



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
Comisión de Estudios de Postgrado
Área de Comunicación Social
Maestría en Gestión y Políticas Culturales

Venezuela: Una Visión Estratégica para el Desarrollo del Turismo Cultural

Trabajo de Grado para optar al Título de Magister Scientiarum en Gestión y Políticas
Culturales.

Autor (a): Jessybel Clemente Torres.

Tutor: Soc. Msc. Carlos E. Guzmán C.

Caracas, mayo de 2015.

DEDICATORIA

A mi *padre*, por ser ese apoyo incondicional, el conversador incansable, mi soporte y guía motivacional, el hombre más importante de mi vida, porque la sencillez y la honestidad llevan tu nombre.

A mi *madre*, la mujer que más amo en el mundo, mi amiga, mi alcahueta que con sus atenciones y acciones me hablaba y me entendía en silencio, de ese que hacía para no interrumpirme durante mis días y largas horas de estudio.

A mi *hermana*, mi amiga eterna, la mejor de todas, la que conoce mis gestos y mis miradas. Por estar allí, por ser mi cómplice. Por ser tan luchadora y nunca rendirte en tus intentos.

A mi *compañero de vida* Jorge, porque no concibo mi existencia de otro modo que a tu lado, porque tengo la dicha de tener al hombre más maravilloso de mi mundo, porque mis rutas y proyectos siempre serán contigo.

A esos lamidos de amor y colitas serpentinas que contentan mis días, mis angelitos de cuatro patas, mis amores perrunos: *Sasha, Zeus y Mayo*.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente a Dios quien siempre me otorga toda la fuerza para emprender mis proyectos y nunca abandonarme en el camino. A mis mejores amigas *Sylvia* y *Nathalie* por tener la paciencia y comprensión en mis momentos de ausencia. A ti *Namastheys*, por ser una compañera excepcional durante la maestría y que ahora formas parte de esas amistades que nunca se olvidan, tu dedicación y esmero en todo lo que emprendes, me otorgó el empuje de estar en este podio contigo. A mis otras compañeras de apoyo *Ana* y *Adriana*, para ustedes mi mayor cariño.

A mi tutor académico, mi apreciado y querido profesor *Carlos Guzmán Cárdenas*, quien se atrevió a acompañarme como guía magnífico en esta aventura y a quien le debo su enorme apoyo; sin sus orientaciones, sus regaños y su GRAN paciencia este logro no fuese llevado a cabo. Más que mi profesor y tutor, lo considero un gran amigo.

A mi panel de entrevistados: Dr. Carlos Santos, Dr. Jordi Tresserras, Dra. Gisela Kozak, Dra. Zaida García, Ing. Msc. José Luis Figueroa y la Esp. Jessica Lugo por sus valiosos aportes y, por los que desde la distancia fueron receptivos.

A mi familia: mi papá, mi mamá, mi hermana, mi cuñado y mi noble esposo, por sus entendimientos y el apoyo incondicional que siempre recibo de ustedes.

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
Facultad de Humanidades y Educación (FHE)
Comisión de Estudios de Postgrado
Maestría en Gestión y Políticas Culturales

Venezuela: Una Visión Estratégica para el Desarrollo del Turismo Cultural

Autor: Soc. Jessybel Clemente.
Tutor: Soc. Msc. Carlos E. Guzmán C.

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como propósito formular lineamientos estratégicos para la elaboración de políticas culturales para el fomento del Turismo Cultural en Venezuela, a partir del análisis de las políticas públicas formuladas por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo y el Ministerio del Poder Popular para la Cultura, durante el período 2005-2014. Se toma como punto de partida el año 2005, dada la creación del Ministerio de Turismo (MINTUR). Para ello, se revisarán perspectivas teóricas en el contexto iberoamericano y, específicamente el venezolano, basado en el enfoque sobre *el Turismo como Industria Cultural* de Lluís Bonet y la visión de *la Cultura como Recurso* de George Yúdice. La investigación será de tipo analítica con enfoque cualitativo, fundamentándose en el método hermenéutico que se basa en la comprensión de un acontecimiento u objeto, considerando a su vez, el arqueio biblio-hemerográfico, la técnica de la entrevista a profundidad, permitiendo obtener resultados de diferentes especialistas en el área y, a su vez, de fuentes primarias y secundarias especializadas para la aplicación de una matriz FODA a la cadena de valor del Turismo Cultural en Venezuela; obteniendo así, una mirada comprensiva del fenómeno a estudiar, debido a que en Venezuela existe aparentemente, dificultades para implementar y afianzarse en políticas culturales, donde es preciso ahondar qué es una política cultural para nuestro modelo de desarrollo, hacia a donde apuntan, qué lineamientos culturales se han aproximado al fomento de esta oferta turística y qué tan cerca o lejos estamos de hacerlo. Así mismo, analizar las potencialidades de la industria del Turismo Cultural a través de su cadena de valor, como una visión de desarrollo cultural y económico. Este trabajo de investigación, está directamente ligada a la maestría en Gestión y Políticas Culturales de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela y, se concentra en la línea de investigación de Políticas Culturales y de la Comunicación y Economía de la Cultura.

Palabras Claves: *Turismo, Cultura, Política Cultural, gestión cultural, economía de la cultura, Política Pública, Turismo como industria cultural y Turismo Cultural en Venezuela.*

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
RESUMEN.....	iv
INTRODUCCIÓN.....	10
 CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	 14
1.1.- Planteamiento del Problema.....	14
1.2.- Justificación de la Investigación.....	19
1.3.- Objetivos de la Investigación.....	23
1.3.1.- Objetivo General.....	23
1.3.2.- Objetivos Específicos.....	23
1.4.- Antecedentes de la Investigación.....	24
 CAPÍTULO II. EL TURISMO CULTURAL COMO VISIÓN DE DESARROLLO.	
2.1.- La Cultura y el Patrimonio.....	30
2.2.- Turismo Cultural: La visión de Lluís Bonet.....	35
2.3.- El Turismo como Industria Cultural: Una estrategia de Desarrollo...	44
2.4.- Una cadena de Valor para el Turismo Cultural en Venezuela.....	50
 CAPÍTULO III. DIAGNÓSTICO DE POLÍTICAS PÚBLICAS APLICADAS AL TURISMO CULTURAL EN VENEZUELA.	
3.1.- Cuando hablamos de políticas culturales, ¿a qué nos referimos?.....	55
3.2.- Apuntes sobre Políticas Culturales en Venezuela.....	59
3.2.2.- La Gestión Cultural: una agenda que atender.....	63
3.3.- Marco normativo y legal de Turismo y la Cultura en Venezuela.....	66
3.2.1.- Constitución Bolivariana de Venezuela.....	67

3.2.2.- En cuanto al Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Cultura (2014).....	68
3.2.3.- En cuanto al Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo (2014).....	69
3.2.4.- En cuanto al Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Fomento de Turismo Sustentable como actividad comunitaria y social (2014).....	71
3.2.5.- Planes Estratégicos y Planes Nacionales en Cultura y Turismo: una tarea pendiente.....	72
3.4.- Directrices del Plan Nacional Simón Bolívar 2007-2013 y el Plan de la Nación 2013-2019.....	76

CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO.

4.1.- Paradigma de la Investigación.....	81
4.2.- Tipo, Diseño y enfoque de la investigación.....	82
4.3.- Método, Técnica y recolección de información de la Investigación.....	83
4.4.- Fases de la Investigación.....	84
4.4.1.- Fase I.....	84
4.4.2.- Fase II.....	86
4.4.3.- Fase III.....	94

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE DATOS.

