

EL TURISMO CULTURAL Y SUS FUNDAMENTOS ECONÓMICOS, ÉTICOS, JURÍDICOS Y FILOSÓFICOS¹. CULTURAL TOURISM AND ITS ECONOMIC, ETHICAL, LEGAL AND PHILOSOPHICAL BASIS.

EULOGIO RODRÍGUEZ MILLARES²
Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.

RESUMEN

El presente trabajo titulado “El turismo cultural y sus fundamentos económicos, éticos, jurídicos y filosóficos para que sea un buen negocio turístico sobre bases sustentables” toma como punto de partida la conferencia dictada por el Dr. Armando Hart Dávalos en la Primera Conferencia Internacional de la Alternativa Martiana (ALBA) titulada “*La cultura: motor principal de la economía*” celebrada en Monterrey, Nuevo León, México en el 2010 y señala la dirección en la cual debemos desarrollar el turismo cultural como contribución al desarrollo de las comunidades y la necesidad de garantizar que se ejecute respetando las medidas necesarias para que sea un turismo sustentable.

Palabras clave: Turismo cultural, Armando Hart, turismo comunitario, ALMA (Alternativa Martiana para Nuestra América),

Fecha de Recepción: 25 de marzo de 2018. Fecha de Aceptación: 22 de junio de 2018

¹ Este trabajo se impartirá como conferencia y es resultado de las reflexiones realizadas a partir de la conferencia del Dr. Armando Hart Dávalos en la Primera Conferencia Internacional de la Alternativa Martiana (ALMA) en Monterrey, N.L., México titulada “La cultura: motor principal de la economía” Memorias del evento, octubre 2010, Monterrey, Nuevo León, México.

² Lic. MsC Eulogio Rodríguez Millares. Profesor Auxiliar Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana. E-mail: eulogio_rodriguez@ftur.uh.cu
Ex Presidente del Buró de Convenciones de Cuba. Ex Presidente de la COCAL (Confederación de Organizadores de Congresos de América Latina); Ex Presidente de LatinCaribeBureau (Asociación de Buró de Convenciones de América Latina y el Caribe); Premio Cocal 2005

ABSTRACT

The present titled work The cultural tourism and their economic, ethical, juridical and philosophical foundations so that it is a good tourist business on bases sustainable taking as starting point the conference dictated by the Dr. Armando Hart Dávalos in the First International Conference of the Alternative Martiana (ALMA) titled The culture: main motor of the economy taken place in Monterrey, New León, Mexico in the 2010 and it points out the address in which we should develop the cultural tourism as contribution to the development of the communities and the necessity of guaranteeing that it is executed respecting the necessary measures so that it is a sustainable tourism.

Keywords: Cultural tourism, Armando Hart, community tourism, ALMA (Martiana Alternative for Our America),

1. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se aportan las necesarias definiciones de lo que significa la cultura y el turismo cultural; se exponen las cuatro concepciones operativas de la cultura, para garantizar un programa de desarrollo de amplias perspectivas y, sobre todo, para asegurar un desarrollo sustentable. Asimismo, se consideran los cinco campos de acción que también tenemos que tomar en cuenta en la proyección para su explotación comercial, como parte del consumo cultural y turístico; los criterios a considerar para respetar la necesaria armonía entre cultura y turismo, ya que el turismo no es más que una actividad cultural de gran importancia económica; las formas de manifestarse esta modalidad turística y la necesidad de iniciar cualquier plan de desarrollo con el Plan Estratégico de Turismo, que tiene como objetivo *transformar los recursos en productos turísticos*, y los aspectos a tomar en consideración para este Plan de Desarrollo Estratégico.

Por otra parte, se refieren como ejemplos las medidas tomadas por España y por México para garantizar el crecimiento del turismo cultural, una tipología turística que, en ambos casos, tiene una fuerte presencia en la demanda del turismo internacional que reciben.

A la vez, se señala la necesidad de que los organismos de cultura y de turismo, establezcan un marco de referencia para el desarrollo de esta modalidad turística, teniendo en cuenta que el turismo también es cultura y que ello es una motivación muy importante en el flujo turístico de cualquier destino. Bajo este enfoque, se expone como ejemplo que, en el caso de Cuba, el acuerdo firmado, entre los ministerios competentes en estas dos materias, establece un marco teórico, con tres direcciones

principales, que garantiza la sustentabilidad del mismo, ya que se logran los principales objetivos:

1. Inserción del turismo en la vida cultural del país,
2. Presencia de las expresiones artístico-culturales en el turismo,
3. Caracterización del turismo como expresión de la cultura cubana y su identidad

