de la década de los ochenta el gobierno federal crea programas que tienen como eje central la promoción de la cultura y el turismo, tomando en cuenta la comercialización abierta con incentivos a los grandes inversionistas. En la actualidad, existe un programa de *turismo cultural* (Sectur-Redes;2001) que ha realizado esfuerzos por reconcebir la importancia del turismo con relación a la cultura y viceversa, empero, no logra sobrepasar el enfoque mercadológico característico de los tiempos rimbombantemente llamados modernos y globalizados, donde la cultura turística y el turismo cultural no dejan de tener ese mismo enfoque convencional y refuncionalizado en los programas oficiales estatales.

Incluso existe un sistema de información cultural (SIC) implementado por el CONACULTA el cual es información accesible para todo público, sistematiza y genera de manera regular para elaborar diagnósticos, orientar la toma de decisiones y evaluar las políticas culturales (Castellanos; 2004:2, vid: <http://sic.conaculta.gob.mx/>). El resultado actualmente es una base de datos que establece campos ampliamente aceptados como de orden cultural, inclusión de información dirigida a promotores culturales, investigadores, artistas y público en general, además de incluir instituciones, infraestructura, bienes y servicios culturales.

Esta información se encuentra sistematizada en una base de datos que permite su aprovechamiento para diversos fines de consulta y análisis. Se puede, por ejemplo, ubicar qué teatros en el país tiene determinado aforo, escenario o sistema de sonido; cuál es el equipamiento de infraestructura cultural de un estado o municipio --ya sea en términos absolutos, per cápita o en función de características demográficas específicas (por sexo, grupo de edad, nivel de educación, etc.)—qué opciones de educación artística existen por nivel o disciplina; qué festivales se realizan con un tema específico, en alguna ciudad o en alguna época del año; qué apoyos se ofrecen por especialidad y qué proyectos se han realizado con estos recursos, por citar algunas opciones. Adicionalmente, El Sistema de Información Cultural puede vincularse y cruzar información con otras bases de datos con información estadística que están en Internet, lo que permite potenciar su capacidad de

análisis con información de otros sectores y construir indicadores que incorporen variables demográficas, de educación, económicas, de finanzas públicas y de equipamiento urbano, entre otras muchas opciones.

Los temas que se están trabajando son los siguientes:

- Participación cultural: procurando determinar las pautas diferenciadas de consumo y prácticas culturales, por grupo social y por región, desde una perspectiva amplia que incluya tanto las “bellas artes” o “alta cultura” como las industrias culturales y las culturas populares y regionales en sus múltiples vertientes étnicas, rurales y urbanas.
- Financiamiento de la cultura: para precisar la magnitud y las distintas modalidades de apoyo financiero a la cultura de los gobiernos a nivel federal, estatal y municipal, el sector privado, las fundaciones nacionales e internacionales y las asociaciones civiles.
- Impacto económico de la cultura: tanto en términos directos en empleo, contribución al PIB y a la balanza de pagos, etc., como en términos indirectos.
- Impacto social de la cultura y vinculación entre cultura y desarrollo.

El problema es que no se le está dando un buen uso, es más no todos conocen la existencia de esta base de datos y más aún no la saben usar para obtener todo el beneficio posible.

Por su parte, en el Estado de México, los programas de fomento al turismo cultural –a través de su organismo oficial: la ahora Secretaría de Turismo– ha implementado una política de promoción turística tanto para la ciudad de Toluca como para la misma entidad. Sus programas datan del año de 1977 en el que el turismo social buscó incidir en la difusión y disfrute de la cultura (Meneses;1988). En la actualidad, la Sectur del Estado de México (antes DIGETUR) ha establecido las bases para configurar un plan de fomento al turismo de carácter cultural sustentado en cuatro programas fundamentales:

- *El Programa de Pueblos Mágicos*
- *El Programa de Turismo Social*
- *El Programa En el Corazón de México*
- *Programa Metepec: ciudad típica artesanal* (DIGETUR;2002).