5.1.- Escenario actual del Turismo a nivel Mundial.....	96
5.1.1.- Llegadas de Turistas: una breve referencia internacional.....	97
5.1.2.- Posición de Las Américas.....	99
5.1.3.- Comportamiento estadístico del turismo en Venezuela.....	101
5.2.- La medición cultural en Venezuela: Sin indicadores no hay proximidad.....	110

5.2.1.- El turismo cultural visto a través de la inclusión de las industrias creativas.....	113
5.3.- Análisis FODA del Turismo Cultural a partir de la Cadena de Valor...	116
5.3.1.- En cuanto a la Producción del Turismo Cultural.....	116
5.3.2.- En cuanto a la Distribución y Comercialización del Turismo Cultural.....	118
5.3.3.- En cuanto a la Promoción del Turismo Cultural.....	120
5.3.4.- En cuanto al Consumo del Turismo Cultural.....	122
5.3.1.1.- Fortalezas en los procesos de la Cadena de Valor del Turismo Cultural en Venezuela.....	123
5.3.1.2.- Oportunidades en los procesos de la Cadena de Valor del Turismo Cultural en Venezuela.....	125
5.3.1.3.- Debilidades en los procesos de la Cadena de Valor del Turismo Cultural en Venezuela.....	128
5.3.1.4 Hallazgos principales encontrados en los procesos de la Cadena de Valor del Turismo Cultural: Amenazas.....	130
5.4.- Propuesta de lineamientos generales para el Fomento del Turismo Cultural en Venezuela.....	132
5.4.1.- Sinergia interinstitucional.....	134
5.4.2.- Inventario e identificación del Patrimonio Cultural y Natural, material e inmaterial.	136
5.4.3.- Medición del Recurso Humano y Recurso Cultural.....	138
5.4.4.- Construcción de mapas culturales.....	140
5.4.5.- Construcción de indicadores de gestión y medición de Impacto cultural y turística.....	142
CONCLUSIONES.....	145
RECOMENDACIONES.....	148
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	151

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Antecedentes de la Investigación.....	25
Gráfico N° 2. Características del Turista Cultural.....	41
Cuadro N° 3. Finalidad de las entrevistas.....	89
Cuadro N° 4. Guía de entrevistas a Expertos Nacionales.....	90
Cuadro N° 5. Guía de entrevistas a Expertos Internacionales.....	91
Cuadro N° 6. Perfil de entrevistados.....	92
Cuadro N° 7. Llegadas de Turistas Internacionales 2013.....	100
Cuadro N° 8. Llegadas de Visitantes Internacionales, Según Regiones 2010 – 2014.....	102
Cuadro N° 9. Llegadas de Visitantes Internacionales, según Entidades Visitadas 2012 - 2014.....	104
Cuadro N° 10. Prestadores de Servicios Turísticos Inscritos en el Registro Turístico Nacional por Tipología, Según Entidad Federal al 31 de Marzo de 2015.....	107
Cuadro N° 11. Medición de Venezuela en la Clasificación de Competitividad Turística 2013.....	108
Cuadro N° 12. Matriz FODA aplicada a los procesos de producción del Turismo Cultural en Venezuela.....	117
Cuadro N° 13. Matriz FODA aplicada a los procesos de Distribución y Comercialización del Turismo Cultural en Venezuela.....	119
Cuadro N° 14. Matriz FODA aplicada a los procesos de Promoción del Turismo Cultural en Venezuela.....	121
Cuadro N° 15. Matriz FODA aplicada a los procesos de Consumo del Turismo Cultural en Venezuela.....	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Cadena de Valor del Turismo Cultural (Caso Venezuela).....	52
Gráfico N° 2. Primera fase de la Investigación.....	85
Gráfico N° 3 Segunda Fase de la Investigación.....	88
Gráfico N° 4. Tercera Fase de la Investigación.....	95
Gráfico N° 5. Turismo Internacional 2013.....	98
Gráfico N° 6. Turismo Receptivo. Llegadas de Visitantes Internacionales 2004 – 2014	101
Gráfico N° 7. Porcentaje de Participación del Turismo en la Economía 1997 – 2013.....	106
Gráfico N° 8. Dominios Culturales y las Industrias Culturales Creativas.....	115
Gráfico N° 9. Lineamientos generales estratégicos para el fomento del Turismo Cultural en Venezuela.....	134

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, reunirá algunos de los enfoques ofrecidos en la Maestría de Gestión y Políticas Culturales de la Facultad de Humanidades y Educación de esta casa de estudios (UCV), con la intención de presentar y acercarse a lineamientos estratégicos para el fomento del Turismo Cultural en Venezuela, a partir del análisis de las Políticas Públicas y Culturales implementadas en el Ministerio del Poder Popular para el Turismo y el Ministerio del Poder Popular para la Cultura, durante el período 2005-2014, por ser éstos los entes directamente garantes de formular criterios para la elaboración de las mismas.

En principio, se desarrollará un marco teórico referencial levantado a través de un arqueo biblio-hemerográfico de fuentes especializadas, este marco debe contar con una base teórica substancial a fin, de lograr concatenar las ideas en el procesamiento de las estadísticas turísticas y las entrevistas elaboradas a un panel de expertos, para luego después de tener recabada toda la información, se precisen los análisis de datos y lineamientos generales.

Por otro lado, es importante indicar, que el interés de esta investigación se centró en este sector (turístico cultural), ya que en varias naciones latinoamericanas, pero particularmente en Venezuela, que es nuestro caso especial de estudio, existe un complejo análisis del turismo relacionado con la cultura, y esto deviene del

funcionamiento que mantiene cada sector, su lógica y sus necesidades, que parecieran ser diferentes, pero sus entornos (político, económico, social y ambiental) quienes los determinan, son cada vez más interdependientes.

Además, la idea de analizar los enfoques teóricos que intervienen en la conceptualización de la Cultura, el Turismo, Turismo Cultural y las políticas culturales aplicadas en el escenario Iberoamericano y, en particular a nuestro país, se establece de la necesidad de considerar el Turismo Cultural como una perspectiva estratégica hacia una política pública ajustada a una visión de desarrollo sostenible, particularmente a través de la creación y el fortalecimiento de las industrias creativas. Aunado a que esta tipología de turismo en distintos países, sobre todo en la región europea, se está involucrando a una industria cultural que viene empuñando fuerza a medida que pasa el tiempo. Los turistas cada día se vuelven más exigentes, son conocedores de las localidades. La necesidad de diversificar la oferta turística, se vuelve más común.

Por otro lado, Venezuela está considerada como uno de los países con mayor diversidad natural en las Américas. Si bien no posee un capital cultural como otros países de la región, si posee una cantidad de fortalezas en cuanto a zona geográfica, diversidad biológica, gastronomía reconocida a nivel mundial, inventario de patrimonio cultural material y natural, así como también una multi-variedad en lo que a destinos se refiere.

Es por ello, que la importancia de esta investigación, también se alude a que existen muy pocos estudios relacionados al Turismo Cultural en nuestro país, y la finalidad de éste, es ser uno de los aportes teóricos-metodológicos en este contexto. Se considera que nuestro país no goza de estrategias sólidas que fecunden lineamientos necesarios para impulsar políticas en materia de turismo, y mucho menos de tipo cultural. Venezuela posee en términos naturales y culturales, toda una gama de manifestaciones y experiencias que no solo puede afianzarse a un turismo de sol y playa y, aún sobre éstos, no existen lineamientos.

Es importante indicar, que la presente investigación se circunscribe a la línea de investigación de Políticas Culturales y de la Comunicación y Economía de la Cultura de esta maestría y, la misma se divide en cinco capítulos, los cuales se contemplarán de la siguiente manera:

Capítulo I, se hace alusión al planteamiento del problema con las interrogantes correspondientes, la justificación de la investigación, la formulación del objetivo general y los objetivos específicos y, los respectivos antecedentes de la misma.

Capítulo II, se proyectan los diversos enfoques teóricos del Turismo Cultural en el escenario Iberoamericano y venezolano. Se conciben las posturas teóricas de la investigación, basados en el enfoque teórico sobre *La Cultura como Recurso* de George Yúdice, la concepción del *Turismo como Industria Cultural* de Lluís Bonet y la visión de desarrollo sostenible de la Unesco. Y a partir de este constructo, se efectúa una propuesta de cadena de valor del turismo cultural en Venezuela.

Capítulo III, contiene el diagnóstico de las posibles políticas públicas que han implementado -en el marco del Turismo Cultural-, el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR) y el Ministerio del Poder Popular para la Cultura, partiendo de la creación del MINTUR en el año 2005, hasta el año 2014, en el marco de las directrices que se plantean y pretenden dar cuenta de la condición actual -en materia turística y cultural- del país, basados en el Proyecto Nacional Simón Bolívar 2007-2013 y el Segundo Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2013-2019.

Capítulo IV, conforma el marco metodológico de la investigación, en el cual se señala que la misma está comprendida en tres fases de desarrollo, una que se refiere al levantamiento del marco teórico, la segunda a la compilación de las estadísticas turísticas, de manera simultánea con las entrevistas a un panel de expertos en el área y, una última fase, que contempla el desarrollo de una matriz FODA a la cadena de valor propuesta en el capítulo II, con la intención de proponer lineamientos estratégicos a partir de la matriz de posicionamiento.

