

Turismo Cultural: la Experiencia Mexicana

Raúl Veldez Muñoz*

Resumo

Nesse artigo, o professor Ph. D. em administração da Universidad de las Américas, Puebla, Raúl Veldez destaca a importância da valorização cultural e do patrimônio histórico-monumental na elaboração de políticas públicas para o setor turístico no México. Reproduzimos o artigo em sua versão original na língua espanhola.

Cultura y turismo

Hacer turismo es más que llegar a un lugar de ensueño, reservar habitaciones en hoteles o comprar paquetes de recorridos a sitios históricos. El turismo es una experiencia holística que, según Jafari (1985) (citado por Laplante, 1996), permite que el turista se hunda en una relación dialéctica entre lo ordinario y lo mágico. Así, para el viajero, la experiencia turística representa una emancipación al confinamiento de lo cotidiano que lo lleva a disfrutar de un conjunto de vivencias en un mundo animado representado por un espacio-tiempo no ordinario. Así, la cultura turística del individuo es constantemente incorporada a su vida cultural cotidiana (Laplante, 1996).

En este contexto, es válido entonces decir que el turismo es solo una faceta de la dimensión cultural del hombre y que, por lo tanto, todo turismo es en alguna forma necesariamente cultural. No obstante, y para fines de mayor comprensión, la Organización Mundial del Turismo (OMT), a través de la Carta del Turismo Cultural ha establecido que el turismo denominado cultural es originado por el deseo de visitar y conocer las diversas manifestaciones de los patrimonios natural, histórico-monumental y cultural propiamente dicho de las diferentes regiones y países que integran el planeta.

Una definición apropiada de turismo cultural ha resultado siempre difícil de formular puesto que el concepto mismo de cultura es extremadamente amplio. Sin embargo, para propósitos prácticos, la definición técnica formulada por Bonink y Richards (1992) (citados por Richards, 1994) nos ofrece una visión clara y comprensible de esta noción al establecer que el turismo cultural comprende:

"Todos los movimientos de personas hacia atracciones culturales específicas como sitios histórico-patrimoniales, y/o manifestaciones artísticas y culturales fuera

de su lugar normal de residencia".

Es necesario hacer notar que, alrededor del mundo, el turismo cultural se ha venido incrementando de manera gradual a lo largo de las dos últimas décadas, destacando en este aspecto los países europeos y particularmente Gran Bretaña y Holanda. Por otra parte, según Richards (1994), diversos factores han contribuido de manera remarcable a este crecimiento, entre los cuales, podemos mencionar:

1. *las tendencias sociales hacia el interés por el conocimiento de los valores patrimoniales y la democratización de la cultura.*
2. *El incremento del nivel educativo de las poblaciones en general.*
3. *El incremento en la edad promedio de las masas poblacionales (principalmente en los países europeos).*
4. *la modernización y el mayor alcance de las herramientas promocionales utilizadas por los diferentes sectores de la industria del turismo.*

Durante el Encuentro Internacional sobre Turismo Cultural en América latina celebrado en 1996 en la ciudad de la Habana, Cuba, se destacó la importancia creciente del turismo cultural a nivel mundial, pero en lo particular, se hizo énfasis en la necesidad de entender las transformaciones y tendencias futuras del comportamiento de los turistas que conforman los diferentes segmentos de este mercado mundial. A este respecto, Nykiel (1996) considera que las tendencias hacia la globalización del fenómeno turístico harán en un futuro próximo que, desde el punto de vista del turista, los límites territoriales se conviertan en una noción obsoleta que será reemplazada por la atracción universal por lo distante, lo novedoso y lo mejor en términos de la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

En el caso particular de México, Molina (1996) establece que la política turística del

* Raúl Veldez Muñoz é PhD pela Universit  du Québec   Montreal; professor do Departamento de Administra o de empresas da Escola de Negocios da Universidad de las Americas, Puebla, Mexico.

país debe fincar el desarrollo del turismo sustentable en la permanente adaptación de la oferta turística global de México a los cambios psicográficos y de hábitos de consumo de los turistas del presente. Debe reconocerse como hechos insoslayables los cambios que en términos de las características y nivel de calidad de los servicios turísticos plantean el envejecimiento de la población turística promedio, la creciente participación de la mujer en la decisión y contenido de los viajes, y la proporción creciente de turistas jubilados de la tercera edad.

En este contexto, diversas investigaciones han permitido delinear el perfil distintivo del turista cultural de los años venideros en los términos siguientes:

1. *El turista cultural sobrepasa en promedio la edad de 35 años (Mintel, 1991; citado por Richards, 1994).*
2. *Los turistas culturales son, por lo general, graduados universitarios y viajeros frecuentes cuya configuración familiar es de "nido vacío" (Berro II, 1981).*
3. *Más del 60% de los turistas culturales son viajeros internacionales. El turista cultural parece más inclinado a visitar sitios histórico-patrimoniales que a asistir a espectáculos artísticos cuando viaja al extranjero (Bonink y Richards, 1992; citados por Richards, 1994).*

No podemos, asimismo, ignorar el hecho de que los móviles del turismo cultural, aún guardando ciertas similitudes alrededor del mundo, afectan con distinta intensidad a los viajeros de las diferentes culturas y países que conforman el orbe. En efecto, se ha observado que mientras los sitios arqueológicos de América (desde México hasta el Perú) forman parte de las preferencias primordiales de los turistas franceses, alemanes e ingleses, los turistas norteamericanos y japoneses se inclinan más por las manifestaciones ligadas al folklore y a

las artes plásticas menores.

Por otra parte, las desigualdades en los niveles de instrucción histórico-arqueológica de los turistas inciden también de manera determinante en la elección de los destinos turísticos de carácter cultural. Así, por ejemplo, los turistas mexicanos o peruanos que viajan dentro de su propio país por motivos primordialmente culturales lo hacen en menor proporción que sus similares europeos y estos últimos, por su constante contacto con el patrimonio monumental europeo de épocas anteriores y posteriores a la conquista española en América, parecen no demostrar mayor interés en visitar sitios turísticos donde predomina la arquitectura de tipo colonial en las ciudades de Hispanoamérica.