Por otro lado, se muestran algunos ejemplos que sustentan la relación de cultura y desarrollo y las razones por las que se considera que la cultura es el motor del desarrollo. Por ello se destaca que, además de los ingresos directos que generan las visitas de los turistas motivados por el interés de la cultura del lugar a visitar, el entramado de la relación cultura y turismo y, sobre todo, sus estrechos vínculos con el concepto de “cultura y desarrollo”, es suficientemente grande como para ignorarla en nuestros planes de desarrollo turístico

En definitiva, este trabajo pretende señalar las complejidades del turismo cultural y sus interrelaciones con distintos campos como la ética, el derecho, la filosofía y otras ramas del saber. Estos conceptos teóricos, sobre los cuales se han pronunciado tanto la OMT como la UNESCO, nos dan herramientas para desarrollar un negocio de importancia especial para los territorios y las comunidades locales, puesto que, en la misma medida que estimulemos el interés de las comunidades en esta forma de hacer turismo, la eduquemos en la necesidad de proteger el legado cultural y el deber de desarrollarlo sobre bases sustentables, tendremos entonces un negocio de larga duración y con una mayor derrama económica que beneficiará a las poblaciones implicadas, ya sea por crecimiento de la artesanía o por el consumo de otros productos culturales, entre ellos la culinaria/gastronomía de cada uno de esos territorios destino.

2. MARCO TEÓRICO

El turismo cultural va adquiriendo, cada vez más, una significativa importancia, lo que nos obliga a pensar en su utilidad económica, pero también en desarrollarlo sobre bases sustentables para que la cultura siga siendo una herencia del patrimonio y la identidad de cada comunidad para el disfrute de las generaciones futuras. Para ello es necesario tomar en consideración los criterios fundamentales emitidos por el intelectual cubano, Dr. Armando Hart Dávalos³ sobre el

³ Destacado revolucionario e intelectual cubano que organizó la campaña de alfabetización y creó el Ministerio de Cultura. Fue ministro de Educación y de Cultura. Creó y dirigió la Oficina del Programa Martiano. Falleció en el año 2016

significado de la cultura y sus fundamentos que la convierten en motor principal de la economía.

En la conferencia dictada el Dr. Armando Hart Dávalos en la Primera Conferencia Internacional de la Alternativa Martiana (ALMA) en Monterrey, N.L., México titulada “*La cultura: motor principal de la economía*”, enuncia algunos principios que debemos tomar en cuenta para el desarrollo del turismo cultural y sus relaciones con el turismo comunitario como parte del impacto del desarrollo económico que ello provoca. Decía Hart que:

“Sólo el enfoque totalizador de la cultura nos permitía, apreciarla como segunda naturaleza, la creada por el hombre, valorar científicamente el papel de la ética en el desarrollo social e histórico. Sin una visión integral no hay posibilidad de un análisis científico del tema de la ética en su relación con la economía y la sociedad. Esta tradición de integralidad nos llegó a los cubanos por las tres figuras claves de la historia de las ideas de nuestro país: Varela, que nos enseñó a pensar; Luz y Caballero, a conocer, y Martí, con su genio intelectual y ético, a actuar consecuentemente a favor de la liberación humana”.

Esta definición de cultura que nos viene de la tradición educacional cubana es la universalmente aceptada hoy y como tal la sostiene la UNESCO, organización internacional que también considera que, el aprovechamiento turístico del patrimonio cultural de una región, constituye un serio compromiso que involucra, asimismo, a las autoridades del sector de dicha región.

En Cuba, que desde hace varias décadas se ha visto al desarrollo del turismo como una acción muy vinculada al desarrollo económico, se ha creado el marco jurídico para garantizar su protección y no solo con la herencia tangible sino también con las tradiciones populares y todo lo que integra la rica herencia inmaterial.

En este sentido pueden tomarse algunos ejemplos de grandes festivales culturales que, en cada edición, contemplan nuevas iniciativas para proteger el legado cultural y uno de ellos es el Festival del Caribe que cada año se celebra en Santiago de Cuba, la ciudad más caribeña de Cuba y que constituye un territorio donde tiene una fuerte presencia las formas diversas de la cultura caribeña de los territorios tanto anglófonos como francófonos incluyendo los sistemas mágicos-religiosos impregnados de misterio y esencia haitiana, como expone Batista (2015: 15), al señalar que esta cultura resulta excelentemente promocionada “en el Festival del Caribe donde, durante veintiún años consecutivos, han participado las agrupaciones más representativas de la cultura haitiana radicadas en la Isla”.

