



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN
RELACIONES INTERNACIONALES

Los Retos Culturales de México como Destino Turístico:
Hacia una Política Internacional Culturalmente
Sustentable (2009-2015)

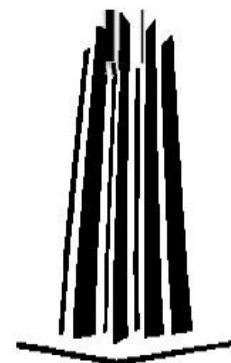
TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES

PRESENTA:
MIRIAM DEL ROSARIO CHARCO FLETES

DIRECTOR DE TESIS:
DR. CARLOS EDUARDO LEVY VÁZQUEZ

México, 2014





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Queda Prohibido

*Queda prohibido llorar sin aprender,
levantarte un día sin saber qué hacer,
tener miedo a tus recuerdos.*

*Queda prohibido no sonreír a los problemas,
no luchar por lo que quieres,
abandonarlo todo por miedo,
no convertir en realidad tus sueños.*

*Queda prohibido no demostrar tu amor.
Queda prohibido dejar a tus amigos.
Queda prohibido olvidar a toda la gente que te quiere.*

Pablo Neruda

Agradecimientos

*Solamente quiero agradecer a Dios por darme la
oportunidad de llegar a este momento de mi vida
profesional y académica, pero sobre todo, por rodearme de
personas especiales con quienes compartirlo; a mis padres
que con su buen ejemplo, orientación y apoyo me han
sabido guiar, a mis hermanos del alma, quienes son mis
eternos compañeros, a mis amigos por su amistad
invaluable, a Dany por su cariño y fé incondicional en mí, a
mis sinodales por su tiempo y dedicación. Mil gracias!*

Dedicatoria

*En memoria de mi querido profesor, asesor y amigo el Dr.
Carlos Eduardo Levy Vázquez, quien sin duda, con su partida
ha dejado un gran vacío, pero quien con su optimismo,
constancia y convicción nos enseñó a ser mejores seres
humanos a través de las aulas de nuestra querida Universidad
Nacional Autónoma de México (UNAM).*

Índice

Introducción	5
1. Turismo y cultura en el marco de la globalización mundial	12
1.1. La cultura como un elemento esencial para el turismo	14
1.2. La sociedad del conocimiento y el turismo cultural	17
1.3. Los organismos multilaterales turísticos y culturales	22
1.3.1. La jurisdicción en el turismo cultural	23
1.3.2. El reconocimiento jurídico del patrimonio y el turismo cultural	25
1.4. Alcances y límites de la evolución del modelo turístico cultural de México	32
1.4.1. De los años veinte a la década de los noventa	33
1.4.2. De los años noventa al 2000	38
1.5. La diversidad cultural en México	44
2. Evaluación de las políticas del desarrollo actual del turismo cultural en México	47
2.1. Las instituciones políticas del turismo en el país	49
2.1.1. Propósitos para el turismo cultural en el Plan Nacional de Desarrollo (2013- 2018)	56
2.1.2. Políticas públicas del turismo cultural: Programa Nacional de Cultura (2007-2012)	60
2.2. Participación actual de México en los organismos turísticos multilaterales	73
2.3. Desarrollo de los centros turísticos y culturales de México	75
2.3.1. Clasificación de los centros turísticos culturales	78
2.3.2. Principales problemas en la planificación de los centros turísticos	82

3. Retos para la elaboración de una política de turismo internacional culturalmente sustentable para México: una visión hacia 2015	85
3.1. Estrategias internacionales para el desarrollo del turismo cultural sustentable en el país	90
3.2. El papel del sector público en México: desarrollo y protección del turismo cultural	97
3.3. Los desafíos empresariales: competitividad e innovación en los centros turísticos	104
3.4. La cooperación internacional para el progreso turístico y la preservación cultural en México	111
3.5. El turismo cultural frente a la inseguridad nacional	112
3.6. Perspectivas de la implementación de la política turística internacional cultural en el país	116
3.6.1. Aplicación de la política turística cultural en Monte Albán	116
3.6.1.1. Posible mejora de la infraestructura para la zona receptora	117
3.6.1.2. Posibles beneficios económicos para las comunidades receptoras	118
3.6.1.3. Posibles beneficios de sustentabilidad y protección de la zona receptora	122
3.7. Mejora de la imagen turística cultural de México en el escenario internacional	123
Conclusiones	124
Fuentes de información	
Bibliografía	127
Hemerografía	130
Mesografía	131

Introducción

El turismo internacional refleja la posición competitiva de un país respecto a los demás, sin embargo, esta actividad económica también se enfrenta a los constantes cambios del proceso global. El mundo está pasando por profundas transformaciones donde se replantean los mecanismos de poder y la hegemonía en las Relaciones Internacionales, es por ello, que el papel de esta disciplina en la escena internacional, nos mostrará a un internacionalista convencido de que se deben de redefinir las líneas de acción del sector. De esta forma, el turismo como una actividad importante para el país, a nivel nacional y a nivel internacional debe implementar nuevas estrategias cada vez que la coyuntura internacional lo establezca, lo cual le brinde a México una diferenciación planeada que le dará a nuestro país la oportunidad de destacar a nivel mundial.

Hoy en día, el turismo es una actividad primordial a nivel internacional, se ha convertido en un objeto de estudio que engloba a un gran número de elementos que permanecen en constante interacción y a partir de ellos se generan una serie de actividades para el abastecimiento de bienes y servicios. El enfoque multidisciplinario de las Relaciones Internacionales nos permite analizar una perspectiva del turismo internacional como una de las actividades económicas más dinámicas y con mayor potencial de crecimiento en el sistema global, por el cual es importante ubicar los objetivos y las metas a desarrollar, redefinir las estrategias que debe regir el desarrollo de la actividad turística en nuestro país, para que este sea un sector que contribuya a restablecer nuestra economía y pueda otorgarle a México roce internacional e imagen de modernidad.

La visión de un internacionalista nos puede aportar un valor diferenciado en la elaboración de una estrategia política para la mejora del sector turístico cultural en nuestro país, brindándonos una orientación principalmente internacional sin descuidar el sector interno. Se debe de tomar como punto de partida el papel de México en el mundo, analizando el contexto al que nos enfrentamos, asimismo realizar un estudio de la situación actual del país; lo cual nos permitirá comprender de una manera más profunda la concepción, el planteamiento y la gestión de las políticas turísticas internacionales que se necesitan crear u optimizar, que busquen las alternativas para México y lograr aprovechar el potencial del turismo cultural.

El Plan Nacional de Desarrollo (2007-2012), nos decía que “El lugar que México ocupa en la escena internacional no refleja la riqueza de sus recursos naturales, su privilegiada ubicación en el continente o su importancia demográfica y cultural. México puede y debe ocupar un espacio en la comunidad internacional, en los niveles regional y global, acorde con su importancia real y con su verdadero potencial y capacidades”.¹ Sin embargo, sobre el mismo tema nos comenta Gustavo Marín en su libro sobre estudios demográficos y urbanos lo siguiente: “La enorme complejidad de problemas a la que se enfrenta el país también reflejan su impacto negativo dentro de la industria del turismo, la dependencia respecto a las trasnacionales, la carencia de una infraestructura urbana integral, el problema de la pobreza creciente y la detonante ola de violencia y narcotráfico en la que se ve inmerso representan los mayores obstáculos, y de resolverse o aminorar dichos problemas depende gran parte del futuro cercano para lograr un destino diversificado y culturalmente atractivo”.²

Creemos que esta problemática involucra tanto a los organismos públicos, en temas sobre inversión en infraestructura, en el desarrollo de equipamientos de uso y conservación del patrimonio cultural, así como también involucra a la iniciativa privada en la gestión de proyectos turísticos que realmente cumplan con las normas para la protección de las zonas culturales, y al sector social que está relacionado principalmente con aspectos de seguridad pública, es por ello que la falta de coordinación y los vacíos de regulación jurídica de la actividad turística cultural no han contribuido a elevar la competitividad de los proyectos turísticos a nivel internacional.

Asimismo, Astrid Espinoza, nos dice que en el Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos, se explican algunos de los retos que se deben de superar dentro de las variables contenidas en el mismo, entre las más importantes destacan las siguientes: los recursos económicos, las actividades culturales, los recursos naturales, la protección del medio ambiente, la infraestructura, la profesionalización, los servicios complementarios al turismo y la seguridad pública, etc.; respecto a ellos comenta que la mayor oportunidad se encuentra en lograr un incremento en la conectividad entre los involucrados que permitan

¹ Gobierno de la Republica, *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012*, disponible en: <http://www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx>, (Pág. consultada el 28-02-11).

² Marín Guardado, Gustavo, *Turismo globalización y desarrollo local: Puerto Vallarta y los retos del porvenir*, Revista Redalyc, Vol. 24, Núm. 1, enero-abril, El Colegio de México, México, 2009, pp. 242-247.

un trabajo conjunto y para el académico uno de los objetivos primordiales es generar un indicador capaz de medir la efectividad y competitividad turística de cada una de las entidades, para identificar las fortalezas y áreas de oportunidad para establecer las propuestas necesarias.³

Por otro lado, el PND (2007-2012), también añadió que es responsabilidad de los Estados la elaboración de las políticas de calidad del turismo cultural, las cuales necesitan establecer las estrategias que regirán el sector y para lograrlo se requieren pilares básicos para la apuesta de un nuevo modelo, la mejora del entorno físico, medioambiental y cultural, la mejora de los productos turísticos y la calidad en los servicios relacionados directa o indirectamente con el turismo, y principalmente los retos del tema de seguridad que redunde en una mejora de la imagen del país.⁴

De igual forma, referente al papel del sector privado dentro del turismo, nos plantea que la internacionalización de los mercados genera nuevos desafíos, en los cuales, las empresas deben desarrollar su capacidad para afrontar los retos marcados por la diversidad cultural y ser fieles a nuestra identidad nacional dentro de la concepción de los productos, la creación de su imagen y la elaboración de estrategias, capitalizando los recursos que ésta ofrece porque se ha convertido en un factor clave del éxito económico, implementar nuevas estrategias de innovación tanto en la concepción de productos como la creación de su imagen de marca, la elaboración de tácticas para su comercialización, así como no descuidar la organización y administración de las instituciones y de las empresas que se convierten en factores esenciales que deben tenerse en cuenta en las organizaciones turísticas a nivel mundial.⁵

Esta investigación establece como hipótesis de trabajo que la inserción exitosa del turismo nacional en el escenario mundial no ha sido un proceso fácil, debido a su carácter dinámico, el cual, tiende a integrar las nuevas demandas de la sociedad internacional, entre ellas el medio ambiente, la oferta diversificada, la prestación de servicios de calidad, la preservación de la cultura, y ahora los retos de inseguridad que presenta nuestro país, es

³Espinoza, Astrid, *Mayoría de estados reprueba en turismo*, CNN Expansión, disponible en: www.cnnexpansion.com/economia/, (Pág. consultada el 22-02-10).

⁴Gobierno de la República, Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, disponible en: <http://www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx>, (Pág. consultada el 28-02-11).

⁵Ídem.

por ello que, las deficiencias estructurales y el conjunto de políticas turísticas y culturales que no siempre orientan del mismo modo sus intereses, han sido una de las causas principales de que México a pesar de ser un país que cuenta con un patrimonio cultural de gran riqueza, ha descuidado sectores relevantes como el turismo cultural. Creemos que del acuerdo entre ambas políticas, tanto turísticas como culturales, existirá la posibilidad de perfilar un modelo de desarrollo turístico sustentable dentro del ámbito nacional e internacional. Siendo que la cultura permea todas las formas de expresión en la sociedad internacional, es acertado decir que el turismo cultural posee características que lo convierten en una prioridad nacional dada su importancia como factor de desarrollo y motor de crecimiento; se buscan generar las condiciones de participación y colaboración entre entidades públicas, privadas y expertos, para la aplicación sistemática de estos modelos y emprender un proyecto urbano de gran envergadura; es decir, se pretenden enriquecer las políticas del modelo turístico y presentar un México netamente cultural y seguro.

El presente proyecto nace con el objetivo principal de estudiar y analizar las políticas turísticas nacionales e internacionales del país en un contexto global. Actualmente, la globalización es un término demasiado usado que nos remite a una amplia variedad de significados, sin embargo, para el propósito de dicha investigación, tomaremos como base que la globalización se ha caracterizado por la transnacionalización del capital y la segmentación del mercado, creando nuevos productos, intensificando la competencia mundial y la reorganización de los espacios de consumo mediante nuevas rutas, circuitos y bloques comerciales; así como el sincretismo cultural que deriva de la movilidad de la población y de la influencia de los medios masivos de comunicación⁶; comenzaremos este análisis para gestionar una política internacional de mejora, calidad, innovación y sostenibilidad para el sector del turismo cultural nacional.

Consideramos importante insistir en el tema ya que el fenómeno de la globalización es un proceso dinámico y de múltiples expresiones de la realidad internacional, ahí destaca la relevancia de analizar los elementos políticos, económicos y sociales que engloban a los centros turísticos; como bien sabemos los países en desarrollo se han enfrentado a serios problemas de estabilidad y crecimiento debido a los retos que impone este proceso, de esta

⁶ Vargas Castro, Alejandro, *El desarrollo local en el contexto de la globalización*, Nuevo Pensamiento, México, 2006, p. 61.

manera el turismo cultural puede cumplir un papel estimulador para revalorizar y recuperar los elementos culturales que caracterizan e identifican a cada comunidad ante un mundo globalizado, y particularmente el reforzamiento de la identidad cultural a través del turismo, que puede actuar como una fuerza inhibidora de los efectos homogenizadores de este fenómeno.

Por todo lo anterior, este proyecto en su primer capítulo titulado: “Turismo y cultura en el marco de la globalización mundial”, nos remite a las principales características históricas referentes a la evolución del turismo en el país, es por ello que dentro del mismo, analizamos los componentes sobre su desarrollo, realizamos un estudio sobre las políticas turísticas y estrategias políticas que se han puesto en práctica tanto por organismos públicos como la Secretaria de Turismo (SECTUR), como principal órgano gubernamental del país y las estrategias realizadas por la iniciativa privada de dicha actividad, lo cual nos permitirá comprender la dinámica que ha tenido el turismo cultural en México durante los últimos años.

De esta manera pasamos a nuestro segundo capítulo, el cual nos muestra un panorama actual del turismo; realizando un bosquejo acerca de los documentos que rigen jurídicamente el sector como lo es el Plan Nacional de Desarrollo (2007-2012) y ahora el actual que corresponde al periodo (2013-2018); el Programa Nacional de Cultura (2007-2012); así como la operación y participación de las instituciones turísticas nacionales, SECTUR en su papel de órgano promotor turístico en el país, y la participación de México en las organizaciones internacionales como la OMT, este capítulo tiene como finalidad brindar una perspectiva más amplia del sector, y lograr identificar los aciertos y las insuficiencias del modelo que ha seguido México en materia turística al día de hoy.

Dentro de nuestro tercer capítulo que lleva por título: “Retos para la elaboración de una política de turismo internacional culturalmente sustentable para México: una visión hacia 2015”, nos permitimos realizar un estudio sobre las estrategias internacionales como resultado del análisis de su evolución con variables cuantitativas y cualitativas, todo con el objetivo de dar inicio a la gestión de una política internacional para el turismo cultural, que nos permita tener establecidas las líneas de acción hacia el año 2015, para que dentro de un mediano plazo se pueda vislumbrar un sector dinámico, integrado y atractivo en el orden del sistema mundial, que reconozca a nivel internacional la importancia de la

sustentabilidad de las principales zonas arqueológicas, ciudades histórico-culturales del país, entre otros; diversidad cultural por la cual México es visitado y admirado que además permite beneficios económicos.

En la actualidad, existe una mayor integración mundial y México se encuentra en una situación de enorme potencial para el desarrollo exitoso de este sector, ya que existen amplias oportunidades de actividades turísticas culturales, sin embargo, las políticas no han logrado ampliar y abarcar una variedad mayor de expresiones y experiencias culturales, es decir, que facilite el acceso a la diversidad cultural para dar a conocer las principales zonas arqueológicas, museos, ciudades histórico-culturales, así como también que sea inclusiva en la participación de festivales.

Debemos aprovechar las características del entorno que le permitirán defender y mejorar su posición competitiva, a través de una política bien definida y establecida y que México sea visitado y admirado por su diversidad cultural. Resulta de vital importancia estudiar las capacidades de la rama turística del país, ya que el gran atractivo natural y cultural de México resultan ser aspectos que busca el turista, en el que la inmersión del patrimonio cultural, como las artes, la filosofía, la visita de monumentos y la participación en festivales, sean una garantía que además brinde la oportunidad a los pueblos de verse beneficiados de las actividades turísticas tanto en el aspecto económico, como para sensibilizar y valorar su propia cultura.

Por lo anterior, nos vimos en la necesidad de iniciar un proyecto para enaltecer el desarrollo de este sector de la sociedad internacional y lograr los beneficios deseados. En tales circunstancias dichas investigaciones se han basado en herramientas teóricas que nos respalden y nos den el sustento teórico-metodológico. De llevar al cabo la propuesta escrita en la presente investigación, será probable que dentro de un corto plazo se puedan cubrir la creación de opciones reales para el desarrollo de esta actividad en nuestro país; en un mediano plazo, comenzar a implementarlas acordes con la operación de la política exterior del país y la política turística cultural para proyectar una buena imagen de México; y finalmente, a largo plazo, ser una opción atractiva internacionalmente.

Pretendemos dejar un buen ejemplo a las futuras generaciones para estimular y motivar su interés hacia el análisis propositivo e innovador de las políticas y estrategias

turísticas internacionales para el desarrollo del turismo cultural, esta área de estudio seguirá siendo precursor de flujos mundiales poniendo en interacción espacios y sociedades distintas, que tengan presente que el turismo ha contribuido al conocimiento interpersonal y al desarrollo pacífico de las relaciones entre los pueblos, ha impulsado los avances tecnológicos en materia de transportación, aunado a que todos estos logros han sido además, un detonador del crecimiento económico; sí las políticas se logran coordinar y orientar hacia un mismo objetivo, además del análisis de la estructura y desempeño del sector que plantea retos en términos de crecimiento, diversificación y mayor permanencia podremos favorecer el encuentro fructífero de las culturas de los continentes creando así un mejor ámbito de las Relaciones Internacionales para nuestro país.

1. Turismo y cultura en el marco de la globalización mundial

Samuel Huntington en su obra “El choque de civilizaciones”, nos proporciona la importancia del enfoque geocultural en el análisis de las Relaciones Internacionales, ya que argumenta que el factor cultural cada vez será más importante en el sistema internacional y por lo tanto dentro del estudio de la realidad mundial. De igual forma, repercute dentro del sector turismo, ya que el turismo siempre se ha caracterizado por traspasar las fronteras nacionales. Por ello, resulta pertinente preguntarse ¿qué significa la globalización y cuál es el impacto sobre el turismo y la cultura?

La globalización es un proceso reciente de desarrollo y despliegue de un conjunto de fenómenos y sucesos de naturaleza física o material, que abarcan todo el globo terráqueo, como el de las telecomunicaciones, la informática, las redes de información, (observación y la financiera), que es la base del pretendido mercado global.⁷ La cual a su vez ha abierto nuevas oportunidades para el desarrollo del turismo, facilitando su crecimiento con el desarrollo de nuevas tecnologías dentro de las comunicaciones y el transporte ya que ha impulsado la eficiencia de las operaciones de la industria, así como la calidad de los servicios que se proveen a los consumidores.

El impacto de la globalización plantea nuevas situaciones que inciden, como en ningún otro momento de la historia, en la economía, en la política y en la vida social de las naciones. La concentración de la riqueza en territorios y sectores sociales cada vez más reducidos, así como la exclusión creciente (de la mayor parte de la humanidad) al desarrollo alcanzado por los países centrales del capitalismo, son resultado de dicho proceso de globalización, como dan cuenta los datos sobre pobreza, desigualdad, exclusión y la violencia social experimentada en la mayor parte del mundo todos los días. Es por ello que la globalización, las nuevas políticas y los cambios económicos en el mundo han transformado las preferencias y el perfil de los turistas, los nuevos consumidores muestran un patrón de comportamiento completamente diferente y se han desarrollado nuevas motivaciones de viaje y necesidades.

⁷ Hernández-Vela Salgado, Edmundo, *Diccionario de política internacional*, Porrúa, México, 1993, pp. 378-379.

La globalización y su impacto en la cultura, ha resultado en tratar de estandarizar o uniformizar imaginarios colectivos, que han sido construidos y sedimentados a través de muchos años en experiencias históricas y sociales intrasferibles.

Es por ello que se abre una dimensión en el sector turismo en el cual se proporciona el enfoque de la variable cultural que permea y complementa su análisis en este ámbito de estudio; la cultura como un factor de cohesión social e identidad nacional, nos ofrece oportunidades para el desarrollo de una sociedad determinada, la cultura da identidad al individuo en la vida social y profundiza la red de interrelaciones que caracteriza a la sociedad internacional contemporánea.

Los procesos de globalización y la creciente demanda del turismo, han traído como consecuencia el surgimiento de la diversificación de la oferta para este sector, favoreciendo distintas regiones del país, viéndose beneficiadas con proyectos de turismo cultural principalmente. Sin embargo, los patrones culturales y los estilos de vida de las comunidades emisoras y receptoras turísticas presentan constantes cambios como condición de la posmodernidad que debe ser estudiada en su diversidad social para conocer las posibilidades reales del desarrollo de los diversos destinos turísticos, de ahí, también la exigencia de afianzar y proteger la diversidad cultural, y el importante papel del turismo como vehículo de diálogo intercultural.

Por otra parte, el mundo actual es un mundo de información y conocimiento, es por eso que el turismo es también una forma de obtener conocimiento para el desarrollo humano de las personas. El conocimiento como producto turístico se ha vuelto esencial para ciertas experiencias turísticas, como es el caso del turismo cultural, en este tipo de turismo, la persona aprende a través del acto turístico a conocer y frecuentemente a valorar elementos culturales relevantes, de esta forma la confrontación de modos de vida a partir del viaje turístico, el aprendizaje de nuevas costumbres han sido factores decisivos en el desarrollo del turismo hasta la fecha y lo seguirán siendo en el futuro.

De este modo, el turismo contemporáneo demanda algo más que sol y mar, ya que busca un reencuentro consigo mismo, con la naturaleza y la cultura, y es necesario adecuar las políticas para el mejor funcionamiento del sector, y no solo eso, sino también las necesidades de la población receptora y su desarrollo en busca de un equilibrio armónico

entre unos y otros, a través de las industrias culturales, así como a través de los medios de comunicación masiva y las tecnologías avanzadas.

Es importante mencionar que el patrimonio cultural de México son los principales centros turísticos culturales, por lo que es indispensable detonar su desarrollo por los múltiples beneficios que se pueden derivar del mismo, así como para evitar que el país quede relegado en el escenario turístico mundial. En este contexto, una de las variables indispensables para legitimar el proceso de globalización es a través del surgimiento de las industrias culturales, las cuales se han convertido en uno de los recursos más promisorios y rentables para el crecimiento y la sustentabilidad económica del mundo entero, poseen una importancia estratégica, ya que al mismo tiempo que son generadores de capital y empleo, también son elemento fundamental para la preservación, difusión y fortalecimiento cultural, favoreciendo la capacidad de creación y expresiones propias de la cultura nacional.

Por todo lo anterior, podemos ver que una de las expresiones más evidentes de las sociedades actuales es la creciente interacción entre sus componentes a lo largo del globo terráqueo, es decir, en todas las sociedades actuales, en todos los continentes, se reciben impactos e influencias del resto del mundo.⁸ El turismo es simultáneamente una de las formas más obvias de la globalización lo cual se ve reflejado en la cultura y de la cual es a la vez una de las más difíciles de evaluar.

1.1. La cultura como un elemento esencial para el turismo

De acuerdo al Diccionario Ibalpe Enciclopédico la cultura se define como “Un conjunto de elementos materiales e inmateriales de los que cada sociedad dispone para relacionarse con el medio y obtener así la subsistencia, la cual abarca técnicas, normas, pautas sociales y sistemas de valores generados a través del desarrollo histórico del grupo, la cultura se transmite de una generación a otra por medio de los procesos de socialización”.⁹

Por otro lado, la actividad turística se resume en actividades productivas básicamente relacionadas con la esfera de los servicios, que consiste en los

⁸ De la Torre Padilla, Oscar, *El Turismo fenómeno socioeconómico y cultural*, Textos Universitarios, México, 1976, p.p. 167-203.

⁹ Diccionario Ibalpe Enciclopédico, p.930.

desplazamientos del lugar de residencia habitual, de manera voluntaria y temporal, de forma individual o grupal, los cuales pueden ser con motivo de recreación, descanso, salud y cultura a otro sitio en el que pueden existir espacios, bienes y servicios planeados, contruidos y operados para el disfrute.

Siendo así, podemos definir al turismo cultural como aquel desplazamiento motivado para conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos, elementos distintivos y materiales intelectuales que caracterizan a una sociedad o un grupo social de un destino específico. La Organización Mundial del Turismo (OMT) lo define como *“La inmersión en la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes y la filosofía de otras regiones”*¹⁰, el cual además tiene por objeto conocer la forma de vida de los habitantes de una zona determinada, comprendiendo aspectos como el idioma, las creencias, la cocina, la manera de vestir, las costumbres y los productos que se derivan de todos ellos.

El patrimonio es descrito como el conjunto de formas de una cultura tradicional y popular o folclórica; la Carta de Venecia nos hace una descripción sobre lo que es un monumento, nos dice que es aquella creación arquitectónica aislada, así como el sitio urbano o rural que nos ofrece el testimonio de una civilización. La conservación del patrimonio arqueológico, exige una respuesta inmediata ante la sociedad, al tratar con zonas de monumentos arqueológicos estamos tratando con recursos colectivos, recursos de diversos significados y que a todos nos importan. Diversos componentes del patrimonio arqueológico pueden percibirse como culturales, educativos, turísticos, económicos, entre otros, y no son renovables e implican un tratamiento y un manejo para su puesta en valor y supervivencia.

Para poder proponer una política internacional debemos señalar y respondernos las siguientes cuestiones ¿Por qué nos interesa? ¿A quiénes nos interesa? ¿Qué nos interesa del patrimonio?

El patrimonio arqueológico comprende una diversidad de valores, individuales y colectivos, mediatos e inmediatos, históricos y actuales, los cuales mencionamos a continuación:

¹⁰OMT, disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>, (Pág. consultada el 6-11-12).

- *Valor de uso*: satisfacción de una necesidad material o de conocimiento.
- *Valor formal*: Los objetos son apreciados por la atracción que despiertan a los sentidos, por el placer estético.
- *Valor simbólico-significativo*: La relación entre los individuos que produjeron los bienes o los utilizaron y sus actuales receptores.
- *Valor económico*: las economías contemporáneas tienden a pensar que cada componente arqueológico es un gran recurso económico.

Asistimos al permanente cambio de la escena internacional producto de la aceleración de la historia, proceso que se ha dado por denominar globalización, siendo que trae aparejado nuevos protagonistas y nuevas demandas de desarrollo. El sustento de la globalización es la mundialización de los mercados y la internacionalización y transnacionalización de los capitales, este proceso que viene desarrollándose desde el siglo XIX con la existencia de empresas multinacionales (que actuaban como casas matrices desde los centros desarrollados, un gran número de subsidiarias producían para diferentes mercados locales a partir de decisiones tomadas en las primeras), se ha diluido el concepto de centro satélite a nivel de empresas, y el diseño de los bienes por producir se hace en cualquiera de las unidades y se produce donde quiera que lo señale la economía de fabricación, lo que significa la sustitución de una economía vertical por otra horizontal a escala global y que impacta tanto a la producción material como a la intelectual, ya que los conocimientos de una nación se convierten en patrimonio común de todas.

Este cambio de paradigmas del desarrollo que sobrevive hasta nuestros días, tiene un correlato en lo que significa la generación de nuevas políticas turístico-culturales acordes con los nuevos escenarios internacionales. Desde hace ya varias décadas, venimos asistiendo a la presentación y representación del concepto de patrimonio como factor de desarrollo, la gestión integral del mismo, dentro de las actividades terciarias, se configura como el sector más sensible desde el punto de vista de la conciencia de su propia tarea, pero al mismo tiempo el que menos fuerza posee a la hora de integrarse en procesos dinámicos más generales de desarrollo social y económico como puede ser el turismo.

1.2. La sociedad del conocimiento y el turismo cultural

El turismo es una actividad excepcional y enriquecedora de la calidad de vida, y que a su vez se convierte en una actividad que activa los intereses que comprometen las expectativas sociales de diversos sectores de la economía en donde se revierten los esfuerzos creativos e innovadores de diferentes ámbitos de la producción a favor del bienestar y el equilibrio social.

El turismo ha ido cambiando como resultado de los procesos de transformación política, económica y social. En este sentido, el turismo es un sistema que se ve afectado por decisiones provenientes del entorno. Desde las últimas décadas del siglo XX, el turismo se ha ido convirtiendo en uno de los fenómenos económicos, sociales y culturales más importantes, en una de las industrias de servicios más rentables y con una gran proyección de futuro, y en la que juega un gran papel el patrimonio y las expresiones culturales. La cultura ha estado estrechamente vinculada con el desarrollo, aunque históricamente este vínculo se haya roto de manera relativamente reciente, sobre todo, en países subdesarrollados y debido a la adopción universal del modelo occidental de desarrollo y la internacionalización de la tecnología occidental.

Es significativo recordar que el turismo es un fenómeno de la civilización, que se originó en el mundo occidental, y que correspondió a una evolución lenta pero decisiva de los modos de vida, la cual tuvo un auge decisivo a mediados del siglo XX, en una coyuntura social que permitió a extensos sectores de las sociedades desarrolladas lanzarse al descubrimiento del mundo. Tal fenómeno tiene su epicentro en un mundo desarrollado y hasta la fecha, es desde ahí donde se definen las grandes orientaciones tecnológicas, económicas, sociales, políticas y culturales que marcan, definen y orientan el turismo.¹¹

Sin embargo, el mundo ha ido cambiando de manera acelerada, la tecnología, la ciencia, la economía, la política son cambios que se reflejan en nuestra vida diaria, en nuestros gustos, necesidades y preferencias, estos cambios acelerados también influyeron en el turismo como, por ejemplo, la informática que permite una mejor y más eficiente comunicación de los prestadores de servicios (agencias de viajes, hospedaje, alimentación entre otros), y el desarrollo de mejores sistemas administrativos ha permitido un eficiente

¹¹ SECTUR, *El Turismo Mexicano en el Largo Plazo*, Memoria del encuentro nacional de Turismo la perspectiva 2020, México, 2000, p. 25.

manejo de la industria, si bien los cambios han sido constantes y sorprendentes, se han realizado en la mayoría de los casos para satisfacer gustos, preferencias y necesidades .

La puesta en marcha de turismo es fruto de sociedades industriales avanzadas, entre otras cosas, es definida por una nueva distribución entre tiempo de trabajo libre y de ocio. Dentro del panorama turístico, el turismo cultural es uno de los sectores que más ha crecido y que tiene mayores expectativas; los factores que han inducido su auge son muy diversos y están relacionados con los cambios y gustos de los consumidores.

Algunas de las ciudades emergentes han elegido al turismo como motor principal de desarrollo, en los casos en que se han encontrado ante la necesidad de reconvertir la principal actividad económica o combinándolo con un relanzamiento económico y cultural de la misma. En cuanto a los países latinoamericanos comenzaron a hacerse del interés económico del recurso turístico a mediados de 1960, incorporando la gestión del turismo a niveles de gabinete de ministros e institucionalizándolo como factor de exportación.

Las políticas de turismo a nivel local comenzaron a ser promovidas en los años 60 y 70 por las agencias internacionales de financiación y desarrollo, como una manera efectiva de transitar el camino a la modernización, de lograr competitividad, de integrar regiones categorizadas como atrasadas a la economía occidental, de adquirir nuevas destrezas y competitividad a través de la transferencia de tecnología, de atraer inversiones, siempre y cuando los gobiernos locales comprendieran la importancia de generar y sostener climas favorables y garantías a las inversiones y de diversificar las fuentes de ingresos, entre otras promesas.

En las ciudades periféricas encontramos una paradoja: pudiendo existir desarrollo turístico sin desarrollo económico ni prosperidad para los habitantes. Es el caso típico de los enclaves turísticos de muchos lugares del Caribe y de otras regiones de Latinoamérica, en las que el emprendimiento turístico es diseñado consolidando la dualización de la sociedad local, donde los propietarios e inversores son habitualmente empresas transnacionales.

En el caso de los países subdesarrollados, el proceso de desarrollo de un destino turístico no debería responder únicamente a la demanda creciente del mercado emisor de los países desarrollados, sin tener en cuenta una política adecuada para el lugar que se

quiere desarrollar o potenciar como destino turístico. Salvo la intervención aislada, acertada o no, de organismos internacionales, no hay un organismo supranacional que regule eficientemente las políticas turísticas. Para que el turismo redunde en un beneficio para la economía y la situación social de un lugar es necesario que las estrategias se hagan de acuerdo con las necesidades socioeconómicas y el respeto a la identidad y cultura local en un contexto de desarrollo sostenible en el tiempo.

Las ciudades se consolidan como centros relevantes en la esfera internacional, al tiempo que se concentran en ellas las economías basadas fundamentalmente en servicios, entre los cuales destaca el turismo que ha acompañado el desarrollo económico de la gran mayoría de las ciudades. De la mano con este cambio de modalidad de la forma turística, en los últimos años aparecieron algunos países, regiones y mucho más recientemente ciudades, que optaron por darse una política que les permitiera participar en el comercio internacional a partir del desarrollo de la actividad turística, optimizando el uso del recurso turístico, e intentando de esta manera influir sobre la oferta y la demanda tradicional del turismo.

Actualmente, existen grupos de turistas quienes buscan nuevas experiencias acorde con nuevos gustos, preferencias y necesidades, es por ello que, se han incorporado servicios adicionales a los tradicionalmente reconocidos como parte de las ofertas de servicios turísticos, como son la animación turística, el ecoturismo, el turismo de aventuras y el *turismo cultural*. La cultura, constituye una de las principales razones del movimiento de las personas y el turismo, en cualquiera de sus formas, provoca un efecto cultural ya sea en el visitante o en el anfitrión; sin embargo, lo novedoso en este campo ha sido la ampliación de esta demanda a grandes capas de la sociedad, ya que ha abandonado su antigua conexión con una élite erudita para convertirse en un fenómeno de repercusión social global.