Es un hecho incontestable que al hablar de turismo estamos hablando de una de las dimensiones más importantes de la cultura del hombre. El individuo se cultiva viajando y al revalorizarse a sí mismo a fuerza de viajar, se motiva aún más por entrar en contacto con otras culturas paisajes y contextos. Sin embargo, el ser humano de todas las latitudes debe aprender a conservar la riqueza patrimonial que representan las diversas manifestaciones culturales objeto del turismo. Por ello, a decir de Aceves y Delgado (1996):

"El cuidado y la protección de la memoria construida son tareas que tienen como beneficiarios primordiales al hombre de hoy en día, al de esta generación y al hombre del mañana, al que debemos entregar-en toda su integridad y con toda su autenticidad-el legado que el pasado nos confió."

El patrimonio turístico de México

De acuerdo con la legislación mexicana vigente en materia de turismo, el patrimonio monumental de México se clasifica en dos grandes rubros:

1. *El patrimonio histórico-arqueológico perteneciente al mundo pre-hispánico y,*

2. *El patrimonio histórico-monumental perteneciente a la época comprendida entre la conquista española y el inicio del presente siglo.*

En este vasto universo de recursos históricos y culturales, se tienen registrados y sujetos bajo la protección de las leyes del país más de 200,000 sitios arqueológicos de muy variadas dimensiones, antigüedades e importancias; de los cuales, cerca de 4000 reúnen las condiciones para convertirse en sitios de atractivo turístico (Aceves y Delgado, 1996).

Por si fuera poco, se siguen descubriendo vestigios históricos pertenecientes a muy diversas culturas que asombran tanto por sus dimensiones físicas como por su importancia cultural, tal es el caso de las ruinas de Cantona en el Estado de Puebla, las cuales, se estima, pertenecen a un asentamiento urbano de mayores proporciones que el ocupado por el actual sitio arqueológico de Teotihuacan al norte de la actual ciudad de México.

En cuanto al patrimonio de monumentos históricos posteriores a la conquista española, el acervo registrado oficialmente por el Colegio Nacional de Monumentos asciende a 115,000 edificios y conjuntos erigidos entre los siglos XVI y XX (Aceves y Delgado, 1996)

Debemos añadir a esta riqueza monumental, las expresiones artísticas pertenecientes al folklore, a la música, a la pintura, a la escultura y a las demás artes menores que matizan ese gran mosaico cultural que representa el México de hoy, en el cual, solo por mencionar dos hechos significativos, subsisten 62 lenguas indígenas y se estima que solo en el Estado de Oaxaca (al sur este del país) existen cerca de 400 bandas de música cuyo repertorio fundamental está constituido por sones y aires

de tradición hispano-mixe e hispano-zapoteca (Iturriaga de la Fuente, 1999).

Podríamos por lo tanto afirmar que, a la excepción de algunos parajes deshabitados desde tiempos ancestrales en el norte del país, México constituye un territorio materialmente sembrado de evidencias culturales pertenecientes tanto a las civilizaciones prehispánicas, como a las manifestaciones resultantes de la fusión entre el mundo hispánico y las culturas indígenas.

El fomento del turismo cultural en México

En México, el ministerio encargado de la planeación y ejecución de la política nacional en materia de turismo es la Secretaría de Turismo (SECTUR). Además, existen otros 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 con el turismo. Entre los principales organismos de este género podemos citar al Fondo Nacional para el Fomento del Turismo (FONATUR), al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), al Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), la Coordinación Nacional de Monumentos Históricos y al Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA).

Desde un punto de vista histórico, la preocupación por el rescate del legado arqueológico de México da inicio a principios del presente siglo por iniciativa del General Porfirio Díaz, Presidente de la República, quien ordenó la recuperación y restauración de las ruinas de la antigua ciudad de Teotihuacan.

Posteriormente, las excavaciones que permitieron el redescubrimiento de la civilización Maya en los Estados de Chiapas, Yucatán y Quintana Roo, así como el de las culturas Olmeca en Tabasco y Veracruz, la

cultura Tolteca en el Estado de Hidalgo, las culturas Mixteca y Zapoteca en Oaxaca, la cultura Tarasca en Michoacán y la cultura Totonaca en Veracruz y Puebla, continuaron con la labor de rescate de las culturas autóctonas de México.

En cuanto al turismo, fue hasta el gobierno del presidente Miguel Alemán en la década de los años cincuenta, que este sector comenzó a ser considerado como prioritario dentro de las grandes estrategias de desarrollo y modernización del país. En efecto, con la concepción, creación y desarrollo del proyecto Acapulco, México entró de lleno en el panorama de los destinos turísticos internacionales de carácter recreativo.

Así, a lo largo de cuatro décadas, la creación sucesiva de múltiples complejos turísticos destinados al mercado del turismo recreativo han contribuido a posicionar a México como el séptimo destino turístico mundial al recibir en 1998 al rededor de 25 millones de turistas. No obstante, a pesar de estas cifras alentadoras, es necesario reconocer que, desafortunadamente, el incentivo fundamental que ha impulsado al turista internacional a visitar México no ha sido su gran riqueza cultural, la cual, permanece aún oculta a los ojos del viajero que busca aventurarse en la fascinación de las costumbres, ritos, lenguas y monumentos que, aunque en una versión inevitablemente modificada, hallaran los conquistadores españoles hace medio milenio.