Este festival es organizado por la institución cultural Casa del Caribe existente en esa ciudad que tiene un importante reconocimiento por la UNESCO, ya que se dedica a

la investigación científica y cultural de esas tradiciones culturales. Estos trabajos se publican en su revista de igual nombre con la cual colaboran estudiosos de esa cultura de múltiples países y que, sin duda alguna, su orientación es la defensa y la protección de la cultura que identifica al Caribe en sus más puras manifestaciones. La próxima edición se realizará entre el 3 y el 9 de julio de 2018 y estará dedicada a Puerto Rico, nación caribeña ligada a Cuba desde tiempos inmemorables.

Figura 1: cartel anunciador del festival del caribe 2017



Fuente: <http://www.periodicocubano.com/wp-content/uploads/2017/03/Cartel-37-Festival-del-Caribe.jpg>

Otros festivales que igualmente se realizan con fines similares son las Romerías de Mayo en la ciudad de Holguín también en el oriente de Cuba (Ochoa, 2017) o las parrandas en los territorios centrales de Cuba (Ciego de Ávila, Sancti Spiritus y Villa Clara) siendo la más conocida de todas las parrandas, las que se realizan en el Municipio de Remedios todos los 24 de diciembre.

Estos eventos, que se hacen en territorios distintos de Cuba, pese a que tenemos una sola cultura, destacan las particularidades de cada región. Este es el caso de las fiestas en la Provincia de Matanzas con una gran herencia catalana, donde nació en el Siglo XIX nuestro baile nacional, El Danzón, o las fiestas Cucalambianas en las Tunas que es la expresión de la cultura campesina donde la décima con sus diferentes tonadas, es lo característico y nos viene de la rica herencia andaluza en nuestra cultura. La décima creada en Ronda por Espinel, que de Andalucía viajó a Canarias y de ese lugar a Cuba, es la principal forma de expresión de la cultura campesina cubana.

Hay estudiosos interesados en conocer el origen del Son, del cual se desprendieron los más importantes ritmos bailables cubanos. Para poder ir a sus orígenes, no solo basta con visitar Santiago de Cuba donde surgió este género musical. Hay que ir a Baracoa en Guantánamo donde se conserva el viejo ritmo de origen bantú llamado Ngon, interpretado con el instrumento más rudimentario existente y traído por esa cultura africana que es la tumbandera y entrar en contacto con las familias que lo han conservado de generación en generación. Santiago de Cuba se distingue en el plano cultural en su expresión plástica, sus ritmos y sus sincretismos religiosos. Tienen otra expresión cultural declarada también patrimonio que es la llamada Tumba Francesa.

Cuando hablamos de la necesidad de hacer un turismo cultural sustentable y establecer los mecanismos que garanticen su protección, nos estamos refiriendo a proteger esas raíces tan importantes y que definen nuestra propia identidad como cubanos y aquí están también los principios éticos que nos impulsan a fortalecer el entramado protector.

En otras regiones como es la Isla de la Juventud, la migración de Caimán grande trajo sus tradiciones y culturas, incluyendo la musical, su manera de actuar y danzar, lo que dio origen a un género propio de esa región cubana que es el Sucu Sucu que la identifica (Linares, 1979). Así sucede en general en cada territorio y por eso hay que respetar las tradiciones para ser defensores de esa cultura local. Esto pasa incluso con el complejo de la rumba, declarado patrimonio, lo que nos obliga a respetar las formas de presentación e interpretación de cada uno de los tres principales tipos de Rumbas reconocidos.

Con relación a la protección del patrimonio cultural, en su interesante trabajo "Patrimonio Cultural y Turismo. La interacción necesaria" Millán (2007) señala algunos conceptos que se orientan a la protección del patrimonio cultural en su uso turístico. En dicho trabajo se afirma que:

"se reconoce la necesidad de adaptar y poner en valor una amplia gama de recursos, sumidos en muchos casos en el olvido y el abandono, para integrarlos en la actividad turística y poder ser objeto de consumo por parte de una demanda a la que se pueden adjudicar nuevos hábitos como consumidora de productos turísticos. Es el caso de bastantes ejemplos de nuestro patrimonio que durante décadas han sido ignorados e incluso destruidos y que en la actualidad se van recuperando, con mayor o menor fortuna, para que pasen a formar parte de dicha oferta".

Esto no solo se da en España sino también en otros lugares y en Cuba, podemos añadir la experiencia de la Habana Vieja, las ciudades de Camaguey, Cienfuegos y otras más o las medidas adoptadas para proteger ritmos de gran importancia en el arco iris musical de Cuba como es el complejo de la Rumba declarado Patrimonio o el Son y el Changüí que sustentan el

desarrollo de la músicaailable que identifica la cultura cubana internacionalmente.