En el año de 1982, la UNESCO afirmó que la cultura es el fundamento necesario para un desarrollo auténtico ya que la sociedad debe realizar esfuerzos importantes dirigidos a planificar, administrar y financiar las actividades culturales, debiendo tomar en consideración las necesidades y problemas de cada población, sin menoscabo de asegurar la libertad necesaria para la creación cultural, tanto en su contenido como en su orientación. Este primer eje concibe a la cultura como un elemento esencial del desarrollo.

Por todo lo anterior estamos convencidos de que el turismo es ante todo un fenómeno de la sociedad internacional, antes que una actividad económica, es por ello que las formas de definirlo le dan primacía a los factores sociales, culturales y políticos que se entrelazan con la dimensión económica del fenómeno, en un complejo entretreído de interacciones mutuas. Además de la relevancia del tema para los aspectos culturales de las localidades, en términos turísticos y económicos, la identidad se ha convertido en un tema de relevancia para los diferentes destinos del mundo, tanto por la importancia de distinguirse de otros lugares, como por la percepción del mercado y de los organizadores y agentes de la estructura turística internacional.

Actualmente, existe una tendencia a revalorizar lo propio, a subrayar lo que caracteriza a cada lugar, a salvaguardar la identidad, la diversidad y el pluralismo cultural de los distintos pueblos. La “sociedad del conocimiento”, en el sentido empleado por el autor Manuel Castells, hace referencia al cambio de civilización al que asistimos, esta atención hacia lo local coexiste con la tendencia a diseminar globalmente el conocimiento creando una cultura universal.¹²

El nivel de desarrollo de las fuerzas productivas en la actualidad, ha permitido que numerosas personas contemplen al ocio como un componente privilegiado de su modo de vida, así nació el turismo, pero esta perspectiva ha superado ampliamente la sola implicación de tomar vacaciones, lo lúdico forma parte de la vida diaria porque se asiste a un incremento turístico en la sociedad. Plantearse que el fenómeno del turismo es antes que todo un vasto proceso de la sociedad, no es solo una declaración de principios, sino una referencia elocuente a un haz de complejos factores que ha influido en la constitución del extenso movimiento turístico en el mundo y en México en particular.

El reconocimiento del turismo como un fenómeno de la sociedad internacional encuentra, como una de sus consecuencias la necesidad de esbozar sus escenarios a mediano plazo, de manera no limitada a sus variables económicas más reconocidas, sino incluyendo también el análisis de otros factores esenciales en el devenir de las sociedades más democráticas y participativas.

¹² Fernández Zamora, Ana, *Turismo y Patrimonio Cultural*, Universidad de Jaén, España, 2006, p. 29.

Durante décadas se consideró que el turismo posiblemente era el factor que más propiciaba la destrucción de las sociedades y las culturas tradicionales, asimismo, existen argumentos de que la globalización conduce a la homogeneización cultural, ya que el incremento de las interconexiones entre las personas y los lugares han creado una convergencia de las culturas, lo cual implica una pérdida de la pureza y la autenticidad de las culturas; sin embargo, a través del turismo cultural, éstas se han mantenido, al ofrecerles una salida a su producción cultural y artesanal, que el mundo tecnificado no les permitía. Bailes, tradiciones, objetos artesanales y otras numerosas manifestaciones culturales han sido revitalizadas por su acceso al mercado, las tendencias más recientes de turismo muestran una demanda creciente de respeto a las tradiciones como elemento central de producto turístico, es por ello que la preservación de las culturas tradicionales se ha constituido en una parte central de los modelos turísticos y las políticas sectoriales.

Se ha llegado a asumir que uno de los peores efectos de la globalización en la cultura es la mercantilización, ya que la cultura es modificada, como intento de responder a la demanda de los turistas de experiencias culturales, se trata de crear artefactos específicamente para el consumo de los turistas, adaptándolos a las necesidades de los turistas. Aunque la comercialización de la cultura es inevitable, consideramos que no debe tener necesariamente un efecto negativo ya que puede ser la solución para el deterioro cultural. Siendo las artesanías culturales un emblema de reconocimiento para los turistas, la comercialización cultural significa la conservación y preservación para revitalizar las tradiciones y la autenticidad, promover la conciencia cultural y de esta manera las comunidades podrán mantener el control de sus propios productos.

En esta escena en la que los cambios ocurren vertiginosamente, el concepto y uso social del patrimonio cultural ha evolucionado de forma acelerada, de ser un bien apreciado por unos pocos ha pasado al concepto actual de patrimonio como valor cultural integrante de una herencia que hemos recibido y que debemos legar a futuras generaciones. Este comportamiento colectivo está reforzado por la consideración del patrimonio como recurso con capacidad de generar actividades múltiples, del que se valora su aportación a la calidad de vida de las personas, su incidencia en actividades turísticas y de ocio, y su innegable carácter de bien económico, por lo que resulta importante continuar con el desarrollo óptimo de las mismas. Esto ha provocado que el ámbito cultural deje de ser un comportamiento estanco y pase a tener más relación con otros sectores económicos y sociales, lo cual ha incorporado nuevos retos en la gestión del patrimonio cultural. La

sociedad actual, la política cultural y el patrimonio han pasado a ser eje de las políticas locales, regionales e internacionales.

El crecimiento de la economía y la interdependencia cultural han acelerado la homogeneización de las demandas de los consumidores, la aceptación universal de productos globales como la comida, las bebidas, la ropa, la música y el cine. Los nuevos desarrollos en la tecnología y las comunicaciones, como el internet, programas televisivos, periódicos y revistas en línea han permitido a las personas de diferentes regiones y culturas mantenerse en contacto, lo cual ha traído consigo para el turismo nuevas ideas y nuevos productos.

La diversidad de modalidades ofrecidas por México intenta brindar una respuesta a las cambiantes preferencias de los turistas. Ante una demanda, cuyos hábitos de consumo están fuertemente influenciados a través del discurso emanado de los medios de comunicación social y a partir de los cambios en los modelos de uso y consumo turístico, es necesario buscar alternativas promocionales que le permitan al destino mantener su posición en el mercado. De manera independiente a la estrategia seleccionada para sobrevivir a los continuos cambios en el perfil de la demanda, nunca se debe olvidar que todas las modalidades ofrecidas toman al territorio y los recursos como base de su escenario, por lo tanto, es necesario pensar en una planificación que responda a los principios de sustentabilidad.

1.3. Los organismos multilaterales turísticos y culturales

La existencia de organizaciones internacionales representa en todos los sectores, un fenómeno muy importante, sea cual sea la actividad desarrollada (económica, científica, social o cultural), las organizaciones multilaterales suelen ofrecer su apoyo al desarrollo económico, social para la cooperación internacional, pueden tener varios objetos y finalidades, aunque en la mayoría de los casos se dedican a la creación de redes y recursos comunes con el fin de conseguir determinadas economías de escala, presentando una acción colectiva en muchos campos del desarrollo. Por otra parte, pueden facilitar fuentes de información de datos para conocer la realidad de muchos países.

Asimismo, los organismos multilaterales son aquellas instituciones sin fines de lucro que destinan parte de sus presupuestos al desarrollo de los países emergentes y en

vías de desarrollo. El capital social de estos organismos está constituido por las aportaciones que realizan los gobiernos, y su fin es ocuparse de las situaciones negativas por las cuales atraviesan los países que integran dichos organismos.

Una de las normas dentro de las organizaciones multilaterales, es que los Estados pueden ser miembros ordinarios de estas organizaciones, y se pueden asociar con estatus consultivo a organizaciones gubernamentales (profesionales, sociales o científicas), incluidas las organizaciones internacionales públicas o privadas como compañías aéreas, oficinas de turismo, entre ellas se encuentra la Organización Mundial del Turismo (OMT).

En materia de turismo y cultura encontramos dos organismos principalmente, los cuales son:

- La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.
- La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) tiene como principal objetivo crear las condiciones propicias para un diálogo entre las civilizaciones, las culturas y los pueblos fundado en el respeto de los valores comunes.

1.3.1. La jurisdicción en el turismo cultural

En el ámbito de turismo y cultura estos organismos tienen a su cargo distintas políticas para el desarrollo y la protección como se explican a continuación.

La OMT es la principal organización internacional en el ámbito turístico; aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental; y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

Defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo con el objetivo de maximizar la contribución socioeconómica del sector y minimizar sus posibles impactos negativos. Asimismo, promueve el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas para el Milenio (ODM), encaminados a reducir la

pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible, genera conocimiento de los mercados, promueve políticas e instrumentos de turismo competitivo y sostenible, fomenta la enseñanza y la formación en materia de turismo y trabaja con el fin de hacer del turismo una herramienta eficaz para el desarrollo mediante proyectos de asistencia técnica en más de cien países del mundo.

Entre sus miembros figuran 155 países, 6 miembros asociados y más de 400 miembros afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y autoridades turísticas locales.

Con relación a la UNESCO es el único organismo especializado específicamente en la cultura, para hacer progresar los conocimientos, los estándares y la cooperación intelectual con el objeto de:

- proteger, salvaguardar y manejar el patrimonio material e inmaterial.
- promover la diversidad de las expresiones culturales y el diálogo de las culturas con el objeto de fomentar una cultura de la paz.

Cuenta con 195 Estados miembros y los 8 miembros asociados de la UNESCO están organizados en cinco grupos regionales: África, Estados Árabes, Asia y el Pacífico, Europa y América del Norte, América Latina y el Caribe. A partir de definiciones que no son únicamente geográficas, desarrolla estrategias, programas y actividades a través de sus oficinas en el terreno, que trabajan en colaboración con las autoridades nacionales y otros asociados, asimismo a través de numerosos institutos y centros especializados.

Sin embargo, la UNESCO es la entidad responsable de la protección jurídica internacional del patrimonio cultural a través de su constitución universal, ya que forma parte del derecho que tenemos a heredar de nuestros antecesores y a su vez nuestra obligación preservarlo para las generaciones futuras. Dentro de la organización se evalúan la calidad de las candidaturas para su inscripción en el Patrimonio Mundial, además las autoridades se deben comprometer a poner en marcha marcos legislativos y de gestión y dar seguimientos del estado de conservación de esos sitios.

Así las estrategias de la UNESCO se sustentan en objetivos concretos del concierto internacional, a través de acuerdos internacionales y de la administración de diversas

convenciones que protegen los bienes culturales en conflictos armados, impiden la importación y exportación ilícitas o protegen el patrimonio subacuático, a pesar de ello respeta la jurisdicción interna de los Estados miembros ya que asegura la integridad y la diversidad de cada uno de ellos.

Los instrumentos jurídicos de la UNESCO a nivel internacional son los siguientes:

- Recomendación
- Declaración
- Convención

La acción normativa a nivel nacional presta ayuda básicamente para la formulación de una legislación adecuada con el objetivo de una protección adecuada y efectiva de su patrimonio cultural.

1.3.2. El reconocimiento jurídico del patrimonio y el turismo cultural

A partir de que el turismo cultural comenzó a asumir su carácter de potente industria universal, los organismos internacionales se han preocupado por conciliar esta actividad con la conservación del patrimonio, es por ello que han expedido documentos sobre turismo y patrimonio. Especialmente, la UNESCO y la Organización Mundial del Turismo (OMT), han marcado nuevas orientaciones en la materia para potenciar sus posibilidades como vehículo intercultural, con el requisito de la salvaguardia de la identidad, la diversidad y el pluralismo cultural.

Comenzaremos describiendo la “Carta de Turismo Cultural” expedida en el año de 1976 y adoptada por el Comité Internacional de Monumentos y Lugares de Interés Histórico-Artístico (ICOMOS). La Carta marcó un gran avance en la búsqueda de un marco de relaciones entre patrimonio y turismo, expone que el turismo es un hecho irreversible que ejerce una gran influencia sobre el patrimonio cultural de la humanidad, la cual es positiva en la medida en la que se contribuya a dar vida y mantener el patrimonio, pero se puede convertir en una presión negativa que ha de ser medida y controlada para evitar la degradación de los bienes culturales que sustentan este tipo de turismo.¹³

¹³ *Ibidem.*, p. 65.

El “Tratado de Montevideo” del año 1980, fundacional de ALADI, aludió en su art. 50 (f) a la protección del patrimonio nacional de valor artístico, histórico o arqueológico aunque dejó pasar las políticas turísticas. El 10 de octubre de 1980, la “Declaración de Manila” sobre turismo mundial, nos explicó la necesidad de armonizar turismo y patrimonio y de preservar las señas de identidad de los lugares de acogida.

Existieron otras declaraciones con las cuales se fueron complementando la Carta de Turismo Cultural, realizadas por las secciones nacionales de ICOMOS, como: la Conferencia de Canterbury “Patrimonio y Turismo” en 1990, que estableció siete principios para mejorar la coordinación entre Turismo y Patrimonio, los cuales fueron: planificación turística estratégica, integración de la concepción conservacionista en la planificación turística, asignación de una porción significativa de los beneficios generados por el turismo a las actividades de conservación, consideración prioritaria de los intereses de la población local, implementación de programas educativos a los turistas, minimizar el impacto ambiental ocasionado por los turistas y definición del límite de desarrollo turístico aceptable.

En 1985 se llevó a cabo en Sofía (Bulgaria), la Asamblea General de la OMT. De ella surgió la “Carta del Turismo” y el “Código del Turista”, ésta última apuntó la necesidad de que los turistas debían respetar el orden establecido en la esfera política, social, moral y religiosa de los lugares y de que debían acatar las leyes y reglamentos en vigor, así como mostrarse comprensivos con las costumbres y comportamientos de las comunidades locales y con su patrimonio y se mantuviera el respeto mutuo entre visitantes y turistas.

En el año 1989, la Organización Mundial del Turismo celebró la conferencia interplanetaria sobre turismo con sede en la Haya, en la que surgió el documento “Declaración de la Haya”, en dicha declaración se mostró la necesidad de una gestión racional del turismo de manera que pudiera contribuir a la protección y a la mejora del entorno físico y del patrimonio cultural así como a la calidad de vida.

Para el año de 1992, la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo dio lugar a la “Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo”, como

una herramienta de desarrollo sostenible y tres años más tarde en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible celebrada en Lanzarote, surgió la “Carta de Turismo Sostenible”.¹⁴

Asimismo, tras las deliberaciones del Segundo Coloquio Internacional de las Ciudades del Patrimonio Mundial, los delegados de las ciudades representadas (56) se reunieron en Asamblea General Constitutiva, el 8 de septiembre de 1993 y decidieron fundar la Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial (OCPM). En los Estatutos que se adoptaron en aquella ocasión, se precisaron la misión, los objetivos y las autoridades de esta organización no gubernamental internacional sin fines lucrativos. La Asamblea General Constitutiva apoyó la propuesta del Alcalde de la Ciudad de Quebec y Presidente del Comité Directivo Provisional de que se estableciera la sede de la Organización en la Ciudad de Quebec. Los ocho alcaldes miembros del Consejo de Administración y el Secretario General fueron elegidos por la Asamblea General.

La “Carta de Fez” adoptada en 1993 por la Asamblea General Constitutiva de OCPM, asumió como un esfuerzo la conservación y valorización de las ciudades patrimonio que requieren, en primer lugar, la colaboración de sus ciudadanos, pero también el acceso a técnicas de gestión modernas, fiables y eficaces, así como a recursos económicos cuya importancia supera con demasiada frecuencia su capacidad. En este mismo año de 1993, se publicó la “Declaración de Querétaro: Patrimonio y Turismo” en la cual se concluyó que la destrucción de este recurso no renovable, supone un grave deterioro de la calidad de vida de los habitantes.

El Tercer Coloquio Internacional de las Ciudades del Patrimonio Mundial se celebró en Bergen (Noruega) del 28 al 30 de junio de 1995. El tema de la agenda versaba la comunicación entre las Ciudades del Patrimonio Mundial. La Asamblea General de la OCPM ratificó el Protocolo de Bergen sobre la comunicación y el intercambio entre las ciudades del Patrimonio Mundial. Este protocolo se firmó en presencia del Subsecretario General de las Naciones Unidas, S.E. Joseph Verner Reed y tenía como partes la UNESCO, el Consejo de Europa, el ICCROM y el ICOMOS.

¹⁴ Dicha carta nos explica principalmente el papel del turismo como una actividad que debe contribuir al desarrollo sostenible en *Carta de Turismo Sostenible*, disponible en: <http://www.turismosostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf>, (Pág. consultada el 9-08-12).

En 1996, se emitió la “Declaración de Helsinki” en la cual se especificó la dimensión política de la conservación del patrimonio cultural en Europa para llevar a cabo políticas de patrimonio cultural, entre dichos principios apuntó estrategias sostenibles para el turismo cultural, señaló la dualidad para contribuir al desarrollo y a la revitalización de las regiones, pero susceptibles de crear presiones sobre el patrimonio cultural y afectar a la calidad de vida de la población local, se explicó que toda política sostenible de turismo cultural debería evitar la explotación excesiva del patrimonio cultural y natural, cuya degradación destruirá el fundamento mismo de la motivación turística. En este mismo año, se creó el Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI) para promover la cooperación orientada al sostenimiento del desarrollo, aunque se ha centrado en el combate contra la pobreza.

Frente a la prolija normativa de intervención integral y difusión de planes estratégicos para el turismo cultural existente entre países desarrollados en Iberoamérica, la Organización de los Estados Americanos (OEA) y el Sistema Interamericano tienen como uno de sus objetivos la promoción del desarrollo sostenible con financiamiento externo, y entre ellos la conservación de la biodiversidad y el manejo de los recursos naturales. Es por ello que incluso en el propio tratado de la OEA en su art. 95 indica globalmente como fin el desarrollo económico y social, incluyendo al comercio, el turismo, la integración y el medio ambiente.¹⁵

El convenio Constitutivo del Sistema Económico Latinoamericano (SELA) señaló en su capítulo segundo (j) la promoción de la cooperación en materia Turística entre los países miembros. El ALCA a su vez introdujo en la cumbre de las Américas (Miami, 1994) el Pacto para el Desarrollo y la Prosperidad, que se centró en el desarrollo sostenible y la protección ambiental, aunque no aludió expresamente al Turismo Cultural.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) dispuso de actividades y políticas centradas con el resguardo del patrimonio, sin embargo, se enfocaron en la administración de la reserva de la Biosfera Maya y el desarrollo sostenido en Péten, Guatemala, con la restauración de ruinas arqueológicas y la promoción de ecoturismo.¹⁶

¹⁵ OEA, *Carta de la OEA* disponible en: http://www.oas.org/dil/esp/tratados_A-41_Carta_de_la_Organizacion_de_los_Estados_Americanos.htm, (Pág. consultada el 28-04-13).

¹⁶ Cebrián Abellán, Aurelio (Coord.), *Turismo Cultural y desarrollo sostenible, Análisis de Áreas Patrimoniales*, Universidad de Murcia, España, 2001. p 12.

En 1997, surgió la apelación de Évora en el marco del cuarto Simposio Internacional de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la 3º Asamblea de la OCPM, en la cual se le reconoció al turismo como una actividad dual, que por un lado participa en la valorización y desarrollo urbano y, por el otro, constituye una amenaza para la salvaguardia de la vitalidad y en particular de las ciudades históricas; entre las propuestas se encuentran adoptar medidas que aseguren la calidad de vida y respeten la identidad cultural de los residentes, asimismo, apeló a las empresas, organizaciones y administraciones turísticas con el fin de evaluar el impacto del turismo sobre monumentos y sitios históricos, con una mención especial a las Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

La “Carta Internacional de Turismo Cultural” ya aprobada en 1999 en el marco de la XXII Asamblea General de ICOMOS, propugnó que en estos tiempos de creciente globalización, la protección, conservación, interpretación y presentación de la diversidad cultural y del patrimonio cultural de cualquier sitio o región son un importante desafío para cualquier pueblo en cualquier lugar. Sin embargo, lo normal es que cada comunidad en concreto o grupo implicado en la conservación se responsabilice de la gestión de este patrimonio, teniendo en cuenta las normas internacionalmente reconocidas y aplicadas de forma adecuada.¹⁷ Entre los principios de este documento destacó la consideración de que el turismo es uno de los medios más importantes para el intercambio cultural y para la conservación del patrimonio, de igual forma se refirió a la protección, conservación, interpretación y presentación de la diversidad cultural y el patrimonio cultural como una necesidad en este tiempo de creciente globalización.

A su vez, en el año de 1999, los miembros de la Organización Internacional del Turismo, proclamaron el “Código Ético Mundial para el Turismo”, como marco de referencia para el desarrollo responsable y sostenible del turismo mundial, el cual promueve un orden turístico equitativo, responsable y sostenible, defendiendo el derecho al turismo y la libertad de desplazamientos internacionales, aunque advierte que las actividades turísticas se deben realizar con respeto al patrimonio, el cual deben proteger y transmitir a las generaciones futuras.

Este mismo año se llevó a cabo el V Coloquio Internacional de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la IV Asamblea de la Organización de las Ciudades

¹⁷ CONACULTA, *La Gestión del Turismo en los Sitios con Patrimonio Significativo*, disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/carta.pdf>, (Pág. consultada el 18-04-11).

Patrimonio Mundial, trajo como consecuencia el “Manifiesto a favor de la Cooperación Activa y la Gestión Sostenible de las Ciudades Patrimonio” de la Humanidad celebrados en Santiago de Compostela, España. Destacó los nuevos retos a los que se enfrentan en la actualidad las Ciudades del Patrimonio Mundial, con una gran diversidad funcional, e hizo especial hincapié en la necesidad de innovar en la gestión y cooperar en la conservación de los lugares del Patrimonio Mundial, debiendo participar en estas tareas, junto a los responsables municipales, distintos agentes entre los que figuran la industria turística (tour operadores, cadenas hoteleras, agencias de viajes, etc.) y las organizaciones internacionales de turismo a fin de que contribuyan a la gestión responsable del patrimonio cultural, los cuales serían una vía para lograr un turismo sostenible.

En el 2000, se firmó “La Declaración de Montpellier” por la Liga de Ciudades Históricas, que se comprometían a acatar diferentes normas, como la definición de estrategias globales, destacó la cualidad y diversidad histórica de las ciudades, además de aclarar que en la nueva economía de la globalización el patrimonio histórico de las ciudades debe proporcionar a éstas la oportunidad de extender su influencia por todo el mundo. En relación con el turismo, el cuarto objetivo de la declaración señala la necesidad de garantizar que el desarrollo del turismo, la conservación del patrimonio y el medio ambiente se lleven a cabo en beneficio de la población residente, de modo que la riqueza derivada de las actividades económicas sea distribuida equitativamente, a fin de que proporcione una compensación a la población local como contrapartida de la presencia del turismo. Asimismo, en el año 2000, ICOM propuso una “Carta de Principios sobre Museos y Turismo Cultural”, en la que de igual manera incide en los temas tratados en los anteriores documentos.

La protección a la *diversidad cultural* ha sido otro de los temas clave debatidos en estos documentos, la cual obtuvo su reconocimiento en la proclamación de la “Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural” por parte de la UNESCO en el año 2001, en la que se elevó la diversidad cultural a la categoría de patrimonio común de la Humanidad, planteó que la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan a los grupos y sociedades son necesarias y debe ser protegida para las generaciones presentes y futuras. En este mismo año, con motivo del Sexto Coloquio de la OCPM llevado a cabo en Puebla, adoptaron la “Declaración de Puebla” que se enfocó en las medidas de prevención y de protección para las ciudades del patrimonio mundial en caso de desastre. Dicho documento implica a copartícipes internacionales de la OCPM, esto es, la UNESCO, el Centro del

Patrimonio Mundial, el Centro Internacional para el Estudio de la Conservación y la Restauración de los Bienes Culturales (ICCROM), el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), el *Getty Grant Program* y el *World Monument Fund*.

En el año 2003, fueron adoptados por la Asamblea General de Rodas “Los Estatutos de la OCPM”, los cuales rigen el funcionamiento de las diversas autoridades.¹⁸ En el año 2004, en el marco del Foro Universal de las Culturas celebrado en Barcelona, se firmó la “Agenda 21 de la Cultura”, la cual es un decálogo de compromisos y recomendaciones que se realizan a los gobiernos locales, naciones y organizaciones internacionales, para que favorezcan el desarrollo cultural de la ciudadanía, y en materia de turismo, señala en el punto 44 que se debe trabajar para abrir el libre descubrimiento de los patrimonios culturales a los habitantes de todas las regiones del planeta. Así como promover un turismo respetuoso con las culturas y las costumbres de las localidades y territorios visitados.

El Coloquio de Cusco, en Perú de 2005, fue un gran éxito respecto a la calidad de las discusiones temáticas y a las innovaciones aportadas. En efecto, 1150 participantes del mundo entero fueron calurosamente recibidos en esta capital inca. La temática “Patrimonio de la humanidad, patrimonio con humanidad”, minuciosamente desarrollada por el *Getty Conservation Institut (GCI)*, favoreció el intercambio entre los participantes. La población local pudo beneficiarse directamente con los conocimientos patrimoniales de los numerosos especialistas venidos de todo el mundo.

Posteriormente, se llevaron a cabo los Coloquios mundiales de la OCPM, como el de Kazhan, Irán en 2007, Quito, Ecuador en 2009 y finalmente Sintra, Portugal, 2011, los cuales tuvieron como objetivo principal el desarrollo de estrategias de conservación y gestión de las Ciudades del Patrimonio Mundial.

En líneas generales apuntamos la evolución y el reconocimiento que han ido dictando los organismos internacionales, señalamos algunos de los congresos mundiales que se han llevado a cabo respecto a la protección de la diversidad cultural, que apuntan la necesidad de un desarrollo sostenible en las políticas de patrimonio y turismo, a las oportunidades de difundir la diversidad cultural que ofrece el turismo y los riesgos que el

¹⁸OCPM, *Grandes Documentos de la OCPM*, disponible en: http://www.ovpm.org/es/grandes_documentos, (Pág. consultada el 25-04-13).

patrimonio como bien no renovable sufre a causa de una mala gestión, junto a los peligros de su mercantilización. Todo ello, en el marco de la necesidad de conciliar los intereses de la población local con el público visitante en un mundo global.

Finalmente, cabe destacar que el congreso 2013 se llevó a cabo en Oaxaca de Juárez, Patrimonio Cultural de la Humanidad y esencia cultural de México con el objetivo estratégico de la búsqueda conjunta de alternativas para proteger, resguardar, conservar y gestionar nuestro patrimonio con criterios de sustentabilidad.

1.4. Alcances y límites de la evolución del modelo turístico cultural de México

La observación y el análisis del desarrollo turístico encadena una serie inagotable de acontecimientos que han influido en el desenvolvimiento del país, es por ello que consideramos importante la recopilación y el registro de los hechos de la evolución de las políticas turísticas en México, que nos permitirán profundizar en el conocimiento del proceso sufrido por este fenómeno, con base en las causantes económicas, sociales y culturales cuyo contenido histórico ha significado importantes aspectos coadyuvantes de lo que actualmente constituye nuestro presente turístico y que hoy en día no hay quien pueda negar la importancia de esta actividad y los múltiples beneficios que de ella se derivan.

En México, la industria turística se inició en el siglo XX, sin embargo ya con anterioridad se habían realizado desplazamientos que por sus condiciones y fines, poseían algunas características que se asumen en los viajes modernos, dichos viajes eran realizados por un número reducido de individuos que en busca de atractivos turísticos visitaban el territorio. Pero no llegó a ser significativo, sino hasta fechas posteriores de la Constitución de 1917 en la cual los postulados establecidos cimentaron un gobierno institucional, que vino a traducirse en una firme estabilidad política que propició el ambiente de seguridad que originaría su nacimiento.

Desde un punto de vista histórico, el rescate del legado arqueológico de México da inicio a principios del pasado siglo por iniciativa del General Porfirio Díaz, presidente de la República, quien ordenó la recuperación y restauración de las ruinas de Teotihuacán y posteriormente las excavaciones que permitieron el redescubrimiento de la civilización Maya en Chiapas, Yucatán y Quintana Roo. Así como las culturas Olmeca en Tabasco y

Veracruz, la cultura Tolteca en Hidalgo, Mixteca y Zapoteca en Oaxaca, Tarasco en Michoacán, Totonaca en Veracruz y Puebla.

Observamos que aunque la cultura ya cobraba importancia desde los inicios de la evolución del turismo en México, no era el factor predominante para el desarrollo de la industria turística, se notan los indicios de la incorporación de la variable dentro de algunas acciones llevadas a cabo por el gobierno, que comenzaron a representar la importancia de la cultura en el desarrollo de las actividades turísticas para el país.

1.4.1. De los años veinte a la década de los noventa

Podemos anticipar, que a partir de los años veinte, el turismo en México presentó la concurrencia de factores que nos permiten ubicar su sensible manifestación desde esa década, en la que estando en proceso de superación nuestra inestabilidad política y social se empezó a conformar una incipiente estructura de servicios para atender las primeras corrientes de turistas atraídos por las múltiples bellezas naturales y culturales del país, que los incitan a desplazarse en nuestro territorio. A la presencia de este fenómeno se le consideró desde sus albores un importante factor en el desarrollo económico y cultural de la nación, por lo que su reglamentación y fomento a partir de entonces sientan las bases que permiten el dinámico proceso de esa actividad.¹⁹

En los años treinta, al haberse fortalecido el Estado mexicano y sus principales instituciones rectoras, se pudo imaginar un nuevo marco de desarrollo para las actividades turísticas. A pesar de ello, México solamente se insertó en una tendencia generalizada de expansión del turismo masivo centrado en el desarrollo de las estaciones de playa.

La crisis provocada por la Segunda Guerra Mundial afectó grandemente las estructuras políticas, económicas y sociales de las naciones del orbe y provocó un descenso notable del tráfico turístico por ser el turismo un fenómeno altamente sensible a los acontecimientos de carácter conflictivo que en un determinado momento suceden, sobre todo, cuando se presentan a nivel mundial.

¹⁹ De la Torre Padilla, Oscar, *El turismo fenómeno socioeconómico y cultural*, SECTUR, México, 1976, p.167.

De esta manera, la disminución de las corrientes turísticas en algunos países se manifestó en forma notoria, en tanto que otros, como en el caso de México, si bien no se observaron índices de crecimiento considerables, sí se logró mantener un ritmo de crecimiento moderado, debido a la cercanía geográfica del primer país exportador de turistas: Estados Unidos.

Durante los años de guerra (1939-1945) la situación de estabilidad que imperaba en la nación propició una importante afluencia de turistas extranjeros, principalmente estadounidenses, ya que el gobierno americano comenzó a considerar a México, y particularmente a Acapulco, porque ofrecía sitios adecuados y pacíficos para sus ciudadanos. Esta época correspondió a la fase de apertura del turismo a las grandes tendencias de la actividad turística a nivel mundial. A su vez, en México, se consolidaron el surgimiento de asociaciones que fueron determinantes en el desarrollo de la actividad turística así como para el desarrollo nacional, emprendieron varias acciones para fortalecer el modelo turístico, el cual comenzó a constituirse para el Estado mexicano como un factor importante, un instrumento promotor de la integración social y económica del país.

En aquel momento, México experimentó un crecimiento sin precedentes de la afluencia turística, el cual se estructuró en un patrón de desarrollo estable y duradero de turismo, equiparable al turismo de masas y tuvo dos epicentros principalmente: Veracruz en el Golfo y Acapulco en el Pacífico, pero el mercado americano siguió la misma tendencia de expansión que el europeo, y la búsqueda de sol y playa constituyó la preferencia paradigmática del turismo.

Sin embargo, hasta la década de los cincuenta, durante el gobierno de Miguel Alemán (1946- 1952) fue que el sector turístico comenzó a ser considerado como prioritario para la modernización del país. En efecto, con la concepción, creación y desarrollo de Acapulco como su marca internacional permitió que México fuera partícipe significativo de acciones internacionales de interacción entre gobiernos, tendientes al mejoramiento de las relaciones internacionales.²⁰

Se emprendieron una serie de acciones que manifestaron una política más participativa en el turismo, así como el impulso de instituciones financieras para respaldar

²⁰ SECTUR, *El turismo mexicano en el largo plazo*, Op. cit., p. 38.

la creación de infraestructuras y nuevas empresas en el turismo. Entre ellas se crearon Fogatur (Fondo de Garantía al Turismo) e Infratur (Fondo para el Desarrollo de las infraestructuras Turísticas) en el año de 1956, asimismo se creó el Consejo Nacional de Turismo en 1961 y la definición de un primer Plan Nacional de Turismo en 1962.

Las acciones del gobierno mexicano entre 1964 y 1986 fueron básicamente apoyos a la consolidación del turismo de masas, en esta perspectiva el modelo turístico hace referencia al patrón de desarrollo básico con destinos de sol y playa como la prioridad. A mediados del siglo pasado y hasta la década de los sesentas, se permitió la construcción de hoteles y villas vacacionales en los alrededores y en el interior de algunos sitios arqueológicos, como Teotihuacán, Chichen Itzá, Uxmal y Coba. Aunque esta política actualmente se abandonó casi por completo, actualmente existe nuevamente presión por parte de empresarios para construir dentro de los perímetros de las zonas arqueológicas y monumentales.

Siendo así, el 4 de mayo de 1972 se expidió la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, la cual declaró de utilidad pública la investigación, restauración y recuperación de zonas arqueológicas y de los monumentos artísticos e históricos, y ese mismo año se proclamó como “Año Turístico para las Américas” para el cual se organizó la celebración del I Festival Internacional Cervantino, que tuvo lugar en la ciudad de Guanajuato, Gto, entre el 29 de septiembre y el 18 de octubre de 1972.

Para ello, se requirió de mayores inversiones y apoyos, se recurrió al financiamiento internacional, de Instituciones Internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Mundial (BM). Estas se mostraban dispuestas a apoyar los nuevos desarrollos a través de créditos, canalizando los recursos a la construcción de la infraestructura turística básica (aeropuertos, carreteras y redes para el suministro de energía y otros) y urbana, crédito hotelero y edificación de ciertos equipamientos para atraer inversionistas y a la demanda.