La operación de los programas de turismo cultural en el Estado de México, desde el punto de vista de su conceptualización y diseño, parecen adecuados y reflejan un esfuerzo legítimo por promover la riqueza histórica y cultural de la entidad. Desafortunadamente, en el plano operativo, dicho esfuerzo no se hace patente en términos de eficiencia y

de eficacia. Como una dificultad importante en la implantación de los grandes planes estratégicos nacionales –en materia de turismo– podemos identificar, sin lugar a dudas, a la estructura organizacional bajo la cual están configuradas las oficinas encargadas de la puesta en marcha de los planes y programas de desarrollo turístico. De hecho, la simple réplica jerárquica de la Secretaría de Turismo a nivel federal en Secretarías y Direcciones de Turismo Estatales ya supone una duplicidad de funciones y, por lo consiguiente, una primera posibilidad de falta de congruencia en la interpretación particularista que los titulares de la SECTUR, en cada entidad federativa, dan a las grandes políticas nacionales establecidas por su organismo central.

Uno de los grandes obstáculos en la gestión de la política turística mexicana es la falta de una nueva concepción de la misma, pero más aún una falta de coordinación para ejecutar los planes aprobados por las diversas instancias. Por ejemplo, la falta de coordinación operativa se observa porque los acuerdos y decretos promulgados por la Sectur federal no sólo no son suficientemente divulgados sino que carecen de una adecuada interpretación.

Al respecto, de las entrevistas con funcionarios públicos y administradores de proyectos de turismo cultural, a nivel municipal, comentaron que tales acuerdos y decretos no son suficientemente divulgados pero más aún no son correctamente interpretados por la Secretaría de Turismo Estatal, menos aún a nivel de oficinas municipales. Esto debido a que cada una de ellas establece sus propias prioridades, programas y mecanismos de ejecución y control de su política turística local. Resultado de ello, la cuestión promocional y los medios utilizados está a su libre albedrío. Igualmente, se observó una divergencia en la concepción de la política turística cultural, un 26% la considera como ciertas estrategias para regular el turismo cultural, 18% como una forma de organizar al sector cultural y turístico y un 16% como planes y programas, es decir, se refieren fundamentalmente a su cuestión operativa, dejando de lado que en una política turística cultural está presente la cuestión del poder y los intereses de grupo. Sin embargo, algo más grave es el desconocimiento de la base de datos del conaculta y el manejo de datos de otros sectores para los diagnósticos, programas y toma de decisiones en la cuestión del turismo cultural en la entidad; solo un 26% dijo conocer la base de datos y su manejo.

En lo que respecta a los beneficios que puede generar una política de turismo cultural, un 24% la consideró importante por la difusión de las manifestaciones culturales y un 20% se refirió básicamente a su importancia como derrama económica. La cuestión de la creación de servicios complementarios solo representó el 4% y los aspectos de identidad el 9%. En cuanto al tipo de política turística cultural que más se hace presente en la entidad es la que refiere a la difusión de las manifestaciones y recursos con un 19%, seguida por las de desarrollo turístico con un 17% y un 15% de desarrollo local. Mientras que la gestión que se efectúa acerca de ella es la que se refiere a la cuestión de los

recursos asignados a proyectos y programas con un 24% y un 17% para la investigación y evaluación de programas y proyectos. Al cuestionárseles sobre la manera en que está plasmada la opinión de la comunidad en tales políticas, manifestaron que un 30% es a través de diagnósticos, seguida por los foros de consulta con un 16% y que no se realiza ningún tipo de estudio por un 14%.

Al inquirir acerca de una política turística cultural integral, las opiniones se cargaron hacia las propuestas de preservación del patrimonio con un 5%, de difusión y de desarrollo sustentable con un 20% y 3%, respectivamente. Sin embargo, un 28% no tiene conocimiento de éstas y un 7% dijo que no había políticas turísticas culturales integrales. Por lo que un 27%, en su opinión proponían que dichas políticas deberían estar enfocadas hacia el desarrollo, la conservación y la difusión del patrimonio histórico cultural.

En el caso de los turistas, la cuestión de dar más impulso a la identidad de la comunidad y preservar su cultura y tradiciones es lo prioritario que debiera ser tarea del gobierno un 32% así lo manifestó. Un 41% indicó que los atractivos más importantes lo constituyen los culturales, los cuales consideraron en buenas condiciones, le sigue con un 29% los naturales. En cuanto a los atractivos culturales, un 42% dijo que no logran reconocer cuáles son las instituciones que más participan en la preservación y difusión de tales atractivos por falta de información. También destacaron que debieran implementarse actividades variadas en los atractivos culturales que escasamente se cuenta con ellas, entre las cuales mencionaron convivencia con la población local 8%, actividades deportivas y recreativas 13%, caminatas y senderismos 20%, y venta de artesanías 19%. En general los servicios turísticos los clasificaron como buenos 35% y regulares 28%, pero no así la señalización que consideraron como regular 38% y mala 30%.