Troitiño, M. A. y Troitiño, L. (2016), desarrollan una propuesta metodológica para la articulación entre patrimonio, turismo y desarrollo de utilidad para todos teniendo como punto de partida, la reflexión de que “la incorporación del patrimonio a la economía y al turismo de masas, ya sea de forma directa o indirecta, exige coordinación y complementariedad entre estrategias territoriales, turísticas y culturales.

Los cambios en las demandas y en las prácticas turísticas, relacionadas con el uso de las nuevas tecnologías (GPS, realidad aumentada, etc.), requieren que los responsables de la gestión turística apuesten, de forma decidida, por la diversificación geográfica de la oferta turístico-patrimonial, si es que realmente quieren posicionarse en el llamado “turismo cultural”. Aquí está el reto que ello implica, que debe siempre estar sustentado por un adecuado marco jurídico y el respeto a principios éticos, historia, cultura e identidad local sobre los cuales descansa el desarrollo de esta modalidad turística.

Esto involucra, además, el pleno respeto y aplicación de los principios adoptados por la UNESCO y sus agencias como el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) que en noviembre de 1976 adoptó la CARTA DEL TURISMO CULTURAL donde el principio de la sustentabilidad constituye una bandera a defender por el turismo y por la cultura.

El interés y la preocupación por esta forma del turismo cultural ha estado siempre presente en la actuación del Ministerio de Cultura en Cuba y en la década de los 80 del pasado siglo, fueron organizadores con la participación del UNESCO de un evento internacional que tuvo varias ediciones y que fue muy novedoso en aquella época, cuya temática era “Cultura y Desarrollo”. Este evento dejó muy buenos resultados en la proyección de la cultura y del turismo cultural, introduciéndose medidas dirigidas a garantizar la sustentabilidad del mismo, que definió las bases del acuerdo firmado entre los Ministerios de Cultura, y de turismo y la Unión de Escritores y Artistas que es un valioso instrumento para el uso de la cultura con fines turísticos y la inserción del turismo internacional en la cultura nacional.

En este sentido tuvo como importancia particular, la inclusión de varios perfiles del pensamiento filosófico de José Martí como es su visión de la Utilidad de la Virtud, la interpretación de la idea del bien y el amor en el pensamiento martiano y su definición de que de Patria es Humanidad. Llevado estos pensamientos al plano del turismo cultural, estaremos sin duda alguna abordando la relación de este tipo de

turismo tiene con la filosofía, ya que la cultura no puede separarse de la Filosofía y en particular de la ética.

3. PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

Para una proyección de este tema con vista a garantizar que el turismo cultural goce de una destacada presencia en cualquier destino turístico, hay que tener bien claro algunas definiciones de lo que significa la cultura y su relación con el turismo. La cultura podemos definirla de la siguiente manera:

- a) Es la suma de la creación humana; que sostiene, articula y da sentido a la producción material y al conocimiento, o sea, a los procesos que garantizan la reproducción social del hombre.
- b) La cultura es el conjunto de rasgos distintivos tanto espirituales como materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social y engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. Incluye el patrimonio físico y comprende el legado inmaterial simbólico, espiritual y ético del grupo donde el individuo encuentra su identidad.

En el ámbito turístico hay que entender que el turismo de ciudad es predominantemente cultural o de elementos creados por el hombre. Concentra una oferta de calidad y actividades que son reflejo de la imagen, personalidad y señas de identidad de cada ciudad; son por naturaleza polos de atracción turística. Esto no niega, en absoluto, la existencia de la cultura y de productos turísticos culturales en zonas rurales como está plenamente acreditado en la amplia oferta existente.

La definición del turismo cultural anterior se corresponde con los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad, ya sea en los campos del turismo histórico, que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico; el turismo religioso que son los lugares que acostumbran visitar los turistas motivados por este objetivo y el gastronómico por el interés de desplazarse para conocer los platos típicos de las regiones.

Otro aspecto importante, a tomar en consideración, son las cuatro concepciones operativas de la cultura, para garantizar un programa de desarrollo turístico de amplias perspectivas y, sobre todo, de manera sustentable. Estas son:

- a) Cultura como herencia a conservar y restaurar que forma parte de un patrimonio o memoria colectiva donde encontraríamos, además, el patrimonio arquitectónico y el urbanístico.

- b) Cultura como componente de nuestra conciencia con capacidad para crear, participar e innovar.
- c) Cultura como oferta de productos artísticos de consumo.
- d) Cultura como factor generador de riquezas.