Capítulo V, corresponde al análisis de resultados, que no solo engloba el estudio de las estadísticas turísticas y el marco teórico, sino también incorpora la matriz, anteriormente señalada, con todo lo que se contempla en la tercera fase del marco metodológico.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Parte de esta investigación pretende analizar algunas perspectivas y enfoques teóricos de la visión estratégica que mantienen algunos países europeos y latinoamericanos, de vincular la cultura y el turismo como desarrollo cultural y económico, a través de la implementación de una política pública orientada al fomento del Turismo Cultural. Considerando en ello, conceptualizaciones que parten desde nuestro objeto de estudio como: qué es el turismo, cómo se plantea la definición de un turismo cultural, qué es una política cultural y, cómo a raíz del marco regulatorio de los entes venezolanos competentes en el área (Ministerio del Poder Popular para el Turismo y Ministerio del Poder Popular para la Cultura), no se ha formulado una política cultural para el sector turismo y, a partir de allí, cómo podríamos trazar lineamientos estratégicos para el fomento de esta tendencia turística en nuestro país.

1.1.- Planteamiento del Problema

Para efectos de esta investigación, se necesita comprender algunos términos que puedan establecer una clara visión de lo que se quiere, términos que se circunscriben a otorgar un registro más amplio del concepto de Turismo y, la vinculación que éste puede mantener con la Cultura para desarrollar la tipología del Turismo Cultural, ya que durante todo el texto se tratará de defender esta posición y de dignificar la práctica de esta experiencia como recurso y producto cultural.

Comencemos entonces por la definición que plantea la Organización Mundial de Turismo (OMT), sobre el **Turismo**, el cuál éste “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (1994).

Por otro lado, a efectos del Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo de Venezuela (2014), el Turismo es un,

Conjunto de actividades realizadas por personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, esparcimiento, recreación, por negocios y otros, así como el conjunto de productos y servicios que se prestan para satisfacer las necesidades y requerimientos de tales personas a cambio de una contrapartida económica.

Cuando hablamos del término **Cultura**, la UNESCO en el año 1982¹, contribuye con la siguiente afirmación:

...la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos.

¹ Año en el que la UNESCO realiza en México la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales.

Sin embargo, cuando nos vamos al marco regulatorio venezolano, el reciente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Cultura (2014), contempla en su artículo 3, que la *cultura*, “es la manera de concebir e interpretar el mundo, las formas de relacionarse los seres humanos entre sí, con el medio creado y con la naturaleza, el sistema de valores, y los modos de producción simbólica y material de una comunidad”. Con esta definición, habría que reinterpretar entonces, cuál es esa manera de concebir el mundo con el medio creado y el sistema de valores al cuál se refiere.²

Ahora bien, enfatizándonos en el objeto de estudio de esta investigación, la Carta Cultural adoptada por ICOMOS (1976) define el **Turismo Cultural**, como “aquella forma de turismo que tiene como objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios históricos-artísticos”.

Así mismo, unos años más tarde la UNESCO señala que,

(...) el Turismo Cultural corresponde a una dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos como un modelo de desarrollo humano integral y sostenible. Es considerada una “actividad que, no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales” (1982).

² Conviene analizar incluso cuando esta Ley Orgánica de Cultura conceptualiza en el mismo artículo, una diversidad de términos que aluden a una cultura específicamente venezolana

En este contexto, si esta tipología de Turismo se vincula al terreno cultural y se plantea como una práctica, como lo han establecido en países iberoamericanos, el turismo cultural bien puede aplicarse en nuestro país, porque,

El turismo cultural actual, aunque continua basándose en la curiosidad y en un renovado interés por explorar diversas culturas, tiene muy poco que ver con el concepto romántico de aventura o con intereses científicos (...) se ha convertido en otro producto más del comercio turístico, (...) al interés por experimentar algo diferente de los habituales destinos turísticos y al deseo de enriquecimiento con nuevos contenidos culturales, simbólicos, espirituales o históricos. (Towse, R; 2003; p. 762).

Conviene decir entonces, que si el Turismo en Venezuela según la definición anteriormente expuesta en la LOT (2014), requiere de personas a cambio de una contrapartida económica para satisfacer sus necesidades en un viaje, y el turismo cultural por otro lado, posee la bondad de experimentar algo diferente a los habituales destinos turísticos con contenidos culturales, vale considerar, que la posición de proponer lineamientos estratégicos para la formulación de una política cultural³ hacia el impulso de esta tipología turística como palanca de desarrollo local en nuestro país, puede pensarse en nuestra sociedad actual. De hecho, para efectos de planificación y gestión cultural pública⁴, habría que revisar las competencias de los organismos antes

³ Para García Canelini (1987), las políticas culturales son “el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social” (p. 26).

⁴ Entendiendo por Gestión Cultural Pública como “el conjunto coordinado de procesos, procedimientos y acciones llevadas a cabo por el Estado en materia de política cultural”. Definición basada en el artículo 3 de la Ley Orgánica de Cultura de Venezuela (2014).

mencionados (MINTUR y MINCULTURA), y dilucidar si existe algún choque de competencias en este terreno, por lo cual se hace necesario realizar un análisis de esas políticas públicas y culturales, para ver en definitiva, cómo se está conceptualizando el tema del turismo cultural y ver si eso se corresponde con una lógica de desarrollo cultural y económico en el país.

Guerra (2003), considera dentro de una de sus premisas que el Turismo Cultural siembra aportes importantes a la economía de un país, “porque está claro que la industria turística es uno de los motores que está moviendo la economía mundial. (...) La cultura se presenta como un recurso único e inigualable para entender cómo se piensa y se vive en lugares más o menos remotos” (p.3).

Por lo cual, estudiar este fenómeno no solo apunta a una relevancia netamente caprichosa, apunta a condicionar y a valorar una tipología de hacer turismo en nuestro país y vincularnos con el posicionamiento del turismo cultural a través de experiencias latinoamericanas –por nombrar los países locales y más cercanos-, como Argentina, Colombia, Chile, Perú o México; que tenga como resultado, una demanda en el área de gestión pública y, pueda llevarse a cabo la formulación de una política cultural en el campo institucional, a fortalecer y restaurar nuestro patrimonio tangible e intangible, pero sobre todo nuestra identidad.

Es aquí donde el problema que se plantea se hace necesario aclarar, acudiendo a una serie de preguntas como: ¿Cuáles son los enfoques teóricos del término de Turismo Cultural en el escenario Iberoamericano y, específicamente el venezolano? ¿Existen políticas culturales aplicadas al sector turismo que hayan sido formuladas y materializadas durante el periodo 2005-2014 por los entes venezolanos competentes en el área, concretamente, por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo y el Ministerio del Poder Popular para la Cultura? A partir del diagnóstico previo, ¿podemos considerar la existencia de lineamientos estratégicos para la elaboración de políticas públicas para el Fomento del Turismo Cultural en Venezuela? ¿Es viable y es posible formularla bajo este modelo de desarrollo?

La disponibilidad de estas observaciones nos permitirían, por tanto, esbozar una guía estratégica en la definición de objetivos a mediano y largo plazo así como también la elaboración de políticas culturales innovadoras basadas en los problemas del desarrollo y los posibles comportamientos futuros, ya sean futuribles (posibles) o futurables (deseables). (Guzmán; 2009, p. 33).

1.2.- Justificación de la Investigación.

La siguiente propuesta será fundamentada bajo una investigación de tipo analítica con enfoque cualitativo, a partir del análisis de las políticas públicas culturales venezolanas aplicadas en materia de Turismo cultural en el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR) y el Ministerio del Poder Popular para la Cultura, durante el período 2005-2014, teniendo esto que ver con el tema de proponer

lineamientos para la elaboración de políticas públicas para el fomento del turismo cultural en Venezuela.

El desarrollo y avance de las políticas culturales en el escenario latinoamericano e iberoamericano, ha sido un tema con mucha tela que cortar. Muchos autores como García Canclini, Yúdice, Miller, Brunner y Harvey⁵, han desarrollado conceptualizaciones de lo que engloba e implica una política cultural, y particularmente con los aportes de Yúdice al vincularlo con la cultura y optimizarlo como recurso, quien a través de su perspectiva teórica enfatiza que,

El recurso de la cultura sustenta la performatividad en cuanto lógica fundamental de la vida social de hoy. (...) en primer lugar, la globalización aceleró la transformación de todo en recurso. En segundo lugar, la transformación específica de la cultura en recurso representa la aparición de una nueva episteme, en el sentido foucaultiano del término. Por último, esta transformación no debe entenderse como una manifestación de la «mera política», contra la cual solo basta con la simple invocación de una idea voluntarista y políticamente conveniente de agencia. (Yúdice; 2002. p. 43).