Ante esta circunstancia, justo es reconocer que las altas instancias gubernamentales han comenzado a ocuparse por el impulso del turismo cultural. La Secretaría de Turismo, en coordinación con otros organismos, ha puesto en marcha ferias regionales, exposiciones artesanales y actividades de diversa índole entre las que destacan dos programas básicos de fomento al turismo cultural:

1. *El proyecto Ciudades Coloniales y*
2. *El proyecto Rutas o Circuitos Turísticos*

Inspirado en la Carta de Venecia promulgada por la UNESCO en 1964, el proyecto turístico Ciudades Coloniales trata de realzar el valor arquitectónico-monumental de un conjunto de poblaciones que se consideran representativas de la arquitectura colonial de México. En este contexto, el proyecto pretende que el turista acceda a la comprensión global de la cultura prevaleciente en la época colonial de México a través de la evidencia arquitectónica y espacial que proporcionan los recorridos turísticos de zonas urbanas restauradas y conservadas para preservar sus ambientes originales.

Por su parte, el proyecto de Circuitos o Rutas Turísticas pretende integrar en itinerarios definidos y diferenciados el recorrido de visitantes que desean adentrarse en el conocimiento de las costumbres y folklore de las diferentes regiones culturales de México.

Sobre esta base conceptual, los circuitos turísticos creados por la SECTUR pretenden diferentes alcances en cuanto a su extensión geográfica y a su impacto socioeconómico. Actualmente existen circuitos de alcance internacional, regional o local.

Como ejemplo y pionero de los circuitos de alcance internacional podemos citar al circuito Mundo Maya. Este mega-circuito turístico ha sido diseñado e implantado con la colaboración de las autoridades turísticas de Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y México. En cuanto a los circuitos de tipo regional, podríamos citar recorridos como el proyecto Barranca del Cobre que comprende sitios de interés turístico en los Estados de Sinaloa y Chihuahua en el noreste de México y el circuito del Río Balsas abarcando poblaciones y sitios de belleza

natural en los Estados de Oaxaca, Tabasco y Chiapas.

Con un alcance más reducido, existen circuitos de carácter regional que están enfocados a promocionar el conocimiento de la riqueza cultural de zonas que siendo geográficamente pequeñas, ofrecen una importante multiplicidad de expresiones culturales dignas de ser turísticamente explotadas.

Otros programas de apoyo al turismo cultural como la promoción de ferias típicas, eventos religiosos de raigambre indígena o de tradición hispana y las exposiciones nacionales e internacionales de artesanías han alcanzado cierta importancia. El caso más representativo de estas actividades es sin lugar a dudas el Festival Internacional Cervantino.

Aunque nacido oficialmente en 1972, el Festival Internacional Cervantino tiene su origen en las representaciones de las principales obras del Siglo de Oro Español y, particularmente, de los Entremeses de Don Miguel de Cervantes organizadas por un grupo teatral de la Universidad de Guanajuato hacia 1953. Sin embargo, dada la importancia que el festival fue adquiriendo con los años, el gobierno mexicano decidió aprovecharlo para intentar integrar una comisión turística iberoamericana. Esto finalmente dio como resultado la celebración de un festival cultural que ha llegado a ser en nuestros días el principal festival multiartístico del continente americano. Así, a lo largo de los veinte días que por lo regular tiene de duración, el festival combina actividades de teatro, música, danza, artes plásticas y literatura (Vela, 1996).

En cuanto a los aspectos tácticos de operacionalización de estos programas, el panorama no es del todo alagüeño. En efecto, el obstáculo fundamental en la gestión de la política turística mexicana constituye la falta de coordinación en la

ejecución de los planes aprobados por parte de las diversas instancias de carácter federal, estatal y local. Desafortunadamente, la excesiva burocracia administrativa para la gestión de las estrategias de desarrollo turístico ha propiciado una sorprendente diversidad de enfoques de interpretación y ejecución no solo dispares sino, a menudo, contrapuestos.

Es a todas luces notoria la falta de coordinación operativa entre las diferentes niveles de ejecución de los planes de fomento al turismo. Es muy frecuente observar que los acuerdos y decretos promulgados por la Secretaría de Turismo (SECTUR) no son suficientemente divulgados y correctamente interpretados por las Secretarías de Turismo Estatales. En esta forma, prácticamente cada entidad federativa establece sus propias prioridades, planes de ejecución y mecanismos de control de su política turística local. En consecuencia, las campañas de promoción, los medios utilizados, el contenido de la documentación promocional e incluso el modus operandi de las oficinas estatales y municipales de turismo funcionan prácticamente a su libre albedrío.

En cuanto a los recursos humanos que laboran en los organismos oficiales del turismo, el panorama es aún más desolador. La improvisación y el nepotismo parecen ser los males endémicos del sector. La falta de formación profesional en materia de turismo que acusan los cuadros directivos en todos los niveles jerárquicos de las instancias federales, estatales y locales es admirable. Lo verdaderamente sorprendente y quizás inexplicable es el hecho de que, apesar de esta alarmante situación, el turismo en México constituya hoy por hoy uno de los principales motores del desarrollo económico nacional.

Por lo que respecta a las empresas privadas que intervienen en los diferentes sectores del turismo, si bien la situación no es tan preocupante, no por ello dejan de ser

criticables en cuanto a los enfoques de gestión y niveles de eficiencia a los que operan. Un mal generalizado de las empresas de servicios en todos los sectores del turismo en los que operan es la falta de una verdadera orientación hacia las necesidades del cliente.

En efecto, la inmensa mayoría de empresas medianas y pequeñas que ofrecen servicios de hospedaje, alimentación y transportación terrestre continúan operando con enfoques de orientación a la producción y rentabilidad financiera. En estas empresas, el objetivo primordial de la satisfacción total del cliente es normalmente considerado como un resultado deseable solo después de haber logrado un atractivo margen de utilidades netas en el corto plazo. La satisfacción del turista como resultado final de un proceso de servucción en el que las calidades técnica y funcional son eficientemente logradas es un paradigma desconocido y o ignorado por la mayoría de las empresas de servicios turísticos en México. Los retos que plantea esta realidad incontestable son, en consecuencia, formidables.