Fue entonces cuando el gobierno mexicano comenzó a tomar medidas para diversificar los destinos turísticos, porque Acapulco era ya insuficiente para atender la demanda creciente de viajes hacia México. Se siguieron dos estrategias para impulsar el turismo en México, como mencionamos anteriormente, por una parte, el otorgamiento de

créditos para la construcción de infraestructura en centros de playa ya existentes como Acapulco y en menor medida en Puerto Vallarta, Manzanillo y el Puerto de Veracruz, por otra parte, se instrumentó una estrategia de mayor alcance consistente en la construcción de Centros Turísticos Integralmente Planeados (CIP) con el apoyo del BID y bajo el mando y coordinación de FONATUR, surgiendo de esta forma Cancún, Ixtapa, Loreto y Los Cabos, y diez años después Bahías de Huatulco. Las acciones para la construcción de los nuevos destinos fueron asignados al Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) que fue instituido en 1974 y con la creación de la Secretaria de Turismo (SECTUR) en 1975, se asignó una posición aún más fuerte a las actividades turísticas, con lo cual se emprendió una promoción muy importante de nuevos destinos, particularmente de Cancún.

Asimismo, el 8 de julio se expidió el Decreto por el que se creó el Consejo Nacional para Promover la Cultura y Recreación entre los Trabajadores, cuyo objetivo era realizar las acciones tendientes al desarrollo de este sector mediante actividades culturales y recreativas. En noviembre de ese mismo año, se expidió el Reglamento de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas y Artísticos e Históricos.

Siendo ya de preocupación permanente para el Gobierno Federal se expidió el 22 de diciembre de 1975, el Decreto por el que se creó el Comité Organizador del Festival Internacional Cervantino, cuyo objetivo fue la organización del citado evento, al cual se consideró de interés público, para estimular la organización, promoción y desarrollo de eventos culturales y artísticos orientados a difundir lo mejor de los valores de la cultura nacional y universal entre los nacionales y extranjeros que visitarían el país, constituyéndose además un instrumento que permitiría alentar una considerable corriente turística

Para esta época, siguiendo la lógica de la existencia de los “ciclos de vida” de los destinos turísticos, Acapulco se encontraba ya en una fase de desvalorización de su producto y Cancún acaparo toda la demanda. La dimensión ambiental de los nuevos desarrollos no fueron evaluados de manera pertinente, dejando en aquel entonces a Acapulco en la obsolescencia, esto último los llevó a reflexionar sobre la necesidad de una política turística que redistribuyera mejor los beneficios del turismo entre las diversas regiones y destinos del país.

La nacionalización de la banca en 1982, y el terremoto de 1985, en México tuvieron efectos negativos sobre la afluencia turística. En el año de 1986 se promocionó desde la esfera gubernamental un Programa de Acción Inmediata (PAIFT) que se planteó como un ajuste del modelo turístico por parte del gobierno hacia los inversionistas potenciales.

De esta manera, el turismo se constituía en un pilar de la reactivación económica de México, que se haría más notoria a partir de 1988, con el entonces nuevo gobierno, estos tuvieron varios efectos ya que se mantuvo un ritmo de crecimiento sostenido en cuanto a la llegada de turistas internacionales. La tasa promedio de crecimiento anual entre 1990 y 1999 fue de 1.27%.²¹ Se diversificaron los destinos turísticos de playa al observarse inversiones crecientes en lugares como Puerto Vallarta, Guaymas y otros.

En cuanto a turismo cultural se refiere, se comenzó a tener un interés por la demanda de destinos interiores entre los que destacan los sitios tradicionales con atractivos históricos coloniales: Oaxaca, Zacatecas o Querétaro, entre otros; además, se vislumbró una incipiente aparición de nuevas modalidades turísticas ligadas a los deportes en sitios naturales, al ecoturismo y visita a sitios no tradicionales, lo que generó una clase emergente de pequeños empresarios, así como la expansión de un turismo de negocios. Se expandieron las modalidades de alojamiento con la creciente presencia de los tiempos compartidos.

Podemos ver que la evolución del turismo que llegó a México fue hacia formas de afluencia turística controladas crecientemente por los grandes mayoristas internacionales, los cuales definieron los destinos que más promocionaron en función de intereses globales que no fueron forzosamente los que más les convinieron al país receptor. Es legítimo afirmar que son más bien las nuevas tendencias internacionales las que han contribuido para la aparición de alternativas turísticas en crecimiento, como es el caso del ecoturismo y la expansión de actividades en sitios antes menos favorecidos, como son las ciudades coloniales o sitios arqueológicos.

²¹ *Ibidem.*, p.78.

1.4.2. De los años noventa al 2000

De 1993 a 2000, en el marco de los proyectos especiales de arqueología, coordinados por CONACULTA y el INAH se acondicionó o construyó en las zonas arqueológicas abiertas al público áreas de servicio al visitante y se abrieron museos de sitio, por lo menos en las zonas más visitadas como: Monte Albán, Paquimé, La Quemada, Xochicalco y Dziblichatún (Mérida, Yucatán), en la concepción de estos museos se procuró mitigar el impacto visual e integrarlas al entorno preexistente. Sin embargo, el resultado de este esfuerzo fue muy variable, ya que en algunos casos, el resultado arquitectónico es plásticamente sobresaliente, y en otros no fue el esperado.

En las zonas urbanas la problemática fue distinta, ya que la adaptación de antiguos edificios en los centros históricos, y servicios turísticos se ha estado realizando con planteamientos y resultados muy diversos porque existen criterios uniformes en los planes y programas para su rescate, las acciones que se han realizado van desde la demolición de un edificio antiguo para levantar un hotel con más niveles, sin integrarlo al contexto circundante, pasando por la destrucción del original y la simple conservación de la fachada, hasta la preservación del esquema tipológico que motivo originalmente la construcción por discretos acondicionamientos para dotar al edificio de las instalaciones y equipos que la actividad turística y el confort que demandan.

En este sentido, nos parece importante mencionar que un ejemplo claro sobre esta preocupación es la expedición de la Carta de Mazatlán que se firmó en el marco del XXV Simposio Internacional de Conservación del Patrimonio Monumental, 2005, la cual consideró al Patrimonio como un elemento esencial y estratégico en el ámbito del turismo cultural que no constituye un servicio adicional dentro de la actividad turística, sino es la razón de la presencia de visitantes y el sustento de muchas familias, y su protección es un presupuesto básico para desarrollar esta importante industria cultural y que el turismo cultural debidamente manejado debe constituir un factor que contribuya a la conservación del Patrimonio, así como un mecanismo que fortalezca la diversidad e identidad cultural a partir del intercambio y conocimiento mutuo de diversas expresiones y formas de ser.²²

²² ICOMOS, *Turismo y Patrimonio cultural*, disponible en: <http://www.icomos.org.mx/2005.php>, (Pág. consultada el 18-04-11).

Finalmente, en los últimos años la evolución del turismo cultural en México ha estado siguiendo un eje rector el cual ha buscado el fortalecimiento de la promoción turística cultural tanto nacional como internacional, para extender la cobertura y poder contar con turistas totalmente satisfechos, a pesar de que se han ido estableciendo políticas para mantener destinos turísticos sustentables. Es por ello que SECTUR desde la elaboración de la Agenda 21 para el Turismo Mexicano en noviembre de 2002, incorporó la planeación estratégica de largo plazo, sin embargo, en el corto plazo mantuvo un enfoque práctico, a fin de establecer acciones y medidas requeridas para su aplicación en destinos turísticos, objetivos que no ha obtenido los resultados esperados, ya que para poder realizar una política fructífera se debe procurar el equilibrio vital entre disfrute y conservación, la integración de valores culturales y naturales y el sensato desarrollo económico, así como auspiciar beneficios de todo orden a favor de los actores que participan en el hecho cultural y turístico, con el fin de garantizar, finalmente la propia sustentabilidad del desarrollo turístico en el largo plazo.

Las instituciones culturales y turísticas, tanto de México como del extranjero han realizado, esfuerzos para analizar el turismo cultural y los subsegmentos que lo conforman, la interdependencia de los sectores turístico y cultural en el manejo de los espacios patrimoniales y la necesidad de establecer una estrecha cooperación en la definición de estrategias de planeación, desarrollo y promoción, ya que el patrimonio arqueológico es en México el recurso cultural privilegiado en la promoción turística, que resulta ser el más atractivo para el turismo, esta situación no siempre ha operado como factor de conservación, ya que la mayoría de las veces la visita masiva de turistas actúa como agente de destrucción.

Una idea del universo monumental que debería gozar de la protección legal, nos da saber que nuestro país tiene registrados 115,000 monumentos históricos y más de 200,000 sitios arqueológicos de diversas dimensiones, importancia o antigüedad, de los cuales 2% tiene potencialidad como atractivo turístico.²³ Realmente vivimos en un territorio minado por referencias históricas. Ahora las referencias materiales de la cultura, los monumentos históricos y artísticos que la ley define, son los bienes culturales más acosados por las fuerzas destructivas, incluyendo en estas las emanadas por la actividad turística. Sin embargo, el menoscabo del patrimonio histórico por la actividad turística

²³Aceves G. Salvador y Delgado Lamas Raúl, *El patrimonio histórico mexicano como recurso turístico en turismo cultural en América Latina y el Caribe*, UNESCO, México, 1996, p.p. 93-102.

antiguamente no acontecía como se presenta ahora en nuestro territorio, es por ello que se pueden entender las causas por las que la planificación del desarrollo turístico se verificó de la manera en la que se hizo.

Primero, el razonamiento del modelo industrial nos orilló a la planificación de las llegadas en masas; segundo, el modelo de desarrollo tenía como premisa la adopción de modelos que se encontraban al margen de la cultura de la localidad, pero que se implementaban con el apoyo de la tecnología y en los procesos de occidente. Adicionalmente, se buscaba de manera central precisamente la satisfacción del turista en sus propios términos culturales y referenciales: había que darles al menos, lo mínimo a lo que estaban acostumbrados en casa. En este sentido, las necesidades de la población local, se supeditaba al prerrequisito de ofrecer las óptimas condiciones para el extranjero, el turista que representaba la encarnación de los valores a los que debía aspirar la sociedad, la realización del desarrollo. Éste fue el paradigma de la planificación turística de la época.

Las instituciones culturales y turísticas, tanto de México como del extranjero, han realizado en los últimos años esfuerzos para analizar el turismo cultural y los subsegmentos que lo conforman, evidentemente la riqueza cultural de México es inmensa y aunque existe la Ley Federal de Monumentos y Zonas arqueológicas, Artísticas e Históricas para su salvaguarda, tiene múltiples limitaciones, tanto en la ley misma, como en las facultades del INAH que le impiden la salvaguarda y la conservación del patrimonio nacional.

Según datos de Ibertur México ha logrado ubicarse en el cuarto lugar mundial en el ámbito del turismo cultural y se ubica después de Francia, Italia y España, dicha posición podría mejorar con el aprovechamiento de la inmensa diversidad de recursos culturales que hay en el norte del país, y que con investigación académica profesional, políticas públicas y estrategias de gestión pueden convertirse en productos culturales de nivel internacional, dicha apreciación la realizó tomando en cuenta algunas variables, como el número de sitios mexicanos reconocidos por la UNESCO en la Lista de Patrimonio Mundial.²⁴ México es el sexto país del mundo con más sitios declarados Patrimonio de la Humanidad por la

²⁴ El Universal, *México cuarto lugar mundial en turismo cultural*, disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/629048.html>, (Pág. consultada el 16-05-13).

UNESCO, y el primero en América con más ciudades patrimonio, lo que le proporciona numerosas oportunidades para el desarrollo del turismo cultural.²⁵

A pesar del desarrollo de la infraestructura turística en los últimos años, es posible afirmar que hay una gran cantidad de segmentos del sector que no han sido atendidos, sobre todo, teniendo en cuenta los cambios que ha registrado la demanda internacional, ya que en las últimas décadas el interés que ha despertado el conocimiento de nuestro patrimonio, particularmente el arqueológico tiene estrecha relación con el desarrollo del turismo, lo cual ha provocado distintos conflictos ya que mientras el INAH pretende la conservación del patrimonio, los empresarios quieren aprovechar el entorno natural y cultural enajenándolo y menoscabándolo sin que parezca importarles su preservación.

En México no existen centros de investigación sobre turismo cultural, las investigaciones que se realizan se hacen desde distintas instituciones de educación superior, tanto públicas como privadas aunque el mayor número de ellas se efectúan en las primeras. Una de ellas es la SECTUR a través de su Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR), el cual incluyó en su programa de investigación, la obtención de información estratégica, actualizada y especializada sobre uno de los segmentos de mercado más importantes para la actividad turística, el cual permite revisar el valor del mercado tanto nacional como internacional, la demanda actual y potencial, la oferta de recursos y servicios, la operación de las empresas y la participación de las instituciones, así como lineamientos estratégicos enfocados a fomentar su competitividad.

Sin embargo, se ha trabajado aún más en la preservación de las culturas populares como lo hace la Dirección General de Culturas Populares (DGCP) del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), que es una de las instituciones que cuenta con más de 30 años de promover el estudio, conservación, difusión y desarrollo de las culturas populares e indígenas de México.²⁶ De manera importante, su objetivo se basa en fomentar la preservación y la difusión de las manifestaciones populares, urbanas, rurales e indígenas; para lograr un país de relaciones interculturales basadas en el diálogo, en el valor que tiene la diversidad de sus comunidades y en el fortalecimiento de su patrimonio cultural; un país

²⁵ Ávila Aldapa, Rosa Mayra, *Turismo cultural en México: alcances y perspectivas*, Trillas, México, 2007, p.p 61-100.

²⁶ CONACULTA, *Enorme reto implica garantizar la preservación y promoción de las expresiones culturales de México*, disponible en: <http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/index.php/quienes-somos.html>, (Pág. consultada el 20-05-10).

que reconoce y respeta plenamente las diferencias culturales y étnicas de sus integrantes. Es una institución que trabaja para que la discriminación desaparezca en el país.

Esta institución gubernamental cuenta, para cumplir con sus objetivos, con espacios fundamentales como el Museo Nacional de Culturas Populares y el Centro de Información y Documentación “Alberto Beltrán”, así como con 20 unidades regionales de Cultura Popular ubicadas en los estados de Baja California, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Durango, Guerrero, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Sonora, Veracruz y Yucatán.

En materia de la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) y en cumplimiento a los compromisos adquiridos con la UNESCO, esta dirección lleva a cabo la revisión de expedientes del PCI de otros países para su evaluación e incorporación a la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial y el fomento a la participación de especialistas, funcionarios, portadores, creadores, así como promotores culturales institucionales e independientes para la generación de políticas públicas que permitan visibilizar, proteger y salvaguardar dicho patrimonio en México.

La Dirección de Desarrollo Intercultural contribuye a generar condiciones para que los portadores de las tradiciones populares urbanas, rurales e indígenas fortalezcan sus valores culturales, sus marcos estéticos de producción y sus identidades como expresiones de la diversidad cultural de la nación, así como propiciar y potenciar el diálogo y el intercambio cultural que permitan la construcción de una sociedad plural e incluyente.

El Programa para el Desarrollo Integral de las Culturas de los Pueblos y Comunidades Indígenas (PRODICI), el cual atiende a un sector importante de la sociedad mexicana: la población indígena, portadora de expresiones culturales y artísticas que son una parte fundamental de nuestra diversidad.

Además, se lleva a cabo en la coordinación del Programa Nacional de Arte Popular, un programa cuyo objetivo es promover y acompañar procesos de producción, preservación, fortalecimiento, promoción y difusión de esta manifestación cultural, a partir de los conceptos contemporáneos de *preservación* y *salvaguardia* del Patrimonio Cultural material e inmaterial.

La Dirección de Promoción e Investigación desarrolla estrategias de promoción de los programas, proyectos y actividades de la DGCP, así como de las iniciativas y productos de los creadores de cultura popular e indígena. Sus proyectos abarcan los grandes rubros de las expresiones culturales populares, respondiendo con ello a los objetivos de las direcciones, coordinaciones y unidades de Cultura Popular en los estados de la República, de fortalecer las acciones de creadores y promotores culturales.

La Dirección de Desarrollo Regional y Municipal acompaña y asesora los procesos de fortalecimiento de las Unidades Regionales e instancias estatales de culturas populares en los estados de la República Mexicana, que hoy constituyen los brazos operativos institucionales más importantes en el ámbito de la cultura popular. También acompaña procesos culturales con creadores y portadores de las culturas populares, mediante el intercambio y generación de contenidos, metodologías de trabajo para la elaboración de proyectos que permiten revitalizar y fortalecer el patrimonio cultural inmaterial. Entre otros, trabaja con el Centro Internacional de la Diversidad Cultural en Chiapas y el Centro de las Artes Indígenas en Veracruz. Asimismo, desde esta área se coordina la operación del Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias (PACMYC), que a nivel nacional conjunta recursos financieros federales y estatales a fin de apoyar los proyectos culturales de la sociedad.

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 turismo debe aportar beneficios a la comunidad anfitriona y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su patrimonio y sus tradiciones vivas²⁷. Con el compromiso y la cooperación entre los representantes locales y/o de las comunidades indígenas, 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.

²⁷Instituto Nacional de Antropología e Historia, *Turismo Cultural*, disponible en: http://dti.inah.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=3693&Itemid=329, (Pág. consultada el 18-05-10).

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. Asimismo, 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.

1.5. La diversidad cultural en México

México es una sociedad en la que conviven múltiples y distintos elementos que se interrelacionan, es decir, está formada por distintas culturas que mantienen un diálogo intercultural permanente y con los mismos derechos. Para responder a esta diversidad, algunas instituciones públicas actualmente incluyen, dentro de sus objetivos de trabajo, dar a conocer la diversidad cultural del país con acciones interdisciplinarias e intersectoriales.²⁸

Resultado de estas acciones es la *Campaña Nacional por la Diversidad Cultural de México*, que pretende propiciar que la sociedad mexicana en su conjunto, reconozca y valore plenamente esta diversidad para contribuir a que la discriminación, marginación y exclusión en la que han vivido los pueblos indígenas de México desaparezca, así como promover el reconocimiento que estos pueblos han hecho al Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad. Esta campaña también busca valorar las expresiones e identidades de las culturas propias de cada sector en zonas urbanas y rurales ya que la gran diversidad cultural de México es un importante atractivo turístico.

Cabe señalar que la UNESCO, en su Declaración Universal sobre Diversidad Cultural, afirma que la diversidad cultural es una manifestación de la originalidad y pluralidad de las identidades que caracterizan a los grupos y a las sociedades que componen a la humanidad y en este contexto, la Asamblea General de las Naciones Unidas

²⁸Álvarez Ponce de León, Griselda, *México turismo y cultura*, Diana, México, 2000, p.15.

proclamó el 21 de mayo como el *Día Mundial de la Diversidad Cultural para el Diálogo y el Desarrollo*.²⁹

Por ello, el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, el Consejo Nacional de Población, el CONACULTA a través de su Dirección General de Culturas Populares e Indígenas; la Coordinación General de Educación Intercultural y Bilingüe, la Dirección General de Educación Indígena, la Dirección General de Planeación y Desarrollo en Salud, la Dirección General de Promoción de la Salud, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, el Instituto Nacional de Lenguas Indígenas, la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal y la Universidad Pedagógica Nacional, han sumado sus esfuerzos para iniciar la *Campaña Nacional por la Diversidad Cultural en México*.

Asimismo, ha realizado actividades como la creación del Diplomado de Educación Intercultural Bilingüe y el Seminario de Políticas Lingüísticas; la producción de materiales de difusión como el CD interactivo "*La diversidad natural y cultural de México*" y la radionovela bilingüe (maya-español) "*Cecilio Chi*"; la publicación de tres mapas sobre "*La diversidad cultural de México: Las lenguas indígenas de México*", "*La cocina mexicana y arte popular mexicano*" así como la publicación del libro "*Nuestras lenguas*".

La gastronomía mexicana, que hasta ahora ha sido parte de la promoción turística existente, cada vez cobra más importancia dentro del turismo en México y del cual se han realizado algunos esfuerzos para su desarrollo, como una estrategia para la difusión y conservación de la gastronomía mexicana, hasta la fecha se han realizado seis congresos sobre el patrimonio gastronómico y turismo cultural, como resultado de una labor interinstitucional de CONACULTA, de SECTUR, del gobierno del estado de Puebla y de la UNESCO, con una participación importante de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera, A.C (CANIRAC), en los que se ha reflexionado acerca del rescate, preservación y difusión de nuestro patrimonio cultural vivo. México tiene en su cocina una de sus mayores riquezas, lo cual debe ser aprovechado para impulsar el turismo, siempre y cuando se cumplan con ciertas reglas integral, diferenciada y de calidad.

²⁹INAH, *Carta Turismo Cultural*, disponible en: www.antropologia.inah.gob.mx/pdf/pdf_marcos/CARTA%20TURISMO%20CULTURA.pdf, consultada el 23-05-10). (Pág.

También como oferta turística, existen diversas Universidades que brindan programas para el estudio del idioma español, la historia y cultura mexicana, los cuales incluyen visitas a diversos sitios de interés cultural, un ejemplo de esto y el más representativo es el que ofrece la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), donde existe un centro de enseñanza para extranjeros, y la Escuela de Turismo de la Universidad Anáhuac lanzó una nueva licenciatura en Turismo Cultural y Gastronómico.

Por otro lado, la SECTUR considera que el turismo rural incluye actividades de etnoturismo, agroturismo, talleres gastronómicos, vivencias místicas, ecoarqueología, preparación y uso de medicina tradicional, talleres artesanales y fotografía rural, los cuales son elementos importantes dentro del turismo cultural en México, por eso existen algunos sitios que se han especializado en la práctica del turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural, lo más destacado son las haciendas del estado de Hidalgo que ofrecen recorridos y comidas a los visitantes, sin embargo algunas de ellas se están habilitando actualmente.

En el pasado, México tuvo varios jardines importantes, actualmente solo se conserva uno, el Bosque de Chapultepec, el cual fue creado por los antiguos gobernantes de México-Tenochtitlán, sobrevivió a la conquista, fue importante en el siglo XX, y es asiento de los principales museos de la Ciudad de México, que son de carácter nacional; también se están empezando a desarrollar los parques temáticos culturales pero existe al menos uno en la zona maya, éstos cuentan con ruinas arqueológicas reales.

2. Evaluación de las políticas del desarrollo actual del turismo cultural en México

Luego de los difíciles momentos por los que pasó el turismo de nuestro país en 2009, el año 2010 significó un proceso complicado y paulatino de recuperación. Ese mismo año los visitantes internacionales realizaron en total un gasto de \$11,872 millones de dólares, lo que representó un crecimiento del 5.3% en relación a lo reportado en el 2009, aunque fue una disminución de 10.7% al compararlo con 2008; esta cifra es incluso menor en términos nominales a la registrada en el año 2006, debido al impacto de la crisis económica, a la afectación de la epidemia de influenza AH1N1 a la imagen asociada a la violencia y a la inseguridad en algunos lugares del país; por ende, y de manera consistente con lo observado en el Panel Anáhuac, es posible aseverar que el proceso de recuperación de la actividad turística se encuentra en marcha.³⁰

Desde el siglo pasado hasta nuestros días el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo, es por ello que el turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos, lo cual, ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día es uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo, como lo es México. Este crecimiento va de la mano con el aumento de la diversificación y la competencia entre los destinos. La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta las telecomunicaciones, así como su contribución al bienestar económico, el cual depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en uno de los mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos e insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y debe actuar para que así sea.

³⁰CNET, *Comportamiento de la demanda turística*, disponible en: <http://www.cnet.org.mx/panorama/marzo-2011/comportamiento-de-la-demanda-turistica>, (Pág. consultada 28-04-11).

Actualmente en México, el turismo ocupa uno de los primeros lugares como fuente generadora de divisas en la economía, después del petróleo y las remesas de los migrantes. Sin embargo, la intensa competencia del turismo a nivel mundial, la concurrencia cada vez mayor de prestadores de servicios y el surgimiento de un turista más demandante de experiencias, de conocimiento de la cultura y de interrelación con las comunidades de destino, exigen ampliar el modelo de desarrollo turístico de nuestro país para incorporar nuevas vertientes, entre las que destaca, precisamente, el turismo cultural, el cual tiene un gran potencial, ya que el 40% de los viajes internacionales están ligados al turismo cultural; el 50% del turismo en Europa tiene como razón central la cultura, así como también el 30% de los viajes domésticos de los estadounidenses.³¹

Si bien, durante la pasada administración hubo un crecimiento importante en el número de Pueblos Mágicos, el turismo cultural se mantiene como una de las grandes asignaturas pendientes para el gobierno federal, a pesar de que México es un país con una oferta cultural muy vasta. No obstante, el turismo motivado especialmente por la cultura en México representa apenas el 5.5% de los viajeros nacionales y el 3% de los internacionales³² y según estudios realizados por SECTUR, el interés sobre los destinos culturales alcanza al 35.7% en el mercado nacional y el 37% en el mercado internacional. Por otra parte, más del 40% de los turistas que viajan a México, realizan actividades culturales como parte de su viaje. Estos resultados reflejan el alto potencial de desarrollo de este sector.³³ En consecuencia, es necesario hacer del turismo cultural un factor decisivo de progreso y de desarrollo económico y social, así como una actividad estratégica que genere tantos beneficios como el turismo de sol y playa, fortalezca los valores e identidad de las comunidades de destino, y proteja y ponga en valor el patrimonio cultural de cada una de las localidades de la nación.

La OMT auguró que el turismo internacional crecería entre 3.0% y 4.0% para el año 2012, ya que si bien en la actualidad el ritmo de crecimiento se está ralentizando ligeramente, el número de visitantes internacionales que pernoctan siguió avanzando firmemente hacia el hito de los 1,000 millones de llegadas, asimismo la OMT asentó que la

³¹Velázquez, Carlos, *El potencial del turismo cultural en México*, disponible en: http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&seccion=dinero&cat=13&id_notas=812163, (Pág. consultada el 19-07-12).

³² CONACULTA, *Programa Nacional de Cultura*, disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/eje7.pdf>, (Pág. consultada 19-07-12).

³³ SECTUR, *Estadísticas del sector turístico*, disponible en: www.sectur.gob.mx, (Pág. consultada el 6-05-10).

fortaleza mantenida por el turismo adquiere particular importancia en el contexto de la actual incertidumbre económica, y refuerza la necesidad de incrementar el compromiso político y el apoyo al sector.³⁴ A su vez, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en su informe Tendencias y Políticas de Turismo de la OCDE, 2012, apuntó que las llegadas internacionales de turistas han vuelto rápidamente a un crecimiento constante, demostrando la resistencia del turismo a los efectos de la crisis económica y financiera mundial.³⁵

Como hemos visto dentro de los organismos internacionales, existe la convicción de que el turismo es una herramienta clave para poner en valor el patrimonio cultural, sin embargo, la coordinación de esfuerzos y recursos en materia turística con los tres niveles de gobierno ha sido hasta cierto punto errática, parcial e insuficiente, ya que no se ha sintonizado con la formulación de políticas, estrategias y capacitación adecuada.

Es por ello, que en la actualidad el turismo cultural ahora se ha convertido en un reto para concertar acuerdos con los tres niveles de gobierno y la sociedad civil; así como las condicionantes legales y técnicas de la riqueza cultural para que sean consideradas como un potencial fomentando el diálogo creativo entre las partes, que redundará en mayores oportunidades de desarrollo de las zonas culturales del país, ya que el rango de vida del patrimonio cultural dependerá, en gran medida del respeto que mostremos a sus límites. En el caso de México, como en el de otras naciones, el legado arqueológico e histórico posee límites técnicos y legales que emanan de las características estructurales y contextuales de los mismos bienes, pero también de la propia historia que los ha convertido en símbolos de identidad que explican el interés por ser visitados.

2.1. Las instituciones políticas del turismo en el país

En el mundo, el papel del Estado en el desarrollo turístico ha evolucionado de un rol fundamentalmente interventor y regulador, a una etapa de promotor y orientador. En la actualidad, su participación se enfoca cada vez más hacia un trabajo de coordinación, en

³⁴CNN Expansión, *El turismo mundial crecerá 5%*, disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2012/07/09/el-turismo-mundial-crece-5>, (Pág. consultada el 25-08-12).

³⁵CNN Expansión, *El turismo resiste la crisis*, disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2012/07/19/el-turismo-resiste-la-crisis-ocde>, (Pág. consultada el 7-09-12).

consecuencia y de acuerdo con las características particulares de nuestro desarrollo, el Estado mexicano también ha considerado diferentes ámbitos de acción dentro del sector.³⁶

Las tendencias turísticas a escala mundial, y la valoración del turismo como sector prioritario de la economía nacional, han hecho imprescindible fortalecer instrumentos administrativos y legales del Estado para otorgar a las autoridades locales mayores atribuciones y facultades, es por ello que las políticas del turismo son los grandes lineamientos que orientan a mediano y a largo plazos la evolución del turismo en un destino o en una sociedad. Los esfuerzos por impulsar el turismo en un marco de planeación abarca diversos intereses, no se limita sólo a atraer más inversiones y turistas, o a generar más empleos, la planeación es un instrumento de la política turística.

La política turística seguida por México en el ámbito nacional e internacional lo perfila como uno de los países de mayor potencialidad turística, por lo que las acciones se han encaminado fundamentalmente a la planificación interna, a fin de lograr en forma sistemática el mejor y más racional aprovechamiento de nuestro patrimonio turístico en beneficio de la nación.

La visión de las diferentes instituciones involucradas en los temas turismo y cultura a nivel tanto nacional como internacional, pone de manifiesto el potencial y los riesgos que implican su impulso y desarrollo; se requiere una perspectiva balanceada que ponga énfasis en el aprovechamiento sin menoscabo de la consolidación y la preservación.

En el caso mexicano, las instituciones del sector público y privado relacionadas con cultura y turismo, se pueden dividir en dos grandes categorías:

- a) Aquellas instituciones orientadas al turismo y con interés en la cultura y el patrimonio.
- b) Las instituciones orientadas a la cultura y el patrimonio con interés en el turismo.

Es en función del interés que enfoca la relación entre turismo y cultura, considerando el tema desde sus objetivos; desde la perspectiva de las instancias culturales

³⁶ SEGOB, *Comportamiento, avances y perspectivas del Turismo en México*, Colección Editorial del Gobierno del Cambio, México, 2006, p.20.

internacionales, las que más han trabajado el tema de la relación entre turismo y cultura son la UNESCO y el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios de Interés Artístico e Histórico (ICOMOS).

México se encuentra entre los países que ha apostado por el turismo, desde la década de los sesenta se conceptualizó como una estrategia de desarrollo nacional diseñando a través del tiempo diversos documentos normativos donde se plasmaron los objetivos y la orientación de dicha estrategia, entre estos esfuerzos de política turística se encuentran el Plan Nacional de Desarrollo Turístico de 1963, el Plan Nacional de Turismo de 1978, el Programa Nacional de Turismo 1984-1988, el Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994, el Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 y de los más recientes, el formulado por la Administración Federal 2007-2012, consignado en los lineamientos estratégicos del Plan Nacional de Desarrollo, y el proyecto gestionado para el periodo 2013-2018.

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico de 1963, conceptualizó la posición estratégica del turismo en el ámbito nacional y se asentaron las bases para la creación de infraestructura y la creación de nuevos centros turísticos a efecto de fomentar la inversión. A finales de 1968, el Gobierno Federal solicitó al Banco de México la instrumentación de una política de promoción turística en todo el país, lo que generó la creación del Fondo de Promoción de Infraestructura Turística (INFRATUR) en 1969, cuyo objetivo consistió en realizar un programa integral de centros turísticos, dando inicio a una serie de estudios para localizar zonas donde establecer infraestructura que apoyara el desarrollo del turismo.³⁷

La estrategia se consolidó en 1974 con la creación del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), como producto de la fusión de FOGATUR e INFRATUR, definiendo como objetivo inicial el otorgamiento de créditos para fomentar el crecimiento del sector en destinos seleccionados. De esta manera, FONATUR se convirtió en un instrumento del gobierno federal para la promoción de la actividad turística, modificando sus objetivos de acuerdo al cambio de circunstancias, ampliándose la participación del Estado en el desarrollo del sector.

³⁷ EUMED, *México y su política turística*, disponible en: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/uca/Mexico%20y%20su%20politica%20turistica.htm>; (Pág. consultada el 6-05-13).

En el Plan Nacional de Turismo de 1978, se consolidó la posición estratégica del turismo en la vida económica del país y se contempló la planeación física de los centros turísticos con el propósito de evitar la contaminación y el deterioro al medio ambiente, se desarrollaron conceptos arquitectónicos que integraron las instalaciones al medio natural y se planteó el apoyo a las pequeñas empresas turísticas.

Por su parte, los objetivos del programa 1984-1988, se enfocaron a la descentralización en la promoción turística y al crecimiento de la planta turística hotelera. Hacia el programa de 1991-1994, aparece por primera vez la preocupación de integrar el ámbito local a los posibles beneficios de la actividad turística, formulándose los programas regionales como el de la Frontera Norte, Ciudades Coloniales y Mundo Maya.

Las estrategias del programa 1995-2000, tuvieron su orientación hacia el fortalecimiento de la competitividad y surgió la preocupación por la sustentabilidad de la actividad turística; durante el periodo 2001-2006 el Programa Nacional de Turismo ratificó la prioridad del sector, estableciendo sus objetivos y estrategias basados en cuatro ejes rectores en el que elevó esta prioridad a política de Estado y se enfocó a crear las condiciones adecuadas para dinamizar la actividad turística en el contexto de la globalización capitalista, atendiendo aspectos como la mejora regulatoria, la información estratégica, la competitividad, el desarrollo estatal, municipal, regional y la sustentabilidad.³⁸

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, incorporó en su estrategia al sector turismo como prioridad nacional y se enfocó al incremento de la diversificación de la oferta turística, con preocupación por la sustentabilidad y la competitividad; aunque en la conceptualización manifestó cierta preocupación por la integración local a la actividad turística, no se señala de manera explícita en los objetivos establecidos.³⁹

Actualmente, SECTUR culminó el proceso de consulta para elaborar el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, incluyendo temas como el fortalecimiento de la conectividad aérea; la modernización de carreteras, puertos, aeropuertos y redes ferroviarias; estímulos para el desarrollo de trenes turísticos; reactivar el proyecto de la

³⁸ Ídem.

³⁹ SECTUR, *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012*, disponible en: http://www.turismodemexico.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/15236/1/Resumen_Ejecutivo.pdf, (Pág. consultada el 22-05-10).