Idea clara y precisa que fundamenta lo que se quiere justificar en este proyecto de investigación, solo que se extrapola a lo que en términos de desarrollo económico, social y sobre todo cultural, permitiría establecer una aproximación a una visión estratégica del Turismo Cultural, como parte de las políticas culturales del Estado venezolano. Aunado a que,

El turismo es hoy el fenómeno complejo con mayor dinamismo dentro de este nuevo mundo globalizado, al extremo de representar a la actividad económica más próspera,

⁵ Conceptualizaciones que se irán desarrollando a lo largo del marco teórico.

con mayores perspectivas de futuro, una gran generadora de empleo y principalmente, uno de los ejemplos más concretos del proceso de globalización.

(...)

Es por esto, que en estas líneas trataremos de plantear la causa de este desdoblamiento entre lo que representa y lo que se lo estudia, para encontrar en esta diferencia los problemas que implican el desarrollo del turismo y la cultura de un país emergente con un gran patrimonio cultural. (Dachary; s/f, p. 4).

De manera que, este estudio se fundamenta de la siguiente manera:

Fundamento teórico-metodológico:

- ✓ Brindar información clasificada y analizada acerca del objeto de estudio, con enfoques teóricos críticos de la situación actual del Turismo Cultural, específicamente en el caso venezolano.
- ✓ Ofrecer opiniones de expertos en el área de política cultural, patrimonio, gestión, turismo y cultura, para la consolidación sistematizada de información y de experiencias, con miras a posibles acciones a realizar para el fomento del Turismo Cultural como política cultural en nuestro país.
- ✓ Analizar las potencialidades de la Industria del Turismo Cultural en toda su cadena productiva.

Fundamento académico:

- ✓ Se apuesta por romper paradigmas que se establecen a la hora de instaurar proyectos innovadores que puedan vincular el turismo como práctica cultural. Contribuyendo así, a un área de estudio poco abordada en nuestro país y, que paulatinamente se ha ido desarrollando en el escenario iberoamericano, debido

por una parte, a que en materia de políticas turísticas, se ha privilegiado una oferta “de sol y playa” y lo que esto involucra, en detrimento de otros tipos y destinos turísticos, entre ellos, los relacionados con la oferta cultural.

- ✓ Contribuir a una línea de investigación enmarcada en el desarrollo de temas de Cultura y Turismo o de la cultura como aporte al turismo.

Como aporte a lineamientos estratégicos en políticas culturales:

Valorar esta vertiente, contribuiría al desarrollo de estrategias y aportes sustanciales a la construcción de políticas culturales ajustadas a nuestra realidad social, que contribuyan al desarrollo cultural y socio-económico, tanto local como nacional de nuestro país.

Es importante dejar claro, que el interés de la investigación no es recrudecer el hecho de que en nuestra sociedad actual Venezuela no tenga definida una política pública orientada al desarrollo del Turismo Cultural. Es aproximarnos a qué factores de interés o hacia donde apuntan nuestras políticas culturales venezolanas en este terreno, si la falta de desarrollo de una visión estratégica como lo es el Turismo Cultural se debe a la naturaleza misma de nuestro sistema de desarrollo político y económico, o lo transparente y vano que pueda ser el impulso de lineamientos hacia esta área. Se hace alusión incluso a lo que Gisela Kosak (2006) expone en unas de sus líneas de su artículo “*Políticas Culturales y Hegemonía en la Revolución Bolivariana: Ética y Estética Socialistas*”,

No debemos olvidar que la intervención del estado en la vida social y en el quehacer cultural depende de la definición de lo nacional, de la visión sobre las relaciones con el resto del mundo y, principalmente, de la concepción de la democracia en la que dicho estado se sustente: las políticas culturales nacionales expresan el posicionamiento de un país en torno a estas tres variables.

1.3.- OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

1.3.1- Objetivo General:

Formular lineamientos teórico-metodológicos orientados al fomento del Turismo Cultural, a través del análisis de las políticas públicas venezolanas, específicamente del Ministerio del Poder Popular para el Turismo y el Ministerio del Poder Popular para la Cultura, durante el periodo 2005-2014.

1.3.2.- Objetivos Específicos:

2.2.1.- Caracterizar los enfoques teóricos-metodológicos, elaborados en materia de turismo cultural aplicados en el escenario Iberoamericano y venezolano.

2.2.2.- Diagnosticar las políticas públicas que han implementado los entes gubernamentales venezolanos competentes en materia de Turismo Cultural durante el periodo 2005-2014.

2.2.3.- Analizar las potencialidades de la Industria del Turismo Cultural en toda su cadena productiva por medio de la aplicación de una matriz DOFA y consulta a expertos.

2.2.4.- Proponer lineamientos estratégicos para la elaboración de políticas públicas para el fomento del Turismo Cultural en Venezuela.

1.4.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

A pesar de que la terminología (Turismo Cultural) es una representación moderna de lo que quizás los antropólogos cotidianizan como práctica, no está demás comprender algunos antecedentes y sus enfoques. Sobre todo cuando estos enfoques responden a una implementación de políticas públicas en el campo cultural como intervenciones en el modelo de desarrollo de sus países.

Se presentará un cuadro que trata de exponer a través de cuáles autores, se traza el lenguaje teórico de esta investigación. Autores que exponen sus posturas sobre las políticas culturales en diferentes regiones del mundo, así como lo que estas aportan al desarrollo de esa visión estratégica del Turismo Cultural.

Cuadro N° 1. Antecedentes de la Investigación

<i>Región</i>	<i>Tema de Interés</i>	<i>Autores</i>
Europa	Turismo Cultural	Bonet (2003)
	Políticas Culturales	Bonet (2014)
	Formación en Turismo Cultural	Bonet (2002)
	Economía y Cultura	Bonet (2001) y Throsby (2008)
	Medición del Turismo Cultural	Mallor; Granizo y Fayos (2013).
	Historia y Teoría de la Política Cultural	Miller y Yúdice (2002)
	El recurso de la Cultura	Yúdice (2002)
	Políticas Culturales en Iberoamérica y el Mundo	Harvey (1990)
	Economía de la Cultura	Towse (2003) y Zallo (2007)
América Latina	Turismo es Cultura	Coelho (2008)
	El Turismo Cultural México	CESTUR
	Política de Turismo Cultural en Colombia	MINCIT (2005)
	Educación, Cultura y Turismo	Dachary
	Políticas Culturales en América Latina	García (1987)
	Patrimonio Cultural	García (1999)
Venezuela	Economía de la Política Cultural	Guzmán (2009)
	El Valor de la Cultura	Guzmán (2012)
	Políticas Culturales en la Revolución Bolivariana	Kosak (2015)
	Gestión Cultural	Martinell (2001), Guzmán 2009 y Figueroa (2011)

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Yúdice (2002), en su obra *“El Recurso de la Cultura”*, destaca el uso progresivo de la cultura para el crecimiento y mejoramiento social, político y económico de las sociedades. Mantiene que en la actualidad, el sector del arte y la cultura han progresado a partir de una red de gestores y administradores culturales y considera que esta visión no es netamente fundada por los Estados Unidos, sino a través de instituciones como la Unión Europea, el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo.

Así mismo, Yúdice se avoca a lo que Wolfensohn expresa,

... "la cultura material y la cultura expresiva son recursos desestimados en los países en vías de desarrollo. Pero pueden generar ingresos mediante el turismo, las artesanías y otras actividades culturales". Según él, "el patrimonio genera valor. Parte de nuestro desafío conjunto es analizar los retornos locales y nacionales para inversiones que restauran y derivan valor del patrimonio cultural, trátase de edificios y monumentos o de la expresión cultural viva como la música, el teatro y las artesanías indígenas" (p.27 y 28).

Visión que se enfocaría como parte de la postura teórica por la cual se basará esta investigación, el tema de cómo se invoca la Cultura cada vez más como motor de desarrollo económico, en este caso para el fomento del Turismo Cultural.

Throsby (2008) por su lado, en su obra *“Economía y Cultura”*, intenta juntar como bien lo indicó: “a estos dos improbables compañeros de cama”, refiriéndose a los

términos que titulan su libro. En esta obra, se tiene la disponibilidad de identificar las relaciones entre las ciencias económicas y la cultura como áreas independientes. Por otra parte, analizar las relaciones entre la actividad económica y la cultural, así como la formulación de políticas culturales y su planteamiento como valor económico y como valor cultural.