Los programas de turismo cultural en el Estado de Puebla

La importancia cultural de Puebla

El Estado de Puebla es uno de los Estados más ricos de México en cuanto a manifestaciones histórico-culturales. Se encuentra ubicado en el centro sur del país y cuenta con una extensión territorial de 33,000 kilómetros cuadrados aproximadamente. Su capital, la ciudad de Puebla, es la cuarta urbe más importante de México con una población cercana a los 2,200,000 habitantes siendo las industrias automotriz y textil así como el comercio y los servicios sus fuentes económicas más importantes.

La ciudad de Puebla, también denominada comúnmente en México como la Angelópolis fue la primera urbe intencionalmente fundada por los conquistadores españoles con propósitos de asentamiento urbano permanente. Fue fundada el 16 de abril de 1531 por Fray Julián Garcés, Obispo de Tlaxcala, Fray Toribio de Benavente (Motolinía), Diego de Ordaz, Juan Perez de Arteaga, Luis de Fuensalida y otros colonizadores y frailes españoles en un fértil valle bañado por dos ríos y dominado por cuatro colinas denominado Cuetlaxcoapan (lugar donde cambian de piel las serpientes).

La leyenda de la fundación de Puebla reza que, residiendo en Tlaxcala, Fray Julián Garcés tuvo un sueño en el que dos ángeles trazaban una ciudad según la usanza española, razón por la cual, se le denominó desde sus primeros años la Puebla de los Angeles. En 1538, mediante cédula real, el Rey Carlos V le concedió el escudo de armas que ostenta hasta nuestros días. En 1558 recibió el título de Noble y Leal Ciudad de los Angeles, en 1561 el de Muy Noble y Leal y, finalmente, en 1576 el de Muy Noble y Muy Leal Ciudad de los Angeles.

Con el paso de los años, la ventajosa ubicación de la ciudad (en el punto medio del trayecto entre el puerto de Veracruz y la ciudad de México), la posibilidad de contar con abundante mano de obra calificada proveniente de los antiguos pueblos indígenas de Tlaxcala, Cholula, Huejotzingo y Calpan dieron pie a una vigorosa economía, auge cultural e importancia comercial que la distinguieron y conectaron con las rutas comerciales del oriente a través de la Nao de China por el puerto de Acapulco.

La prosperidad de la Puebla de los Angeles durante toda la época virreinal y buena parte del periodo del México independiente la llevó a convertirse en la

segunda ciudad en importancia en el país rivalizando en muchos aspectos con la ciudad de México.

Los programas de fomento al turismo cultural

Los fundamentos de una política de explotación turística para la ciudad de Puebla datan del año de 1977 en el que el gobierno federal decreta que su centro histórico es considerado como zona monumental del Patrimonio Cultural Mexicano. En diciembre de 1987, la UNESCO la declara Patrimonio Cultural de la Humanidad.

En la actualidad, la Secretaría de Turismo del Estado de Puebla (SECTUREP) y el Consejo Estatal de Turismo de Puebla han establecido las bases para configurar un plan de fomento al turismo de carácter cultural sustentado en cuatro programas fundamentales:

1. *El Programa Sitios Arqueológicos*
2. *El Programa Bellezas Arquitectónicas*
3. *El Programa Ciudades Turísticas*
4. *El Programa Rutas Turísticas*

El Programa Sitios Arqueológicos

El programa de sitios arqueológicos del Estado de Puebla se sustenta en cuatro principales sitios de interés turístico:

- * *la Gran Pirámide de Cholula*
- * *la zona arqueológica de Cantona*
- * *la zona arqueológica de Xiutetelco*
- * *el Centro Ceremonial de Yohualichan*

La Gran Pirámide de Cholula (Cholollan: "lugar de los que huyeron") constituye uno de los monumentos más grandes jamás construidos por el hombre. Está formado por varias pirámides que se fueron sobreponiendo a lo largo de seis siglos hasta

que en el siglo IV de nuestra era alcanzó un basamento de 450 metros de lado y una altura de 65 metros, es decir, dos veces mayor que la pirámide del Sol en Teotihuacan y cuatro veces más grande en volumen que la de Keops en Egipto. En cada ciclo solar nuevo, la pirámide era recubierta con adobe para sobreponer otra, por ello, cuando Hernán Cortés llegó a Cholula, halló la pirámide ya cubierta como se encuentra hoy.

Mencionada ya por intelectual mexicano José Antonio Alzate en sus Gacetas del siglo XVIII, la zona arqueológica de Cantona fue oficialmente descubierta por el francés Henri de Saussure en 1855. Se trata de una megalópolis de 11 a 12 kilómetros cuadrados que alcanzó su auge entre los siglos VII y X. Su magnitud es tal que hay en ella cerca de 5000 patios, alrededor de 15,000 estructuras arquitectónicas y 22 juegos de pelota en un amplio y elaborado sistema de comunicación con calzadas elevadas y numerosos callejones, pasillos, escalinatas y rampas.

Xiutetelco (en el montículo del Dios del Fuego) en la actualidad, está constituido por un conjunto de basamentos de pirámides construidas por la cultura Totonaca. Las estructuras datan del siglo XVI. Este centro ceremonial contó en su época de esplendor con seis grandes pirámides de cuerpos escalonados y recubrimientos pintados de vivos colores que debió ofrecer un espectáculo impresionante al poder contemplarse desde muy lejos. En el que debió ser el templo más alto, se llegó hoy un templo católico.

El Centro Ceremonial de Yohualichan (lugar de la noche) data del periodo Clásico (O a 900 d.C.). Consta de una plaza rectangular en cuyo contorno se encuentran los basamentos de cinco pirámides y un juego de pelota. Fue construido por la cultura Totonaca.