Escala Náutica en el Mar de Cortés; ampliar las facultades de FONATUR; crear la red de investigación turística de instituciones educativas; mejorar la clasificación hotelera; incluir a instituciones educativas al Sistema Nacional de Certificación; fortalecer la capacitación del sector; revisar la Ley de Inversión Extranjera y el establecimiento de un semáforo para la competitividad, así como fortalecer el turismo social; impulsar la educación vinculada al turismo; seguridad para el turista; seguridad en carreteras; impulso de operativos institucionales en periodos vacacionales; la emisión del Reglamento de la Ley General de Turismo; ajustar las leyes estatales con base en la Ley General de Turismo; impulsar zonas de desarrollo turístico sustentable; facilidades migratorias y eliminación de visados; impulso de nuevos segmentos como el turismo religioso, deportivo y médico; fortalecer las campañas de promoción; modernización de aduanas; así como incentivos fiscales como la deducibilidad de restaurantes, entre otras.⁴⁰

En México, las administraciones y organismos profesionales nacionales del turismo se han encargado de la organización, del desarrollo y del funcionamiento del sector turístico, elaboran y ponen en marcha la política turística del país. Estas garantizan principalmente la promoción del turismo nacional, la orientación sectorial de las actividades turísticas y la coordinación nacional del acondicionamiento turístico regional. Para ejercer efectivamente las competencias que se les atribuyen, las administraciones nacionales del turismo deben disponer de poderes propios y de los recursos necesarios, tanto humanos como presupuestarios.

Asimismo, la administración pública, está integrada por el conjunto de unidades institucionales que juegan un papel esencial en la promoción turística y a los que las colectividades locales asignan atribuciones presupuestarias, su función principal es producir bienes y servicios destinados a la venta para la colectividad y efectuar operaciones de redistribución de la renta y la riqueza. Sus tareas por tanto se orientan al cumplimiento de lo que en Economía Pública se conoce como las tres funciones mugravianas:

- asignación de recursos
- redistribución de la renta
- contribución a la estabilidad

⁴⁰ SECTUR, *Concluyen con éxito los Foros Nacionales de consulta en materia turística*, disponible en: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_086, (Pág. consultada el 12-05-13).

- desarrollo económico.

En nuestro país, existen organismos de carácter federal que intervienen en la planeación y desarrollo de muy diversos planes y programas relacionados con el fomento de la cultura, lo cual los vincula necesariamente en el Turismo. Entre los principales organismos de este género podemos citar los siguientes:

1) Secretaría de Turismo (SECTUR), la cual representa en México la principal institución pública encargada de la planeación y ejecución de la política nacional e internacional en materia de turismo.

2) Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), creada como una organización conjunta entre los sectores públicos y privados, el CPTM cuenta con diversos recursos para proporcionar información profunda y confiable sobre México. Con el acceso completo a los expertos locales, el CPTM ofrece, a través de su sitio en Internet información única del pueblo mexicano y sus tradiciones, la belleza natural, los recursos y la historia. La principal tarea del CPTM es articular la oferta existente en cada uno de los destinos del país, integrándolas en paquetes que respondan a las expectativas de los grandes demandantes mundiales, para promoverla de manera más eficiente entre el público y los mercados con mayor potencial. Asimismo, lleva a cabo una labor permanente de investigación y análisis del mercado turístico, por un lado profundiza en el conocimiento de la demanda turística, para indagar sobre los motivos de los turistas para viajar a México y sus opiniones sobre esta experiencia de viaje, es decir, está interesado en descubrir porque los turistas optan por otros destinos, y saber que tendría que hacerse para atraerlos. Con base en ello se planea la promoción turística en México, como un destino único, diverso y hospitalario.

3) Fondo Nacional para el Fomento del Turismo (FONATUR), el cual, contribuye a la mejora e igualdad social y a la competitividad de sector turístico para el desarrollo de la inversión turística sustentable en México. Además de concretar proyectos de inversiones sustentables en el sector turístico, orientados a mejorar la calidad de vida de la población, a la generación de empleos y al pleno desarrollo.

4) Coordinación de Patrimonio Cultural y Turismo, instancia de CONACULTA que tiene como finalidad, generar en un marco de relación interinstitucional, acciones, programas y proyectos, para la preservación del patrimonio cultural.

5) Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), tiene como objetivo fortalecer la identidad nacional, coadyuvando a la promoción y difusión de nuestro patrimonio cultural por medio del turismo.

6) Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), surge como una respuesta a la necesidad de promover la actividad artesanal del país y contribuir así a la generación de un mayor ingreso familiar de los artesanos; mediante su desarrollo humano, social y económico.

7) Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), cuyo principal objetivo es preservar y difundir el patrimonio nacional, así como promover la creación de la artes e impulsar la educación e investigación artísticas, para mejorar la calidad de vida de los mexicanos.

De estos organismos, el que más ha trabajado en relación con el desarrollo de la promoción del turismo en México es el CPTM, sobre todo, en lo que se refiere a la promoción del turismo mexicano en el extranjero y a mercados objetivos del turismo cultural.

El turismo cultural en México se encuentra en una etapa de formación, por lo que las acciones que se han efectuado son los primeros pasos en la creación de productos turísticos culturales, que hagan de México en el corto y largo plazo, un destino turístico cultural. Una de las acciones más importantes que ha emprendido la Secretaría de Turismo para analizar el desarrollo de las políticas de turismo ha sido realizar los estudios estratégicos de viabilidad del turismo cultural en México, en los cuales se evalúan los factores internos y externos que afectan el desarrollo del turismo relacionado con el patrimonio cultural de México, los que sustentan su viabilidad y los que ponen en riesgo su equilibrio armónico.

Es así como se pueden identificar seis grandes temas de análisis que afectan el desempeño de turismo relacionado con la cultura:

1. La relación entre turismo y cultura
2. El patrimonio cultural
3. Las comunidades receptoras
4. Los turistas
5. Las empresas
6. Las instituciones

Es importante impulsar este sector ya que para el turismo internacional, la cultura ocupa el cuarto lugar como motivación principal para viajar a México y el sexto para el turismo nacional, ya que en el año 2011, visitaron nuestro país 165 mil 136 turistas por motivos de turismo cultural.⁴¹

2.1.1. Propósitos para el turismo cultural en el Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018)

Para lograr entender el panorama en el que se encuentra el turismo cultural de México en la actualidad es necesario poner especial atención a las estrategias del Plan Nacional de Desarrollo de la actual administración, ya que son el sustento de los objetivos, acciones y programas específicos contenidos en el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, que se derivan de los procesos de consulta al sector, los diagnósticos y estudios puntuales, así como de la valoración de los logros alcanzados con el Programa Nacional de Turismo 2007-2012; acciones y estrategias que se pusieron en marcha y que siguen siendo vigentes para mantener el ritmo. En el mismo sentido, se incorporan las nuevas orientaciones que la dinámica turística mundial y nacional obliga a responder de manera efectiva a los tres grandes ejes que sintetizan la política turística: Competitividad, Sustentabilidad y Diversificación.⁴²

México necesita resolver problemáticas internas que no han permitido un mayor crecimiento del turismo y, sobre todo, de los beneficios directos e indirectos que puede implicar para mejorar las condiciones de vida de su población en las zonas de interés turístico: existe una oportunidad para replantear el modelo de desarrollo del turismo, sobre la base de lo que ya se ha hecho y experimentado; pero, sobre todo, para dirigir mejor los

⁴¹ SECTUR, *Boletín 43 presentarán SECTUR y CPTM programa mundo maya en Alemania*, disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin43>, (Pág. consultada el 1-07-12).

⁴² SECTUR, *Programa Sectorial de Turismo 2007-2012*, disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/PDF/PST2007-2012.pdf>, (Pág. consultada el 23 -04-11) p. 15.

esfuerzos de los programas actuales de desarrollo regional. Es por ello que en este apartado hablaremos de los retos, objetivos y metas más importantes que se ha planteado la actual Administración del Gobierno Federal a través de la SECTUR y sus órganos sectorizados, los agentes públicos, privados y sociales que se vinculan, de diferentes maneras, con el desarrollo turístico de México.

El PND 2013-2018, nos señala las siguientes estrategias:

Estrategia 4.1.1. Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.

Estrategia 4.1.1.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico, marcando como líneas de acción las siguientes:

- Actualizar el marco normativo e institucional del sector turístico.
- Promover la concurrencia de las acciones gubernamentales de las entidades federativas en materia de turismo, con las del Gobierno Federal.
- Alinear la política turística de las entidades federativas a la Política Nacional Turística.
- Impulsar la transversalidad presupuestal y programática de las acciones gubernamentales, coordinándolas hacia los objetivos de la Política Nacional Turística.

Estrategia 4.1.1.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico:

- Fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico.
- Fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos.
- Diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos.
- Posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros.
- Concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad.

- Desarrollar agendas de competitividad por destinos.
- Fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios.
- Imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico.

Estrategia 4.1.1.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.

- Fomentar y promover esquemas de financiamiento al sector con la Banca de Desarrollo.
- Incentivar las inversiones turísticas de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Promover en todas las dependencias gubernamentales de los tres órdenes de gobierno los esquemas de simplificación y agilización de trámites para la inversión.
- Elaborar un plan de conservación, consolidación y replanteamiento de los Centros Integralmente Planeados (CIP), así como la potenciación de las reservas territoriales con potencial turístico en manos del Estado.
- Diseñar una estrategia integral de promoción turística internacional para proyectar una imagen de confiabilidad y modernidad.
- Detonar el crecimiento del mercado interno a través del desarrollo de nuevos productos turísticos, para consolidarlo como el principal mercado nacional.

Estrategia 4.1.1.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

- Crear instrumentos para que el turismo sea una industria limpia, consolidando el modelo turístico basado en criterios de sustentabilidad social, económica y ambiental.
- Impulsar el cuidado y preservación del patrimonio cultural, histórico y natural del país.
- Convertir al turismo en fuente de bienestar social.
- Crear programas para hacer accesible el turismo a todos los mexicanos.
- Promover el ordenamiento territorial, así como la seguridad integral y protección civil.

Actualmente, el turismo cultural en México experimenta una importante etapa de crecimiento, la principal motivación para los turistas en este segmento, es el interés por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos, hábitos y elementos distintivos, materiales, espirituales, afectivos e intelectuales que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.

El desarrollo y creación de productos turísticos culturales es una buena forma de incrementar el aprovechamiento del patrimonio en forma sustentable. México cuenta con un patrimonio cultural integrado por su riqueza histórica-arqueológica prehispánica y por su legado histórico monumental posterior a la conquista.

Según datos del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, tanto para los turistas nacionales como los turistas extranjeros tienen motivaciones fundamentales en los atributos relativos a la arquitectura y a la cultura viva de nuestro país; lo relacionado con la cultura viva lo es para los turistas extranjeros y lo relacionado con el patrimonio tangible para el turismo nacional, desde diferentes ángulos, esta situación es también favorable para México dadas las características de su patrimonio cultural y natural, la infraestructura existente, las vinculaciones comerciales y de inversión con los principales mercados emisores de turismo, así como la existencia de un mercado turístico doméstico amplio y en expansión.

En el documento titulado “Visión México 2030”, se establece como objetivo prioritario, lograr dentro del marco jurídico que México sea reconocido como un país de leyes, donde nuestras familias y nuestro patrimonio estén seguros, y que represente un territorio donde podamos ejercer sin restricciones nuestras libertades y derechos; asimismo que sea visto como un país con una economía altamente competitiva que crece de manera dinámica y sostenida, generando empleos suficientes y bien remunerados; un país con igualdad de oportunidades para todos, donde los mexicanos ejercen plenamente sus derechos sociales y la pobreza se ha erradicado; un país con un desarrollo sustentable en el que existe una cultura de respeto y conservación del medio ambiente; una nación plenamente democrática en donde los gobernantes rinden cuentas claras a los ciudadanos, en el que los actores políticos trabajan de forma corresponsable y construyen acuerdos para

impulsar el desarrollo permanente del país; una nación que ha consolidado una relación madura y equitativa con América del Norte, y que ejerce un liderazgo en América Latina.⁴³

Las instancias de las que dispone el Gobierno Federal para realizar su gestión en el ámbito del turismo son, como ya lo hemos mencionado anteriormente: la Secretaría de Turismo (SECTUR), sus entidades sectorizadas, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el órgano desconcentrado Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR).

Sin embargo, actualmente estas instancias se encuentran en limitada capacidad de gestión por restricciones de la estructura operativa y marcos normativos, que limitan el desarrollo adecuado de sus funciones en particular del CPTM. Existe una clara desorganización y duplicidad de las acciones con liderazgo acotado en el sector turístico estatal y municipal. Los recursos presupuestales son limitados para las actividades de fomento productivo y medición de resultados de la gestión pública y la medición de resultados se lleva a cabo por registro de acciones puntuales de las estructuras administrativas, más que por resultados en la estructura de funcionamiento y desempeño de las actividades relacionadas con el turismo.

2.1.2. Políticas públicas del turismo cultural: Programa Nacional de Cultura (2007-2012)

El Programa Nacional de Cultura (2007-2012), se deriva del Plan Nacional de Desarrollo y se vincula con el Programa Nacional de Educación, Cultura y Deporte, dicho plan establece los objetivos, estrategias y líneas de acción para ampliar el alcance y la profundidad de las tareas públicas en la materia y lograr que más mexicanos puedan hacer de la cultura y las artes un aspecto esencial de su desarrollo humano, promoviendo la conservación, el incremento y el aprovechamiento social de la riqueza cultural del país.

Existen estudios de especialistas e instituciones vinculadas con el turismo cultural, donde se analiza que es una actividad que implica una experiencia o contacto con el tejido social de la región y las peculiaridades de su patrimonio, de esta forma el visitante obtiene una experiencia educativa y placentera donde aprende de la comunidad local, entiende el significado de un lugar y de su paisaje cultural.

⁴³ *Ibidem.*, p.20.

Sin embargo, la relación entre cultura y turismo no siempre es armónica. Mientras el turismo suele enfatizar el factor económico de la actividad alrededor del patrimonio cultural, el sector de la cultura acentúa el aspecto de su conservación lo cual ha dificultado el diálogo entre las entidades del sector cultural y el sector turístico y entorpecido una relación de cooperación que permita alcanzar beneficios mutuos.

El Programa Nacional de Cultura 2007-2012, en cuanto al turismo cultural se refiere, se rige principalmente por cuatro objetivos en los cuales se basa el área turística, los cuales describimos a continuación:

Objetivo 1. Promover y consolidar los mercados de turismo cultural existentes e impulsar nuevas rutas e itinerarios turísticos en México.

Dentro de este objetivo se explica que se debe de ubicar el carácter de recurso no renovable del patrimonio cultural material, como premisa básica en la planeación y ejecución de toda política de promoción al turismo cultural, promoviendo la preservación y valorización del patrimonio cultural de México. Particularmente, de aquel reconocido por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad, tanto a nivel local, estatal y federal, mediante el trabajo conjunto de la Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo con el INAH y el INBA, así como con las Secretarías y los Institutos Estatales de Cultura y Turismo, participando en el Programa de Ampliación de Nichos y Mercados y diseño de nuevas rutas así como la articulación de rutas ya existentes con la infraestructura cultural considerando al turismo cultural como rubro estratégico para ampliar la oferta y crear nuevos destinos potenciales en México.

Objetivo 2. Fomentar el turismo cultural como un instrumento detonador del desarrollo regional, que preserve el patrimonio, genere inversiones y contribuya a combatir la pobreza en las zonas con atractivos turísticos.

En este rubro, las estrategias que se exponen se enfocaban en diseñar un proyecto de acción permanente para el desarrollo de negocios turísticos con fines culturales, es decir, aquellos que se encuentren ubicados en lugares de alto valor cultural tengan un componente de esta índole y sean considerados prioritarios, apegándose a los criterios establecidos por la normatividad vigente, y en donde se tome en cuenta el patrimonio intangible y se generen beneficios para las comunidades locales, Promoviendo la

participación de las comunidades en los proyectos de turismo cultural como forma de valorar y reforzar la propia identidad, pero también para que sean beneficiarios de los programas económicos y sociales que se deriven de esta actividad.

Objetivo 3. Desarrollar políticas públicas, información y contenidos transversales en turismo y cultura que favorezcan la preservación y la puesta en valor del patrimonio cultural y el desarrollo de las comunidades de destino.

Ofrecer, propiciar y desarrollar programas de sensibilización a través de seminarios, talleres y capacitación dirigidos a presidentes municipales, representantes de las cámaras de comercio locales, hoteleros, restauranteros, prestadores de servicios de transporte y a la propia comunidad receptora, sobre la importancia del turismo como motor de desarrollo, del valor del patrimonio cultural, generar los espacios necesarios para la cooperación tanto en los planos internacional como regional, a través de las instancias correspondientes, para facilitar el intercambio de experiencias y el análisis del desarrollo de proyectos de rutas turísticas e itinerarios culturales, así como, nuevos desafíos y problemáticas en la materia y elaborar manuales de capacitación y desarrollo para las comunidades receptoras de turismo cultural.

Objetivo 4. Promover el ejercicio de un turismo cultural sustentable que se derive en el aprecio, protección y disfrute del patrimonio con que cuenta el país.

Se deben de promover alianzas estratégicas con instancias del sector público, privado y social, las cuales permitan ampliar la difusión de los proyectos y acciones que garanticen el aprecio, protección y disfrute del patrimonio cultural en el ejercicio del turismo en México con la elaboración de guías de turismo cultural adaptadas a las necesidades del turista, materiales de divulgación como la Agenda de Turismo Cultural. Favorecer la creación de estrategias de comunicación que involucren a los principales medios de información para que amplíen el conocimiento, aprecio y respeto del patrimonio cultural mexicano para estimular la afluencia del turismo nacional e internacional a través de los medios virtuales que se derivan de las nuevas tecnologías; y en conjunto con la participación del INBA, promover espacios de planeación de las políticas en materia de turismo cultural, a fin de incidir de manera efectiva en la preservación del patrimonio artístico tangible e intangible en relación con los impactos de la actividad turística, así

como definir la visión que se presenta al turista nacional y extranjero sobre los factores de identidad y diversidad cultural.

Estos fueron los principales objetivos que se describieron en dicho documento; sin embargo, el país vive intensos procesos de cambio y transformaciones en lo económico, lo social, lo político y lo cultural, creando nuevos espacios, diversificando y surgiendo nuevos actores; que abordan en el debate público, los rezagos, las necesidades, los errores y también los aciertos de dichas políticas públicas. Pero es importante reconocer la importancia del turismo cultural ya que aporta a México 15 millones de dólares al año,⁴⁴ cifra que exige a las siguientes administraciones a continuar con políticas adecuadas y su evaluación, a fin de consolidar este sector.

Resultados y avances mostrados en los Informes 2007-2012

En el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, el objetivo principal para el sexenio fue el siguiente: “Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector”.

Dentro del Primer Informe anual 2006-2007, se aprecia la siguiente información acerca de los avances en el sector de Turismo Cultural.

- En 2007, en el ámbito de Turismo Cultural, se firmó un Convenio General y un Anexo de Ejecución con la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, a través del cual se otorgarán 4.5 millones de pesos para llevar a cabo acciones de infraestructura y equipamiento turístico en las ciudades de Puebla, Querétaro y Zacatecas; el apoyo a las ciudades de Campeche, Guanajuato, Morelia y Oaxaca se realizó a través de los Convenios de Reasignación de Recursos con los gobiernos de estos estados.⁴⁵

⁴⁴ TURISTA, *El turismo cultural aporta 15 millones de dólares al año*, disponible en: <http://www.Turista.com.mx/article303.html>, (Pág. consultada el 15-05-11).

⁴⁵SECTUR, Administración 2006-2012 disponible en: http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/13957/SECTUR_GOBIERNO_2007.pdf, (Pág. consultada el 24-11-13).

El Segundo Informe anual 2007-2008, nos dice que la SECTUR, junto con los gobiernos estatales y con organismos no gubernamentales, realizaron las siguientes acciones:

- Turismo Cultural. Se llevó a cabo el mejoramiento de imagen urbana y equipamiento en las Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial conjuntamente con la Asociación Civil que las agrupa y con los gobiernos estatales a través de los Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos.⁴⁶

Podemos apreciar que en el Tercer Informe anual 2008-2009, se informa, que ingresaron al país 42.6 millones de visitantes internacionales, cifra que se consideró la afluencia de 10.7 millones de turistas internacionales, cabe mencionar que la alerta sanitaria por influenza presentó el mayor impacto durante mayo y se extendió, aunque con menor intensidad, a junio, por lo que los viajes internacionales disminuyeron significativamente.

De enero a junio de 2009, la SECTUR, junto con los gobiernos estatales y organismos no gubernamentales, realizaron las siguientes acciones:

- Turismo Cultural. En apoyo al programa emergente que impulsa la SECTUR y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) para enfrentar la contingencia sanitaria provocada por el virus de influenza humana AH1N1, se solicitaron, recopilaron, revisaron, corrigieron y enviaron al CPTM las ofertas de turismo cultural integradas por la Red de Operadores de Turismo Cultural, a fin de que fueran incorporadas a la página www.ofertasvivemexico.com.
 - Para dar continuidad al Programa de Desarrollo de Turismo Cultural, durante el periodo que se reporta se dio seguimiento a las acciones de mejoramiento de imagen urbana y equipamiento para uso turístico en las ciudades de Campeche, Guanajuato, Morelia, Oaxaca, Puebla y Zacatecas,

⁴⁶SECTUR, Administración 2006-2012, disponible en: http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/13957/SECTUR_GOBIERNO_2008.pdf (Pág. consultada el 24-11-13).

emprendidas conjuntamente con la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, A. C.

- En el seno del Grupo Interinstitucional para el Fomento del Turismo Cultural se integraron siete subgrupos de trabajo con el objetivo de impulsar, difundir y promover el patrimonio cultural con interés turístico de México, en los siguientes temas: 1) Investigación y divulgación, 2) Inversión en infraestructura y equipamiento, 3) Identificación temática de productos turísticos culturales, 4) Fortalecimiento de capacidades locales, 5) Desarrollo de actividades empresariales, 6) Profesionalización y 7) Marketing, cada uno con acciones específicas a desarrollar.⁴⁷

En el Cuarto Informe anual 2009-2010, se dio continuidad a la segunda etapa de la rehabilitación monumental y ambiental de los Baños de Moctezuma en la Primera sección del Bosque de Chapultepec, y se incorporaron elementos de museografía en colaboración con el Instituto Nacional de Antropología e Historia.

- La SECTUR en coordinación con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), la Asociación Nacional Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, A.C., el Comité Nacional Mexicano del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura; organizó la Exposición “México Ciudades Patrimonio de la Humanidad”, llevada a cabo del 3 al 30 de septiembre de 2009 en Plaza Loreto en la Ciudad de México. En este evento se promocionó la oferta de la Red de Operadores y Agencias de Viajes de Turismo Cultural de las ciudades de Campeche, Guanajuato, México, Morelia, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Miguel de Allende, Tlacotalpan y Zacatecas.
- En coordinación con el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el gobierno del estado de Tabasco, se llevó a cabo el Foro Regional de

⁴⁷SECTUR, Administración 2006-2012 disponible en: http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/13957/SECTUR_GOBIERNO_2009.pdf (Pág. consultada el 24-11-13).

Turismo y Cultura en la Ciudad de Villahermosa los días 18 y 19 de marzo de 2010. Contó con un aforo estimado de 150 personas entre promotores culturales, creadores artísticos, empresarios del sector turismo y la academia; y mediante conferencias, mesas redondas y talleres se brindó información actualizada sobre el Turismo Cultural y su vinculación con la cultura.

- El 26 de abril de 2010 en el marco del 35° Tianguis Turístico México 2010, se realizó el seminario de Turismo Cultural con la participación de expertos nacionales y extranjeros que disertaron sobre temas de vanguardia en este segmento ante 100 personas vinculadas con la prestación de servicios en México.
- Con el propósito de atraer un mayor número de turistas, tanto nacionales como extranjeros, incrementar la derrama económica en mayores destinos del país y diversificar la oferta, se diseñó una nueva estrategia que une a diferentes puntos turísticos del país con un tema en común. Se llevó a cabo el lanzamiento de las Rutas de México con la participación de operadores de viajes extranjeros y nacionales, así como prensa nacional e internacional. Se diseñaron 10 rutas turísticas en el país y, en coordinación con los operadores turísticos, se realizaron viajes de familiarización para darlas a conocer. Para cada una de ellas se identificó un hilo conductor, así como los atractivos tradicionales, los nuevos productos y temas turísticos relacionados para enriquecer la oferta del país.⁴⁸

El Quinto Informe anual 2010-2011, nos dice que se organizó la primera edición de la Feria Mundial de Turismo Cultural en Morelia, Michoacán, del 17 al 19 de noviembre de 2010, evento en el que participaron 79 expositores nacionales e internacionales especializados en el segmento cultural, así como 79 compradores de 19 países, quienes concertaron 702 citas de negocios.

⁴⁸SECTUR, Administración 2006-2012, disponible en: http://www.sectur.gob.mx/PDF/SECTUR_GOBIERNO_2010.pdf, (Pág. consultada el 24-11-13)

- Se continuó consolidando el Programa Pueblos Mágicos. Mediante Convenios de Reasignación de Recursos con los Estados, se destinó un total de 208 millones de pesos para el fortalecimiento de la actividad turística en estos pueblos colmados de atributos simbólicos, arquitectura, leyendas, historia, hechos trascendentes y magia que emana de sus manifestaciones socioculturales, en beneficio de una población de 880,420 habitantes.

Durante el periodo enero-julio de 2011, se entregaron cuatro nombramientos a nuevos Pueblos Mágicos: Palizada, Campeche; Zacatlán de las Manzanas, Puebla; Teúl de González Ortega, Zacatecas; y Tlayacapan, Morelos; para alcanzar un total de 41 pueblos mágicos.

Programa Mundo Maya

- Con el fin de posicionar a México como el destino con el mayor legado de la cultura maya, una de las culturas más importantes en la historia de la humanidad, durante el primer semestre de 2011, la SECTUR coordinó el desarrollo del Programa Mundo Maya, junto con el Centro de Promoción Turística de México (CPTM) y los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, con el fin de dar a conocer el esplendor y la magia de esta gran civilización.
- Para ello, se elaboró un programa de promoción que incluye exposiciones, conferencias y encuentros internacionales. Asimismo, se está invirtiendo más en infraestructura turística para ampliar la oferta cultural.
- Se trabaja en una estrategia integral (concepto, slogan, logotipo, video y folleto institucional), que realce los centros turísticos cercanos a las zonas arqueológicas mayas, para atraer más turistas y detonar el potencial turístico del sureste del país.

Finalmente, en el Sexto Informe anual 2011-2012, el en ámbito del Turismo Cultural buscó aprovechar de manera sustentable el patrimonio histórico y cultural de nuestro país y se llevaron a cabo diversas acciones entre las que destacaron:

- La organización de la Segunda Edición de la Feria Mundial de Turismo Cultural en Morelia, Michoacán, del 29 de septiembre al 2 de octubre de 2011. Participaron 114 expositores y 175 compradores nacionales y extranjeros especializados en turismo cultural, quienes registraron 1,327 citas de negocios; en materia académica se realizaron 12 conferencias por expertos nacionales y extranjeros; y se llevó a cabo un programa de 54 actividades artísticas en 13 plazas públicas y recintos. En la cobertura del evento participaron 19 periodistas provenientes de nueve países, 35 nacionales y 70 locales.
- Durante el primer semestre de 2012 se realizaron tres Jornadas de Profesionalización en Desarrollo de Productos Turísticos. La primera jornada tuvo lugar el 15 de marzo en la Ciudad.

Programa Mundo Maya

- La coordinación de acciones entre la SECTUR, el FONATUR, los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, junto con los países de Guatemala, Honduras, El Salvador y Belice, permitió diseñar la Ruta Maestra del Mundo Maya, a través de la cual se vinculan las zonas arqueológicas más importantes de la cultura maya, con localidades turísticas, pueblos mágicos, playas, áreas naturales protegidas, puertos marítimos y 14 sitios declarados por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad.
- La ruta está integrada por 70 sitios en recorridos terrestres, 25 con accesibilidad marítima y 16 enlaces aéreos que conectan con las principales ciudades al interior de la región maya. Con ello se impulsa la modalidad multidestino y permite que los visitantes conozcan diferentes lugares durante su viaje.
- A través del portal oficial www.mundomaya.travel, se puso a disposición de los usuarios información sobre los destinos turísticos, opciones de conectividad, hospedaje, tradiciones y oferta gastronómica, por medio de

micrositios y aplicaciones para dispositivos móviles disponibles en seis idiomas con un total de 220 participantes; y las dos restantes, el 8 y 9 de mayo en Guadalajara, Jalisco, y León, Guanajuato, con 160 y 150 participantes, respectivamente. A estos eventos asistieron importantes operadores de viajes nacionales que comercializan el producto México, representantes de los programas Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial y Pueblos Mágicos; así como agencias de viajes nacionales, hoteleros y restauranteros.

- En el marco del Programa Mundo Maya 2012, se participó en el Segundo Foro Regional de Cultura y Turismo realizado del 29 al 31 de mayo en Villahermosa, Tabasco. Este evento congregó a especialistas en temas de desarrollo de productos turísticos.
- Del 25 al 27 de mayo en Morelia, Michoacán, se participó en el Festival Internacional de Gastronomía y Vino “Morelia en boca”, con la asistencia de más de 1,700 personas e incluyó demostraciones de cocina, catas, stands de vino, comida y conferencias.
- Conjuntamente con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y el gobierno del estado de Querétaro, se organizó el evento conmemorativo denominado: “40 años de la Convención de Patrimonio Mundial: Patrimonio Mundial, Cultura y Desarrollo en América Latina y el Caribe (turismo y territorio, clave para el desarrollo comunitario)”, celebrado del 17 al 20 de julio en la ciudad de Querétaro, con la participación de expertos de 16 países y de siete organismos internacionales.
- Durante el primer semestre de 2012 se fortaleció el Programa Pueblos Mágicos a través de los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos con los estados, mediante el otorgamiento de 162.8 millones de pesos de recurso federal que permitió detonar una inversión conjunta con los estados y municipios de 302 millones de pesos para infraestructura en beneficio de 1, 021, 604 habitantes.

- Se entregaron siete nombramientos a nuevos Pueblos Mágicos: Mineral de Pozos, Guanajuato; Sombrerete, Zacatecas; Angangueo, Michoacán; Cuatro Ciéneas, Coahuila; Magdalena de Kino, Sonora; Pahuatlán, Puebla; y Loreto, Baja California Sur; para sumar un total de 55 Pueblos Mágicos en todo el país.

En seguimiento a las acciones para fortalecer y potencializar el nombramiento de la Cocina Mexicana como Patrimonio Intangible de la Humanidad, el 28 de febrero de 2012, se dieron a conocer las Rutas Gastronómicas de México que comprenden 18 recorridos turísticos que abarcan todo el país y permiten ofrecer a nuestros visitantes, la experiencia culinaria más completa a través de los sabores de México. La promoción y comercialización de estas rutas se encuentran disponibles en mapas, folletos, itinerarios y guías de viaje, así como en la página de internet www.rutasgastronomicas.mx.⁴⁹

Resultados y avances mostrados en el Programa Nacional de Cultura 2007-2012⁵⁰

En el primer informe de ejecución derivado del Programa Nacional de Cultura 2007-2008, se consideró dentro de los recursos vinculados de la cultura con el turismo, para el patrimonio y desarrollo del turismo 16.1 millones de pesos, 78% mayor respecto al año 2006.

Entre las acciones realizadas podemos mencionar las siguientes:

- Distribución de 100 folletos en inglés y español para la exposición Turismo Cultural con Frida.
- Se elaboraron 2, 500 ejemplares de la Agenda Turismo Cultural 2008, la cual integró todos los festivales del país.
- Se produjeron 13 programas de televisión Ruta México, en conjunto con la Coordinación de Promoción Turística de México y los 31 estados del país.

⁴⁹SECTUR, Administración 2006-2012, disponible en: http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/5786/1/images/2_09_TURISMO_SEXTO%20INF%20ORME%20DE%20GOBIERNO.pdf. (Pág. consultada el 24-11-13).

⁵⁰ CONACULTA, INBA, disponible en: <http://www.bellasartes.gob.mx/index.php/directorio/programas-del-pnd.html> (Pág. consultada el 24-11-13).

- En el marco del programa “La aventura del conocimiento” del Turismo Cultural del INAH, se realizaron 466 paseos y recorridos culturales a los que asistieron 14, 560 personas.

En cuanto a la inversión en la infraestructura cultural, se menciona que durante 2007 se ejercieron 194.1 millones de pesos, destinados a programas de mantenimiento y renovación de los espacios y servicios de todo el país, entre los resultados se mostraron los siguientes:

Mejoramiento de las zonas arqueológicas existentes, principalmente:

- a) La pirámide del Castillo o Templo de Kukulcán en Chichen Itzá.
- b) La zona arqueológica de Teotihuacán
- c) El Templo Mayor
- d) La zona de Uxmal en Yucatán.

El Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y el INBA, tienen abiertas al público 173 zonas arqueológicas, 133 museos y 78 monumentos históricos, que fueron visitados por 17. 4 millones de personas.

Los resultados en el Segundo Informe de ejecución 2008-2009, se previeron 10, 690 millones de pesos, 5.8% mayor en términos reales respecto a 2007.

Se elaboraron en el periodo de septiembre de 2007 a agosto de 2008 los dictámenes técnicos para el manejo de las zonas de Tulum, Quintana Roo, Tamoc, San Luis Potosí, Plazuelas, Guanajuato, Tula, Hidalgo y Calakmul, Campeche, así como del Museo de Guadalupe y el Museo Histórico de Ciudad Juárez, Chihuahua. Destacaron las acciones de mejoramiento del Templo Mayor con labores de mantenimiento así como en el Templo de los Fallos.

Los resultados del periodo en cuanto a la vinculación de la cultura con el turismo son los siguientes:

- Se publicó la Agenda de Turismo Cultural 2008 con un tiraje de 2,500 ejemplares.
- El INAH organizó 488 paseos culturales en sitios de interés arqueológico, antropológico, histórico, geográfico y gastronómico, que fueron guiados por investigadores y especialistas con el fin de difundir el patrimonio.
- La Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo realizó la traducción de contenidos de la publicación de Sitios Mexicanos Patrimonio Mundial, en coedición con el Consejo de Promoción Turística.

El Tercer informe de ejecución del periodo 2009-2010, se elaboró previendo ejercer recursos públicos por la cantidad de 15, 105. 4 millones, 39.4% y 30% mayores en términos reales.