En el caso latinoamericano, partimos con lo que Bonet bien supo exponer en su texto *“Economía y Cultura: Una Reflexión en Clave Latinoamericana”* (2001), en el que realiza una presentación extensa de varios puntos importantes, entre los que se encuentra:

...la evolución de las relaciones entre economía y cultura, el propio concepto de cultura y se evalúan las principales aportaciones de la ciencia económica en el estudio de los agentes y los sectores culturales. (...)...se describen las interdependencias entre desarrollo económico y desarrollo cultural, para centrar el debate alrededor de las distintas dimensiones del concepto de valor. (...) concluye con la presentación de tres aportaciones claves del análisis económico en la comprensión de la intervención gubernamental en dicho ámbito: la justificación económica de la subvención pública a la cultura, el papel de los estudios de impacto económico de la cultura, y los nuevos retos de las políticas culturales, en particular en el ámbito latinoamericano. (p. 4).

En cuanto a la aplicación de políticas públicas para el Desarrollo del Turismo Cultural, casos como el de México y Colombia, pudieron desarrollar conceptos avivados de su historia e identidad. En México por ejemplo, el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR), logró realizar un resumen ejecutivo del Estudio

Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, donde para delimitar el concepto amplio que resulta de este término,

...realizó un análisis documental de información generada por instituciones y organizaciones de prestigio nacionales e internacionales relacionadas con los temas del turismo y la cultura, que permitiera conceptualizar el significado y alcances del turismo cultural, llegando a la conclusión de que:

Todo desplazamiento turístico tiene una implicación cultural: **sin la cultura no se explica el turismo.** (CESTUR, s/f, p. 3).

Razón por la cual, México “reconoce en su Programa Nacional de Turismo 2001-2006, 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” (íbidem: p.2).

Por otra parte, el caso colombiano publicó en noviembre del año 2005 una *Política de Turismo Cultural*, derivada, de las iniciativas de lo que México ya venía estableciendo. Colocando como objetivo general “Posicionar a Colombia, a partir de su diversidad cultural, como un destino de turismo cultural interno y externo, a través del cual se generen dinámicas de desarrollo local sostenible, promoviendo la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones” (MINCIT; 2005: 9).

Ahora bien, desde una perspectiva local (el caso venezolano), no se logran identificar políticas públicas orientadas al área del desarrollo del turismo cultural,⁶ pero si existen temas investigativos e instituciones que se avocan al desarrollo de temas relacionados a las políticas culturales del país, como también investigadores sociales – pocos en comparación con otras líneas de investigación- que están seriamente ligados al sector cultura.⁷ Al igual que experiencias locales que pueden ser los proyectos pilotos para crear o fomentar una política cultural arraigada a este contenido.

Dentro de estas instituciones que trabajan este tema, se encuentran a modo general y con estudios muy menguados a universidades, colegios universitarios e institutos técnicos de educación superior a nivel nacional, pero cuando especificamos y consideramos estudios e investigaciones de postgrados en el país, el panorama se reduce considerablemente. Tenemos un limitado aporte a la temática, así como cuando nos referimos a contenidos en la línea de Consumo Cultural en Venezuela, “no existe ningún espacio académico en el país dedicado específicamente a la formación de profesionales en este terreno” (Guzmán; 2009).

⁶ Existen experiencias locales que pudiesen ser catalogadas como prácticas, y que pudiesen vincularse a políticas culturales, pero esta investigación se enfatiza a partir del análisis de las políticas públicas de los entes competentes en esta área (MINTUR y MINCULTURA), por lo cual, se hace la revisión documental de ambos ministerios, aunado a los Decretos con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica para el Turismo y para la Cultura que reflejen algunos rasgos relacionados con la dinámica del Turismo Cultural.

⁷ Tales son los casos de los profesores titulares y agregados a la UCV-ININCO, la UCAB, USB, entre otros.

CAPÍTULO II. EL TURISMO CULTURAL COMO VISIÓN DE DESARROLLO.

En el capítulo anterior, adelantamos conceptos fundamentales sobre la cultura, el turismo y el turismo cultural, pero más allá de definirlos, es de gran interés precisar cuáles son los factores que intervienen en la construcción del Turismo Cultural como visión estratégica de desarrollo y, las proposiciones que se avocan a la comprensión más precisa del contenido que se está trabajando. A modo general, se tomarán conceptos de autores que marcan tendencia en esta línea de investigación. Teorías y enfoques que otorgarán una dirección epistemológica a la misma.⁸

2.1.- La Cultura y el Patrimonio.

Cuando hablamos del término “Cultura”, muchas investigaciones en el tema parten de la definición ya aludida de la UNESCO en 1982, “como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social”. Sin embargo,

Los antecedentes para el concepto de cultura remontan al siglo XVIII en Alemania. El término Kultur emanaba de la burguesía intelectual y tenía como significado cultivo, progresión personal rumbo a la perfección espiritual. Se refería a cuestiones personales y nacionales. Estaba asociado al de Bildun, que se refería a educación, instrucción, formación.

A partir de esos conceptos se fue configurando, en las primeras décadas del siglo XIX, de un lado, una oposición entre civilización y cultura y, de otro, entre los

⁸ Es importante acotar, que estas posturas, más allá de que están enmarcadas en los antecedentes, se profundizarán en los siguientes capítulos a desarrollar.

conceptos de civilización imperantes en Francia y Alemania, respectivamente. (Barreto, M; 2007: 15).

Si bien este concepto se remontaba al siglo XVIII en Alemania, en Francia por otro lado, se otorgaba dicha definición de *cultura* asociada a lo que ellos llamaban como “civilización”, es decir, se consideraba una persona con cultura o culta como aquel grupo de clase alta con estudios intelectuales, de buenos principios morales y políticos. “Era un concepto que tenía embutidas las nociones de progreso y desarrollo” (Íbidem; 18). Sin embargo, acercándonos al año 1950, en el mismo texto,

Talcott Parsons, inspirado en Weber, elaboró una definición que tuvo amplia aceptación en el medio científico. La cultura sería, para él, un discurso simbólico, colectivo sobre conocimientos, creencias y valores. Esta definición contrastaba con la visión humanista, que entendía cultura como sinónimo de desarrollo intelectual y espiritual de un individuo, grupo o clase. (íbidem).

Ahora bien, si nos avocamos a un concepto más actual, se tratará de generalizar lo que otros teóricos ya han analizado. Muchos conceptos sobre el término “cultura” existen, pero para no desvincularnos del tema central de esta investigación, nos regiremos por el que ubicamos en la "Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales”, efectuada en México, en el año 1982. Se trata de la consecución de la definición anteriormente establecida por la UNESCO, donde manifiesta como dentro de sus características sobre aquella,

...que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se

reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.

Es decir, que cada región, cada pueblo o cada localidad tiene su cultura, algo que la diferencia de otras, tiene su propia identidad. Y como toda cultura “se manifiesta, por ejemplo, en la arquitectura, la música, la escritura, el lenguaje; en el modo de celebrar una fiesta y sus motivaciones; en las vestimentas, las danzas y bailes tradicionales, y también en técnicas originarias y únicas de cultivos o de elaboración de platillos” (CONACULTA; s/f).

Es aquí donde el patrimonio interviene como determinación de una cultura, de las formas de expresión, física e intangible de cada grupo social. Entendiendo el patrimonio como un conjunto de bienes que puede poseer una persona, pero para efectos de nuestro estudio, nos reubicamos en el concepto de “patrimonio cultural”, considerando en el primer documento producido luego de la Convención de la Unesco sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural (1972), que,

A los efectos de la presente Convención se considerará “patrimonio cultural”: los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico. (CONACULTA, 2005).

Vale decir, que el patrimonio cultural posee, a su vez, una clasificación: material e inmaterial. El *patrimonio cultural material* “es la herencia cultural propia del pasado de una comunidad que poseen un especial interés histórico, artístico, arquitectónico, urbano, arqueológico”⁹. Es decir, a las obras físicas y estructurales que se establecen en la Convención de la Unesco (1972). Por otro lado, el *patrimonio cultural inmaterial* “comprende los usos, representaciones, conocimientos, técnicas, tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestras futuras generaciones”¹⁰.

Es importante acotar, que este patrimonio, no solo considera el sector cultural, la Convención antes mencionada también define al patrimonio natural en el artículo 2 del precitado documento:

...se considerarán “patrimonio natural”: los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico; las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animal y vegetal amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico; los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural. (CONACULTA, 2005).