No hay que olvidar que el patrimonio cultural de un país o región está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por la sociedad, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región

El turismo cultural contempla cinco campos de acción que también tenemos que tomar en cuenta en la proyección para su explotación comercial como parte del consumo cultural y turístico. Estos son:

- a) Promoción de la identidad local,
- b) Valorización del patrimonio cultural,
- c) Valorización de conocimientos especializados tradicionales,
- d) Creación de infraestructuras culturales permanentes,
- e) Animación y difusión cultural.

Toda oferta cultural, como parte de la oferta turística, estará contemplada en uno de esos cinco campos y toda la promoción que se haga, tendrá presente lo más puro y autóctono que caracteriza la cultura de ese destino, preservando sus características y conservando su pureza sin tratar de fabricar una cultura para el turista, sino abrirle las puertas para permitirle al visitante participar en las manifestaciones culturales que identifican a esa región.

No podemos olvidar que la veracidad en la oferta es un principio para garantizar su atracción turística. Así, la OMT, después de la conferencia dedicada al turismo cultural en Samarcanda en 1999, en la relación turismo – cultura, destaca entre otros los siguientes aspectos importantes que están dirigidos a garantizar un turismo sustentable y respetar la necesaria armonía entre cultura y turismo ya que el turismo no es más que una actividad cultural de gran importancia económica.

- El reconocimiento de los valores intrínsecos de la cultura y la necesidad de su preservación.
- El reconocimiento de la importancia cultural del turismo como parte integrante de la cultura y fuente de intercambio.
- La importancia de la cultura como atracción y recurso turístico.

Las formas de manifestarse esta modalidad turística son bastante amplias según la manera de clasificar sus diferentes

campos de actividad y que, en general, se expresa de las siguientes modalidades:

- histórico
- artístico monumental
- de arquitectura popular
- de exposiciones
- étnico y folklore
- costumbres y tradiciones
- religioso
- de formación
- de acontecimientos singulares
- lúdico-festivo, fiestas tradicionales, festivales, música, danza, etc.
- literario
- gastronómico
- industrial

Dentro de estas manifestaciones destacan los festivales culturales que cada día tienen una mayor presencia en el mercado y que caracteriza quizás, las corrientes turísticas más numerosas dentro del turismo cultural. Hay algunas de ellas como las romerías de la Virgen del Rocío en Andalucía, el carnaval de Río y otras, que cada edición atrae decenas de miles de participantes (Rodríguez, 2017). Por ello, hay que estar vigilante para impedir que, en el interés de lograr mayores ingresos coyunturales, se pretenda producir una cultura para el turista, y no hacer lo correcto que es integrar al turista a la cultura del destino turístico.

Por lo tanto, es recomendable que nuestro proyecto de desarrollo del turismo cultural lo sustentemos mediante un programa y un proyecto adecuado para lo cual se sugiere que iniciemos nuestra planificación para el desarrollo del turismo cultural con la elaboración de un Plan Estratégico de largo plazo para un ámbito que normalmente se plantea a 10 años y que establezca las bases y estrategias para toda su actuación futura. El Plan Estratégico de Turismo es el instrumento técnico adecuado para el logro de estos objetivos, y su formulación es la suma de dos planes: un Plan de Desarrollo y un Plan de Marketing

Como es conocido, para estos planes hay que tomar en cuenta: entre otros aspectos los siguientes elementos:

- **El territorio.** Su organización territorial y administrativa. Zonas y barrios con recursos turísticos culturales.
- **La accesibilidad.** Conexiones con los mercados emisores. Evaluación de las infraestructuras y capacidad de las mismas. Volumen de las conexiones actuales.
- **La población.** Características sociológicas, niveles de formación y capacitación. Opinión sobre el turismo como

actividad. Planificar las acciones necesarias para que ésta se identifique con ese objetivo de amplias ventajas para la comunidad.

- **Los recursos con potencial turístico.** Identificación del patrimonio natural y cultural y determinación de su valor potencial.
- **Los equipamientos y servicios vinculados** con el turismo cultural. Dimensión y caracterización de las empresas y organizaciones que desarrollan actividades turísticas (hoteles, restaurantes, líneas aéreas, fluviales y terrestres, puertos y aeropuertos, taxis, alquiler de vehículos...) así como de las actividades de gestión cultural y natural (arquitectura, museos, parques, centros de ecoturismo y cultura, eventos populares, grandes acontecimientos, espacios de artes escénicas...).
- **El sistema de organización y dirección de la actividad turística.**
- **Organizaciones públicas y competencias específicas.**
- **Organizaciones y asociaciones de carácter privado.**

No se puede olvidar que, aunque el viaje tenga como motivación principal el objetivo cultural, para hacer una estancia placentera el visitante buscará otros intereses complementarios y su oferta constituye una forma de estimular al potencial cliente para que seleccione nuestro destino como el mejor. El turismo cultural, al igual que las demás modalidades turísticas, se presenta en su doble condición: Como modalidad en sí mismo y como complemento de otra modalidad.