Para el mejoramiento de las zonas arqueológicas existentes, en el 2009 se programaron cinco planes de manejo en sitios, monumentos y zonas arqueológicas e históricas, así como en museos, regulados con una metodología con criterios adecuados para la conservación, preservación, investigación y difusión.

- En el marco de la conmemoración del Bicentenario de la Independencia Nacional y del Centenario de la Revolución Mexicana, a partir del segundo trimestre del 2009, se diseñaron nueve rutas históricas que incluyeron destinos relativos a ambos acontecimientos y que se incluyeron en los Programas de Paseos Culturales.

En el Cuarto Informe de ejecución que comprende del periodo 2010-2011, se mencionan los siguientes avances dentro de los programas establecidos:

- Se elaboró la Agenda Cultural Bicentenario 2010, cuya impresión fue financiada por el Consejo de Promoción Turística, la cual incluyó más de 400 festivales culturales, con un tiraje de 3,800 ejemplares distribuidos en todo el país.

- En el Programa Paseos Culturales INAH, vinculados a los acontecimientos conmemorativos al Bicentenario y el Centenario se realizaron 212 recorridos, imprimiéndose 160 mil ejemplares de los paseos.
- CONACULTA difundió por primera vez la gastronomía de 18 entidades federativas, 117 localidades, 426 restaurantes, 123 recetas tradicionales.
- Se proporcionó asistencia técnica a 16 localidades del país y 10 entidades federativas en los conceptos de Museo de los Insurgentes, así como apoyo técnico a localidades candidatas a Pueblos Mágicos.
- El portal oficial de turismo cultural incremento las visitas en 6.6 veces más desde su creación en 2009.

2.2. Participación actual de México en los organismos multilaterales

Hoy en día el poder ya no se mide en razón de la capacidad militar como se reconocía en el pasado, poco a poco el poder ha ido asimilando nuevas formas, principalmente el tamaño de las economías, los habitantes, es decir, se va distribuyendo hoy en día hasta tomar en cuenta la influencia cultural y el rol de organismos internacionales.

México en el siglo pasado promovió y mantuvo una exitosa política respecto a los organismos económicos globales y regionales, formulando propuestas, así como, designando a mexicanos distinguidos en puestos importantes de dichos organismos, es decir, tuvo un destacado papel en los organismos multilaterales, a lo largo de su historia. Sin embargo, en el marco de la alternancia política mexicana y su coincidencia con el entramado institucional internacional, México ha perdido vitalidad en sus intervenciones en el marco multilateral, ya que la falta de objetivos estratégicos de mediano y largo plazo así como la ausencia de una visión integral han vuelto deficitaria nuestra participación multilateral.

México, pasó a ser un país pasivo, el cual ya no propone o plantea proyectos al Banco Mundial, o el cual había estado desempeñando un papel decisivo en la creación del Banco Interamericano de Desarrollo en 1960, o el primer país emergente en ingresar a la OCDE en 1994. En la actualidad, México se ha limitado a simplemente no cometer errores protocolarios.

Cruzamos por un momento en donde la falta de objetivos estratégicos tanto de mediano como a largo plazo sobre la política exterior de México ha provocado que nuestra participación y reconocimiento internacional se hayan visto mermadas las últimas décadas, en los organismos multilaterales en general. Los países del primer mundo son quienes se encuentran gestionando políticas en el marco de los acuerdos internacionales a través de las iniciativas que los gobiernos de cada país han implementado.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se propuso promover la identificación, la protección y la preservación del patrimonio cultural y natural de todo el mundo considerado especialmente valioso para la humanidad. Todos los países poseen sitios y monumentos de interés local o nacional, pero para que este "patrimonio nacional" sea considerado también "patrimonio mundial" tiene que ser patrimonio de "valor universal excepcional". En la "Convención sobre la protección del patrimonio mundial cultural y natural" (París, 1972) se especificaron los criterios por los que se inscribe a un lugar o monumento en la Lista del Patrimonio Mundial

“Un Bien declarado Patrimonio de la Humanidad es un legado de la comunidad internacional y su presencia en un determinado país, le exige a este país un incremento de imaginación, preocupaciones y gastos para conseguir su protección y defensa. (Convención sobre la protección del patrimonio mundial cultural y natural -París, 1972-).”⁵¹

En dicha Convención se especificó que cada uno de los Estados Partes reconoce su obligación de identificar, proteger, conservar, rehabilitar y transmitir a las generaciones futuras el patrimonio cultural y natural situado en su territorio. Procurará actuar con ese objeto por su propio esfuerzo y hasta el máximo de los recursos de que disponga, y llegado el caso, mediante la asistencia y la cooperación internacional de que se pueda beneficiar, sobre todo en los aspectos financiero, artístico, científico y técnico.

Nuestro país debe comprometerse con dichos objetivos; garantizar protección y una conservación eficaces y revalorizar lo más activamente posible el patrimonio cultural y natural situado en su territorio en las condiciones adecuadas; cada país, cada uno de los Estados Partes procurará dentro de lo posible:

⁵¹Patrimonio, disponible en: <http://patrimonio.consumer.es/la-declaracion-de-un-bien-patrimonio-de-la-humanidad/>(Pág. consultada el 26-01-14).

a) adoptar una política general encaminada a atribuir al patrimonio cultural y natural una función en la vida colectiva y a integrar la protección de ese patrimonio en los programas de planificación general;

b) instituir en su territorio, si no existen, uno o varios servicios de protección, conservación y revalorización del patrimonio cultural y natural, dotados de un personal adecuado que disponga de medios que le permitan llevar a cabo las tareas que le incumban;

c) desarrollar los estudios y la investigación científica y técnica y perfeccionar los métodos de intervención que permitan a un Estado hacer frente a los peligros que amenacen a su patrimonio cultural y natural;

d) adoptar las medidas jurídicas, científicas, técnicas, administrativas y financieras adecuadas, para identificar, proteger, conservar, revalorizar y rehabilitar ese patrimonio; y

e) facilitar la creación o el desenvolvimiento de centros nacionales o regionales de formación en materia de protección, conservación y revalorización del patrimonio cultural y natural y estimular la investigación científica en este campo;

Siendo que México cuenta con 32 sitios reconocidos como Patrimonio de la Humanidad, debe buscar la conservación patrimonial, con asesoría de la Red Internacional de Observatorios de las Políticas Culturales, la UNESCO y el ICOMOS que promueven la participación internacional para difundir información sobre política cultural, que hoy en día tiene su mayor desafío global en materia ambiental. Reconocer que constituye un patrimonio universal en cuya protección la comunidad internacional entera tiene el deber de cooperar.⁵²

2.3. Desarrollo de los centros turísticos y culturales de México

El desarrollo, esplendor y fusión de antiguas civilizaciones nos legó una gran riqueza patrimonial y cultural que distinguen al país en el primer lugar en América en la lista de sitios reconocidos como Patrimonio Mundial por parte de la UNESCO, en su mayor parte constituido por zonas arqueológicas y de monumentos históricos bajo resguardo del INAH,

⁵² CONACULTA, *Sistema de información cultural* disponible en, http://sic.conaculta.gob.mx/lista_nuevos. http://sic.conaculta.gob.mx/lista_nuevos.php?table=patrimonio, (Pág. consultada el 20-dic-13).

y dentro de los primeros diez en el mundo, cifras que reflejan el potencial turístico que puede ser aprovechado mediante políticas de desarrollo sustentable.⁵³

Hoy en día, las tendencias turísticas actuales indican que es necesaria la diversificación de los productos turísticos porque los consumidores mundiales demandan paquetes que integren el conjunto de la oferta de un destino; ya que el actual concepto de cultura y el aumento del consumo, lo cual ha ocasionado que el turismo cultural se amplié para abarcar otros sitios: museos, yacimientos arqueológicos, castillos, antiguas fábricas, municipios, comarcas, todo ello transformado en productos para el turista. Crece la oferta de atracciones porque cada destino turístico estima que atesora un capital cultural único que puede ofertar a los turistas y ve en las atracciones culturales el principal medio de captar beneficios de todo lo que pueda derivarse.

Cada vez más, un número mayor de productos culturales está siendo comercializado integrándose en la oferta de los operadores turísticos. En este asumen un papel destacado las industrias culturales con las nuevas tecnologías, desde la televisión hasta internet, porque los flujos turísticos se multiplican cuando se difunden muchas imágenes y en distintos formatos de un lugar.

Las características del mercado turístico se resumen en:

- Demanda turística creciente.
- Oferta de atracciones creciente.
- Competencia en alza.
- Aumento del consumo cultural.
- Evolución desde un nicho de mercado a un mercado de masas.
- El turismo cultural se encuentra en todos los segmentos del mercado turísticos.
- Polarización entre las grandes y pequeñas atracciones.
- Globalización/ localización de la oferta y la demanda.
- Surgimiento de productos especializados.
- Alta competencia en los sistemas de presentación de los recursos culturales.
- Papel creciente de la tecnología de la información.

⁵³ CONACULTA, *Programa Nacional de Cultura, Eje 7 Turismo y cultura*, disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/eje7.pdf>, (Pág. consultada el 7-08-12).

Todo esto ha provocado lo que se ha dado en llamar la globalización/localización de la oferta y la demanda: el desarrollo de grandes atracciones y grandes acontecimientos culturales así como de productos a escala local que está produciendo un circuito global de súper productos y mini productos culturales.

La riqueza cultural de México, la amplitud del concepto de turismo cultural y la asociación de “atractivo turístico-cultural” con el patrimonio cultural tangible e intangible, permite que el número de sitios con potencial para visitas turísticas sea prácticamente inaprensible. A continuación se presentan las características entre uno y otro.

- *Recurso Turístico Cultural*: Es aquella riqueza patrimonial de un destino o comunidad que puede ser material, espiritual, intelectual o afectiva.
- *Producto Turístico Cultural*: Es el resultado de la integración de los recursos patrimoniales más los servicios turísticos. Su valor de mercado radica en la posibilidad de ofrecer una interpretación que facilite la comprensión, conocimiento y disfrute de los viajeros.
- *Oferta Turística Cultural*: Es el resultado de la integración de los productos turísticos culturales de un destino que cuenta con facilidades para su promoción y comercialización.
- *Patrimonio Cultural Tangible*: Son aquellos recursos relevantes que involucran sitios que tienen una manifestación física y representan la expresión de la identidad de los pueblos, como los restos monumentales, arquitectónicos y artísticos de las culturas.
- *Patrimonio Cultural Intangible*: Comprende las prácticas, las representaciones, las formas de expresión, el conocimiento y la habilidad que les dan un sentido de identidad y de continuidad a los grupos e individuos; es decir, las tradiciones y expresiones orales, las artes, prácticas sociales, rituales y festividades, conocimiento y práctica acerca de la naturaleza y el universo. Además de los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales asociados con estos elementos, heredado de generación en generación.

2.3.1. Clasificación de los centros turísticos culturales

Siendo así, en México se identifican 811 localidades de interés para el desarrollo del turismo relacionado con la cultura, a partir del análisis de guías turísticas y registros de parte de la Secretaría de Turismo (SECTUR), del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y del Consejo Nacional para la Cultura y la Artes (CONACULTA).

Las localidades se agruparon en cuatro categorías y once subcategorías a partir de los siguientes criterios:

- La función que juegan en el sistema turístico
- Las principales características del patrimonio cultural con que cuentan
- Las condiciones de infraestructura y servicios para su aprovechamiento turístico
- Características de la población local

Esta clasificación permite establecer comparaciones y generar lineamientos de desarrollo estandarizados. De las 811 localidades, 125 fueron mencionadas por los turistas como “principales destinos culturales de México”, aunque únicamente 9 concentran casi el 70% de las menciones. Cabe resaltar que existen algunas diferencias entre la percepción de turistas nacionales y extranjeros, de esta forma podemos ver que se han incluido los siguientes sitios:

Ciudades Coloniales: Son aquellas construidas durante el periodo de la dominación española durante el virreinato de Nueva España y representan un patrimonio de enorme valor cultural e histórico del pasado de México. Las Ciudades Coloniales tienen todo un mundo para ofrecer a sus visitantes: desde invaluables testimonios arquitectónicos del exuberante barroco mexicano hasta la sobriedad del neoclásico; minas y haciendas que contribuyeron de manera notable a gestar un México económicamente poderoso; pintorescos pueblos, ferias y festivales; ex-conventos, templos y misiones, santuarios religiosos, cascadas, bosques, playas, museos, zonas arqueológicas y grutas.

Entre las Ciudades Coloniales que tiene México se enumeran: Aguascalientes, Durango, Guadalajara, Mérida, Querétaro, San Luis Potosí, Tlaxcala, Guerrero, Michoacán, Guanajuato.



Querétaro
Fuente: SECTUR, 2013



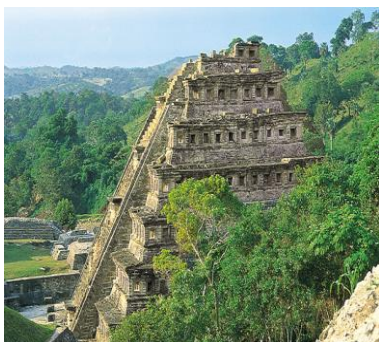
Guanajuato



San Luis Potosí

Sitios Arqueológicos: Las construcciones y vestigios de las culturas precolombinas que habitaron las diferentes regiones del actual territorio nacional, son uno de los patrimonios más venerados de México. Nuestra herencia prehispánica ha dejado en sus edificaciones de piedra las imágenes y las formas de la raíz más fuerte y honda de nuestra identidad mexicana. Muchas de estas zonas son consideradas Patrimonio Cultural de la Humanidad debido al significado universal de sus creaciones arquitectónicas, como ciudades, templos, pirámides, estelas, etc. Esta declaración por parte de la UNESCO hace de estos lugares verdaderos viajes a través de un tiempo y un espacio.

Principales zonas arqueológicas: Bonampak, Chichén-Itzá, Calakmul, Uxmal, Cobá, Monte Albán, Teotihuacán, Mitla, El Tajín, etc.



El Tajín, Veracruz
Fuente: SECTUR, 2013



Teotihuacán, Edo. México



Monte Albán, Oaxaca

Ciudades Patrimonio: Declaradas por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad, estas ciudades son las depositarias de las obras y valores de la cultura mexicana de trascendencia universal. El acervo cultural de México, se encuentra actualmente en el sexto lugar mundial y el primero de América Latina con mayor número de denominaciones.⁵⁴ En algunas ciudades se manifiesta la particular combinación de la arquitectura colonial con la indígena que expresan, simultáneamente, a las culturas que forman parte de México. En otras, abundan construcciones en estilos barroco y neoclásico que abarcan el periodo colonial, que han perdurado hasta el presente: iglesias, museos, catedrales, plazas, caminos, barrios.

Principales Ciudades Patrimonio: Campeche, Ciudad de México, Zacatecas, Oaxaca, Querétaro, Puebla, Morelia, Guanajuato, Tlacotalpan.⁵⁵



Ciudad de México
Fuente: SECTUR, 2013



Morelia



Campeche

Gastronomía: Además del gusto y el olfato, las rutas gastronómicas significan interesantes experiencias para todos los sentidos. La gran variedad de platillos de nuestra gastronomía, ricos en tradición, sazón, aroma y colorido, es uno de los mayores orgullos representativos de la cultura mexicana. Las cocinas regionales, además de poseer una gran variedad y formas de preparar alimentos, se han mestizado y enriquecido a lo largo del tiempo, recibiendo la aportación de otras gastronomías pero sin perder sus cualidades. Por supuesto, la gran oferta culinaria con la que contamos en nuestro país, muestra tradiciones

⁵⁴ Ávila Aldapa, Rosa Mayra, *Turismo cultural, alcances y perspectivas*, Trillas, México, 2007. p. 78.

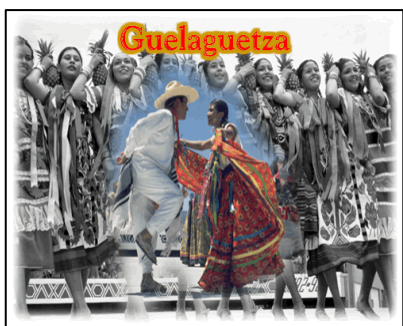
⁵⁵ UNESCO, *Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*, disponible en: www.unesco.org/tools/fileretrieve/264a56a2.pdf. (Pág. consultada el 11-05-10).

locales, como los antojitos preparados con maíz, mundialmente reconocidos, la sopa de lima de Yucatán, el tasajo y los Chapulines de Oaxaca, los chiles en nogada de Puebla.

Principales ciudades gastronómicas: Aguascalientes, Chiapas, Guerrero, Baja California, Tlaxcala, Yucatán, Puebla, Oaxaca.

Eventos y festividades culturales: Los festivales, ferias y fiestas de índole civil y cultural, forman parte importante del estilo de vida y el sentir de los mexicanos. La identidad del pueblo mexicano, alegre y festivo encuentra su expresión en fiestas y celebraciones en todo el territorio nacional. A lo largo del territorio mexicano, la diversidad de culturas y etnias ha sobrevivido al paso del tiempo en diferentes celebraciones, usos y costumbres, carnavales, festivales culturales, despliegues multicoloridos, bailables, cantos, son algunas de las formas en las que el gusto y la necesidad de celebrar se manifiestan; fiestas patronales y rituales en donde se recibe a todos los turistas con los brazos abiertos.

Principales eventos y festividades: Feria Nacional de San Marcos (Aguascalientes), Festival Cervantino (Guanajuato), Guelaguetza (Oaxaca) Carnavales (Veracruz, Campeche, Cozumel).



Guelaguetza, Oaxaca

Fuentes: Oaxaca-mio.com, cdi.gob.mx, feriadesanmarco.gob.mx



Feria Nacional de San Marcos



Día de Muertos

Pueblos mágicos: es un programa de la Secretaría de Turismo, cuyo objetivo es asignar el valor a poblaciones del país, susceptibles de recibir flujos turísticos, que tengan las siguientes características:

- Ubicación en zonas cercanas a sitios turísticos o a grandes ciudades.

- Acceso razonable a vías de comunicación.
- Valor o motivo histórico y/o religioso y cultural.
- Interés y voluntad de sociedad y gobierno.

En los cuales el beneficio de la comunidad se logrará al dar valor a sus diversos atractivos como las artesanías, el comercio, los restaurantes, etc.; y las poblaciones recibirán corrientes turísticas que generarán ingresos. Algunos ejemplos son los siguientes:



Xico, Veracruz
Fuente: SECTUR, 2013



Cholula, Puebla



Chiapa de Corzo, Chiapas

Actualmente, el modelo turístico de sol y playa cede su paso a nuevas prácticas recreativas, impuestas por la sociedad posmoderna, el cual se basa en un turista activo y conocedor del ambiente, que dispone de mucha información, valora los aspectos culturales de la comunidad local y busca su contacto. México para no quedar fuera del mercado turístico internacional, modificó su argumentación promocional y se presentó al mundo ofreciendo nuevos productos⁵⁶ es por ello, que su estrategia comercial se ha basado en la programación de circuitos que ofrecen productos de sol y playa combinados con turismo cultural, ya que la riqueza arqueológica, requiere tareas de rehabilitación de los recursos culturales y patrimoniales, los cuales son esenciales para el desarrollo del turismo cultural y arqueológico.

2.3.2. Principales problemas en la planificación de los centros turísticos

⁵⁶Benseny, Graciela, *El Turismo en México: apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral. Aportes y Transferencias*, Universidad Nacional del Mar de la Plata, Vol. 11, Núm., 2, 2007, p. 32.

Es importante considerar que en el planteamiento del problema el turismo cultural no se limita a las aperturas internacionales o a los proyectos de gran amplitud sino toman en consideración los recursos locales realmente movilizables (finanzas, redes territoriales, circuitos temáticos) y sus perspectivas de integración con las demás actividades existentes. México ha innovado mucho en planeación y difusión de sus productos culturales, la gente en el mundo tiene un imaginario infinito cuando se le menciona este país, y todavía puede ser mayor el impulso al turismo cultural en esta área.⁵⁷

Sin embargo, podemos analizar que los grandes conjuntos monumentales abiertos al público y que tienen gran afluencia turística, se han visto afectados profundamente debido a diversos factores tales como el desenfrenado desarrollo urbano y la proliferación del comercio, establecido o informal, que tiene un efecto corrosivo sobre los bienes culturales y su entorno natural.

En realidad, el problema es que no se ha logrado enmarcar el turismo dentro de una estrategia global que defina mecanismos que beneficien a la población local económica, social y culturalmente. Parte integral de estos proyectos es el cuestionamiento al modelo de desarrollo turístico montado exclusivamente sobre el impulso a las grandes empresas transnacionales, políticas que regulen los usos del patrimonio con criterios de sustentabilidad y participación de las poblaciones involucradas, tanto en la gestión y apropiación de beneficios como en la interpretación de bienes culturales. Al respecto resulta inaplazable la apertura legislativa y política de espacios de participación civil, ya que en general las legislaciones latinoamericanas como la mexicana mantienen a raya su necesario involucramiento, no obstante las limitaciones de las instituciones para atender la problemática patrimonial en un contexto de crisis generalizada, polarización, cambio social e integración mundial.

Los planificadores turísticos deben buscar con su diseño la representación tangible de un producto o servicio de acuerdo a una idea creativa previa. La prestación del servicio es la mayor problemática donde se condensaran todos los éxitos y/o fracasos que de él se deriven. El ciclo se completa con la reinversión de los beneficios del plan en la mejora de

⁵⁷INAH, *Carta turismo cultura.* disponible en: www.antropologia.inah.gob.mx/pdf/pdf_marcos/CARTA%20TURISMO%20CULTURA.pdf, consultada el 23-05-10). (Pág.

los recursos, y se continúa con la permanente actualización de investigación de los recursos, su reelaboración y su redefinición.

El turismo internacional es actualmente considerada una actividad de tecnología avanzada que plantea a los países en desarrollo problemas de adaptación a la evolución del mercado, de transferencia tecnológica, financiación, formación e integración a la economía mundial, deben hacer frente a problemas tales como choque de culturas, los diferentes tipos de comportamientos incluso a veces opuestos, la degradación ambiental y las reacciones de rechazo, es por ello que estamos seguros, que México en el marco de la globalización mundial debe continuamente redefinir y adecuar los ámbitos de participación de los diferentes actores que contribuyen en el desarrollo del sector turístico como prioridad del estado mexicano y de las actividades productivas, así como el establecimiento de conceptos rectores y una visión estratégica, es decir tratar de encontrar la manera de relacionar los veloces procesos de desarrollo en la escala mundial con la dinámica de las poblaciones locales, para lograr mejorar su calidad de vida y la protección del medio ambiente natural y los patrimonios culturales.

3. Retos para la elaboración de una política de turismo internacional culturalmente sustentable para México: una visión hacia 2015

A nivel mundial se habla de un nuevo paradigma para el turismo, al cual se ha denominado genéricamente como “turismo cultural” donde los turistas hoy en día buscan un atractivo en torno a los recursos culturales de una nación, como ya lo hemos mencionado anteriormente, si el recurso patrimonial puede ser aprovechado, adaptado y accesible entonces puede considerarse como un recurso turístico, y deberá ser desarrollado como un servicio turístico susceptible para ello debe evolucionar a la condición de atractivo y ser sustentado con una política turística.

La ausencia de un modelo turístico de desarrollo nacional que ponga a la cultura en el centro de nuestro país a pesar de la gran riqueza cultural, y de una política turística que los últimos años ha padecido de una visión centralista que además no estimula adecuadamente a artistas, creadores y promotores han sido la causa de que exista hoy en día la necesidad de forjar una identidad nacional que le de cohesión social y cultural a nuestro país. La mayoría de los programas de estímulos están concentrados en el interior del país, sin reconocer la diversidad cultural de las regiones, y las actividades culturales inciden en un bajo porcentaje de la población, asimismo, se ha descuidado la presencia cultural de nuestro país en el mundo y no existe una adecuada vinculación entre el turismo y la cultura.

Por lo anterior, comenzaremos definiendo lo que se refiere a la política turística, que se entiende como la acción del Estado dirigida al estímulo y protección de los intereses turísticos nacionales que pueden afectar o estimular el sector turístico de manera directa como de manera indirecta. Es decir, son las tendencias y disposiciones dirigidas a cuidar y fomentar los intereses del turismo; Ignacio Arriaga nos dice que “Solo podrá emprenderse y realizarse una acertada política turística nacional si esta es controlada por el Estado”.⁵⁸ Sin embargo, no solo los gobiernos pueden llevar a cabo políticas turísticas, sino que también el propio sector privado o las organizaciones no gubernamentales pueden estar implicados en ello.

⁵⁸ Arriaga, José Ignacio, *Sistema de política turística*, Edit. Aguilar, Madrid, 1955, p. 5.

Consideramos que los Estados son quienes deben de plantear las políticas de estímulo al crecimiento, sobre todo, poniendo en marcha infraestructuras receptoras como son aeropuertos, autopistas en el interior del país, preparando los recursos naturales y patrimoniales nacionales para ser productos turísticos dando impulso a las iniciativas empresariales. Es por ello que la política turística debe girar en torno a la coordinación de iniciativas encaminadas a mejorar la competitividad y evitar la obsolescencia del sector, lo cual condiciona directa e indirectamente, el ámbito profesional y laboral, el empresarial y el fiscal, también define la normativa laboral específica para el sector, asimismo que fomenta la ayuda a la investigación e innovación. Las políticas de formación actuales pretenden profesionalizar el sector aplicando medidas más globales, es decir, incluir el dialogo entre instituciones de formación y administración turística, que resulte conveniente en la posibilidad de hacer efectivas las políticas turísticas. De manera general, el Estado suele intervenir en la actividad turística para:

- 1) Contribuir en la reducción de sus impactos negativos e integrarlo como actividad que apoye el desarrollo sostenible.
- 2) Ampliar el nivel de bienestar de la sociedad.
- 3) Salvaguardar el interés general de una actividad que engloba agentes diferentes.

Entre los principios de la política turística podemos enumerar los siguientes principalmente:

- 1) Debe existir un conjunto de decisiones articuladas a partir de una idea común y coherente de lo que es el turismo.
- 2) Voluntad política y consenso social para ejecutar acciones sobre líneas maestras de la política turística para que sea efectiva.
- 3) Acciones impulsadas por un gobierno en el ámbito territorial de su competencia, lo cual no impide que haya diferentes órganos legítimos que establezcan políticas turísticas.
- 4) Determinar los objetivos y los medios de las políticas de desarrollo turístico.
- 5) Evaluar los efectos multiplicadores de esas políticas en la producción y en el consumo.
- 6) Buscar los límites de esas políticas frente a la protección y sustentabilidad del medio ambiente y de la zona.

Además de los tres grandes principios llevados a cabo dentro del Programa *SIRCHAL* de revitalización de los centros históricos latinoamericanos:

- 1) El compromiso político
- 2) La participación local a todos los niveles del proyecto
- 3) Los financiamientos locales

En la actualidad el turismo internacional es para la mayoría de los países, un factor importante del desarrollo económico por sus consecuencias en la producción, el consumo y el empleo; sin embargo, el desarrollo no se reduce solamente al crecimiento en la producción, comprende igualmente los aspectos cualitativos sociales, humanos y de protección al medio ambiente, el cual resulta ser uno de los objetivos que buscamos de la política, establecer una política conjunta del turismo nacional e internacional basada en una integración y una complementariedad entre los planes de acondicionamiento turístico y los planes de desarrollo económico y social de cada país.

Como mencionábamos anteriormente, uno de los retos principales que debemos de tener presentes al planificar en el área turística cultural es la definición de los modelos a seguir, es decir, se define lo que va a ocurrir turísticamente en aquel territorio, así se podrán analizar los impactos que se darán en la cultura local; al mismo tiempo, se debe de definir el grado de inclusión de las propuestas culturales en el conjunto de la oferta turística del destino, no tan solo cuantitativamente sino que también cualitativamente, y en este sentido debemos proponer la implementación de gestores culturales que se encarguen de realizar estos propósitos.

Las fases para proponer una política turística cultural, así como para comprender mejor nuestro ámbito de acción son las siguientes:

- 1) Identificación de objetivos
- 2) Análisis de situación
- 3) Reflexión estratégica
- 4) Diagnóstico y plan de continuidad
- 5) Elaboración y evaluación
- 6) Selección de estrategias
- 7) Programación y ejecución

8) Seguimiento y retroalimentación

Asimismo la política turística cultural debe definir su capacidad de extender los productos culturales y conocer la infraestructura cultural de una ciudad, que quizá resulte la mejor manera de saber cuál es su nivel de desarrollo cultural y cuál es su capacidad para implicar a los ciudadanos en la creación y difusión de los productos artísticos y culturales,⁵⁹ para ejercer un mayor control en la gestión de los territorios para uso turístico, propiciando su aprovechamiento ordenado y racional con el fin de alcanzar un “desarrollo sustentable”, ya que los bienes patrimoniales no pueden estar disociados de su comunidad de origen, que da todo el sentido histórico, valorar los conocimientos y las creencias populares, es necesario que todos los actores locales participen en los proyectos y que sean representados a la vez el sector público y el sector privado, los profesionales del patrimonio y los distintos gremios, y en el marco de los OMD las minorías beneficiarias deben ser prioridad.

Por lo anterior, los proyectos turísticos deben tomar en cuenta los planes de desarrollo global, para privilegiar empleos para los locales, preservar los sectores económicos tradicionales y no someter la expansión económica a la sola actividad turística (fluctuante con la coyuntura externa), compensar los límites de acogimiento que prevalecen al mantenimiento del patrimonio por una oferta de mayor calidad, invertir los beneficios públicos en formaciones profesionales o servicios básicos.

En la actualidad la planificación turística está notablemente influenciada por las iniciativas que tienen como objetivo la generación de dinámica económica en zonas donde no hay actividad turística o ésta es incipiente, para adoptar criterios de sostenibilidad e incorporar activos culturales significativos, hay que tener en cuenta que se produce una coincidencia perniciosa entre la urgencia de los gobiernos por crear dinámica económica y la visión de beneficio a corto plazo de los inversores turísticos, de manera que este tipo de planificaciones en la práctica, debe considerar los siguientes objetivos:

- 1) El turismo precisa para su impulso la colaboración del sector público y el privado, resulta imprescindible la utilización de recursos públicos cuya gestión es

⁵⁹ Marce Carol, Xavier, *La sociocultura, una estrategia de intervención cultural en el marco de las políticas locales*, Barcelona, 1996. p. 39.

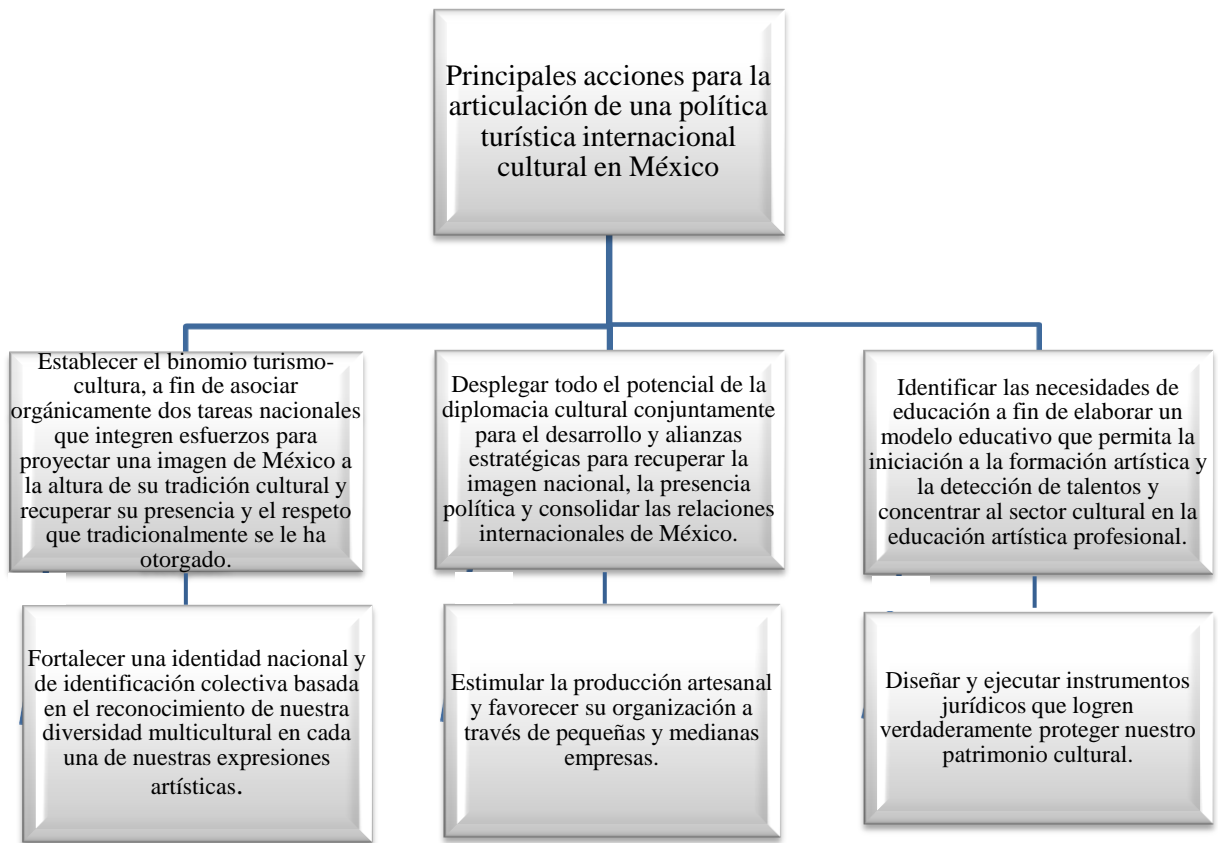
competencia de diferentes administraciones y órganos de gobierno (recursos naturales, culturales, territoriales, etc.).

2) Es imprescindible aumentar la conciencia de los ciudadanos con respecto al destino turístico a partir de una mayor implicación de la sociedad civil en un buen desarrollo turístico.

3) Para que el turismo funcione es necesario la concurrencia de varios subsectores empresariales (alojamiento, restauración, transporte, intermediación, etcétera).