En consecuencia, ellos proponen a las autoridades mayor difusión 35% y mejor mantenimiento de las instalaciones y atractivos 17%. En su responsabilidad, ellos propusieron integrarse a programas de conservación 54% y talleres de participación 17%, dado que observan que en general hay poco respeto a los lugares y atractivos culturales 52%.

En cuanto a los prestadores de servicios turísticos, consideran que sus clientes se desplazan a los lugares movidos fundamentalmente por los atractivos culturales 45%, seguido por los negocios 12% el de diversión y descanso, 11% respectivamente. Como empresarios, un 65% de ellos no cuenta con información turística del lugar y los atractivos para sus clientes, y los pocos que sí solo tienen folletos 18% y trípticos 5%, un tanto desactualizados. En general, un 29% dice que los servicios son insuficientes, un 17% dice que no existen servicios ad-hoc a las necesidades del turista y perciben que los servicios son escasos y deficientes para satisfacer las expectativas de los clientes y turistas que llegan a sus localidades un 14%. Consideran que los turistas dejan importantes beneficios

económicos a las localidades que visitan un 70%, pero también dejan contaminación y deterioro ambiental un 55%. La mayoría de ellos –un 76%– no participa en programas conjunto con el gobierno para impulsar y mejorar la actividad turística en la localidad. Sin embargo, opinan que la actuación del gobierno para promover, conservar y mejorar la actividad turística cultural en primer lugar aparece que no la hay un 39%, seguida por buena un 24%, deficiente un 21%, y, regular un 16%. Para priorizar la política turística cultural, ellos opinan que es necesario poner énfasis en los programas de difusión 35%, de desarrollo e impulso 23% y de impulso a las pymes un 14%.

Por su parte, un 85% de la población opinó que desconocían la existencia de programas culturales para el lugar, pero consideran que los turistas que visitan sus poblaciones le asignan un valor a las mismas y buscan conservarlas un 76%, no destruirlas. El valor de la visita de turistas la priorizan desde lo económico un 22% pero en igual porcentaje no hizo comentario alguno, pero observan que el patrimonio cultural de sus localidades se encuentra medio conservado un 57%, bien conservado 19%, descuidado un 17% y maltratado 7%. Y en ello, va de por medio una mala labor del gobierno por rescatar, conservar y difundir los atractivos culturales, un 68% dice que ha sido regular y un 32% deficiente. Es más, las escasas acciones del gobierno las perciben en el plano de los programas de conservación 56%, programas turísticos 21% y 19% de promoción y difusión de los atractivos, por lo cual consideran que no hay un apoyo real del gobierno para mejorar los atractivos y los apoyos a los mismos. En consecuencia proponen que el gobierno involucre más a la población en los proyectos un 24%, haya mayor difusión un 23%, mejor mantenimiento de los recursos un 15% y promueva una mayor inversión un 13%. En realidad un 75% considera que como población no han sido tomadas sus opiniones por parte del gobierno para participar en el diseño de las políticas turísticas culturales del lugar, motivo por el cual los desplazamientos por motivos culturales, por parte de los turistas, aunque consideran que les benefician un 67%, a otro 26% le es indiferente. Están conscientes de que sus localidades poseen atractivos culturales de gran magnitud que los turistas no se ven movidos precisamente por ellos. Creen que si se promoviera más esta cuestión ellos tendrían mayores beneficios, sobre todo económicos. Sin embargo, por falta de involucramiento de la población, consideran que muchas tradiciones y festejos importantes se están perdiendo con consecuencias para la difusión turística del lugar.

En cuanto a los recursos humanos que laboran en los organismos oficiales del turismo, el panorama es desolador: a pesar de cierta formación en el área, no se ve manifiesta en la forma de intervenir ni de concebir la realidad práctica del turismo cultural. Las empresas turísticas muestran una falta de orientación hacia las necesidades del cliente en materia de turismo cultural; el paradigma turismo-cultura se limita a las manifestaciones arquitectónicas y a la artesanía.

El diseño y operación de los programas de turismo cultural en el Estado de México, parecen adecuados y reflejan un esfuerzo legítimo por promover la riqueza histórica y cultural de la entidad. Desafortunadamente resultado limitado ese enfoque y más aún en el plano operativo dicho esfuerzo no se hace patente en términos de eficiencia y de eficacia.