En otras palabras, cuando comenzamos a definir el término “cultura”, nos sumergimos no solo a lo que ella engloba como forma de vida, sino a su forma de

⁹ Dicho concepto se basa en la sección de Patrimonio Cultural de la página web del Ministerio de Turismo y Patrimonio de la República del Ecuador.

¹⁰Íbidem.

expresarse y de mostrarse a través del patrimonio que goza una colectividad, relación que de alguna u otra forma puede ligarse directamente al desarrollo de un Turismo Cultural. Es pensar a propósito de lo que se debatió en Buenos Aires en el II Congreso Internacional de Turismo Cultural NAYa y en el III Encuentro de Turismo Cultural-NAYa (2003), sobre como reconocer al patrimonio como una construcción política y social, permitiéndonos,

...reflexionar sobre la posición de las comunidades frente a estas relaciones, los costos y beneficios (en términos muy amplios y simplificados que debemos profundizar) que acarrea...sin abandonar el nivel ideológico que leemos en la construcción de la identidad de comunidades "receptoras" y "visitantes-turistas". ¿Quiénes somos para nosotros?, ¿y frente al turismo? Con respecto a las políticas para el turismo, es un intento discursivo para que desde la práctica se refleje la falta de información y comprensión de distintos sectores que dicen trabajar el turismo, entonces ¿qué es turismo?, ¿qué es cultura? Y además, ¿qué pretenden hacer cuando quieren mostrar LA CULTURA los políticos?, ¿qué muestran? ¿Unas cuantas artesanías sin contexto?, ¿un grupo musical? Quieren mostrar el turismo arqueológico y no tienen ni idea ni se proponen protegerlo.

Es aquí donde el enfoque de esta investigación se incrementa. La conclusión citada pareciera estar más vigente que nunca, sobre todo en la situación actual de nuestro país, de la composición del Gobierno y su sistema de valores, de desarrollo, no solo económico y social, sino también político, porque es a partir de esta composición que la base del progreso de políticas públicas en el sector cultural puede estar vinculada o no a lo que podemos llamar Turismo Cultural. Sin embargo, esta temática se profundizará en el capítulo III de esta investigación.

2.2.- Turismo Cultural: La visión de Lluís Bonet.

En el planteamiento del problema, se otorgó un adelanto de la conceptualización del Turismo Cultural, pero para desarrollar un poco más este concepto, le agregaremos otras definiciones para comprender de manera más precisa este fenómeno.

Para el caso español, Jordi Tresserras¹¹, -en una conferencia dictada en el año 2009 por el Irbetur-, definió al Turismo Cultural según el concepto que utiliza ATLAS,¹² como “el movimiento de personas hacia manifestaciones culturales fuera de su área de residencia, con la finalidad de obtener nuevos datos y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales”. Pero es importante acotar, que dentro de esta definición, Tresserras manifiesta que este concepto se avoca a la motivación del turista, pero también expone que en dónde queda el consumo en esta medición, ya que la primera es muy complicada de medir, al igual que la segunda, pero esta última, menos difícil.

¹¹ Actual director del Laboratorio de Patrimonio, Creatividad y Turismo Cultural y presidente de Irbetur-Red de Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible.

¹²Según la página web: <http://www.atlas-euro.org/> ATLAS, se estableció en 1991 para desarrollar iniciativas educativas transnacionales en el turismo y el ocio. ATLAS ofrece un foro para promover el personal y el intercambio de estudiantes, la investigación transnacional y facilitar el plan de estudios y el desarrollo profesional. ATLAS actualmente tiene miembros en unos 70 países.

Asimismo, en este apartado se añade, lo que Lluís Bonet (2003), profesor académico de la Universidad de Barcelona (España) y experto en Economía y Gestión de las Políticas Culturales, expresa:

... la realidad actual del turismo cultural a pesar de compartir con estas experiencias la curiosidad y el anhelo de apertura y descubrimientos de mundos y cultural diversos, tiene poco que ver con la aventura romántica o el interés científico. Ha dejado de ser aquel fenómeno aislado y minoritario donde el viajero debía de resolver por su cuenta las necesidades de alojamiento y transporte, para convertirse en una oferta más del sistema turístico con los consecuentes servicios complementarios. En cambio, emerge como una consecuencia del propio desarrollo del mercado turístico y su necesidad de diversificación y de la creciente importancia de la nueva clase media urbana, con un alto nivel de estudios, interesados en conocer y experimentar algo especial, diferente de la oferta turística masiva, con contenido cultural, simbólico, espiritual o histórico (p. 2-3).

Bonet es un investigador no solo en el área de Turismo Cultural, sino de gestión, evaluación y de implementación de políticas culturales en España, país con alto grado de disposición por desarrollar otra tipología de crecimiento económico y, en el caso del Turismo Cultural, cómo éste puede enmarcarse a otra vía desarrollo como un sistema de valores e identidad. Vincula destacadamente –al igual que Tresserras- la experiencia española en cuanto a sus dinámicas y la medición de sus indicadores culturales.

En contra parte, Tosselli (2003), -considerando un caso latinoamericano- expone una gama de ofertas y demandas del Turismo Cultural aplicado en algunas zonas rurales de Argentina, realizando unas consideraciones generales para su implementación, pero para ello, esboza cómo la tendencia de este tipo de desarrollo

cultural, puede exponer y vulnerabilizar los patrimonios tangibles e intangibles¹³ de las comunidades, considera que,

Al contrario de otras actividades económicas, en el turismo los “consumidores” llegan hasta el lugar donde se encuentra el “producto”, por lo que esta actividad es, particularmente, frágil y vulnerable a cambios que se produzcan en el entorno natural, cultural y económico. Un turismo a gran escala puede alterar completamente el carácter de una comunidad, convirtiéndola en una “puesta en escena” con actores que representan a los nativos y habitantes autóctonos, que huyen hacia otros lugares cuando se acerca la temporada turística.

Ante este panorama cabe preguntarse ¿cómo desarrollar el turismo sin que se produzcan impactos irreversibles? Es decir, buscar los lineamientos para enmarcar la actividad dentro de los principios del desarrollo sustentable. (p. 5)

Pero partiendo del análisis que se realizó en el Encuentro Internacional sobre Turismo Cultural en América Latina y el Caribe (1996), se considera que,

Está claro que si la UNESCO se quedara en esta visión negra y catastrofista del hecho turístico, no hubiera avanzado las propuestas que ahora comparte con todos los sectores interesados en buscar la inflexión que encauce por una vía positiva este fenómeno. (...) ese turismo es un terreno privilegiado para la apropiación individualizada de las opciones y de las actividades de los actores itinerantes. La cuestión está en usar los resortes psicológicos y culturales que pongan en evidencia los ingredientes evocadores de esa libertad de opción.

De hecho, debemos entender algo que muy claramente expresa Bonet (2003): “El fenómeno del turismo cultural, a pesar de no haber conseguido hasta muy recientemente un reconocimiento específico en el seno de la industria turística o en el

¹³ Se refiere a los conceptos establecidos sobre patrimonio cultural material e inmaterial.

ámbito de la promoción cultural, existe mucho antes que el turismo se estructurara como un sector económico” (p. 2).

El turismo cultural constituye una forma de turismo que obedece a necesidades y motivos propios de los consumidores por lo que su delimitación es altamente subjetiva. Lo que es turismo cultural para unos (por ejemplo asistir a un concierto de rock) es turismo de ocio para otros. El reflejo académico de esta realidad es que no existe consenso en la literatura sobre los límites del concepto (Mallor, E; Granizo, G y Fayos, T; 2013: 270).

Sin embargo, más allá de los conceptos existentes y las características que pueda poseer esta tipología turística, el turismo a manera general, puede ser un motor de alta fortaleza para el desarrollo económico de nuestro país. Pero a pesar de que el desarrollo del mismo pueda generar beneficios, hay que considerar ese aprovechamiento de manera responsable y sobre todo sostenible, nada hacemos con aprovechar este tipo de desarrollo económico, sino somos comprometidos ambientalmente, no solo en pro del patrimonio natural, sino también del patrimonio cultural material e inmaterial y en la forma y modos de vida de las comunidades receptoras. Motivo por el cual, “la Agenda 21, programa que se adoptó en la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Brasil, 1992), apuntala el concepto de desarrollo sostenible y, por ende, la promoción de un turismo responsable y respetuoso del medio ambiente y de las comunidades que en él habiten” (CONACULTA; s/f).