El programa de sitios arqueológicos ofrece al turista de vocación cultural la exploración de sitios ancestrales que le permiten adentrarse en el conocimiento de las culturas que poblaron el Golfo de México y que pertenecieron a un universo cosmogónico diferente al del Imperio Azteca

El Programa Bellezas Arquitectónicas

El programa turístico Bellezas Arquitectónicas fue concebido para promover el conocimiento y aprecio de la arquitectura mexicana de la época Colonial. El programa contempla la visita del conjunto monumental que constituye el Centro Histórico de la Ciudad de Puebla y de 16 edificios entre iglesias, conventos y ex-haciendas ubicados en sus alrededores.

El Centro Histórico de la Ciudad de Puebla es un conjunto monumental que cuenta con 2,600 edificaciones de valor histórico entre las que destacan su Basílica Catedral (máximo exponente del estilo Herreriano en México), la Biblioteca Palafoxiana, La Universidad Autónoma de Puebla (antiguo Colegio Carolino), la iglesia de la Compañía de Jesús, la iglesia de Santo Domingo y la Capilla del Rosario (máximo exponente del arte Churrigueresco), la iglesia de San Francisco y el Teatro Principal (primer teatro edificado en América).

Especial mención merece el proyecto de turismo cultural denominado Proyecto Angelópolis, el cual, ha sido emprendido de manera conjunta por el Gobierno del Estado y la Alcaldía de la ciudad de Puebla con el fin de rescatar la fisonomía arquitectónica de la zona que comprende los alrededores del sitio original de la fundación de la ciudad. En términos generales, el proyecto contempla la restauración de edificios coloniales, la construcción de un centro de convenciones y la adaptación de casonas de la época virreinal para alojar tiendas de artesanías, restaurantes y hoteles. Como puede notarse,

el Proyecto Angelópolis representa un programa de fomento al turismo cultural que comparte objetivos tanto del programa Bellezas Arquitectónicas como del programa Ciudades Turísticas.

El programa Bellezas Arquitectónicas ofrece al turista una muestra muy completa de la arquitectura y ambientación espacial que prevaleció en las edificaciones civiles y religiosas del Virreinato en México. La riqueza decorativa y la imponente arquitectura de las edificaciones permiten al turista acercarse a la grandeza del imperio español de los siglos XV, XVI y XVII por medio de la contemplación de algunas de sus construcciones más representativas en América.

El Programa Ciudades Turísticas

Este programa turístico de visitas a ciudades del interior del Estado pretende que el viajero conozca la amplia gama de formas de la vida rural poblana. El programa contempla la visita a 34 poblaciones entre las que destacan Cholula, Amozoc, Cuauhtinchan, Teziutlan, Atlixco, Cuetzalan y Huejotzingo.

El Programa Rutas Turísticas

Este programa turístico de itinerario pretende que el viajero se introduzca en el folklore mexicano y particularmente al poblano, mediante experiencias vivenciales auténticas en diferentes poblaciones agrupadas por zonas o regiones que presentan similitudes culturales en materia de costumbres, historia y gastronomía. El recorrido contempla la visita a edificaciones religiosas, centros vacacionales, parques nacionales y sitios de bellezas naturales para el turismo ecológico. El programa comprende siete itinerarios:

* las joyas Cercanas - Domina este recorrido la arquitectura religiosa colonial con templos de decoración barroca y haciendas señoriales de gran belleza.

* Hacia la Tierra Caliente - Las regiones de Atlixco y Matamoros forman los primeros valles de las tierras calurosas de la Mixteca Poblana. Es una región de campos fértiles, trigales y cañaverales dominados por el volcán Popocatepetl. Mención especial merece la celebración prehispánica del Huey Atlixcayotl que subsiste hasta nuestros días.

*Camino de la Prehistoria - El recorrido lleva al turista por los monasterios franciscanos, dominicos o agustinos levantados por los conquistadores españoles y artísticamente decorados por los artesanos indígenas de Cuauhtinchan, tepeaca y Tecali.

*Por el Valle de Tehuacán - El Valle de Tehuacán representa la historia de la domesticación del maíz en Mesoamérica; gramínea que constituye el sustento material, cultural y espiritual de los pueblos americanos y herencia de ellos al mundo. En la sierra de Zongolica adornan el paisaje cuatro lagunas de aguas azules mientras que en Zapotitlán existen las canteras del ónix que tan importante papel ha jugado en la escultura ornamental de Puebla.

* En los Llanos de San Juan - El arte barroco colonial cobra vida a través de los retablos de madera dorada de la Parroquia de Nopalucan y el hermosa retablo de alabastro de la iglesia de San José Chiapa. El recorrido incluye las ruinas de Cantona.

* Sierra Mágica (Levante y Poniente) - Inmersos en la Sierra Madre Oriental, los puntos de la ruta ofrecen paisajes y poblaciones montañoses de singular belleza formados por espesos bosques, cascadas cristalinas, umbrías cavernas y profundos barrancos. Las fiestas, danzas y exquisita gastronomía le confieren un verdadero carácter mágico a este recorrido.

La operación de los programas de turismo cultural en Puebla

Desde el punto de vista de su conceptualización y diseño, los programas de fomento al turismo cultural en Puebla parecen adecuados y reflejan un esfuerzo legítimo por promover la riqueza histórica y cultural de la entidad. Desafortunadamente, en el plano operativo, dicho esfuerzo no se hace patente en términos de eficiencia y de eficacia.

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

Por su parte, las empresas privadas que participan en el sector de los servicios turísticos carecen de una verdadera organización que les permita unir esfuerzos para lograr una operación comercial y financiera que les permita el crecimiento y desarrollo. En Puebla, como en la mayoría de los Estados de la República, las empresas hoteleras, las agencias de viajes, las empresas de transporte y el sector de empresas de servicios de restauración establecidos en la capital estatal y en las cabeceras municipales operan con objetivos organizacionales y sistemas operativos completamente distintos y desligados entre sí.

En Puebla no existen verdaderos planes de desarrollo turístico de carácter integral que permitan al visitante nacional o extranjero adquirir paquetes integrados por servicios de transporte, de diversión, de hospedaje y de restauración como un todo armónico, planeado y ofrecido de manera serla y, sobre todo, profesional. En nuestra realidad actual, el turista que visita Puebla con la intención de conocer la ciudad capital, o con el deseo de realizar alguno de los recorridos turísticos promovidos por la Secretaría de Turismo del Estado, tiene la necesidad de diseñar e integrar su propio recorrido por sí mismo.