En el Estado de México, como en la mayoría de los Estados de la república, las empresas hoteleras, las agencias de viajes, las empresas de transporte y el sector de empresas de servicios de alimentación establecidos en la capital estatal y en las cabeceras municipales operan con objetivos organizacionales y sistemas operativos completamente distintos y desligados entre sí y en su relación con el papel que juega el turismo cultural en el Estado.

Es penoso admitir que en los hoteles o en espacios de servicios turísticos, se carezca de información actualizada y atractiva acerca del turismo cultural; si a ello le sumamos que las agencias de viajes en la entidad centran sus esfuerzos promocionales en la captación de los turistas que viajan al extranjero y un escaso o nulo esfuerzo de comercialización dirigido hacia el mercado doméstico o hacia el turista extranjero que, ya estando en el país, desea realizar algún recorrido turístico con un contenido cultural, las posibilidades de este tipo de turismo se restringen.

Es indispensable contar con un conjunto estructurado de atractivos, rutas y servicios que permitan al viajero -que busca la alternativa cultural- hacer el recorrido, pernoctar, alimentarse, comunicarse y hacer uso de servicios de asistencia médica, cambio de moneda, etc., al amparo de un verdadero plan de servicios turísticos adecuadamente conceptualizado y sobre todo, eficazmente puesto en operación por parte de organismos gubernamentales responsables y profesionales que vigilen continuamente su eficiencia y eficacia.

Al evaluar en lo general la situación del patrimonio, se identificó la factibilidad de lugares de potencial turístico cultural.

Este ejercicio de investigación se realizó para los lugares seleccionados de cada una de las ocho regiones socioeconómicas del Estado de México: Toluca, Zumpango, Texcoco, Tejuzilco, Atlacomulco, Coatepec Harinas, Valle de Bravo y Jilotepec, dando por resultado un cuadro de concentración general. A continuación se describen los resultados de varias de ellas.

Toluca y Atlacomulco, en estas zonas la principal oferta turística es cultural y de negocios debido a que cuenta con gran variedad de museos, conventos, parroquias, sitios arqueológicos, teatros, monumentos, danzas tradiciones y artesanías. Aún cuando se buscan preservar y mantener los recursos culturales no hay una adecuada planeación para

su difusión y atractividad del mercado.

Zumpango, Texcoco. Estas zonas se ven representadas por sus zonas arqueológicas y otras propias para el ecoturismo, sin embargo sus altos índices de población obligan un desarrollo económico de tipo comercial principalmente pero explotan para un turismo local la tradicional gastronomía a base de barbacoa, carnitas, mixtotes, moronga, moles y otras especialidades con gran variedad de recetas.

Las regiones de **Tejupilco y Coatepec Harinas** se caracterizan por tener como atractivos culturales iglesias, haciendo hincapié en la riqueza cultural de zonas hacendarias.

Valle de Bravo se reconoce por su desarrollo turístico y comercial dando una proyección mundial pero manifiesta la necesidad de toda región, el Estado y el país de mejorar las situaciones de política turística para generar riqueza en forma y cantidades adecuadas, fomentar un intercambio equitativo de recursos entre los diferentes sectores sociales, adoptar valores que generen comportamientos armónicos con la naturaleza y entre los seres humanos y con ello mantener un adecuado nivel de vida en la población.

El potencial sociocultural del Estado cuenta con danzas regionales que manifiestan un significado especial en cada zona ya que muestran el sentimiento que transmiten a su público mediante el movimiento, coloridos vestuarios, tradicional música, también cuenta con una extensa variedad de platillos típicos que deleitan a propios y visitantes. Recetas que vienen desde tiempos prehispánicos y que han pasado de generación en generación conservando aún sus nombres.

Los mexiquenses tienen un gran número de tradiciones que nos recuerdan a nuestros antepasados y sus costumbres, generalmente se trata de fiestas y ritos que se practican desde hace mucho tiempo y que mantienen vivo el recuerdo de los pueblos de los que descienden y se conservan porque se han transmitido de generación en generación. A lo largo de la vida de nuestro país en este Estado se encuentran hechos y personas que han marcado el curso de nuestra historia y símbolos patrios que conforman nuestra identidad, dejando con ello una arquitectura civil y religiosa que es paso de la historia, va desde las pirámides prehispánicas pasando por las grandes iglesias coloniales hasta llegar a los edificios modernos, construcciones que forman parte de la identidad mexiquense.