Por todo lo anterior nos hacemos la siguiente cuestión ¿qué propuestas para la protección y desarrollo del turismo cultural debemos pensar y planificar para nuestros territorios? Durante los últimos años han proliferado el número de planes turísticos, lo que ha demostrado la importancia de la planificación turística a diferentes niveles supranacional, nacional, regional y local, el extenso y diverso patrimonio cultural ha generado un especial interés en su estudio y comprensión lo que posibilita que dicho patrimonio siga formando parte de nuestra cultura. Precisamente por ser una nación pluricultural, con gran fuerza histórica y enorme riqueza, nuestro país puede tomar ventaja de estos acontecimientos.

Sin embargo, en este ámbito también la política cultural deja mucho que desear. Hoy es lamentable el descuido con el que se atiende la presencia cultural de México en el mundo, así como la limitada vinculación entre cultura y turismo. La herencia cultural se ha convertido en un objetivo del turismo a escala mundial, y en particular en nuestro país, al mismo tiempo que es una oportunidad positiva, también puede ser una amenaza concreta para la preservación; es un medio destacado de intercambio cultural que tiene la potencialidad de reconocer una faceta de rentabilidad económica en el patrimonio cultural, es una fuente altamente estimada para muchas economías nacionales y regionales, y en el caso de México no negamos su capacidad dinámica de desarrollo si se gestiona adecuadamente, por ello, el turismo es una actividad con alta sensibilidad a la inestabilidad política, a las epidemias, a las catástrofes naturales, así como a la criminalidad, el cual, es un reto imprescindible de contrarrestar en nuestra nación.



Fuente: Elaboración propia

3.1. Estrategias internacionales para el desarrollo del turismo cultural sustentable en el país

La interpretación como estrategia

El Primer Congreso Mundial de Interpretación en Banff se realizó en 1985 y se consolidó el término “interpretación del patrimonio” frente al de “interpretación ambiental” hasta entonces utilizado; el cual nos indica que es el arte de revelar *in situ* el significado del legado natural, cultural o histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP). Esto quiere decir que es un cuerpo de conocimientos técnicos y metodológicos bien concreto y definido, al mismo tiempo, es una práctica profesional que ejecutan personas que son especialistas exclusivamente en interpretación.

La interpretación es el acto de explicar el lugar del hombre en su medio con el fin de incrementar la conciencia del visitante acerca de la importancia de esa interacción y despertar en él un deseo de contribuir a la conservación del medio ambiente. En la planta turística se indican dos categorías, las facilidades, con sus instalaciones y equipamientos, y los facilitadores, que para el caso del ejemplo son los servidores, los cuales deberán ser intérpretes del patrimonio.

Asimismo, como estrategia tiene que contribuir a la prevención y solución de problemas del ambiente, del patrimonio y de la sociedad, provocando un efecto en los visitantes que vaya más allá del mero hecho de la visita. El desarrollo de la interpretación aplicada a nuestro patrimonio cultural y natural es una urgencia, si se quieren desarrollar escenarios turísticos sustentados en tales recursos; de lo contrario, lo que estará propiciando es la utilización no sostenible de los mismos.

La necesidad de estimular los programas de desarrollo con nuevas perspectivas, renovando la posibilidad de la cantera de recursos que posee el territorio y sobre todo, realizando un doble juego desde y hacia el territorio en cuanto a las políticas de conservación del patrimonio que llevan adelante las administraciones regionales, puede ser el verdadero aporte que puede generar un desarrollo local sustentable en los bienes culturales. No puede haber un respetuoso y desarrollo sostenible local sin una política social y económica coherente con estos planteamientos. El desarrollo local es básicamente una actitud política, ideológica y cooperativa.

Hoy la definición de “desarrollo sostenible” que inevitablemente refiere a la Convención de Rio de Janeiro (1997) requiere un replanteamiento desde su concepción económica y ambientalmente insostenible. No se han evaluado, las implicaciones sobre el deterioro ambiental que los modelos económicos clásicos y contemporáneos han producido con la implementación de un sistema económico que no conoce los límites del crecimiento ni la racionalidad de una estrategia sustentable. Los matices políticos y económicos del patrimonio cultural, en los que se enmarcan las manifestaciones muebles e inmuebles, tangibles e intangibles, arqueológicas e históricas y paisajistas que deben ser considerados a cada momento.

La OMT define como turismo sostenible aquel que se orienta a satisfacer las necesidades de los turistas actuales, lo que genera ingresos de bienestar social al destino, y

a la vez permite conservar los recursos y garantizar la continuidad de las ofertas y de las actividades a largo plazo.

En la relación que existe entre cultura y turismo podemos apreciar la complejidad, en la cual se deben considerar las características de funcionamiento de dos sectores que tienen lógicas y necesidades diferentes, aunque ambas se determinan en el entorno político, económico, social y ambiental de los sitios en que se ubica. Sin embargo, como ya hemos mencionado el turismo está a merced de nuevos retos generados por un conjunto de procesos muy complejos, considerados los más importantes:

- La globalización económica y social
- El problema del desarrollo sustentable
- Las nuevas tecnologías de la información y las diversas formas de comunicación.

El turismo en México se sitúa en un contexto favorable, desde el punto de vista de la inserción en la especialización internacional, como podemos apreciar el turismo puede jugar un papel catalizador del conjunto de las estrategias de desarrollo económico y social de los países en desarrollo. Para entender mejor el sector del turismo cultural como actividad en conjunto, es necesario que las estrategias turísticas incluyan tres condiciones principales:

1. El deseo de conocer y comprender los objetos y obras incluyendo la población local con la que se entra en contacto.
2. El consumo de un producto que contenga o incluya un significado cultural (monumento, obra de arte, espectáculo, zona arqueológica, museo, entre otras).
3. La intervención de un mediador, ya sea persona, documento escrito o material audiovisual, cuya función sea destacar el valor del producto cultural que se ofrece, su presentación y explicación, etc.

Asimismo, dentro de los planes estratégicos de destinos turísticos que han tenido éxito, los cuales podemos tomar como base, incluyen entre sus principales objetivos los siguientes:

1. Identificar de manera precisa a los diferentes interlocutores, representantes de las autoridades políticas y administrativas a todos los niveles, profesionales del turismo de los sectores público y privado, asociaciones profesionales, propietarios y gestores de empresas turísticas, representantes de la población, ciudadanos.
2. Definir las estructuras de concertación, consulta e información de los distintos locutores y describir su modo de proceder.
3. Expresar claramente las razones que han impulsado a elaborar un planteamiento de marketing y de gestión integrada de la calidad para evitar que posteriormente se defrauden las expectativas de los actores públicos y privados y de la comunidad local.
4. Definir objetivos que sean operativos, evaluables, escalonados en el tiempo.
5. Inscribir esos objetivos en una estrategia global de desarrollo sostenible destinada a maximizar las consecuencias socioeconómicas locales y optimizar el nivel de vida, hoy para las generaciones futuras.
6. Dar prioridad a una política de formación continua y de mejora de las condiciones de trabajo, que son clave del éxito de un destino turístico.

De esta manera siguiendo las máximas del desarrollo sostenible y del turismo responsable, del conocimiento directo del entorno, se observará una mejora de la conciencia hacia la protección. Sin embargo, en lo referente a los impactos o efectos sobre las poblaciones y entornos receptores, lo verdaderamente interesante será evaluar hasta qué punto se diferencian ambos grupos en el ejercicio de ser turista. Es notorio que no sólo es cuestión de cifras económicas, puesto que lo escaso para unos puede resultar ampliamente satisfactorio para otros, y esto dificulta las comparaciones. Autores como Cole señalan que estos comportamientos, actitudes y valores de los turistas vendrán determinados por su propio medioambiente social, identidad cultural y modo de vida.⁶⁰

En México la preocupación por establecer lineamientos a largo plazo en el sector turístico mexicano se vienen gestionando desde que se llevó a cabo el Encuentro Nacional de Turismo: la perspectiva 2020, y el Estudio de Gran Visión: la perspectiva 2020, ambos

⁶⁰ Cole, S, *Implementing and evaluating a code of conduct for visitors*, Tourism Management, pp. 443-451, en Santana Talavera Agustín, *El turismo cultural ¿un negocio responsable?*, Scientific Electronic Library Online, disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185117322008000400001&script=sci_arttext, (Pág. consultada el 6-07-13).

promovidos por SECTUR, de acuerdo con los diversos estudios e investigaciones, que se presentaron, México debe seguir aprovechando sus ventajas, para mantener y aumentar su participación en el mercado internacional, por lo cual su desarrollo turístico debe de atender y aprovechar las siguientes cuestiones:

- 1) La diversidad y calidad de sus atractivos.
- 2) La cercanía geográfica con grandes mercados de consumo.
- 3) La existencia de un importante mercado interno.
- 4) La diversificación de segmentos a captar.

Este escenario de “Gran Visión” pretendió darle a México una reorientación estratégica de su turismo, haciéndolo un destino de alto valor. De acuerdo con el planteamiento desarrollado por FONATUR, las políticas turísticas a largo plazo deben ser determinadas de manera incluyente, con la participación activa y comprometida de todos los sectores representativos del sector, donde el papel del Gobierno debe orientarse a canalizar recursos y financiamiento, desarrollar infraestructuras, identificar y poner en marcha nuevas formas de participación del sector privado. Entre los objetivos del sector a largo plazo, FONATUR, señaló los siguientes:

- Captación de divisas
- Generación de empleos
- Una mejor distribución del ingreso
- Desarrollo regional sustentable

Asimismo, explica que dichas propuestas deben enmarcarse junto con los objetivos estratégicos del país y ser congruentes con las tendencias del turismo internacional y los requisitos del mercado doméstico. Uno de los elementos clave de la política turística de largo plazo de FONATUR, se relaciona con la estructuración del espacio regional el cual necesariamente tiene que derivarse de una política regional. Se establece la existencia de una serie de variables sociales y culturales que están modelando el turismo hacia el año 2020, lo cual propició la definición de dos escenarios cualitativos y excluyentes, estos son:

1. Escenario de permanencia/evolución que implica una lenta y gradual transformación del modelo actual de turismo de masas.

2. Escenario de cambio/reorientación el cual parte de la necesidad de una transformación radical del modelo actual de turismo.

Debemos destacar que una de las principales estrategias que debe adoptar el país es contar con una mayor investigación del sector turístico cultural, la formación de personas especializadas en el turismo cultural se da solamente a nivel administrativo y se debe proponer a las instituciones involucradas, para la formalización de la creación de un Centro de Investigación y de Estudios Superiores de SECTUR. Son necesarios mayores estudios sobre impactos locales del turismo, gestión comunitaria y participación social, así como una mejor y mayor clasificación de los productos culturales en cuanto a lo que se hace en las comunidades, tanto nacional (80%) como internacional (20%). Se requiere la concepción del turismo cultural como un instrumento, con sus técnicas específicas, para la difusión y rentabilización sostenible de los recursos culturales, tangibles e intangibles.

La tematización cultural en México puede ser uno de los puentes que una al turismo para darse una estrategia de desarrollo, es una forma que han adquirido las ciudades como instrumento de promoción internacional. Esta puede estar asociada a los recursos patrimoniales cuando se pone en valor y se promocionan los centros históricos, conjuntos de museos o monumentos. También pueden vincularse a polos de producción y creación artística vinculados a productos de las industrias culturales. La injerencia del Estado-Nación en su capacidad para decidir en los asuntos internacionales, busca el reordenamiento de los organismos transnacionales y de las empresas para lograr una articulación entre lo global y lo local dándose estrategias de gestión de la diversidad.

De tal forma, el rol primordial de los gobiernos locales en la promoción del turismo se ve claramente en la capacidad de generar inversiones en aquellas áreas que pueden mejorar las condiciones de un sitio para la atracción del turismo y para el beneficio de la población local, tales como obras de mejoramiento de infraestructura (caminos, puentes, defensas costeras) preservación del patrimonio cultural y promoción turística.

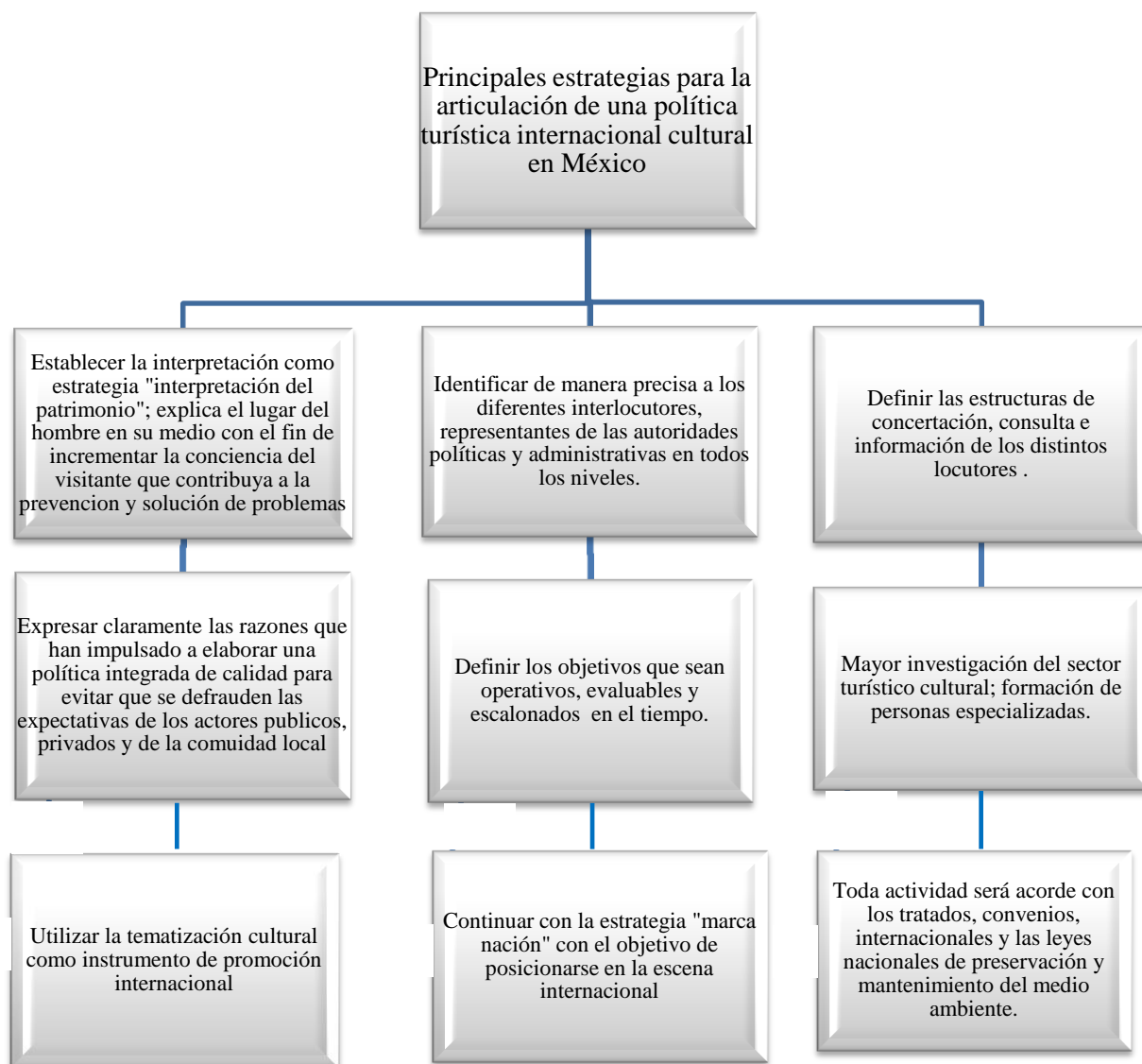
Una de las estrategias utilizadas en nuestro país es la ya reconocida “marca nación” que se refiere a un conjunto cohesivo de propiedades apuntadas y destinada a ser asociadas con una nación y a lograr ventajas competitivas en cualquier área de rivalidad internacional, la cual, implica el estudio y determinación de los distintos valores diferenciales y de promoción de una nación, región o ciudad con el objetivo de posicionar

sus productos, servicios, dicha imagen de marca desarrollada a partir de esta definición debe buscar reflejar la personalidad, singularidad y peculiaridad de los servicios ofrecidos. En realidad esta estrategia de marca país o la de marca ciudad persigue en los casos de países como México el objetivo de posicionarse o integrarse a la jerarquía internacional, para acortar la brecha que los separa de las naciones o regiones más desarrolladas en el escenario mundial.

Nos resulta necesario enmarcar que toda la actividad turística impulsada por el Estado, particulares e inversionistas extranjeros, debe ser acorde con los tratados, convenios, convenciones internacionales y las leyes nacionales relacionadas con la preservación, recuperación y mantenimiento del medio ambiente y la protección social del país. Por todo lo anterior, se propone una política de orientación, asesoría e investigación, así como la fiscalización correspondiente, que posibilite que los actores económicos cumplan cabalmente con su responsabilidad social y que permitan la instrumentación efectiva de un desarrollo real y sustentable. Podemos apreciar que la dinámica del mundo contemporáneo ofrece nuevos retos para la conservación del patrimonio arqueológico, sin olvidar los objetivos más amplios de la conservación de los ámbitos nacional e internacional.

Encontramos una gran oportunidad para México ya que un importante número de turistas que viajan a nuestro país reconocen estar interesados en el patrimonio cultural del país, aunque su viaje no haya sido realizado por motivos estrictamente culturales, lo que nos demuestra que existe un gran valor del turismo cultural.

Finalmente, existen diversas formas de posicionar como destino turístico a una ciudad, una región o un país y no creemos que estas acciones sean posibles en la actualidad sin una dimensión internacional de las mismas. El turismo contribuye de esta manera al desarrollo, lo que se puede ver claramente en las relaciones internacionales, al ser un elemento que ayuda a mejorar la imagen de un país facilitando el intercambio con otros y sirviendo a la distensión y al incremento de las relaciones de la comunidad internacional.



Fuente: Elaboración propia

3.2. El papel del sector público en México: desarrollo y protección del turismo cultural

En las últimas décadas el interés que ha despertado el conocimiento de nuestro patrimonio, particularmente el arqueológico tiene estrecha relación con el desarrollo del turismo, ya que resulta ser en México, el recurso cultural privilegiado para la promoción turística porque es el más atractivo para el turismo. Los objetivos principalmente se enfocan en fortalecer y consolidar el conocimiento de los atractivos y servicios turísticos de México para estimular el interés de la demanda tradicional y potencial en visitar y viajar hacia nuestro país, así como posicionar la marca México de manera paulatina e incrementar la

intención de viajar a México, prolongar las temporadas turísticas y las estancias en el país toda vez que la oferta turística mexicana se ha ido posicionando como multidestino y multiproducto, y finalmente promocionar a México con sus productos y destinos. Para conseguir mejoras de la competitividad, las administraciones públicas deben de garantizar que exista un adecuado nivel de formación profesional y de especialización del sector turístico; la formación es un activo fundamental que distingue el producto ofrecido a partir de la calidad de servicio y la capacidad creativa y de innovación. Es por ello, que se debe continuar con el impulso y el apoyo hacia las campañas que se han llevado a cabo por medio de SECTUR y del CPTM.⁶¹

En materia de turismo la intervención de la administración pública, se encuentra sujeta a la determinación de plantear las políticas de turismo y de definir a las instituciones que se convierten en los agentes que se encargarán de ponerlas en práctica. Los Estados actúan en materia de turismo en dos ámbitos principalmente:

- La puesta en marcha de la actividad turística
- La gestión de turismo

Como ya hemos visto para la planificación estratégica resulta imprescindible conocer el sector y su mercado, ya que sin este análisis de la situación difícilmente se podrían establecer objetivos ni estrategias que puedan ser alcanzadas eficazmente, además la incorporación, de las tecnologías de la información, ha significado una mejora importante en la gestión de los datos que se obtienen por medio de encuestas y otros mecanismos, para que después se puedan integrar en la toma de decisiones estratégicas políticas de mejora de la competitividad del destino turístico.

De igual modo, la administración nacional se encargaría de los presupuestos de promoción del turismo que se encuentran a menudo complementados por otros organismos de promoción y de comercialización públicos, a nivel nacional, regional o local. Asimismo, los presupuestos de promoción en el extranjero deben cubrir los siguientes apartados: publicidad, relaciones públicas, apoyos promocionales, ferias, exposiciones, viajes de estudios y de información, seminarios, coloquios, etc. El sector público incide en el turismo mediante inversiones en infraestructuras, tales como: carreteras, aeropuertos,

⁶¹CPTM, *Campaña Nacional que promueve la oferta turística de estados y destinos así como los nuevos productos*, disponible en: <http://www.cptm.com.mx/index.jsp>, (Pág. consultada el 25-04-11).

puertos, redes de telecomunicaciones y de energía entre otros. Lógicamente en este caso estamos ante un efecto indirecto, ya que estas infraestructuras se realizan para todos no solo para los turistas. En cualquier caso determinadas infraestructuras tales como aeropuertos y carreteras facilitan la apertura al turismo de cualquier zona con potencialidades naturales.

A pesar de esta importancia de la cultura en el nuevo orden turístico, en sentido estricto el “turista cultural” está sobredimensionado, tratándose de un pequeño número de viajeros individuales más que un turismo de masas. Estos hechos nos hacen sugerir una distinción dentro de los consumidores turísticos de lo cultural, debemos considerar que hay una transformación más profunda de la existente en las demandas y responsabilidades turísticas. Así se distingue entre turistas culturales directos y turistas culturales indirectos.⁶²

a) *Turistas directos*, son definidos como los turistas que pueden estar ávidos de conocimiento, basados aparentemente en hechos objetivos, y dispuestos a intentar mirar en la limitada profundidad que la visita y la información ofertada permita, entender el cómo y porqué de los elementos mostrados, de maravillarse del conjunto y sorprenderse con los detalles. Preocupado por la naturaleza y por las manifestaciones culturales, busca las señas de identidad, promotores de cualquier elemento que pueda ser incluido en su experiencia.

b) *Turistas indirectos*, muchas veces son consumidores turísticos del patrimonio cultural en particular de “los paquetes culturales”, que en general, no lo buscan en primera opción, llegan al patrimonio simplemente porque está en su camino o por lo que el prestigio social supone hablar y/o demostrar la visita a dicha entidad de valor sociocultural reconocido. Debemos ser claros y reconocer que este tipo de turista, aunque no es el más deseado, es el más numeroso visitante del patrimonio cultural en el ámbito global. Estos turistas culturales indirectos, han sido previamente estimulados por factores como:

- La discusión ecológica, que vehementemente ha desacreditado y malignizado el clásico turismo recreacional como destructor de los recursos naturales.
- La forma de organizar las vacaciones.
- La cultura ha sido ofrecida como una experiencia individual que alimenta el sentimiento de lo único.

⁶² Santana Talavera, Agustín, *Patrimonios culturales y turistas: unos leen lo que otros miran*, Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, disponible en: www.pasosonline.org, (Pág. consultada el 5-08-13).

- Disociado sobre el papel del turismo de masas, su consumo se ha vinculado a la posibilidad de realizar “distinciones sociales”, pasando de ser exclusivo de las clases acomodadas a popularizarse como una ambición que, teóricamente, garantiza el prestigio social.

Desde el punto de vista específicamente en quién consume las atracciones culturales y la manera en la que dicho consumo influye sobre la producción, forma y localización de las mismas; se han adaptado y readaptado destinos a las nuevas demandas, las posibilidades de generar atractivos turísticos han aumentado, se han reducido los costos, y las élites están modificando sus hábitos de viaje. No hay estudios relevantes y generalizados que caractericen claramente al *post-turista* pero parece inferirse de los diversos análisis que se distingue claramente de sus compañeros, los turistas culturales indirectos, por el nivel económico, por la edad (predominan los menores de 35 años y sin hijos) y el nivel de estudios (predominan universitarios) y, como es evidente, no coinciden en muchos lugares, ni demandan el mismo tipo de productos o experiencias para su consumo.

Actualmente, la responsabilidad del gobierno resulta bastante evidente; es imprescindible que el gobierno garantice el mantenimiento y el impulso de altos niveles de seguridad en las zonas turísticas. Todo ello mediante actuaciones que fomenten mejores servicios, cuidando, al mismo tiempo, de la estética de los espacios turísticos y concientizando al personal de estos servicios para que mantengan la tradicional hospitalidad que ha caracterizado a nuestro país. Dentro del concepto de gobernabilidad se incluye el de política de infraestructuras, tanto de movilidad y transporte como de energía, agua, telecomunicaciones y servicios, especialmente de sanidad, un elemento muy sensible para turistas y visitantes. Así como la calidad, que es muy importante dentro de un proyecto, ya que la implementación de la calidad en el turismo cultural garantiza una correcta gestión de los recursos para así transformarlos en productos. Existen dos tipos de calidad:

1. *Calidad para el visitante*: que tiene como finalidad la satisfacción del cliente.

Asimismo, diferenciamos dos tipos:

- a) Calidad técnica: la gestión cultural debe incorporar en sus procesos las técnicas necesarias para que el usuario comprenda y experimente las características significativas del patrimonio (interpretación, paneles, audiovisuales, guías, etc.). De esta forma deja de estar sometido a una actitud meramente contemplativa y pasiva, aumentando de esta forma su competitividad.

- b) Calidad de servicios: concierne a las condiciones de seguridad, confort, accesibilidad, etc. En resumen, las prestaciones de calidad de cualquier servicio turístico.

2. *Calidad para el bien*: la implementación de la calidad técnica y de servicio conlleva a la creación de una oferta competitiva que garantiza un óptimo consumo de los bienes culturales. El mayor nivel de calidad de los bienes culturales hace que los usuarios perciban experiencias favorables y diferentes, comprendiendo el significado de los bienes históricos y sintiéndose partícipes de la experiencia. Esta satisfacción implica que posiblemente los turistas repitan su elección o recomienden a otros que visiten el destino, lo que supondrá grandes beneficios económicos que podrán utilizarse para el mantenimiento y conservación del patrimonio.

En este contexto, la gestión del patrimonio cultural, empleando la calidad como parte de todos sus procesos, permitirá un desarrollo adecuado para la creación de una oferta competitiva, que asegure su uso y disfrute de manera sustentable. Para ello, es necesario desarrollar programas de investigación para la aplicación de calidad al patrimonio cultural, para así garantizar la constitución de ofertas competitivas que permitan el uso, disfrute, difusión y conservación de la cultura. Esta debería ser una de las metas inmediatas de los responsables de la gestión patrimonial en el país, aunque como hemos visto el turismo se constituye como un sistema que abarca diversos procesos de interacción en los que se encuentran involucrados diversos agentes, población local, turistas potenciales, trabajadores foráneos, empresas y un amplio abanico de destinos. Sin los medios necesarios de gestión, el sentido del turismo cultural estará cercenado, ya que su principal motivación es “un deseo de conocer y comprender” con la “intervención de un mediador, ya sea persona o documento escrito o material audiovisual, que tenga la función de subrayar el valor del producto cultural”. Mediante su uso turístico y la correcta gestión,

aseguraremos la subsistencia de los bienes que, hasta hace pocos años, estaban condenados a convertirse en ruinas inservibles, cuya rehabilitación suponía inversiones muy cuantiosas.

El encuentro, la conjunción directa o indirecta de los grupos participantes en el sistema, conduce inevitablemente a la aculturación, afectando, en mayor medida a la población residente, en tanto que está continuamente expuesta al contacto cultural y responde, en último término, del grado de satisfacción del visitante respecto al destino y sus productos asociados. La “hipótesis del contacto” estipula que el encuentro entre diferentes culturas, al menos en el sistema turístico, puede preparar el terreno para la comprensión y de este modo minimizar los riesgos de prejuicios, conflictos y tensiones, favoreciendo el intercambio en igualdad de condiciones.⁶³

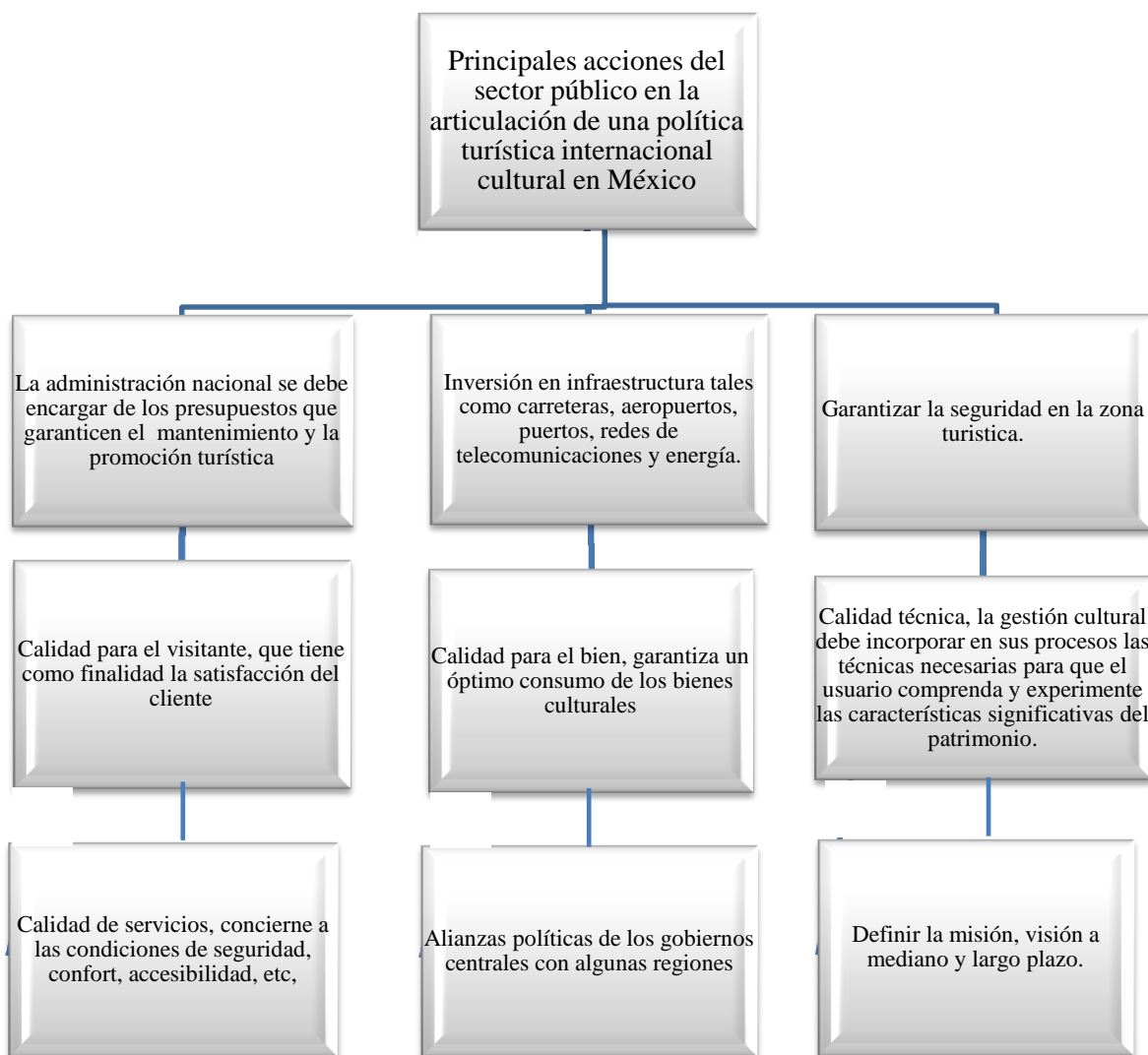
La importancia socioeconómica del turismo tanto en el plano nacional como regional y sobre todo, local ha justificado la aportación de ayudas para el fomento por parte de las administraciones públicas hacia esta actividad. La ayuda existente es variada y responde a las diferentes necesidades que los destinos pueden tener en función del momento del ciclo de vida en el que se encuentran o de sus características estructurales y de especialización. Los instrumentos de fomento y desarrollo son una herramienta importante para los destinos, ya que contribuyen a permitir implementar sus políticas de planificación turística y se convierten en instrumentos para la competitividad.

Como hemos visto, el turismo cultural alberga más potencialidad en los próximos años, cada vez son más los turistas que buscan la relación entre un turismo más activo y participativo, conociendo las diferentes culturas que forman parte del mundo. Paradójicamente, su gestión es complicada y la mayoría de los recursos culturales no están preparados para un correcto consumo. Como vimos anteriormente el Estado nacional es quien se ocupa de utilizar las herramientas para promocionar el turismo nacional a nivel internacional, destacando determinados atractivos que por distintas razones puedan ser de interés para la política turística nacional, dichos motivos pueden ser desde alianzas políticas de los gobiernos centrales con algunas regiones, la popularidad instalada internacionalmente de un destino hasta la necesidad de favorecer destinos emergentes. Ante la confluencia de diferentes políticas horizontales y sectoriales, la planificación

⁶³ Reisinger, Yvette, *Social contact between tourists and hosts of different cultural backgrounds*, disponible en: <http://contenidos.campuslearning.es/CONTENIDOS/390/curso/pdf/EXARDocumento%20de%20apoyo%203.pdf>, (Pág. consultada el 26-05-13).

estratégica tiene como propósito definir la misión, la visión y los objetivos a mediano y largo plazo de la institución así como establecer la ruta que hay que seguir.

Sin embargo, aunque en la actualidad la campaña institucional ha permitido reforzar y fijar el posicionamiento de la marca México, aportando notoriedad e impacto a través de espacios diferenciadores e innovadores, la misma ha sido mermada por la imagen de violencia que presenta nuestro país, es imprescindible seguir adelante con nuevos proyectos y no dejar salir a México del escenario internacional en cuanto a turismo cultural se refiere.



Fuente: Elaboración propia

3.3. Los desafíos empresariales: competitividad e innovación en los centros turísticos

El turismo lleva décadas de retraso respecto a otros sectores en la adopción de un enfoque estratégico para el desarrollo, porque ha sido uno de los últimos en pasar de una perspectiva centrada en la oferta a otra centrada en el consumidor. Sin embargo, la fuerte intensificación de la competencia y los cambios en los gustos y pautas de comportamiento de los turistas ha provocado una creciente preocupación por el marketing tanto a nivel académico como a nivel empresarial.⁶⁴ El país tiene el reto de impulsar políticas que permitan generar una cultura del conocimiento. La innovación también es necesaria y para ello, se requieren estímulos que incentiven la investigación y la generación de ideas como lo mencionamos anteriormente.