Dicho en términos formales, la Organización Mundial de Turismo (OMT), define el turismo sostenible como “*el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas*”. En este sentido, vale la pena mencionar -a propósito de las formas de ver el turismo cultural- qué se define como un turista cultural y lo que ello implica.

Según Maribel Rodríguez, en su texto “El Turista Cultural y las Ciudades Históricas” (2001),

...denominamos a un turista cultural a aquel que tiene una serie de motivaciones patrimoniales y culturales que le mueven a escoger un lugar para conocerlo. Es decir, que busca conocer en su visita, el patrimonio histórico cultural y natural de la ciudad: trama urbana, muralla, calles, plazas, palacios, iglesias, museos, etc., así como otras manifestaciones como son: paisajes, fiestas, gastronomía, folklore,... u otras representaciones culturales contemporáneas: conciertos, exposiciones de arte, etc.

Viéndolo de este modo, se podría argumentar que toda persona que se traslada a una localidad viene siendo un turista cultural, porque indiferentemente de las tipologías y ofertas turísticas que existen (turismo de sol y playa, de aventura, de negocios, entre otros), cada persona o grupo de personas se dirige hacia otro lugar cargado de motivaciones que los llevan a un destino determinado y, que de alguna forma interactúa con la población del destino visitado. Entonces, ¿cómo podríamos

catalogar a un turista cultural? ¿Cuáles son sus necesidades? En búsqueda de estas respuestas, Mallor, E; Granizo, G y Fayos (2013), intentan descifrar esta incertidumbre:

El turista cultural no solo busca la mejora de su ego (aprender, experimentar) sino también un reconocimiento reproduciendo un comportamiento (estima y estatus). Para Stebbins (1996), lo que define un turista cultural y lo diferencia de los demás, son las cualidades que tiene que demostrar, entre las que destaca la búsqueda del enriquecimiento personal, la autoestima, considerar su actividad como una verdadera filosofía, un *ethos*, y la búsqueda de una identificación con las poblaciones autóctonas para entenderlas. (p. 274).

Sobre este apartado, medir esta práctica cultural no es tarea fácil, habría que contar con indicadores que en el caso venezolano no hemos construido aún, sin embargo, para contextualizar un poco la inquietud y, sobre todo, permitiéndonos identificar cómo lo hacen en países que ya colocan en práctica este tipo de turismo, esta investigación se afianzará como punto de partida a la propuesta -como lo hemos venido realizando- elaborada por Lluís Bonet en la Universidad de La República (Uruguay), durante el *I Seminario Internacional, Ciencias Económicas, Derechos y Cultura: Hacia un Modelo del Río de la Plata*. Montevideo (2008), donde expone las siguientes características:

Cuadro N° 2. Características del Turista Cultural.

CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA CULTURAL

Existen 2 grandes tipologías de turista cultural:

✓ ***El estrictamente cultural:*** viaja principalmente motivado por un impulso o acontecimiento cultural; se caracteriza por su alto nivel de estudios y su capacidad para interpretar la manifestación visitada.

Entre un 20% y 30% de los encuestados en un lugar cultural por ATLAS (En España el 11% del total de turistas). La mayoría son profesionales urbanos, con un nivel de estudios y gasto superior a la media. Entre ellos cabe distinguir:

- *Coleccionista de conocimientos:* (60% de los turistas culturales de España). Suelen visitar diferentes lugares para conocerlos y prefieren aumentar la lista de lugares visitados antes que profundizar en ellos (zapping turístico cultural).
- *Apasionados culturales:* (25%). No se conforman con conocer, sino que buscan comprender el lugar, lo que les lleva a repetir y a realizar estancias mas largas. Son un público exigente pero fiel.
- *Aficionados culturales:* (15%). A medio camino entre los coleccionistas y los apasionados, con ciertos intereses predeterminados (música, arte, patrimonio).

✓ El ***visitante a una manifestación cultural*** como actividad complementaria de otra motivación turística (son la gran mayoría).

Al que podríamos añadir una 3era tipología:

✓ El ***turista que busca una experiencia creativa*** (pintar, aprender a cocina, entre otros).

Fuente: Clasificación elaborada por el Dr. Lluís Bonet, expuesta en el I Seminario Internacional, Ciencias Económicas, Derechos y Cultura: Hacia un Modelo del Río de la Plata (2008).

Asimismo, Bonet expone en esta misma presentación que,

Existe otra cuestión que no se debe perder de vista, y es que el turista cultural, aunque en general se identifique como un ser más respetuoso con el medio cultural de destino, no siempre se comporta modélicamente. Un mismo turista puede pasar de un gran respeto frente a una manifestación emblemática a la indiferencia más absoluta, o casi al desprecio respecto a otro tipo de manifestación cultural en función del contexto. Cuanto mayores son las diferencias culturales más posibilidades de incomprensión o conflicto. Finalmente, cabe ser consciente de que las manifestaciones culturales no escapan ni al fetichismo ni al olfato comercial, con todo lo que eso puede conllevar de perversión. En el fondo, el turismo cultural es un comercio de identidades, a veces reales, a veces ficticias, a veces soñadas; un turismo hambriento de clichés, pero también de curiosidad y ganas de interactuar. Y hay que

aceptar esas contradicciones si se quiere profundizar en su análisis¹⁴. (Asuaga, C; 2009: 125)

Entonces, bajo esta teoría, habría que evaluar si bajo nuestro modelo político y económico pudiésemos desarrollar esta tipología. Ya en otros países según los principios de sostenibilidad ya mencionados, se vinculan de alguna u otra forma al Turismo Cultural. Se mencionarán a continuación –solo a título enunciativo-, las diversas tipologías que poco a poco se han ido insertando en diversos destinos del mundo y que cada región la adopta según los principios que predominan en su contexto. Se tomará la reseña que expone la “Guía Metodológica para Proyectos y Productos de Turismo Cultural Sustentable” de Chile (2011), ya que está centrada en estas prácticas de turismo con experiencias culturales, nos referimos al:

Turismo Comunitario¹⁵, Turismo Indígena o Etnoturismo, Turismo Urbano, Turismo Rural, Agroturismo, Turismo Ecológico o Ecoturismo, Turismo Patrimonial, Turismo Religioso y Turismo de Intereses especiales (TIE).

¹⁴ Es importante acotar, que si bien el cuadro N° 2 referente a las Características del Turista Cultural, pertenece a una diapositiva expuesta en la Conferencia dictada por el Dr. Lluís Bonet en 2008 –ya señalado en el texto-, la presente cita corresponde a la obra compilada que se publicó en el año 2009 alusiva a ese seminario. Es decir, el libro que se cita, corresponde a la recopilación de los oradores del **I Seminario Internacional Ciencias Económicas, Derecho y Cultura: Hacia un modelo del Río de la Plata**, (Asuaga, 2009).

¹⁵ Dentro de estas tipologías que se vinculan con una forma de Turismo Cultural, en el caso venezolano, los únicos que no se encuentran dentro de la normativa vigente en la *Ley de Fomento del Turismo Sustentable como Actividad Comunitaria y Social*, son los que se refieren al Turismo Religioso y el Turismo de Intereses Especiales (TIE). De hecho, en el artículo 20 de la Ley antes descrita, el Turismo Comunitario en nuestro país lo definen como “Turismo como actividad comunitaria”. Ahora, en lo que respecta al Etnoturismo, Turismo Urbano, Turismo Rural, Agroturismo, Ecoturismo y Turismo Patrimonial, se encuentran definidos en el artículo 5 de la misma Ley.

En este sentido, bajo estas tipologías que se desprenden del Turismo Cultural, podemos considerar que nuestro país se ha vinculado a experiencias concernientes con esta forma de turismo, quizás a propósito, quizás inconscientes. Pero como se mencionó en páginas previas, son pocas las que gozan de la suficiente inserción y promoción aún a pesar de que varias de estas formas de hacer el turismo se encuentran definidas en nuestras leyes turísticas. De hecho, en la reciente “Ley de Fomento del Turismo Sustentable como Actividad Comunitaria y Social” -promulgada en el Decreto N° 1.442, bajo la Gaceta Oficial N° 6.153 del 18 de noviembre de 2014-, se presentan (en su mayoría) las conceptualizaciones de los prototipos de turismo anteriormente enunciados. Señalando de alguna forma, que en nuestro país se comienza a tomar valor –aunque sea conceptualmente- a este tipo de desarrollo turístico y, que indirectamente se puede estar apostando por un impulso turístico de tipo cultural, habría entonces que evaluar en torno a las políticas públicas del sector turístico y cultural, si se está ejecutando algún proyecto o, en tal caso, si se tienen avances a través de algún plan estratégico.