CONCLUSIONES

El turismo cultural en México presenta ciertos retos y perspectivas. Las tendencias crecientes hacia la globalización de las economías, hacia las alianzas estratégicas y hacia la creación de amplias zonas de comercio internacional afectan de manera contundente al turismo. En el caso específico de México, las perspectivas futuras señalaban que en los primeros años del milenio que vivimos la recepción de turistas seguiría creciendo en el orden de un 12% en promedio, lo cual no ha resultado del todo cierto. Esto ocasionaría que el turismo aportara al país alrededor del 9% del total de sus empleos y la derrama económica que ocasionen el conjunto de los servicios asociados al turismo se estimó cercana al 10% del PIB del país (Molina;1996). Hoy nos damos cuenta que esas cifras no se alcanzaron.

De acuerdo con las proyecciones estadísticas que se tenía hacia principios del 2000, para el año 2005 el país recibiría anualmente alrededor de 30 millones de turistas aportando a la economía nacional cerca del 10% de su PIB. No obstante, hemos sido testigos de una cantidad que apenas sobre pasa los 19 millones de turistas internacionales con una aportación de poco más del 4.5% al PIB. Esto indica que en materia de política turística nacional se adolece de una verdadera estrategia para afrontar este reto. Las características sociodemográficas y los hábitos de consumo del turista experimentan cambios cada vez más frecuentes. El turista evoluciona, se educa y se vuelve cada vez más exigente y crítico. Los recursos humanos que intervienen en la prestación de los servicios turísticos plantean un importante reto para afrontar a esta nueva demanda.

La importancia que cobra la cultura y el turismo ha de ser más que un mero pretexto para comercializar las tradiciones y costumbres autóctonas, los vestigios arqueológicos o individuos como parte de una comunidad étnica. La cultura y el turismo requiere una nueva interpretación del valor de los hechos sociales que a la vez que sirvan como atractores, sean elementos que permitan reforzar la identidad comunitaria y propiciar un óptimo aprovechamiento para los actores involucrados, así como darles a los recursos y medios puestos en juego un uso racional que fomente y sustente esquemas de desarrollo integral. El obstáculo fundamental de la política turística mexicana es la carencia de una nueva concepción y gestión de la misma, así como la falta de coordinación en la ejecución de los planes aprobados por parte de las diversas instancias de carácter federal, estatal y local.

El Estado de México por ser una zona central de desarrollo en el país y fuente generadora de desarrollo industrial en el mismo, es capaz de provocar el desplazamiento turístico ya que posee atributos convocantes con aptitud de atraer visitantes, dado sus principales atractivos y recursos que la determinan como un lugar o zona turística importante en el país.

Para que el Estado establezca una política que promueva la sustentabilidad de la actividad turística en la sociedad, requiere la existencia de condiciones económicas, ecológicas, sociales y políticas, que permitan su funcionamiento en forma armónica en el tiempo y en el espacio, entre los diferentes sectores sociales, entre mujeres y hombres y entre la población con su ambiente.

En el Estado se observa que la necesidad de visualizar a la sustentabilidad no sólo como la preservación de la naturaleza con las variadas especies de flora y fauna que se cuenta, sino que esta debe visualizar los impactos que abarcan toda una serie de instancias que surgen e influyen en la sociedad; por lo tanto la sustentabilidad debe abarcar tanto aspectos naturales como sociales.

Una propuesta de políticas turísticas culturales deben establecerse desde afuera pero sustentarse desde adentro, ya que exige que el uso de los bienes naturales y culturales ocurra dentro de una lógica integracionista de la sociedad y la naturaleza, que atienda tanto a realidades económicas o geopolíticas, como de preservación y buen uso de los recursos, atractivos y patrimonios. Por tanto estas políticas deben destacar:

- Desarrollar estructuras democráticas en las comunidades y regiones.
- Empoderar comunidades y sectores vulnerables como niños, ancianos y mujeres.
- Reducir la dependencia de municipios, países y regiones.
- Redistribuir el poder económico y político.
- Descentralizar la toma de decisiones.
- Fomentar relaciones de solidaridad entre comunidades y regiones.
- Buscar la desaparición de la cultura militarista.
- Establecer un marco jurídico que garantice el respeto a las personas y el ambiente.
- Adoptar y respetar las convenciones internacionales.
- Realizar planes municipales y nacionales integrales.
- Diseñar un marco de indicadores del uso turístico cultural de los patrimonios

Los retos que plantea el diseño de una política turística cultural, implican mucho más que la instrumentalidad de acciones a realizarse; son un compromiso ético-político de la sociedad en general por mantener un mundo accesible a todos.