El turismo se debe considerar desde una perspectiva tanto económica como cultural, aun cuando los viajes están relativamente difundidos, ningún turista internacional puede evitar el empleo de las compañías grandes y pequeñas, nacionales e internacionales; que organizan y coordinan los viajes y el turismo, en segundo lugar los criterios económicos modelan las pautas de quienes pueden viajar, a donde pueden ir, con qué frecuencia lo hacen y que hacen a su llegada, modelan la experiencia de los puntos de destino turístico, la estructura de la inversión, la naturaleza del mercado laboral y la participación general de un país en la economía internacional en virtud de que, el turismo es un generador de divisas.

Desde la perspectiva empresarial, las políticas turísticas permiten una doble aproximación, de fomento y restricción. Desde un punto de vista restrictivo, las políticas turísticas se encargan de compensar los errores de funcionamiento del mercado, ya sea controlando la aparición de estructuras de mercado imperfectamente competitivas monopolísticas, de proteger el acceso privado a determinados bienes públicos o de regular las externalidades negativas. Por otra parte, se puede fomentar y facilitar la actividad privada mediante el establecimiento, muchas veces de forma dialogada y consensuada con el propio sector turístico, de categorías de oferta, certificaciones y marcas de calidad; arbitrar conflictos entre empresas, o bien subvencionar y ayudar en función de comportamientos, actitudes o excelencias empresariales.

⁶⁴Bigné Alañiz, J. Enrique, *Investigación Internacional en marketing turístico: análisis de contenido sobre temas y metodologías*, Revista Pasos Online, disponible en: http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_1.pdf, (Pág. consultada el 08-07-11).

Actualmente, se ha advertido que el consumidor mantiene una posición de ventaja por lo cual, las empresas deben comprometerse con la mejora de la calidad y así poder mantener sus posiciones de competitividad, y ganar la confianza difundiendo los mejores análisis de la realidad en cada momento; esto podría lograrse mediante la flexibilidad en los precios, así como optimizando nuevas tecnologías o incrementando rentabilidades de los clientes disponibles. De igual manera, se ha insistido en la conveniencia de la búsqueda de nuevas alianzas inter-empresariales, así como en reforzar el dialogo y la cooperación entre los actores públicos y privados en todos los procesos conducentes a ofrecer respuestas adecuadas a la crisis desde los diferentes ámbitos territoriales.

Las reglas del mercado turístico, aunque se han suavizado con la posibilidad de la venta directa a través de portales virtuales siguen siendo muy duras, de alta competitividad y, lo que es peor, enfrentadas a una imitación o reproducción generalizada entre áreas, productos y proyectos de desarrollo. En teoría, la diversificación, con una infraestructura aceptable y acompañado por una cuidada puesta en escena, que presente como real, auténtico y distintivo el patrimonio-cultural exhibido.

En demasiadas ocasiones no se tiene en cuenta que el turista potencial encuentra ante sí una oferta de destinos y productos que le permite elegir con comodidad según sus expectativas, tiempo, recursos económicos. En un lógico afán por diferenciar el área, planificadores y otros implicados en el desarrollo suelen tratar de aumentar los ingresos con la puesta en escena de nuevos atractivos y la mejora en la accesibilidad, pero en no pocas ocasiones ello debe llevar consigo bien un incremento en el número y/o frecuencia de visitantes (contraproducente con las características del turismo cultural directo y contrario a los criterios de sostenibilidad) o bien una ampliación del arco de turistas potenciales (a más actividades, mayor combinación de expectativas).

A fin de no romper el encanto de las minorías, los precios suelen subir, con lo que el destino se vuelve más pendiente y dependiente de las posibles fluctuaciones del mercado (a menos turistas y de mayor poder adquisitivo, más incertidumbre). La demanda es tremendamente elástica, por lo que pequeñas fluctuaciones en los precios pueden incitar a muchos consumidores potenciales a inhibir sus expectativas sobre determinados destinos o áreas de visita, pudiendo ser éstos sustituidos (aun aceptando la pérdida de calidad, realidad y satisfacción).

Para el segmento de turistas culturales directos, la sociedad receptora se muestra tan dinámica como era de esperarse. Se adapta, se modifica y reajusta con el tiempo su corpus cultural para responder a la nueva actividad económica y a los encuentros con los visitantes, tal y como fueron descritos arriba. Esta circunstancia es especialmente relevante en los casos de grupos culturales considerados como escasos y atractivos, pueblos indígenas, grupos étnicos específicos y poco numerosos o campesinos artesanales. En cualquier caso, serán mercadeados tanto o más que los bienes patrimoniales-monumentales que sirven de conexión directa con el pasado y cuando estos no existan no será del todo imposible crearlos. Repitiendo en gran medida los procesos y actuaciones que se llevaron a cabo para el disfrute del patrimonio cultural singular por los turistas indirectos, los bienes y espacios cotidianos son transformados en productos de representación y sistemáticamente reorientados, contruidos y/o readaptados para obtener el beneplácito de sus consumidores, satisfacer sus esperanzas y expectativas.

Para el segmento de turistas culturales indirectos (más numeroso y de renovación frecuente), como menciona Jennifer Craik algunos elementos y rasgos de culturas concretas son convertidos en recurso, producto, experiencia y resultado, transformados y manufacturados puntualmente para su consumo, no sólo turístico y promoción por medio de una imagen fácilmente renovables.⁶⁵

Las poblaciones receptoras de todos los tipos que son capaces de traducir sus cualidades en mercancías y espectáculos consumibles encuentran en ello la forma, si no ideal, sí práctica, para mantenerse económicamente en el proceso de globalización.⁶⁶ Con algo de suerte, sus rasgos se verán reflejados en monografías etnográficas incorporados al desarrollo comunitario con base turística, sus saberes analizados y las interpretaciones patrimoniales objetivas, las lecturas científicas del pasado, expuestas en museos para estudiantes y turistas. Pero incluso, estos espacios que conservan y divulgan una versión patrimonial políticamente correcta, pueden disponer de puntos de venta. Con un sello de garantía, se demuestra la autenticidad de la reproducción que el visitante puede adquirir. Esto es, una simulación del objeto, del sonido, del colorido cotidiano o ritual que trata de ser tan verídica como el original pero que no deja de ser la manifestación material de la

⁶⁵ Craik, Jennifer, *The culture of tourism, Touring Cultures*, Rojek C. y Urry, J. Routledge, London, pp. 113-136, 1997, en Barreto Margarita, *Turismo y cultura, Relaciones contradicciones y expectativas*, disponible en: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEedita1.pdf>, (Pág. consultada el 406-13).

⁶⁶ Santana Talavera, Agustín, *El turismo cultural ¿un negocio responsable?*, Op. cit. p.12.

memoria turística, el souvenir de elaboración local. En suma, un espectáculo de las cotidianidades seleccionadas para el consumo, que suele dar buenos resultados económicos y no siempre pesimistas en cuanto a la preservación del patrimonio.

Aunque existe un agujero negro en cuanto a información pública y veraz de las cuentas de los proyectos de actuación turismo-desarrollo, es común que no se destine prácticamente nada al marketing del área de destino. Esto sucede, generalmente, por un exceso de confianza en lo que se consideran recursos potenciales o efectivos, desconociendo que un recurso no es tal si no existe una necesidad de su consumo. A lo que habría que añadir la importancia que manifiesta lo que denomino factor indiferencia⁶⁷ esto es, el desinterés que el cliente potencial, o el turista en el destino, podría manifestar frente a determinados productos o atractivos, considerados básicos en la oferta, dejando de lado incluso la 'calidad' atribuida a los mismos.

De esta manera, aunque desde el área y sus planificadores se confíe plenamente en un bien o conjunto de bienes y su capacidad para diferenciarse a través de él del resto de áreas competidoras, el cliente puede estar claramente condicionado, o pre-dirigido, al consumo determinado de otros productos o recursos accesibles desde el mismo y no apreciar aquél en absoluto. Tal indiferencia suele estar marcada por motivaciones personales y por el marketing indirecto (documentales no turísticos, anteriores campañas publicitarias o de conservación, etc.), con lo que en destinos promocionados indirectamente, por ejemplo, por su cercanía a espacios naturales, monumentales o arqueológicos de especial relevancia, los esfuerzos por primar los valores etnográficos-étnicos presentes (la 'cultura viva') pueden resultar totalmente infructuosos. Cultura y naturaleza, han reordenado y redefinido el sistema, presentadas a modo de paisajes conjuntos, historia, monumentalidad, etnografía, fauna, arquitectura, arqueología, flora, gastronomía.

Se logran paradójicamente ofertar una serie de manifestaciones culturales caracterizadas por su atemporalidad, no estar aparentemente sujetas a ningún espacio y hallarse agregadas a grupos humanos o sociedades más virtuales que reales. Sin embargo, la actividad turística cultural es compleja, y la satisfacción de la clientela para ese destino hasta cierto punto "protegido" impone algunos requisitos que van desde su concreción en

⁶⁷ *Ibidem.*, p. 13.

una imagen a la implementación de actividades (rutas libres o guiadas, observación de fauna, senderos fotográficos, participación-observación de labores y rituales tradicionales, etc.) los cuales necesariamente tendrán efectos tanto en el entorno-paisaje, sociedad y en los bienes culturales, a los que habría que añadir aquellos derivados del aumento en el número de personas y frecuencia de uso del entorno, como la generación de residuos, la compactación de suelos, el deterioro de edificaciones y áreas productivas, y la alteración de la vida animal como consecuencia de la presencia frecuente de visitantes.

Para el México del siglo XXI, orientado a los próximos dos decenios, con los siguientes lineamientos: hacer de la expansión del mercado interno el instrumento central de la industrialización, incluyendo una amplia participación de la inversión pública y privada que son complementarias; buscar nuevas oportunidades de inserción dinámica de las manufacturas mexicanas en los mercados externos, renovando las políticas de comercio exterior; modernizar y fortalecer las pequeñas y medianas empresas; asegurar una regulación efectiva de oligopolios y monopolios; determinar criterios de desempeño de la IED; utilizar al poder de compra de los distintos niveles de gobierno y de las entidades del sector público a favor de la industria nacional e impulsar el desarrollo tecnológico y la innovación. Por ello, requiere duplicar, cuando menos, la inversión en investigación.

El gobierno federal sólo destina menos del 0.4% del PIB a ciencia y tecnología y no ha generado los incentivos que fomenten la innovación. México ocupa el lugar 63 en el capítulo de innovación del Foro Económico Mundial.⁶⁸ Es por ello que se requiere destinar mayores recursos para el desarrollo productivo, las barreras que un negocio nuevo enfrenta en México van más allá de los retos de competir en una economía de mercado. Existen prácticas rentistas de autoridades que intervienen en el proceso de operación de negocios, hacen falta reglas claras y estables que den certidumbre, protejan los derechos de propiedad intelectual y permitan la planeación. Ya que no se ha fortalecido el Estado de derecho que genere incentivos a la inversión de negocios innovadores.

Algunas acciones serían las siguientes:

- Generar que la investigación se traduzca en proyectos productivos y que aporten el valor a las cadenas productivas nacionales.

⁶⁸OCDE, *Perspectivas OCDE: México reformas para el cambio*, disponible en: <http://www.oecd.org/mexico/49363879.pdf>, (Pág. consultada el 5-02-12).

- Vincular la generación de ideas tanto de los investigadores como de las escuelas que detonen en proyectos productivos.
- Redirigir y aumentar el presupuesto asignado a ciencia y tecnología.
- Promover la deducibilidad de los gastos en investigación y desarrollo que las empresas realicen en México.
- Eliminar las prácticas rentistas de las autoridades que intervienen en el proceso de operación de negocios.
- Reformar las reglas para que den estabilidad y certidumbre al sector empresarial.
- Generar incentivos que promuevan la inversión en negocios innovadores.
- Fortalecer los mecanismos orientados a proteger los derechos de propiedad intelectual.

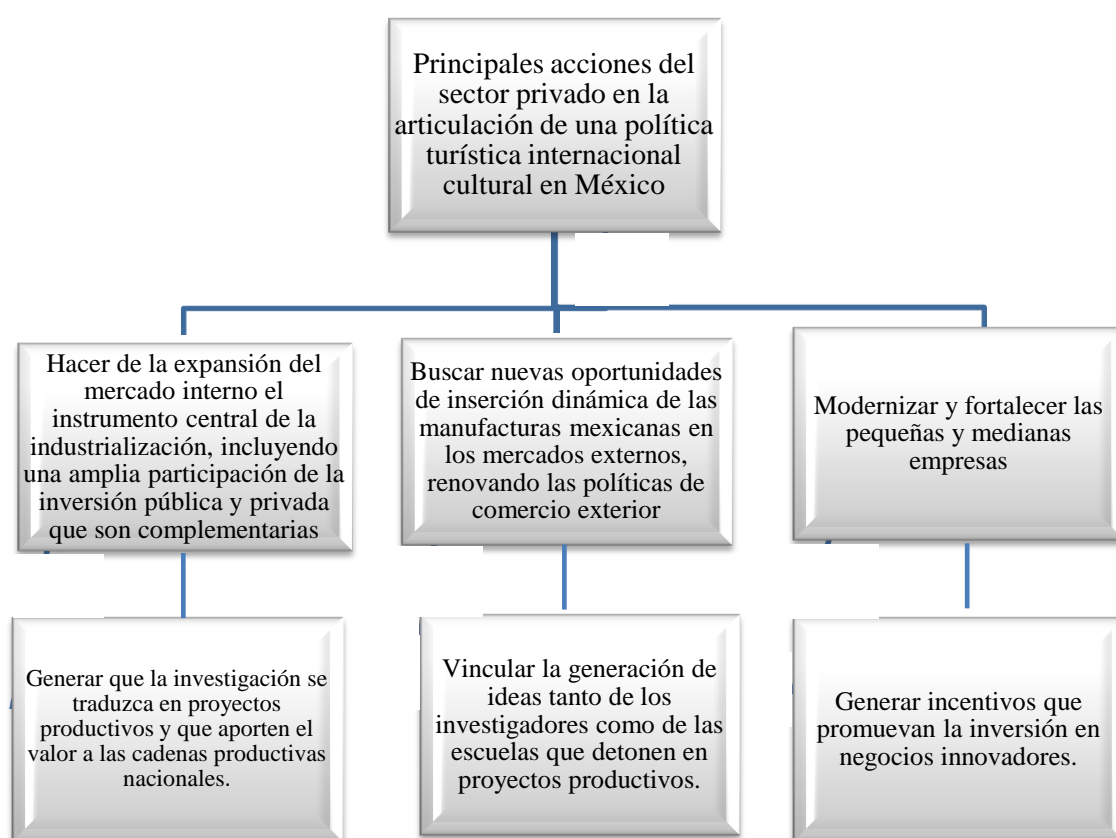
Actualmente faltan incentivos que estimulen la creación de industrias culturales y apoyos a través de los programas de PYMES. Es muy limitado el apoyo destinado a estimular la creatividad individual y fomentar que los ciudadanos se involucren en actividades artísticas que generen ideas innovadoras que favorezcan el desarrollo cultural mexicano.

Es importante que analicemos que la gran mayoría de las administraciones de los destinos tradicionales, han comenzado a plantear estrategias para conseguir un aumento de la competitividad, sobre la base del conocimiento de la demanda, mediante la cual se está optando por dos estrategias principalmente:

- 1) el primero se refiere a la “Especialización” que tiene por objetivo la creación de nuevos productos en destinos maduros y destinos emergentes,
- 2) y en segundo lugar hablamos de la “Calidad” tanto en los destinos como en los productos, nuevos y tradicionales.

Sin embargo, para crear una oferta competitiva, ambas estrategias deben estar íntimamente ligadas. Es decir, las nuevas tipologías turísticas que se desarrollen deben considerar la calidad como una herramienta fundamental para su perfecto progreso. Hoy en día este turismo es la práctica de mayor crecimiento, en el cual el sistema turístico muestra su extremo dinamismo, su capacidad de actuar innovadoramente como negocio y como

motor del desarrollo económico.⁶⁹ Siendo que su papel es determinante con respecto a los OMD se comenzó a dotar a políticos, gestores, planificadores y empresarios, de argumentos socialmente aceptados, para justificar la explotación turística de áreas y poblaciones que hasta el momento, habían estado al margen de la actividad. En este contexto podemos decir que el crecimiento de la actividad turística internacional es una característica del proceso de globalización, en el que es posible descubrir otras culturas. El sector empresarial en el país requiere un ambiente de estabilidad económica y fiscal para hacer inversiones en negocios innovadores.



Fuente: Elaboración propia

⁶⁹Santana Talavera, Agustín, *Estudios y perspectivas de turismo*, Scientific Electronic Library Online, disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322008000400001&script=sci_arttex, (Pág. consultada el 30-06-11).

3.4. La cooperación internacional para el progreso turístico y la preservación cultural en México

México debe cambiar porque el mundo está cambiando, la conectividad y la interdependencia nos muestran que es necesario resolver conjuntamente los desafíos comunes. La difusión de información de manera masiva ha acelerado los intercambios culturales. Mejorar la imagen de México en el mundo va más allá de un reto, es una obligación, y es necesario incrementar nuestra participación ante los organismos de carácter tanto político como financiero así como los foros globales medioambientales y culturales.

Nuestro país se ha convertido en un país de paso y producción en la cadena del narcotráfico que ha sido similar al de la migración. La ausencia de una política exterior con visión estratégica, integral y multilateral en Centroamérica ha puesto en riesgo la seguridad nacional por el impacto que el crimen organizado multinacional está teniendo en la zona y el desgaste causado por la corrupción de las autoridades migratorias nacionales así como la denuncia de la violación de los derechos humanos.

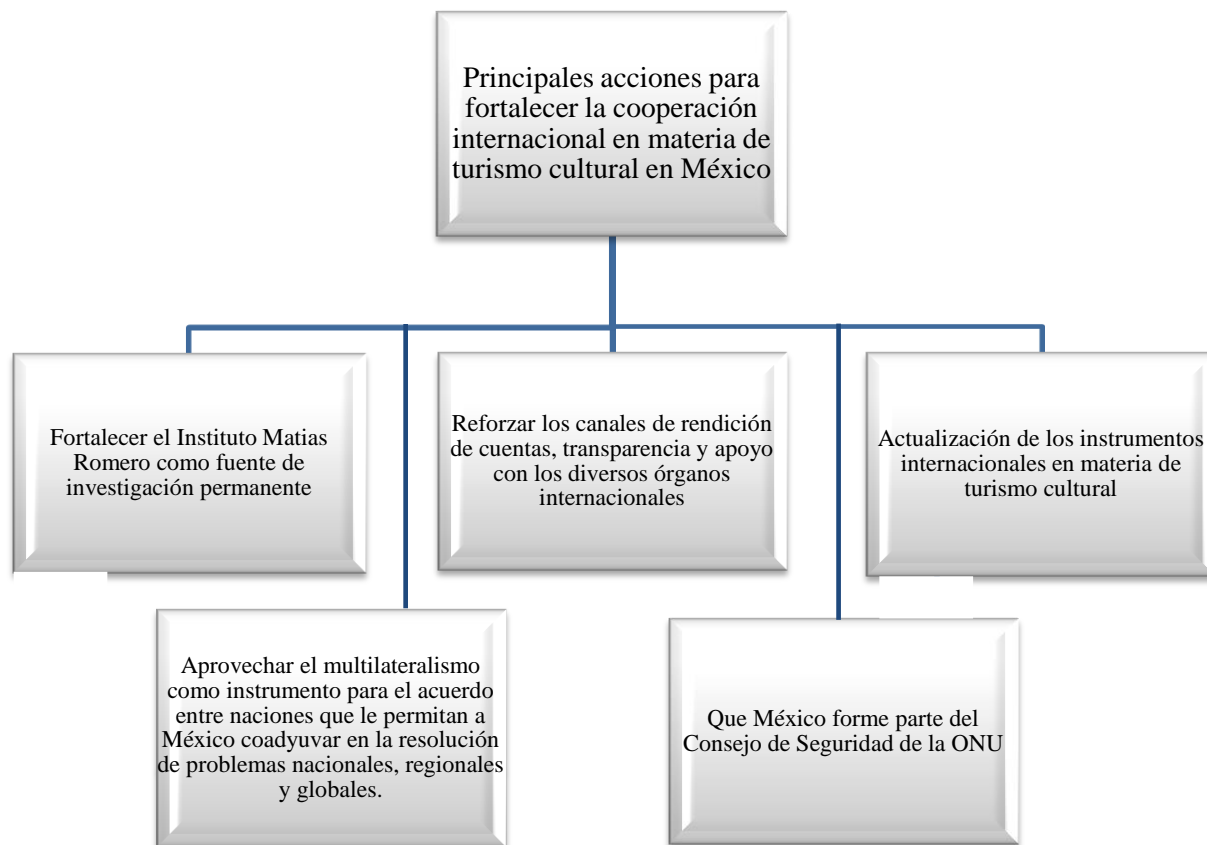
Es imperativo restablecer un dialogo consistente y abierto e identificar los principales problemas explorar vías políticas y formular alternativas diplomáticas inteligentes para ampliar la agenda, e integrar una recíprocamente benéfica, en los diversos asuntos prioritarios para las naciones.

México, visto con las características de ser un país emergente, debe saber responder qué papel quiere y busca en el entorno internacional. No solamente se trata de generar acuerdos de cooperación internacional, sino de crear acuerdos con resultados directos en la población y en los grandes retos nacionales, como lo son la seguridad, la educación, la salud y la competitividad de diversos sectores del país, incluido el turismo.

Algunas líneas de acción para el país serían las siguientes:

- Fortalecer el Instituto Matías Romero de Estudios Diplomáticos como fuente de investigación permanente.
- Reforzar los canales de rendición de cuentas, transparencia y apoyo con los diversos órganos internacionales.

- Actualización de nuevos instrumentos internacionales.
- Aprovechar el multilateralismo como instrumento para el acuerdo entre naciones que le permitan a México coadyuvar en la resolución de problemas nacionales, regionales y globales.
- Que México forme parte del Consejo de Seguridad de la ONU.



Fuente: Elaboración propia

México debe impulsar la diplomacia cultural como parte de la estrategia por recuperar la imagen del país en el mundo y enarbolar una mayor presencia frente a las organizaciones internacionales como la UNESCO, alentando valores y expresiones.

3.5. El turismo cultural frente a la inseguridad nacional

México continúa siendo uno de los destinos turísticos lejanos favoritos a pesar de los constantes reportes que los medios de comunicación difunden sobre la criminalidad y la guerra contra el narcotráfico. Sin embargo, México ha optado por dejar de lado las

prioridades de agenda de paz y seguridad a cambio de los temas ligados al crimen organizado, la violencia se ha convertido en el tema más importante de la agenda nacional de riesgos.

Ante la violencia del crimen organizado, del narcotráfico, de la etiqueta de los “60 mil muertos” y del escaso desarrollo económico, la cultura es nuestra mejor y quizá única carta de presentación ante el extranjero. Sin embargo, hoy es muy poca la presencia que nuestro envidiable patrimonio histórico y cultural tiene en la vida del mexicano promedio de inicios del siglo XXI.

Patrimonio que se opaca ante la incapacidad del Estado mexicano para crear condiciones favorables para estimular la creación y el desarrollo del arte y de la cultura. El país carece de marco jurídico cultural confiable que permita definir, desarrollar y operar una política pública a la altura de la tradición y riqueza cultural de México. El resquebrajamiento del tejido social en el territorio nacional requiere reconocer y asumir el poder transformador del papel de la cultura como elemento reconstituyente, carece de una cohesión social y cultural fortalecida para enfrentar los retos del siglo XXI.

Seguridad y justicia son conceptos que hasta ahora se han visualizado de manera aislada, cuando en realidad son o deberían de ser indisolubles. La impunidad, la ineficacia, la lentitud y la corrupción, en buena medida, caracterizan a la administración y procuración de justicia en México. Se estima que el gobierno federal tomó la decisión correcta de enfrentar con determinación al crimen organizado. Sin embargo, la estrategia se centró principalmente en el uso de la fuerza, lo cual no representa un combate frontal, integral y mucho menos eficaz.

La estrategia contra el crimen generó el incremento de la violencia entre 2007 y 2010, ya que se ha focalizado en acciones reactivas a través del destino de miles de elementos de instituciones de seguridad pública, pero no ha sido fortalecida con acciones de inteligencia, que permitan detectar de manera precisa redes de vínculos entre organizaciones delictivas, información estratégica sobre sus actividades y modus operandi, fuentes de financiamiento y recursos materiales para su operación. Hoy para Estados Unidos, la migración ya no es su principal preocupación; su prioridad es el narcotráfico y el flujo de armas, para lo cual se necesita fortalecer la Estrategia de Seguridad en Centroamérica, especialmente en temas sobre trata de personas y secuestro de migrantes.

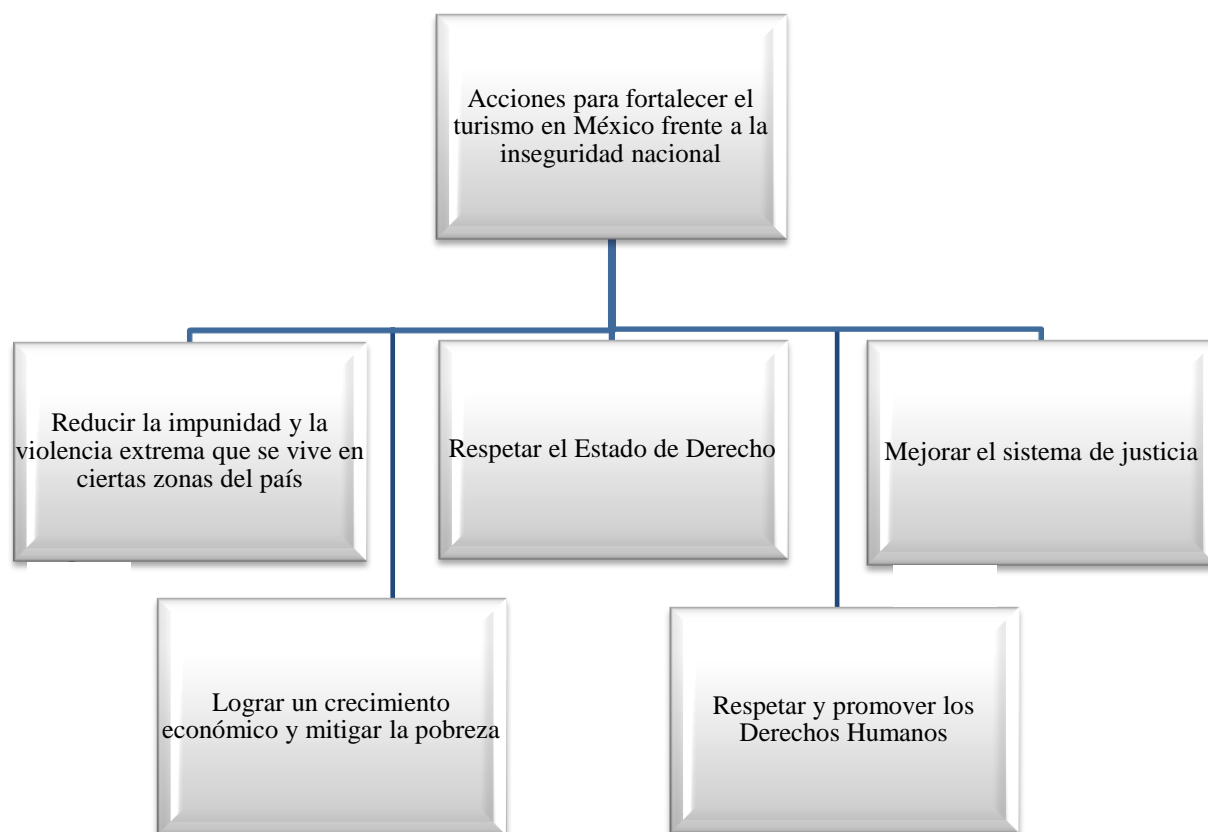
Desde el punto de vista legal y de la practica parlamentaria, las instituciones pilares en la reforma del Estado son los partidos políticos, el Congreso de la Unión, el Poder Ejecutivo Federal y la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en cuanto al control de la constitucionalidad y los congresos de los estados. En el entendido de que los fundamentales protagonistas en la reforma del Estado son los partidos políticos por su vinculación obligada y exigida con la sociedad, en cuanto a necesidades, opiniones y criterios de ésta; que los partidos deben de dirimir, en conjunto, en el seno del Congreso de la Unión, a través de sus respectivas fracciones parlamentarias; teniendo en cuenta que los partidos reciben como entidades de interés público, un financiamiento público que les permita llevar a cabo estas tareas con una base de independencia y autonomía que les obliga un mayor esfuerzo en este tema, que se concreta en las elecciones periódicas que pulsan el sentir y los intereses generales de los ciudadanos, que motivan el mandato de los elegidos.

El fundamento constitucional inscrito en el artículo 89 fracción X como esencia de política de Estado, profundizando en los intereses vitales para garantizar la seguridad nacional, el desarrollo y la soberanía entendida como la capacidad de organizar el destino nacional de acuerdo a los intereses de México del siglo XXI, en donde si bien el Presidente resguarda la responsabilidad de llevar y conducir la política exterior, el país democrático y plural le exige hacerlo con la mayor participación del Legislativo, enfatizando al Senado de la República, además de su interlocución con diversas expresiones de la sociedad mexicana, ONG's y movimientos sociales.

Es por ello que mencionamos algunas acciones que consideramos relevantes para fortalecer el marco institucional:

- Impulsar la participación de los organismos turísticos y culturales en la elaboración de los programas parciales de desarrollo urbano y medio ambiente.
- Utilizar indicadores y parámetros cualitativos que precisen las necesidades turísticas y culturales actuales a fin de aprovechar la infraestructura existente, optimizar recursos e insertar el uso de las nuevas tecnologías, con su permanente actualización y crecimiento de cobertura.
- Fortalecer la defensa de los Derechos Humanos.

Se debe de replantear la estrategia actual contra el crimen organizado, para minimizar los efectos colaterales que se han generado, reducir la impunidad y la extrema violencia que se vive en ciertas zonas del país, que afectan la gestión adecuada de las manifestaciones artísticas y el turismo cultural. En un Estado eficaz, la política exterior debe ser consistente con los objetivos de la política interna: respetar el Estado de derecho, mejorar el sistema de justicia, lograr un crecimiento económico sustentable, mitigar la pobreza, generar una conciencia ambiental y respetar y promover los Derechos Humanos. El presidente en curso debe asumir su obligación y convocar por medio de los argumentos y las acciones, a todos los elementos del Estado, particularmente al Poder Legislativo, a que concurra para que se avance en la protección y defensa de los intereses de nuestro país.



Fuente: Elaboración propia

3.6. Perspectivas de la implementación de la política turística internacional cultural en el país

Sin duda es momento para definir un gran acuerdo nacional por una política turística con continuidad a la proyección internacional de los intereses de México, existen varios temas pendientes hacia adentro de la administración pública mexicana que resulta fundamental revisar a fin de tener un plan eficaz, capaz de hacer frente a las necesidades globales y del sector.

El surgimiento de nuevas amenazas mundiales como la insuficiencia de agua, el calentamiento global y el crimen organizado transnacional, demandan un México con instituciones eficaces para dar respuesta a los problemas mundiales. Resulta claro que una vez que estén establecidos los objetivos de mediano y largo plazo como país y que se satisfagan las aspiraciones del mayor número de mexicanos, será más sencillo elaborar una estrategia política para insertarnos exitosamente en el sistema internacional en el sector turístico.

Sin embargo, las regiones se han apresurado a hacer valer sus propios bienes patrimoniales, sean naturales, monumentales o intangibles, conduciendo a una carrera frenética por sacralizar todas las creaciones humanas que inspiren sentimientos de reconocimiento colectivos. Así el patrimonio se ha convertido en una serie inabarcable de bienes que escapan a los criterios tradicionales y que en medio de su vastedad, empiezan a generar nuevos retos para su adecuada gestión turística.

3.6.1. Aplicación de la política turística cultural en Monte Albán

En México existe una extensa riqueza de bienes culturales, y un ejemplo claro de nuestro legado es el recinto ceremonial de Monte Albán que se ubica en la cima de un cerro en el centro de los Valles Centrales de Oaxaca, adaptada para la construcción de la ciudad y la satisfacción de ciertas demandas propias de una población urbana. En la cima de Monte Albán se pueden apreciar los tres brazos del valle de Oaxaca: al noroeste se encuentra el valle de Etlá; al oriente, el valle de Tlacolula; y al sur, el valle de Zimatlán-Ocotlán.

Así como en otras partes de Mesoamérica las edificaciones de Monte Albán son en su mayoría los restos de las plataformas piramidales que sostuvieron las edificaciones

dedicadas al culto religioso, a la administración pública o los restos de conjuntos habitacionales dedicados a los estratos dominantes de la sociedad. Sin embargo, también se ha podido conocer la organización de los barrios habitacionales de la ciudad, el cual nos explica que el conjunto monumental se organiza en torno a la plaza central, las habitaciones de los estratos sociales más bajos se localizaban en terrazas construidas ex profeso. Este patrón de asentamiento es bastante característico de las sociedades mesoamericanas precolombinas del Clásico (ss. II-VIII/IX d. C.), como lo demuestra la disposición urbana de Teotihuacán, Palenque o Tikal, que se cuentan entre las mayores de aquel tiempo.

Monte Albán como sitio central de la identidad de Oaxaca y de México, ha servido desde su descubrimiento el ideal de la afirmación de la mexicanidad, y ha colocado a Oaxaca en la competencia internacional del turismo. Sin embargo, hoy en día es objeto de un uso excesivo por el público que lo visita, y sufre una problemática local de intereses por los recursos que representa. Es sujeto de contradicciones del sistema político y de la crisis intrínseca de la población urbana marginal de Oaxaca. Es por ello, que el propósito de este subcapítulo será demostrar cómo podemos superar esta problemática de esta zona reconocida a nivel internacional con las políticas estratégicas que proponemos en los aspectos más importantes de la zona.

3.6.1.1. Posible mejora de la infraestructura para la zona receptora

México se ha caracterizado por ser un país que crece de manera lenta y desigual, existen enormes contrastes y un gran rezago en diversas regiones, de manera especial en el sur del país, sin embargo, a pesar del vasto potencial de su extenso litoral se desaprovecha y persisten grandes contrastes entre entidades federativas y dentro de ellas mismas.