Es penoso admitir que en los hoteles, por ejemplo, se carezca de información sobre sitios de interés turístico, sobre como llegar a ellos y sobre los servicios de hospedaje y alimentación que posiblemente ofrezcan. Por su parte, los restaurantes, las casas de artesanías y los propios sitios turísticos más visitados, carecen de información sobre hospedaje y otros servicios imprescindibles para el viajero que desconoce el sitio.

Esta misma situación se repite a lo largo y ancho del territorio de Puebla y de las demás entidades federativas a la excepción, afortunadamente, de lugares como Acapulco o Cancún que se han convertido en los destinos turísticos mexicanos por excelencia.

En cuanto al *modus operandi* de las empresas de servicios turísticos en particular, la situación es también problemática. Salvo los grandes hoteles pertenecientes a cadenas corporativas internacionales, los hoteles locales de clasificación mediana (3 o 4 estrellas) operan con sistemas obsoletos de administración. En muchos de ellos la moderna tecnología del control de reservaciones mediante sistemas de teleinformática es todavía desconocida. En los servicios de restauración, el personal de atención al público carece de la

capacitación adecuada. Es común que el personal de atención a la clientela no pueda entender o expresarse con propiedad en el idioma inglés, a pesar de que las estadísticas de turismo a nivel nacional muestran que el 85% de los turistas que visitan México provienen de los Estados Unidos de Norteamérica (aunque, ciertamente, no todos son de origen anglosajón).

En cuanto a las agencias de viajes, en su gran mayoría carecen de información turística local. Por tradición operativa, las agencias de viajes en México centran sus esfuerzos promocionales en la captación de los turistas que viajan al extranjero. Poco o nulo esfuerzo de comercialización es dirigido hacia el mercado doméstico o hacia el turista extranjero que, ya estando en el país, desea realizar algún recorrido turístico ofrecido como una opción de diversión o de contenido cultural. Es una escena común observar a grupos de turistas extranjeros guiados por un líder informal (uno más del grupo) solicitar información en las terminales de autobuses, en los pórticos de los edificios históricos o a la salida de los hoteles con el fin de poder completar un recorrido turístico deseado.

Por su parte, los itinerarios que consideran sitios naturales y poblaciones rurales medianas o pequeñas carecen totalmente de soportes de infraestructura turística. Es indispensable contar con un conjunto estructurado de servicios que permitan al viajero hacer el recorrido, pernoctar, alimentarse, comunicarse y hacer uso de servicios de asistencia médica, cambio de moneda, etc. al amparo de un verdadero plan de servicios turísticos adecuadamente conceptualizado y sobre todo, eficazmente puesto en operación por parte de organismos gubernamentales responsables y profesionales que vigilen continuamente su eficiencia y eficacia.

Finalmente, en cuanto a los servicios de transporte, Puebla y prácticamente todo

el país, adolecen de un plan de transportación especialmente diseñado para el turismo. En las ciudades más grandes del país (México, O. F., Guadalajara, Monterrey y Puebla) los servicios de transporte público operan de manera totalmente independiente y desinteresada con respecto a los servicios de hospedaje y a las necesidades de desplazamiento de la población turística. No existen por ejemplo, líneas de auto- buses cuyo recorrido considere la ubicación de los principales hoteles, teatros, estadios o museos. Además, la Secretaría de Turismo, tanto a nivel federal como estatal, no se ha preocupado aún por solicitar la puesta en marcha de planes de transporte citadino e interurbano que contemplen las necesidades de desplazamiento específicas de los turistas. La existencia de planes de esta naturaleza proporcionarían un decidido impulso al incremento en la calidad de los servicios de apoyo al turismo a nivel nacional.

El turismo cultural en México: retos y perspectivas

Las tendencias crecientes hacia la globalización de las economías, hacia las alianzas estratégicas y hacia la creación de amplias zonas de comercio internacional afectan de manera contundente al turismo. En el caso específico de México, las perspectivas futuras señalan que en los primeros años del milenio que se avecina la recepción de turistas seguirá creciendo en el orden de un 12% en promedio. Esto ocasionará que el turismo aporte al país alrededor del 9% del total de sus empleos y la derrama económica que ocasionen el conjunto de los servicios asociados al turismo se estime cercana al 10% del PIB del país (Molina, 1996).

Ante estas perspectivas en materia de turismo, la política oficial mexicana enfrenta retos formidables. Las características

sociodemográficas y los hábitos de consumo del turista experimentan cambios cada vez más frecuentes. El turista evoluciona, se educa y se vuelve cada vez más exigente y crítico. Los recursos humanos que intervienen en la prestación de los servicios turísticos plantean un importante reto para afrontar a esta nueva demanda.

Se estima que el turismo cultural europeo seguirá incrementándose en lo que concierne a los viajes internacionales hacia América latina y el Caribe. Por su parte, el mercado norteamericano está experimentando grandes cambios. Los turistas de origen hispano han prácticamente duplicado sus viajes a México entre 1988 y 1995. Estudios realizados revelan, por ejemplo, que del total de turistas norteamericanos que hacen el recorrido turístico denominado Mundo Maya, aproximadamente el 30% lo hacen motivados por un turismo de playa, el 40% por motivos culturales y cerca del 10% por el disfrute de los escenarios y paisajes naturales (Molina, 1996).

Estos datos revelan una conclusión importante. Contrariamente a lo que tradicionalmente se ha supuesto, el turismo de playa y el denominado touring no son tipologías contrapuestas y por lo tanto mutuamente excluyentes. Se ha descubierto que el 63% de los viajeros tipo touring visitan también las playas y por su parte, los turistas de playa gustan de hacer circuitos y visitar sitios de interés histórico y cultural.