El Plan de Desarrollo Turístico tiene como objetivo *transformar los recursos en productos turísticos*. Para ello hará falta actuar sobre el conjunto de atractivos del territorio, es decir, su patrimonio natural y el cultural, y sobre sus infraestructuras y servicios públicos relacionados con el uso y disfrute de los mismos. En el turismo cultural esto tiene una especial importancia ya que en ocasiones las fiestas populares, leyendas, tradiciones, herencia cultural y muchas más de las que no nos damos cuenta que pueden convertirse sin mucho esfuerzo, en un producto turístico de alta aceptación.

Esta modalidad turística mantiene una tendencia al crecimiento de manera permanente y se considera que el 10% de las llegadas turísticas en todo el mundo tiene un propósito cultural lo cual representa más de 80 millones de viajes aproximadamente; y la tendencia es seguir creciendo.

Otro aspecto a no olvidar es que el turismo cultural confiere autoridad a la población local para interpretar los valores de su propio patrimonio, ante los visitantes y desarrolla en ella el orgullo de su propio patrimonio, lo cual mejora las

relaciones con los huéspedes y las habilidades en el servicio. Este turismo es "intercultural" en el sentido de que ambos, población local y visitantes, reciben mutuamente experiencias enriquecedoras.

Hay algunos destinos turísticos que destacan por su desarrollo turístico y las ofertas culturales y que han creado condiciones para continuar expandiendo su mercado de turismo cultural. Ese es el caso de España y de México

En el caso de España, que el 11% del turismo que recibe es turismo cultural, lo que significan 8,5 millones de visitantes, de los cuales 4 millones son extranjeros y el 70% de ellos son europeos; el gasto medio diario es de unos 78 euros (casi el doble que el gasto medio del conjunto de visitantes), generando valores económicos de aproximadamente 5 mil millones de euros, lo que representa el 12% del total de ingresos turísticos. Este país recibe más de 60 Millones y la mayoría visita Madrid y Barcelona. Muchos también lo combinan con sol y playa. Para garantizar un mayor desarrollo de esta modalidad, el 1 de junio de 2010 se adoptó, por los Ministros de Cultura; Industria, Turismo y Comercio y de Asuntos Exteriores y de Cooperación, un acuerdo mediante el cual se aprueban medidas en el marco del Plan de Promoción del Turismo Cultural, al cual se incorporan las Comunidades Autónomas, la Federación Española de Municipios y Provincias, los Patronatos de Turismo y las asociaciones representativas del sector.

En el caso de México, que recibe casi 30 Millones de turistas muchos de los cuales visitan Ciudad de México y otras ciudades históricas como Queretano, Zacatecas, Real del 14, etc. y las playas de los litorales del Caribe, el Pacífico y el atlántico de ese país, también han adoptado medidas que permitan el incremento del turismo cultural.

En 2010 México recibió alrededor de 18 millones de personas en zonas arqueológicas, museos y monumentos históricos bajo custodia del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH-Conaculta), En ese año, se reportó 1.5 millones de personas más acudieron a la oferta cultural del Instituto, lo que representa un aumento de cerca de 10% respecto 2009. Actualmente, el organismo cultural tiene bajo su adscripción 116 museos, 180 sitios arqueológicos abiertos al público y 17 monumentos de carácter histórico distribuidos a lo largo del país. La captación de visitantes a estos sitios en los últimos años ha sido constante y sostenida. Se adoptaron medidas para el incremento del turismo cultural como es la implementación de horarios nocturnos en diversas zonas arqueológicas y recintos museísticos del país, a través de actividades guiadas como Noche de Observación Astronómica, en sitios prehispánicos, o Noches de Otoño, en el Museo Nacional de Antropología.

Para garantizar que no se deprecie la cultura ni se contamine por su uso turístico, es necesario se establezcan compromisos y acciones encaminadas a garantizar el carácter sustentable del turismo cultural. Es por ello tan importante la firma de acuerdos entre los organismos de cultura y del turismo. En el caso de Cuba, el acuerdo firmado entre ambos ministerios establece un marco teórico con tres direcciones principales:

1. Inserción del turismo en la vida cultural del país:
2. Presencia de las expresiones artístico-culturales en el turismo:
3. Caracterización del turismo como expresión de la cultura cubana y su identidad y su preservación.