BIBLIOGRAFÍA

- **Andrade Sánchez, E.** (1980). *Introducción a la ciencia política*. Colección de Textos Universitarios. UNAM. México.
- **Beneyto, José María.** (1983). *Apocalipsis de la modernidad. El decisionismo político de Donoso Cortés*. Gedisa, Barcelona, en Cisneros, Isidro H. *Las raíces e la política absoluta o de la concepción del enemigo*. Cuadernos de política. Departamento de estudios políticos. Universidad de Guadalajara, Jal. México. S/F.
- **Bobbio, Norberto; Matteucci, Nicola; y, Pasquino, Gianfranco.** (1983). *Diccionario de política*. Siglo XXI. México.
- **Bonet i Agustí, Luis.** (2004). *Reflexiones a propósito de indicadores y estadísticas culturales*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Boletín Gestión Cultural No. 7. Barcelona.
- **Borja, Rodrigo.** (1997). *Enciclopedia de la política*. F.C.E. México.
- **Castellanos Ribot, Alfonso.** (2004). *El sistema de información cultural de México*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Boletín Gestión Cultural No. 7. Barcelona.
- **Cooper C.** (1996). *Turismo: Principios y práctica*. Ed. Diana. México.
- **DIGETUR.** (2002). *Boletín Informativo*. 2º. Trimestre. Gobierno del Estado de México.
- **Fleming, A.** (1999), ponencia en las Actas del seminario “Midiendo la cultura y el desarrollo: perspectivas y límites en la construcción de indicadores culturales”. UNESCO-BM. Florencia. En: <http://www.gestioncultural.org/gc/boletin/2004/boletinIndicadores.htm> Consultado el 8 de nov de 2007.
- **García Canclini, Néstor.** (1990). *Culturas híbridas*. Grijalbo. México.
- **Giuseppe.** (1984). *El marxismo y los intelectuales*. Ed. Renovación. Universidad Autónoma de Sinaloa. México.
- **Gobierno del Estado de México.** (2005). Plan de Desarrollo del Gobierno del Estado de México. GEM. Toluca, México.
- **Habermas, J.** (1989). *Teoría de la acción comunicativa I*. Taurus. Buenos Aires, Argentina.
- **Mathias, Gilberto y Salama, Pierre.** (1986). *El Estado sobredesarrollado. De las metrópolis al tercer mundo*. Ed. Era. México.
- **Meneses Torres, Víctor M.** (1988). *Turismo social en el Estado de México*. Tesis. Facultad de Turismo, UAEM. Toluca, México.
- **Molina, S.** (1996). *Turismo Cultural: la experiencia mexicana*. Ponencia en Turismo Cultural en América latina y el Caribe, pp. 23-29. Oficina Regional de Cultura para América latina y el Caribe. La Habana, Cuba.
- **Pfenninger, Mariana.** (2004). *Indicadores y estadísticas culturales: un breve repaso conceptual*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Boletín Gestión Cultural no. 7. Abril de 2004.

- **Prats, L.** (1997). *Antropología y patrimonio*. Ed. Ariel. Barcelona.
- **Real Academia Española.** (1984). *Diccionario de la lengua española*. 20 edición. T. II. España.
- **SECTUR-REDES.** (2001). *Turismo cultural*. Redes. México.
- **Sistema de Información Cultural del CONACULTA.** En: <http://sic.conaculta.gob.mx/> Consultado el 8 de noviembre de 2007.
- **Spears, Richard A.** (1985). *Everyday American English Dictionary*. National Textbook Company. Illinois, USA.
- **Terry R. George Stehen.** *Principios de administración*. Ed. Continental, México, 1988. Pág. 22 y Bonnin Carlos Juan Citatus por Orozco Omar, *Introducción a la administración pública*. Ed. Harla, México, 1985.
- **Vid. Cibotti Ricardo y Sierra Enrique.** *El sector público en la planificación del desarrollo*. Siglo XXI, México, 1982.
- **World Bank-Unesco.** (1999). *Measuring Culture and Development. Prospects and Limits of Constructing Cultural Indicators*. Conference organized by The World Bank and the government of Italy in co-operation with UNESCO. "Culture Counts". Proceedings of the Seminar. (Florence, Italy, 4-7 October 1999).

Recibido: 17/04/2008

Aprobado: 19/05/2008

Arbitrado Anónimamente.