Un hecho revelador de este comportamiento del turista es el caso de Cancun. Como es sabido, Cancún es un complejo turístico que fue conceptualizado para el turismo de playa; sin embargo, las estadísticas demuestran que, actualmente, el 50% de los turistas que realizan el circuito cultural Mundo Maya ingresan por esta vía. En esta forma, en lugar de ser únicamente un polo receptor de turismo de playa, Cancún se ha convertido en un polo distribuidor de

turismo tanto ecológico para sitios como Xcaret y Xel-Ha, como de turismo cultural para los visitantes de las zonas arqueológicas de Chichén-Itzá, Uxmal y Tulúm (Molina, 1996).

Estas situaciones nos llevan a reflexionar sobre la necesidad imperante de reorientar las estrategias de creación y promoción de ofertas turísticas que respondan a las nuevas necesidades y exigencias del turista del nuevo milenio. En el caso de México, la problemática que enfrentan los organismos federales y estatales encargados del diseño e implantación de los planes estratégicos de desarrollo turístico se resumen a 5 grandes retos:

1. *Reconocer la tipología de necesidades de esparcimiento que desean satisfacer los viajeros extranjeros o nacionales que eligen a México como destino turístico.*
2. *Traducir estas necesidades en una mezcla comercial de ofertas turísticas concretas que posicione a México y a cada Estado, región o localidad como un destino turístico diferenciado.*
3. *Integrar cada oferta turística como un paquete de servicios combinables e intercambiables que permitan adaptarse lo mejor posible a las necesidades individuales del turista.*
4. *Lograr la operación coordinada de los sectores del alojamiento, el transporte, la restauración y demás servicios complementarios de apoyo al turismo, a fin de lograr la integración operacional de los paquetes que constituyen la oferta turística tanto a nivel nacional como regional o local.*
5. *Formar los recursos humanos a nivel directivo y operativo que permitan implantar los programas turísticos desde la perspectiva de la calidad en el servicio.*

Sin embargo, el enfrentamiento de estos retos no podría realizarse sin la creación y

mantenimiento de una infraestructura de soporte que responda a esas necesidades y sin una filosofía de gestión que permita la planeación implantación y valoración de las grandes estrategias de la política turística nacional.

En términos generales, las obras de infraestructura turística no representan retos conceptuales serios. En el presente, México cuenta con instalaciones hoteleras, servicios de restauración y medios de comunicación que le permiten desplazar al turismo que recibe sin problemas serios. La problemática mayor se sitúa a nivel conceptual; é s decir, el desafío más importante a enfrentar consiste esencialmente en cambiar el enfoque de gestión del turismo en todos los niveles jerárquicos de la burocracia gubernamental.

No es posible enfrentar la demanda turística futura, con todos los retos que esto implica, partiendo de plataformas conceptuales de planeación obsoletas. Basándonos en la perspectiva de Collier (1994) sobre la relación entre el diseño estructural de las organizaciones y la calidad de los servicios que ofrecen, podemos afirmar que un enfoque de gestión turística basado en la operación funcionalista utilizado por las empresas de servicios de las décadas pasadas es a todas luces inapropiado para un país que, en menos de diez años, podría recibir más de 30 millones de turistas al año.

La gestión eficaz de las grandes estrategias de desarrollo turístico requieren de una nueva mentalidad administrativa. La prestación de los servicios turísticos debe conceptualizarse desde la óptica de los procesos transectoriales y no desde la perspectiva del funcionamiento aislado de cada Secretaría de Estado, de cada sector del turismo o de cada empresa particular.

Como resultado de un trabajo de investigación empírica realizada en la Provincia Canadiense de Québec sobre la eficiencia administrativa de servicios turísticos,

Bissonnette y Urli (1996) establecen que los factores clave en el éxito de los proyectos turísticos dependen de la fase del ciclo de vida por la que atraviese el proyecto.

Así, en el caso de los proyectos que se encuentran en la fase de desarrollo, las posiciones de poder, la coyuntura política, el respaldo de los promotores y las condiciones contextuales del proyecto determinan en gran medida su buen término.

En su fase de realización, el éxito de los proyectos depende más de las tareas técnicas y de las competencias profesionales de sus promotores. Finalmente, en su fase operacional, los proyectos turísticos son exitosos en la medida en que la resolución de problemas, la eficiencia de la comunicación y las competencias de los responsables de su ejecución sean las apropiadas.

Bajo esta perspectiva, el desafío global que enfrenta México para lograr una transformación conceptual y operativa de su política turística nacional descansa en la adecuada gestión de los factores claves del éxito de sus proyectos turísticos según la fase de maduración en que se encuentren. En el caso de México y en lo que al turismo cultural concierne, los proyectos de alcance nacional, estatal y local se encuentran claramente identificados con la fase de desarrollo, lo cual, nos indica que su futuro depende en gran medida de las posiciones de poder que sus promotores ostenten, de las contingencias contextuales por las que atraviese el país durante su proceso de maduración y del respaldo financiero, técnico y político que le concedan sus principales promotores.

Conclusiones

Las perspectivas futuras de crecimiento en el volumen de turistas que viajan hacia México son alentadoras. En los años venideros el turismo podría convertirse en uno de los principales sectores impulsores del crecimiento

económico de México. De acuerdo con las proyecciones estadísticas del presente, para el año 2005 el país recibirá anualmente alrededor de 30 millones de turistas aportando a la economía nacional cerca del 10% de su PIB.

No obstante, la política nacional en materia de turismo adolece de una verdadera estrategia para afrontar este reto.

La misión institucional de la Secretaría de Turismo (SECTUR) y de otros organismos gubernamentales y estatales relacionados directa o indirectamente con el turismo no está claramente definida y, en consecuencia, dificulta la formulación de estrategias turísticas derivadas de ella. La estructura organizacional de las oficinas federales y estatales de turismo adolece de fallas conceptuales de diseño y del personal capacitado para ejercer las funciones que les son asignadas. Finalmente, los planes operativos de los diversos programas de fomento al turismo sufren de indefiniciones, ambigüedades y carencia total de coordinación.