Estos acuerdos firmados entre el turismo y la cultura, sustentan las medidas a adoptar para proteger nuestra cultura y constituye uno de los principales puntos de contacto del turismo cultural con las ciencias del derecho, para preservar aquellos rasgos de la cultura y la identidad de cada región, declarados en ocasiones patrimonio cultural como es la Rumba o el Valle de Viñales en Cuba o el Carnaval de Oruro en Bolivia:

En la conferencia ya citada del Dr. Armando Hart Dávalos, pone como ejemplo de la relación de cultura y desarrollo algunos ejemplos que demuestran las razones por que la cultura es el motor del desarrollo entre los cuales están:

- El Plan Marshall, fundamento del desarrollo económico de Europa en los años de la post guerra, no hubiera sido posible sin la base escolar, teórica, técnica y cultural en general que posee el Viejo Continente. Como señaló Fidel Castro, “sin educación y cultura no hay nada”.
- No hay turismo sin cultura, aunque obviamente, los grandes consorcios imperialistas emplean las formas culturales para distorsionar sus esencias y ejercer su dominio mediante la colonización cultural.
- La industria cultural no existiría sin la influencia de la cultura en la economía.
- Hollywood y la industria del entretenimiento serían impensables sin la cultura.
- La industria musical y en general la de entretenimiento es uno de los principales renglones que aportan al producto interno en los Estados Unidos.

Además de los ingresos directos que generan las visitas de los turistas motivados por el interés de la cultura del lugar a visitar, el entramado de la relación cultura y turismo y sobre todo, sus estrechos vínculos con el concepto de “cultura y desarrollo” es suficientemente grande como para ignorarla en nuestros planes de desarrollo turístico.

Según Hart,

“en la historia de las civilizaciones nunca se alcanzó a elaborar un análisis filosófico, sobre bases científicas, acerca del papel de la moral y la cultura en la historia humana. Se hicieron trascendentales descubrimientos en el campo filosófico referentes a la economía, sociología y las ciencias históricas, sin embargo, el tema ético, tratado como una cuestión de las religiones -he ahí las razones de su autoridad- nunca alcanzó las cumbres más altas de un tratamiento científico y filosófico que explicara su necesidad en el desarrollo económico y social; este es el compromiso de la filosofía y la cultura para el siglo que recién comienza”. Esta afirmación se demuestra en el turismo y en particular en el turismo cultural⁴.

El maestro fundador de la escuela cubana José de la Luz y Caballero, señaló desde su formación cristiana y su enorme saber científico, algunos pensamientos que mueven a la más consecuente reflexión, en el sentido de la búsqueda infatigable de Los vínculos entre todas las ciencias (incluyendo las naturales con las de carácter espiritual y moral).

También el sabio cubano Fernando Ortiz, explica el concepto integral de cultura, y decía que “el dominio de la naturaleza sería insuficiente y hasta parcialmente infausto, pese a sus maravillosos adelantos materiales, si la misma ciencia, aplicada a las culturas humanas, no fuera la que en definitiva señalara las verdaderas e inexcusables necesidades de todos los pueblos y estudiara sus potencialidades de trabajo, organización e intercambio, sus deficiencias y cómo corregirlas, la mejor distribución de los recursos globales y la capacitación de las gentes para realizar los progresos de todo orden que van mejorando la vida integralmente: todo ello articulado en lo posible a las respectivas condiciones culturales, tradiciones, costumbres y apetencias razonables.

Por esto, al subrayar la significación histórica y por tanto el valor de la tradición nacional cubana, nos hemos planteados como intereses principales las siguientes direcciones:

- La cultura interpretada integralmente como principal motor de la economía.
- “Nuestra América”, como nos llamó Martí, o nuestro “pequeño género humano”, como nos caracterizó Bolívar, constituye la principal reserva universal para un diálogo constructivo en defensa de la Humanidad. Somos la mejor región del mundo para alcanzar este propósito y para ello debemos unirnos.
- La validez de tres ideas esenciales de Martí: la utilidad de la virtud, el equilibrio del mundo y la cultura de hacer política.

⁴ Fernando Ortiz. tomado de la conferencia ya citada del Dr. Armando Hart.

4. CONCLUSIONES

Con estos comentarios y reflexiones solo hemos pretendido señalar la importancia y complejidades del turismo cultural y sus interrelaciones con otros campos como la ética, el derecho, la filosofía y otras ramas del saber. Estos conceptos teóricos, sobre los cuales se han pronunciado tanto la OMT como la UNESCO, nos dan herramientas para desarrollar un negocio de importancia especial para los territorios y las comunidades.