Es todavía muy amplia la brecha que, en materia de infraestructura, separa a México no solamente de los países desarrollados, sino de la mayor parte de las economías emergentes dinámicas. México ocupó el lugar 73 de 142 países en el rubro de infraestructura total en el *Informe Anual de Competitividad Global* presentado en septiembre de 2011 por el Foro Económico Mundial. En todos los segmentos el país se colocó en el segundo tercio de la lista: carreteras, 55; ferrocarriles, 68; aeropuertos, 65; puertos, 75; telefonía fija, 72; telefonía móvil, 96, y calidad de la oferta de electricidad, 82. Esto ubica a México en la posición 58 en competitividad global por debajo de las

economías emergentes China e India, Brasil y Chile. El rezago en México es alto y se necesita que la inversión pública se eleve a los niveles comparables a los que alcanzó durante el desarrollo estabilizador, cuando se situó entre el 6 y 7% del PIB.⁷⁰

El sur debe ocupar un lugar prioritario en este ejercicio porque ahí es donde el contraste es mayor entre sus potenciales y los niveles de pobreza y marginación que se registran. Es por ello que se debe de programar la obra pública en función de su impacto en el desarrollo de las regiones, entidades federativas y municipios, la planeación regional exige incluir una política de reordenamiento territorial de la población, evitando las tendencias extremas en los últimos lustros hacia alta concentración demográfica en zonas metropolitanas saturadas y la dispersión en pequeñas comunidades para las que se dificulta la provisión de servicios públicos.

Oaxaca está ubicada al sur de la República Mexicana. Cuenta con una amplia red caminera, tanto federal como estatal 16,113.40 km de carreteras surcan su territorio, lo que da un promedio de 17.26 km de carreteras por cada 100 km²; en cuanto a vías férreas, su longitud es de 287.8 km; para fortalecer más la comunicación estatal, posee 6 aeropuertos y 115 aeródromos, que comunican a las localidades de difícil acceso por vía terrestre; respecto a la comunicación marítima, el estado posee 1 puerto de altura,⁷¹ sin embargo, con la aplicación de la política podría recuperarse la dimensión territorial de la planeación y mejorar la asignación de recursos públicos, la promoción de la inversión privada para el mejoramiento de las mismas, así como la participación de la sociedad civil en un desarrollo más equitativo, incluyente que beneficie a la población local y que sea sustentable para uso turístico.

3.6.1.2. Posibles beneficios económicos para las comunidades receptoras

Es preciso tener en cuenta que México es una nación pluricultural, cuya riqueza histórica se extiende sobre su gran diversidad de sus pueblos indígenas, los cuales en las últimas cifras de pobreza de México se confirma que los indígenas están mayoritariamente excluidos del desarrollo del país, lo cual se debe de empezar a reconocer y que se tiene una

⁷⁰ Anguiano Roch Eugenio, Buira Seira Ariel, Cárdenas Solórzano Cuauhtémoc, Cordera Campos Rolando, Escobar Toledo Saúl, Esquivel Hernández Gerardo et al; *México frente a la crisis: Hacia un nuevo desarrollo, Manifiesto Lineamientos de política para el crecimiento sustentable y la protección social universal*, UNAM, México, 2012, p. 129.

⁷¹ INEGI, disponible en: <http://www.inegi.org.mx/>, (Pág. consultada el 0-04-13).

deuda con sus pueblos originarios, como es el caso de las zonas aledañas a Monte Albán, en donde la pobreza y la marginación siguen siendo problemas lacerantes que como ya lo hemos mencionado afectan principalmente a la población rural en especial a pequeñas comunidades indígenas que se encuentran dispersas y aisladas de los centros urbanos, así como a la población que vive en asentamientos irregulares en la periferia de estos.

La disminución de la pobreza y la garantía social se han convertido en un objetivo fundamental de la Política Social en México, a pesar de que las instituciones responsables han intentado hacer cumplir los derechos que emanan de la Constitución, el ritmo de los avances observados es que se han ido frenando, ya que la cobertura de servicios de salud y seguridad social son insuficientes, el combate a la pobreza no cumple con sus objetivos y no se proporciona la atención necesaria a la problemática indígena como un tema transversal.

Los proyectos arqueológicos y turísticos se aplican en diferentes comunidades siguiendo objetivos concretos y pocas veces estos objetivos buscan conocer lo que las personas que conviven en las zonas arqueológicas, piensan o sienten, no pretenden estudiar sus ideas, costumbres y formas de vivir aunque estén vinculadas con los lugares en cuestión. Es por ello que la intención es motivar la reflexión respecto a la manera de ingresar al manejo de espacios arqueológicos en cada comunidad o región del Estado de Oaxaca. De acuerdo con la densidad poblacional y sus características socioculturales, en Oaxaca existen tres tipos de municipios:

- 1) Con menos de 15 mil habitantes, identificados como pueblos indígenas con necesidades de atención en infraestructura social básica, servicios de salud, educación, vivienda y abasto de productos;
- 2) Municipios de 15 mil a 50 mil habitantes, que revelan un crecimiento urbano que requiere planeación en la provisión de servicios y de proyectos productivos;
- 3) Municipios de 50 mil a 120 mil habitantes, que son las zonas urbanas con demandas en la atención de su sistema de transporte público, seguridad pública, servicios de agua, recolección de basura y generación de empleos propios del crecimiento metropolitano.⁷²

⁷² Gobierno del Estado de Oaxaca, *Programa Sectorial Cultural 2011-2016*, disponible en: <http://www.culturasyartes.oaxaca.gob.mx/files/plansectorialcultura.pdf>, (Pág. consultada el 6-03-13).

En el estado de Oaxaca hoy en día existen 15 grupos étnicos. Se le llama grupo étnico a una comunidad de personas que se identifican entre sí con criterios etnolingüísticos y de asentamientos físicos propios, es decir, por hablar el mismo idioma y compartir un territorio común la cual es una de las características fundamentales en Oaxaca, su diversidad cultural. Los quince pueblos originarios que radican en el territorio oaxaqueño son: Amuzgo, Cuicateco, Chatino, Chinanteco, Chocholteco, Chontal, Huave, Ixcateco, Mazateco, Mixe, Mixteco, Nahua, Triqui, Zapoteco, Zoque, además que se reconoce a las comunidades afromexicanas.

Todos ellos representan 33.8% de hablantes en lengua indígena, siendo monolingües 14.3%, con predominancia de mujeres.⁷³ De ellos, zapotecos y mixtecos son los más numerosos; de las lenguas nativas, las que están en franco descenso o en peligro de desaparecer son la amuzga, trique y choco. Si bien la entidad es una de las más ricas en términos etnolingüísticos, actualmente se vive una disminución de las personas hablantes, lo que incide en que México se sitúe como el quinto país con más lenguas amenazadas, 144, pese a todo, las lenguas más habladas en Oaxaca son el zapoteco, con 371,740 hablantes; el ñuusavi o mixteco, con 264,047; el mazateco, con 175,970; y ayuuk o mixe con 117,935.⁷⁴

La pluralidad étnica se debe entender como sinónimo de riqueza cultural que ha perdurado a lo largo del tiempo. Sólo se necesita atisbar en los mercados locales o regionales, en los que colores, olores, sabores y sonidos parecen congelar el tiempo y nos hacen retroceder a los tianguis precolombinos. Asimismo, uno de los elementos más significativos en la relación de estas comunidades con los sitios arqueológicos es el estrecho vínculo con el medio ambiente, aspecto fundamental en la conformación de su desarrollo. Existen otros elementos igualmente importantes que conforman las estructuras históricas de las diferentes sociedades, siendo Oaxaca un estado de convivencia étnica desde tiempos remotos.

En la actualidad, las políticas sociales y de combate a la pobreza no cumplen su función compensatoria, para atender las demandas en la materia, y para atender a los 2.2 millones de mexicanos que viven en comunidades de menos de 100 habitantes y que en la

⁷³ Ídem.

⁷⁴ UNESCO, *Atlas de las Lenguas en Peligro en el Mundo*, disponible en: <http://www.unesco.org/culture/languages-atlas/es/atlasmap.html>, (Pág. consultada el 4-03-13).

mayoría de los casos viven en pobreza y aislamiento en el país.⁷⁵ Sin embargo, es un hecho ampliamente reconocido que durante las últimas tres décadas México ha tenido un ritmo de crecimiento lento y quizá en ningún otro indicador haya impactado tanto como en el empleo. A partir de la recesión de 2008-2009 esta situación se agravó. Se cerraron temporalmente las válvulas de escape tradicionales: la migración disminuyó considerablemente al agudizarse la situación del mercado laboral en Estados Unidos y endurecerse las medidas anti-inmigrantes y la informalidad empezó a mostrar signos de saturación. A los recientes efectos de la recesión se suman, en el caso de México, tres décadas de magro crecimiento que se han traducido en una débil creación de empleo formal frente a un desbordamiento de la ocupación informal y de la emigración laboral, que han funcionado como válvulas de escape ante un mercado falto de dinamismo.

Contrariamente a lo que se esperaba hace un año, en México la recuperación iniciada en 2010 no ha sido suficiente para alcanzar niveles de producto por persona superiores a los registrados antes de la crisis. El ritmo de crecimiento en las últimas tres décadas se sitúa por debajo del nivel potencial asequible a través de un mejor aprovechamiento de los recursos productivos del país, en especial la abundante oferta de mano de obra. Debemos fortalecer la formación de capital y crecer a tasas significativamente mayores para asegurar un ritmo suficiente de creación de puestos de trabajo: añadir un millón de empleos formales al año para absorber a la nueva fuerza de trabajo, lo cual demandaría crecer a una tasa real superior al 6%.

Asimismo el salario ha sufrido una erosión prolongada respecto de sus niveles reales de hace tres décadas. Se requiere de estrategias que combinen un crecimiento sostenido del salario real con aumentos mayores de la productividad total de los factores, para abrir espacios efectivos a una creciente formación de capital, con una política de expansión de un nuevo salario social que sienta las bases de una redistribución consistente por la vía fiscal, de creación de bienes públicos, en especial salud y educación y de protección generalizada.

El Estado y los gobiernos deben asumir la responsabilidad de conducir el desarrollo y velar por la prosperidad de su población así como para fortalecer sus economías. La base de la nueva política económica es la planeación del desarrollo con el interés nacional y el ejercicio democrático de gobierno. Es fundamental la intervención pública, de sociedad y gobierno, para reactivar la economía y generar empleos en materia turística, el desarrollo

⁷⁵INEGI, disponible en: <http://www.inegi.org.mx/>, (Pág. consultada el 7-11-12).

de planes para integrar cadenas productivas locales y regionales maximizará el empleo y el valor agregado nacional, a la vez introducir la nueva supervisión y regulaciones en actividades económicas y financieras lo cual redundará en un crecimiento consistente.

Al momento de que el Estado combata la desigualdad, apoyando a los productores y a las empresas nacionales, impulsando las cadenas productivas regionales, así como el apoyo a la educación, la ciencia y la tecnología, la creación del empleo mejorará. Oaxaca depende de los recursos federales y son por lo tanto de los principales generadores de empleo y movilidad de la economía local, es importante para la creación del empleo enfocarse en la producción ya que sin esta sería incipiente el empleo, industrias, consumo, mercado, bienestar colectivo, es por ello que si se genera equidad, competencia y competitividad, habrá precios competitivos internos, combate a los monopolios y precios.

3.6.1.3. Posibles beneficios de sustentabilidad y protección de la zona receptora

Entre los beneficios que podemos vislumbrar mencionamos tres principalmente:

- Siendo una actividad que se considera una actividad económica que dinamiza el patrimonio y las comunidades, generará recursos para la conservación y beneficiará a las comunidades receptoras.
- Reconocerá y creará un sentimiento de orgullo comunitario, ya que motivará a las comunidades en la gestión de su patrimonio.
- Puede ser un factor de divulgación del patrimonio creando conciencia del valor de los diferentes “patrimonios locales” entre los turistas.

Oaxaca, siendo una entidad eminentemente turística tiene en Monte Albán su principal fuente de atracción, por lo que las políticas de desarrollo del turismo son muy importantes dentro del desarrollo de este sector, ya que son los grandes lineamientos que orientan a mediano y a largo plazo la evolución del turismo en un destino o en una sociedad es por ello que los esfuerzos por impulsar el turismo en una marco de planeación abarca diversos intereses, no se debe limitar a solamente atraer más inversiones, turistas o a generar más empleos, ya que es una actividad productiva y un proceso social que tiene amplios antecedentes en la sociedad mexicana, y que sus manifestaciones están prácticamente dispersas a lo largo y ancho de su territorio y que a su vez tiene un peso relevante en la economía y la sociedad mexicana, se trata de defender a ultranza la integridad del patrimonio arqueológico.

3.7. Mejora de la imagen turística cultural de México en el escenario internacional

Ante los cambios geopolíticos y económicos mundiales México después de haber gozado de una gran reputación en el ámbito global y diplomático durante más de 40 años, la imagen del país es cuestionada en el concierto internacional debido a los problemas que padece en materia de seguridad, es por ello que México debe tomar en cuenta el entorno internacional en el que vivimos y viviremos así como el punto de partida en el que nos encontramos y las verdaderas posibilidades de alcanzar los objetivos fijados.

Las estimaciones de la OMT nos indican que en los próximos 20 años, la región de las Américas tendrá un crecimiento promedio anual de 2.5%. Asimismo, durante su participación en la Segunda Conferencia Anáhuac Perspectivas Turísticas para México 2013, el representante de la OMT advirtió sobre la necesidad de cambiar la deteriorada imagen que han proyectado también países como Brasil y Colombia y aseguró que en México, 70 municipios tienen complicaciones pero los destinos turísticos tienen niveles muy aceptables.⁷⁶

Por lo anterior, las propuestas expuestas en la presente investigación están destinadas a contribuir principalmente a lograr un mexicano que, sin olvidar su pasado, estará más ocupado en seguir construyendo su futuro, confiado en que su trabajo y aplicación de las políticas adecuadas, podrá alcanzar todas las metas que se proponga, sin perder su nacionalismo y regionalismo y que este consciente del mundo cada vez más interdependiente en el que vive y sepa sacar provecho de su posición geográfica de privilegio.

Es decir, apreciar nuestras tradiciones, sin por ello dejar de ser competitivo en el mundo moderno. México deberá consolidarse como un centro turístico de excelencia mundial.⁷⁷

⁷⁶De la Rosa, Alejandro, *OMT Apoyará a países de AL con problemas de imagen negativa*, El Economista. disponible en: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/01/24/avanza-actividad-turistica-mexico-omt>, (Pág. consultada el 15-08-13).

⁷⁷ De la Madrid, Enrique, *El sueño mexicano* en Jiménez Godínez Miguel Ángel y Cinta Martínez Alberto (Coord.), *México, visión global, la agenda para el siglo XXI*, Porrúa, México, 2006, pp. 417-423.

Conclusiones

A lo largo de este trabajo hemos podido analizar los aciertos y las deficiencias tanto estructurales como institucionales así como el conjunto de políticas turísticas-culturales que no siempre han sabido orientar los intereses turísticos-culturales de México a pesar de ser un país que cuenta con un extenso patrimonio cultural.

Por otra parte, también hemos visto que tanto el tema de la inseguridad pública y la situación económica se han convertido en una de las principales problemáticas en los últimos diez años y que han sido peligrosamente mermadas durante la administración federal, la cual no ha sido capaz de asegurar la vigencia cotidiana de un núcleo de derechos elementales, como la vida, la integridad física y el disfrute del patrimonio. Es por ello que el descuido de dimensiones importantes en nuestro país en el sector turístico y la afectación que la criminalidad ha traído a la imagen de nuestro país, nos hizo reflexionar sobre la posibilidad de perfilar un modelo de desarrollo turístico sostenible dentro del ámbito de la realidad internacional.

Es por ello que dimos inicio a este proyecto enfocándonos en la investigación y el análisis tanto de las variables políticas como las variables económicas del modelo turístico de México desde los inicios de esta actividad en nuestro país; así como su impacto dentro del fenómeno de la globalización tanto negativo como positivo, lo cual resultó primordial para el entendimiento de nuestra situación actual.

Analizar y estudiar las políticas turísticas desarrolladas por la Secretaria de Turismo para el impulso del turismo cultural tanto a nivel nacional como a nivel internacional, fue el propósito primordial de nuestro segundo capítulo con el cual nos permitimos describir un panorama más amplio sobre la situación actual de la pasada administración en el ámbito que nos compete, ya que como hemos observado en México bajo el pretexto de la globalización, los intereses nacionales y metas de desarrollo para un proyecto turístico sustentable han sido subordinados a los intereses privados nacionales y extranjeros. Entre las ventajas que la globalización ha traído consigo como la integración de empresas, mercados, tecnologías y servicios ha potencializado a las economías de escala como México, se ha logrado diversificar ciertas cadenas productivas vinculadas a recursos naturales o servicios como lo es nuestro sector turístico patrimonial, aquí pudimos

comprender que realmente necesitamos aprovechar las ventajas que nos ofrece la coyuntura actual internacional pero siempre poniendo en alto nuestros intereses nacionales lo cual no siempre ha sido de esta forma.

Asimismo, nos propusimos estudiar las estrategias del turismo cultural dentro de nuestro tercer capítulo que se han llevado al cabo en México para su análisis y así poder contribuir a la mejora y brindar el apoyo deseado para la realización de una mejor estrategia turística internacional dentro de esta nueva administración pública que sea inclusiva y que redunde en mejores beneficios tanto para la población receptora como para los turistas, así como para la conservación y mejor aprovechamiento de uso de nuestro patrimonio cultural.

Finalmente proponer la creación de una política turística internacional sustentable frente a un México donde el crimen y la violencia han atacado sin discriminación en todos nuestros sectores que nos permita impulsar el desarrollo del turismo cultural de México en el mundo, donde se den a conocer nuestras principales y más grandes zonas arqueológicas que nos identifican como nación, así como todas las demás manifestaciones culturales, para que México sea reconocido visitado y admirado por su diversidad cultural, que además permitirá los beneficios económicos buscados.

Consideramos que las perspectivas para el turismo cultural en México serán óptimas, es por ello que debemos seguir impulsando esta actividad a nivel interinstitucional, ya que la transversalidad de la industria turística impone la necesidad de una fuerte coordinación y a la vez, de una imprescindible colaboración pública y privada, entre los diferentes agentes que interactúan en el sistema turístico.

Las nuevas estrategias para conservarlo implican trascender el esquema tradicional de protección que significa la ampliación vertical de la legislación sobre monumentos y la atención exclusiva del sitio por arqueólogos. La experiencia reciente en Monte Albán nos indica que es necesario buscar alternativas de conservación que emanen de la propia sociedad y que involucren a una diversidad de profesionales que estén dispuestos a conjuntar esfuerzos para lograr el objetivo común de conservar el patrimonio cultural que representa el sitio de manera consciente y con ventajas claras para quienes lo hagan. La experiencia más reciente de administrar Monte Albán nos expone una serie de condiciones

técnicas y sociales, cuyo tratamiento ha sido motivo de una constante reflexión por más de un autor.

De esta manera como lo mencionamos en nuestra introducción, de llevar al cabo las propuestas escritas en la presente investigación será probable que dentro de un corto plazo se puedan cubrir la creación de opciones reales para el desarrollo de esta actividad en nuestro país, en un mediano plazo comenzar a implementarlas acordes con la operación de la política exterior del país y la política turística cultural para proyectar una buena imagen en el mundo, y a largo plazo que finalmente sea una opción atractiva y sobretodo segura con un sistema de justicia fuerte y con instituciones que den confianza a los visitantes.

La presentación de esta obra tiene como único fin tratar de contribuir en el mejor desarrollo de México en la esfera de su competencia, es por ello que agradecemos profundamente a la Facultad de Estudios Superiores Aragón de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la cual se ha caracterizado por mantenerse partícipe ante los cambios internacionales y del país; asimismo, avocamos a nuestros compañeros sucesores a seguir contribuyendo con el trabajo propositivo y objetivo que esta casa ha venido realizando generación tras generación.

Fuentes de información

Bibliografía

Acerenza, Miguel Ángel; *Marketing internacional*; Trillas; 2ª edición, México; 2000. 192 p.

Álvarez Ponce de León, Griselda; *México turismo y cultura*; Diana; México; 2000. 127 p.

Anguiano Roch Eugenio, Buirá Seira Ariel, Cárdenas Solórzano Cuauhtémoc, Cordera Campos Rolando, Escobar Toledo Saúl, Esquivel Hernández Gerardo et al; *México frente a la crisis: Hacia un nuevo desarrollo, Manifiesto Lineamientos de política para el crecimiento sustentable y la protección social universal*; UNAM; México; 2012. 239 p.

Arriaga, José Ignacio; *Sistema de política turística*; Edit. Aguilar; Madrid; 1955. 411p.

Ávila Aldapa, Rosa Mayra; *Turismo cultural en México, alcances y perspectivas*; Trillas; México; 2011. 140 p.

Cebrián Abellán, Aurelio; *Turismo cultural y desarrollo sostenible; Análisis de áreas patrimoniales*; Universidad de Marcia; España; 2001. 315 p.

Correa, Ana; *Ciudades, Turismo y Cultura, nuevas perspectivas para el desarrollo equitativo de las ciudades*; Ediciones de la Crujía; Argentina; 2010. 151 p.

De la Madrid, Enrique; *El sueño mexicano* en Jiménez Godínez Miguel Ángel y Cinta Martínez Alberto (Coord.), *México, visión global, la agenda para el siglo XXI*; Porrúa; México; 2006. 422 p.

De la Torre Padilla, Oscar; *El turismo fenómeno socioeconómico y cultural*; Textos Universitarios; México; 1976. 280 p.

Diccionario Ibalpe Enciclopédico; Ibalpe; 2003. 1614 p.

Fernández Zamora, Ana; *Turismo y patrimonio cultural*; Universidad de Jaén; España; 2006. 504 p.

Forero Lloreda Eduardo, López Eduardo; Maldonado Eduardo (Coord.); *“Complejidad de la arqueología y el turismo cultural: territorios, sostenibilidad y patrimonio”*; Universidad del Rosario; Colombia; 2009. 135 p.

Francois Vellas; *Economía y política del turismo internacional*; Síntesis; España; 2004. 301 p.

Fuentes Farias, Francisco Javier; *Paisajes e itinerarios culturales en Michoacán conservación y desarrollo*; Tesis, Facultad de Arquitectura, UNAM; México; 2008. 242 p.

- Gómez Borja Miguel Ángel, Mondejar Jiménez Juan Antonio, Sevilla Sevilla Claudia (Coord.); *Gestión del Turismo Cultural y de Ciudad*; Colección Humanidades, Publicaciones de la Universidad de Casilla-La Mancha; España; 2005. 181 p.
- Hernández Vela Salgado, Edmundo; *Diccionario de política internacional*; Porrúa; México; 2002.
- Jiménez Martínez, Alfonso de Jesús; *Desarrollo turístico y sustentabilidad: El caso de México*; Porrúa; México; 2005. 191 p.
- Lanquar Robert; *Marketing turístico: de lo global a lo local*; Ariel; Barcelona; 2001. 230 p.
- López Guzmán Tomas y Lara de Vicente Fernando (Coord.); *Turismo sostenible, un enfoque multidisciplinario e internacional*; Universidad de Córdoba; España; 2005. 494 p.
- Maldonado, Carlos Eduardo; *Complejidad de la arqueología y el turismo cultural: territorios, sostenibilidad y patrimonio*; Universidad del Rosario; Colombia; 2009. 147 p.
- Marcus Joyce; *Monte Albán*; Fondo de Cultura Económica; México; 2008. 206 p.
- Meethan, Kevin; *Tourism in global society, place, culture, consumption*; Palgrave; Malaysia; 2001. 214 p.
- Molina, Sergio; *Fundamentos del nuevo turismo*; Trillas; México; 2007. 96 p.
- Molina, Sergio; *La experiencia mexicana en "Turismo Cultural en América Latina y el Caribe"*; UNESCO; México; 2007. 143 p.
- Molina, Sergio; *Política turística en México*; Trillas, México; 2007. 83 p.
- Molina, Sergio; *Turismo metodología para su planificación*; Trillas; México; 1997. 101 p.
- Nivón Eduardo y Rosas Mantecón Ana; *Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización*; Universidad Autónoma Metropolitana; México; 2010. 270 p.
- Pérez Gil, Amalia; *Gestión del patrimonio arqueológico*; Ariel; Barcelona; 2006. 311 p.
- Puig Picart, Toni; *Ciudad y Cultura en el siglo XXI*; Ediciones CICCUS; Argentina; 2000. 251 p.
- Reisinger, Yvette; *International Tourism Cultures and Behavior*; Butterworth-Heinemann; London; 2009. 428 p.
- Robles García, Nelly M.; *Sociedad y patrimonio arqueológico en el valle de Oaxaca, Memoria de la segunda mesa redonda de Monte Albán*; México; 2002. 434 p.
- Rocha Centeno Rogelio; *Metodología de la investigación aplicada al turismo*; Trillas; México; 2001. 88 p.

Vargas Castro, Alejandro; *El desarrollo local en el contexto de la globalización*; Nuevo Pensamiento; México; 2006. 368 p.

Hemerografía

Bonfil Batalla, Guillermo; *Nuestro patrimonio cultural un laberinto de significados*; Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo: Pensamiento acerca del patrimonio, Núm. 3; CONACULTA; México; 2006, pp.45-70.

Broca Castillo, Abraham; *El impacto del turismo en el patrimonio cultural*; Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo: Planeando sobre el turismo cultural, Núm. 14, CONACULTA; México; 2006, pp.102-110.

Dirección General de Culturas Populares; *Enorme reto implica garantizar la preservación y promoción de las expresiones culturales de México*; Dirección General de Culturas Populares; México; 2010.

El Universal; *México cuarto lugar mundial en turismo cultural*; *El Universal*; 25 de Septiembre de 2009.

Fundación Colosio; *El futuro que vemos*; Cuadernos de trabajo; México; 2012.

Marín Guardado, Gustavo; *Turismo globalización y desarrollo local: Puerto Vallarta y los retos del porvenir*; Revista Redalyc, Vol. 24, Núm. 1; Enero-abril; El Colegio de México; México; 2009, pp. 242-247.

Martinell Semper, Alfonso; *La cooperación cultural internacional*; Revista de cultura: pensar Iberoamérica, Núm. 2, Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la ciencia y la cultura, octubre 2012-enero 2003, pp.3-4.

Mendoza, Elva; *En riesgo patrimonio arqueológico de México*; Revista Contralíneas, Núm. 242, julio-2011, México, pp. 12-19.

Nivón Bolán, Eduardo; *La cooperación cultural como proceso de la globalización. Una visión desde América Latina*; Revista Cultura: Pensar Iberoamérica, Núm. 0, Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la ciencia y la cultura; febrero 2002, pp 9-16.

Ramos, María; *El turismo ¿en crisis o afectado por la crisis?*; Revista Convenciones; Año 13; Vol. 83; febrero-marzo; 2009; pp. 30-32.

SECTUR; *Memoria del encuentro nacional de Turismo la perspectiva 2020*; Secretaria de Turismo; México; 2010.

SEGOB, *Comportamiento, avances y perspectivas del Turismo en México*; Colección Editorial del Gobierno del cambio, México, 2006, p.20.

UNESCO, *Turismo Cultural en América Latina y el Caribe*, UNESCO, México; 2007; Vega Campos, Marielena; *Fonatur 35 años: única historia narrada por sus fundadores y protagonistas*; FONATUR; México; 2009.

Mesografía

Benseny, Graciela, *El Turismo en México: apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral. Aportes y Transferencias*, Universidad Nacional del Mar de la Plata, Vol. 11, Núm., 2, 2007, 34 p. <http://nulan.mdp.edu.ar/332/1/Apo2007a11v2pp13-34.pdf>

Bigné Alañiz, J. Enrique, *Investigación Internacional en marketing turístico: análisis de contenido sobre temas y metodologías*, Revista Pasos Online, disponible en: http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_1.pdf, (Pág. consultada el 08-07-11). *Carta de Turismo Sostenible*, disponible en: <http://www.turismosostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf>, (Pág. consultada el 9-08-12).

CNET, *Comportamiento de la demanda turística*, disponible en: <http://www.cnet.org.mx/panorama/marzo-2011/comportamiento-de-la-demanda-turistica>, (Pág. consultada 28-04-11).

CNN Expansión, *El turismo resiste la crisis*, disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2012/07/19/el-turismo-resiste-la-crisis-ocde>, (Pág. consultada el 7-09-12).

CNN Expansión, *El turismo mundial crecerá 5%*, disponible en <http://www.cnnexpansion.com/economia/2012/07/09/el-turismo-mundial-crece-5>, (Pág. consultada el 25-08-12).

Cole, S, *Implementing and evaluating a code of conduct for visitors*, Tourism Management, pp. 443-451, en Santana Talavera Agustín, *El turismo cultural ¿un negocio responsable?*, Scientific Electronic Library Online, disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185117322008000400001&script=sci_arttext (Pág. consultada el 6-07-13).

CONACULTA, *Enorme reto implica garantizar la preservación y promoción de las expresiones culturales de México*, disponible en: <http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/index.php/quienes-somos.html>, (Pág. consultada el 20-05-10).

CONACULTA, *La Gestión del Turismo en los Sitios con Patrimonio Significativo*, disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/carta.pdf>, (Pág. consultada el 18-04-11).

CONACULTA; *Programa Nacional de Cultura*, disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/eje7.pdf>, (Pág. consultada 19-07-12).

CONACULTA; *Programa Nacional de Cultura, Eje 7 Turismo y cultura*, disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/eje7.pdf>, (Pág. consultada el 7-08-12).

CPTM, *Campaña Nacional que promueve la oferta turística de estados y destinos así como los nuevos productos*, disponible en: <http://www.cptm.com.mx/index.jsp>, (Pág. consultada el 25-04-11).

Craik, Jennifer, *The culture of tourism, Touring Cultures*, Rojek C. y Urry, J. Routledge, London, pp. 113-136, 1997, en Barreto Margarita, *Turismo y cultura, Relaciones contradicciones y expectativas*, en Revista Pasos Online, disponible en: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita1.pdf>, (Pág. consultada el 406-13).

De la Rosa, Alejandro, OMT Apoyará a países de AL con problemas de imagen negativa, *El Economista*, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/01/24/avanza-actividad-turistica-mexico-omt>, (Pág. consultada el 15-08-13).

El Universal, *México cuarto lugar mundial en turismo cultural*, disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/629048.html>, (Pág. consultada el 16-05-13).

Espinoza, Astrid, *Mayoría de estados reprueba en turismo*, CNN Expansión, disponible en: www.cnnexpansion.com/economia/ (Pág. consultada el 22-02-10).

EUMED; *México y su política turística*, disponible en: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/uca/Mexico%20y%20su%20politica%20turistica.htm>; (Pág. consultada el 6-05-13).

Gobierno del Estado de Oaxaca, *Programa Sectorial Cultural 2011-2016*, disponible en: <http://www.culturasyartes.oaxaca.gob.mx/files/plansectorialcultura.pdf>, (Pág. consultada el 6-03-13).

Hiernaux Daniel; *Turismo en México: modelo de masa, del estatismo al mercado*; 2006. <http://www.danielhiernaux.net/publicaciones/index2.php>

ICOMOS, *Turismo y Patrimonio cultural*, disponible en: <http://www.icomos.org.mx/2005.php>, (Pág. consultada el 18-04-11).

INAH, *Carta Turismo Cultural*, disponible en: www.antropologia.inah.gob.mx/pdf/pdf_marcos/CARTA%20TURISMO%20CULTURA.pdf, (Pág. consultada el 23-05-10).

INEGI, disponible en: <http://www.inegi.org.mx/>, (Pág. consultada el 7-11-12).

Instituto Nacional de Antropología e Historia, *Turismo Cultural*, disponible en: http://dti.inah.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=3693&Itemid=329, (Pág. consultada el 18-05-10).

OCDE; *Perspectivas OCDE: México reformas para el cambio*, disponible en: <http://www.oecd.org/mexico/49363879.pdf>, (Pág. consultada 5-02-12).

OCPM, *Grandes Documentos de la OCPM*, disponible en: http://www.ovpm.org/es/grandes_documentos, (Pág. consultada el 25-04-13).

OEA, *Carta de la OEA* disponible en: http://www.oas.org/dil/esp/tratados_A-41_Carta_de_la_Organizacion_de_los_Estados_Americanos.htm (Pág. Consultada el 28-04-13).

OMT, disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>, (Pág. consultada el 6-11-12).

Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, disponible en: <http://www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx>, (Pág. consultada el 28-02-11).

Reisinger, Yvette, *Social contact between tourists and hosts of different cultural backgrounds* disponible en: <http://contenidos.campuslearning.es/CONTENIDOS/390/curso/pdf/EXARDocumento%20de%20apoyo%203.pdf>, (Pág. consultada el 26-05-13).

Santana Talavera, Agustín, *Estudios y perspectivas de turismo*, Scientific Electronic Library Online, disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322008000400001&script=sci_artex, (Pág. consultada el 30-06-11).

Santana Talavera, Agustín, *Patrimonios culturales y turistas: unos leen lo que otros miran*, PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, disponible en: www.pasosonline.org, (Pág. consultada el 5-08-13).

SECTUR, *Boletín 43 presentarán SECTUR y CPTM programa mundo maya en Alemania*, disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin43>, (Pág. consultada el 1-07-12).

SECTUR, *Concluyen con éxito los Foros Nacionales de consulta en materia turística*. Disponible en: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_086, (Pág. consultada el 12-05-13).

SECTUR, *Estadísticas del sector turístico*, disponible en: www.sectur.gob.mx, fecha de consulta: (Pág. consultada el 6-05-10).

SECTUR, *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012*, disponible en: http://www.turismodemexico.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/15236/1/R esumen_Ejecutivo.pdf, (Pág. consultada el 22-05-10).

SECTUR, *Programa Sectorial de Turismo 2007-2012*, disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/PDF/PST2007-2012.pdf>, (Pág. consultada el 23-04-11) p. 15.

TURISTA; *El turismo cultural aporta 15 millones de dólares al año*, disponible en: <http://www.Turista.com.mx/article303.html>

UNESCO, *Atlas de las Lenguas en Peligro en el Mundo*, disponible en: <http://www.unesco.org/culture/languages-atlas/es/atlasmap.html>

UNESCO, http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

UNESCO, *Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*, disponible en: www.unesco.org/tools/fileretrieve/264a56a2.pdf, (Pág. consultada el 11-05-10).

Velázquez, Carlos, *El potencial del turismo cultural en México*, disponible en:
http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&seccion=dinero&cat=13&id_nota=8121
63