El turismo cultural en México se encuentra aún en la etapa de instauración. Los únicos proyectos que han sido implantados y desarrollados con resultados positivos son el proyecto Mundo Maya y el Festival Cervantino. Proyectos de menor envergadura para fomentar la promoción de las riquezas regionales, estatales o incluso locales en diferentes ámbitos de la geografía nacional han sido emprendidos pero aún no han llegado a repercutir en las estadísticas del turismo mexicano.

Es importante remarcar los nexos que parecen existir entre el turismo cultural y el turismo de esparcimiento. Si bien de manera no planeada, es un hecho que un destino recreativo como Cancún se ha convertido en un promotor eficaz del circuito turístico Mundo Maya. Podría ser interesante explorar esta posible simbiosis en la planeación y

desarrollo de otros proyectos de turismo cultural que podrían ser promocionados "en paquete" gracias a su cercanía con destinos de esparcimiento.

Este papel de polo distribuidor de viajeros podría aplicarse a las playas de Veracruz con respecto a la ciudad de Puebla. En efecto, el atractivo histórico cultural de Puebla podría ser, a su vez, una vía de canalización para los practicantes del turismo ecológico distribuyéndolos hacia las rutas turísticas del interior del Estado, o bien, combinando estos recorridos con distintos sitios de descanso y diversión en las playas del Estado de Veracruz.

En el caso específico del Estado de Puebla y de la gran mayoría de los Estados de la República Mexicana, los programas de promoción al turismo cultural están plagados de indefiniciones y de acciones no coordinadas. Prácticamente, cada gobierno estatal implanta su propia visión de lo que es el turismo, de qué política turística debe seguirse, y de quiénes serán los encargados de traducirla en programas concretos, aún cuando no estén capacitados para ello.

En el Estado de Puebla, la multicitada falta de coordinación entre las oficinas de turismo, y los empresarios de los servicios de infraestructura turística (transporte, hospedaje, restauración, venta de artesanías, etc.) se constituye como la causa fundamental del mal funcionamiento de los programas de promoción al turismo cultural existentes. El programa Bellezas Arquitectónicas es quizá el que mayores niveles de eficiencia operativa haya alcanzado debido al hecho de requerir menos apoyos de infraestructura por ser un programa eminentemente ciudadano. En contraste, el programa Rutas Turísticas es quizá el más difícil de desarrollar por sus propios requerimientos de coordinación entre empresas de servicios de diferentes sectores de la industria turística.

Como reflexión final, es preciso enfatizar que, como en cualquier ámbito de la gestión de organizaciones, en el ámbito del turismo la improvisación y los buenos deseos no pueden suplir al análisis riguroso y a la planeación apropiada. En México, las autoridades y las empresas privadas del sector turístico tienen una gran tarea auestas en los años venideros. Solamente la formulación de planes ad hoc para el desarrollo integral del turismo cultural, ecológico o recreativo pueden garantizar un futuro prometedor para la nación mexicana.

Tópicos de discusión

1. Debería ser un organismo centralizado de carácter federal el responsable de la planeación estratégica de todos los programas de fomento al turismo de un país?

2. Es conveniente que exista en cada entidad federativa una réplica del organismo centralizado de planeación turística con el fin de evitar las interpretaciones locales "distintas" de la política turística nacional?

3. Sería factible combinar las estrategias comerciales del turismo de diversión con las del turismo cultural sin menoscabo de cada una de ellas?

Referencias

- Aceves, S. y R. Delgado. 1996. "El Patrimonio Histórico Mexicano como Recurso Turístico" en Turismo Cultural en América latina y el Caribe, pp. 92-102. La Habana, Cuba: Oficina Regional de Cultura para América latina y el Caribe.
- Berrol, E. 1981. "Culture and the arts as motives for American Travel", Proceedings of the 12th. Annual Travel and Tourism Research and Marketing Conference, pp. 199-200. Salt lake City
- Bissonnette, L. y B. Urli. 1996. "Les facteurs clés de succes dans le management des projets touristiques", Revue Internationale en Gestion et Management de Projets, Vol.

- III, No.1, Université du Québec à Rimouski, pp. 121-135.
- Collier, D. A. 1994. "Organization and Performance Design", en *The Service Quality Solution: Using Service Management to Gain Competitive Advantage*, pp. 132-146, Milwaukee, Wis.: Irwin.
- Iturrilaga de la Fuente, J. N. 1999. "El cerro sagrado del cempoaltépetl", México Desconocido, No.268, Año XXIII, junio, pp. 46-54. México: Editorial México Desconocido S. A. de C. V.
- Jafari, J. 1985. "The Tourist System. A Theoretical Approach to the Study of Tourism", *Loisir et Société*, Vol. 11, No.1, pp. 59-80.
- Laplante, M. 1996. *L'Expérience Touristique Contemporaine. Fondements Sociaux et Culturels*, Sainte-Foi, Québec, Canada: Presses de l'Université du Québec.
- Molina, S. 1996. "Turismo Cultural: la experiencia mexicana" en *Turismo Cultural en América latina y el Caribe*, pp. 23-29. la Habana, Cuba: Oficina Regional de Cultura para América latina y el Caribe.
- Nykiel, R. A. 1996. "Ten Trends to the Millennium", *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol. 4 (2), pp. 77- 80.
- Richards, G. 1994. "Cultural tourism in Europe", en *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, Vol. 5, bajo la dir. de C. P. Cooper y A. Lockwood, pp. 99-115. Sussex, England: John Willey & Sons Ltd.
- Vela, S. 1996. "El Festival Internacional Cervantino" en *Turismo Cultural en América latina y el Caribe*, pp. 113- 115. la Habana, Cuba: Oficina Regional de Cultura para América latina y el Caribe.