En la misma medida que estimulemos el interés de las comunidades en esta forma de hacer turismo, la eduquemos en la necesidad de proteger el legado cultural y el deber de desarrollarlo sobre bases sustentable, tendremos entonces un negocio de larga duración y con una mayor derrama económica que beneficiarán a las comunidades implicadas, ya sea por crecimientos de la venta de artesanía, como por el consumo de otros productos culturales, entre ellos la culinaria de cada uno de esos territorios.

La vigencia y profundidad del pensamiento martiano y los análisis formulados por el Dr. Armando Hart en el campo de la ética, la cultura, economía sociedad, pensamiento político y filosofía, nos brindan las herramientas requeridas para enfocar nuestro trabajo en el amplio campo del turismo cultural y garantizar de este modo que sea sustentable y de interés particular para las comunidades, las que tienen que incorporarse, no como simples espectadores, sino como activos y principales ejecutores.

5. BIBLIOGRAFÍA y REFERENCIAS WEB

- AYALA, H. (coordinador) (2010): *Modalidades Turísticas*. Facultad de Turismo Universidad de la Habana.
- BATISTA, J. M. (2015): “Haití en Cuba, Cuba en el Caribe ¿bajo el signo del vodú?” *Batey. Revista Cubana de Antropología Sociocultural*, 4(4), 1-17.
- HOSTELTUR (2005): *Turismo Cultural*. Recuperado de <https://www.hosteltur.com/edicion-impres/turismo-cultural>
- LINARES, M. T. (1979). *El sucu-sucu de Isla de Pinos*. La Habana, Instituto de Etnología y Folklore, Academia de Ciencias de Cuba.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2007): “Patrimonio Cultural y Turismo. La interacción necesaria”. En HERNÁNDEZ, L. (Coord). *Estudios de Turismo. 2007*. Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. pp. 65-88

- OCHOA ÁVILA, M. B. (2017): El Destino Holguín de Cuba, sus potencialidades. Colección conferencias científicas. Recuperado de <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/14640>
- PARADISO. *Turismo Cultural*. Recuperado de <http://www.paradisonline.com/es/cultura-cubana/cartelera/proximas-actividades/60-xxxvii-festival-del-caribe-fiesta-del-fuego?date=2017-07-03-00-00>
- RODRÍGUEZ MILLARES, E. (2017): “Turismo de Eventos e Incentivos”. Editorial Felix Varela.
- TROITIÑO VINUESA, M. Á. Y TROITIÑO TORRALBA, L. (2016): "Patrimonio y turismo: reflexión teórico conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España)". *Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales [en línea]*, 2016, Vol. 20. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/ScriptaNova/article/view/313581>

DATOS DEL AUTOR:

Creador del Grupo coordinador de Convenciones y Ferias en 1973 en Cuba, Fundador del Buró de Convenciones de Cuba en 1983 y su primer presidente (1983-1991 y en un segundo período de 1996-2003); Fundador de la Asociación Cubana de Organizadores de Eventos e Incentivos y Afines (ACOE) en 1987. y su primer presidente; Fundador y primer Presidente de la Organización de Buró de Convenciones de América Latina y el Caribe (LatinCaribeBureau); Presidente de la Confederación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina (COCAL), de la cual fue durante varios años miembro de la Comisión Directiva como Director y como Vicepresidente Primero; Miembro de Society of Incentive & Travel Executives (SITE) y del Capítulo de MPI de California; Participante y conferencista en innumerables congresos, seminarios y otros eventos nacionales e internacionales de la especialidad.

Ha sido conferencista en unos 25 países de América Latina, el Caribe y Europa sobre temas culturales, Sociología, Derecho, José Martí y, sobre todo, en Organización Profesional de Congresos. Cuenta con diversos reconocimientos nacionales y extranjeros, entre ellos el Premio COCAL 2005 por la labor profesional en el desarrollo del turismo de congresos y convenciones en América Latina.

Ha publicado numerosos trabajos sobre eventos en Boletines Técnicos del Buró de Convenciones y en Revistas extranjeras.

Publicación de un libro de Sociología del Tiempo Libre (jefe de un colectivo de autores) titulado “Tiempo Libre y Personalidad” Editora de Ciencias Sociales en 1982.

Publicación de un libro titulado: “La Industria del turismo de negocios, el Negocio del Milenio” 2000. Cuenta con dos ediciones, una de ella por la Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo como libro de texto.

Publicación en el 2017 de un libro de carácter docente para la carrera de turismo titulado “Turismo de Eventos e Incentivos”: También se editó por la Editorial Felix Varela para su venta y fue presentado en el marco de la Feria Internacional del Libro de la Habana.

Fue Subdirector de la Oficina del Programa Martiano y Diplomático en Hungría, Francia, Rumania y México. Tiene rango de Embajador