Ahora bien, estos análisis y las discusiones que se generan y se podrán generar, tienen mucha tela que cortar, tratemos de definir en este sentido, otros términos que son necesarios para digerir este marco teórico y poder avanzar a la identificación de lo que se podría estar haciendo en torno a las políticas públicas. Algo que lo vincule a lo que se quiere proyectar. Como primer punto, es significativo conocer cuál es el

concepto de desarrollo, esto en función de comprender por qué puntualizar el Turismo Cultural como parte de esta visión estratégica. Ya que cuando se habla de desarrollo, a qué nos referimos con ello, ¿a un desarrollo económico? ¿Social? ¿Cultural? ¿Humano? Ó ¿todas las anteriores?

2.3.- El Turismo como Industria Cultural: Una estrategia de Desarrollo.

Continuando la representación de Bonet en el renglón anterior, el tema del turismo como industria se imparte como una estrategia de desarrollo económico, social, ambiental y específicamente cultural, en pro de participar y ser partícipes de las propias identidades y valores de cada sociedad. De hecho Montreal (2002), coincide con el planteamiento de Bonet en referencia a que el tema del turismo cultural existe desde incluso mitad del siglo XX, ya que “se asociaba fundamentalmente con un proceso de apropiación cultural y de educación practicado por unos pocos”¹⁶ solo que en la actualidad, “el turismo se ha convertido en una institución cultural en sí misma, en un rito propio que genera expectativas crecientes hasta el punto de ser considerado como una necesidad social, al menos de amplios sectores de la población de los países más desarrollados” (íbidem, p.20).

¹⁶ Véase el Documento preparado para el Foro de Ministros de Cultura y Encargados de Políticas Culturales de América Latina y el Caribe que se efectuó del 6 al 8 de noviembre del 2002, Cuenca, Ecuador, por el Dr. En Ciencias Económicas Pedro Monreal González. Actualmente Profesor e Investigador del Centro de Investigaciones de la Economía Internacional de la Universidad de La Habana, en su estudio: “El turismo como industria cultural. Hacia una nueva estrategia de desarrollo turístico en América Latina y el Caribe”.

Es por ello, que considerar el turismo como una industria cultural, no se encuentra desdibujado como campo estructural, quizás cueste un poco más calar en países en vía de desarrollo, pero no es imposible. Para Ruth Towse,

Las industrias culturales, que hoy en día también conocemos como "industrias creativas", producen en masa bienes y servicios con un contenido artístico suficiente para poder ser consideradas creativas y culturalmente significativas. Su principal característica es la de combinar contenidos culturales con la producción a escala industrial. El componente cultural procede mayoritariamente del empleo de artistas (creadores, actores, técnicos) formados para producir bienes de la industria cultural, pero también podemos hallarlo en el significado social que va ligado al consumo de esos bienes. (2003; p. 443).

Por otro lado, Montreal -en este mismo texto- incluye el criterio de Jafar Jafari¹⁷ considerando que “la irrupción en poco tiempo de una actividad social practicada por millones de personas ha impactado profundamente la cultura contemporánea, hasta el punto que se ha hecho pertinente la pregunta respecto a si puede la cultura contemporánea funcionar sin el turismo”. Y es en esta premisa que México, Colombia o el mismo Perú aborda su propia política de turismo cultural, el tema de no desvincular estos términos y considerar el turismo como una industria, no solo para desarrollar una economía ya sea local o nacional, sino como la práctica de presentar al mundo entero sus valores culturales, sus costumbres y su propia imagen como país.

¹⁷ Antropólogo cultural, investigador y profesor de Hostelería y Turismo de la Universidad de Wisconsin de Wisconsin-Stout, del Departamento de Hostelería y Turismo (EEUU).

...el énfasis al enfoque de desarrollo en el turismo cultural es muy reciente. Se siente ahora la necesidad de definir mejor el desarrollo humano y sobre todo, impulsar una estrategia voluntaria para que el turismo sea una herramienta sólida de este desarrollo. (...)

El turismo se ha convertido en la primera actividad económica a nivel mundial y representa, sobre todo para los países del Sur, una fuente de crecimiento económico e importante generadora de divisas, inversión y empleo. En la Cumbre del Desarrollo Sostenible de Johannesburgo (2002), se establece que para el 83% de los países en desarrollo, el turismo constituye uno de sus tres principales recursos y asimismo, es el más importante para el 34%. (Boucher, A; López, T y Sánchez, S; 2008).

Bajo esta premisa, es significativo introducir el concepto de *desarrollo humano*, de manera que, cuando realicemos el análisis como una visión estratégica de progreso se pueda hilar el discurso de esta investigación. Según el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) de Colombia¹⁸,

El desarrollo humano es mucho más que el crecimiento o caída de los ingresos de una nación. Busca garantizar el ambiente necesario para que las personas y los grupos humanos puedan desarrollar sus potencialidades y así llevar una vida creativa y productiva conforme con sus necesidades e intereses.

Esta forma de ver el desarrollo se centra en ampliar las opciones que tienen las personas para llevar la vida que valoran, es decir, en aumentar el conjunto de cosas que las personas pueden ser y hacer en sus vidas. Así el desarrollo es mucho más que el crecimiento económico, este es solo un medio – uno de los más importantes – para expandir las opciones de la gente.

Es aquí donde la cultura trata de introducirse como visión de desarrollo, de hecho, “una de las críticas más extendidas hacia los Objetivos de Desarrollo del Milenio es, precisamente, la de haber obviado el componente cultural” (Maraña, M;

¹⁸ Consultado en la página web: <http://www.pnud.org.co/sitio.shtml?apc=i1-----&s=a&m=a&e=A&c=02008#.VUoYS1RvnT0>

2010: p.5). Porque si naturalmente la visión de desarrollo debe ser vista como la superación de la pobreza, el tema o el componente cultural no debe ser excluido, puesto que es uno de los elementos más transversales que existe dentro del desarrollo de una sociedad. Ahora bien,

¿A qué desarrollo apuntar?

- Un desarrollo basado en las especificidades culturales, incluyente de la diferencia;
- Un desarrollo participativo, que contribuya a mejorar la calidad de vida, al cumplimiento de los sueños y las aspiraciones individuales y colectivas, que amplíe las oportunidades de creación y la expresión plena de las capacidades humanas; Un desarrollo que utilice el potencial de la memoria y lo ponga al servicio de la creación y la producción de conocimiento;
- Un desarrollo que garantice la protección de los derechos culturales;
- Un desarrollo que genere prosperidad económica y social. (Causarano, M; 2014: 2).

Y es en este punto, donde en cualquiera de estos apuntes de desarrollo, el turismo al añadirle el componente cultural, puede revertir los efectos negativos de una localidad, sobre todo cuando se ve visitada en las altas temporadas, siempre y cuando se logren atajar los efectos y daños colaterales que conlleva el turismo de masas. Desde la perspectiva de los estudios sobre el desarrollo, la dimensión cultural del turismo puede ser valorada en cinco grandes planos:

- a) la cultura como elemento fundacional del desarrollo que trata de promoverse utilizando la actividad turística;
- b) la cultura como elemento que permite el incremento del valor del producto turístico;
- c) la cultura como factor de difusión social y de dispersión espacial de los ingresos de la actividad turística;
- d) el turismo en su calidad de “industria cultural”; y
- e) la cultura como un importante activo que puede favorecer el ascenso de firmas,

localidades, países y regiones a través de trayectorias de aprendizaje tecnológico y organizativo en el contexto de las redes globales del turismo, es decir, en los marcos de uno de los complejos económicos de mayor escala y dinamismo de la economía contemporánea. (Monreal; 2002, 9. 22).

De hecho, Bonet, claramente expresa cómo la inserción de los recursos culturales de una sociedad, pueden ser parte de la diversificación turística en función de la mejora de localidades y comunidades. Bajo esta valoración, pareciera que la lógica funcional de la cultura sobre el turismo toma cada día más importancia, donde este tipo de oferta turística, se convierte poco a poco en una industria cultural. Pero más allá de esta percepción, se debe prestar atención al poder de la cultura como eje transversal de desarrollo de las sociedades, no solo a nivel económico, sino a nivel social y político, porque si algo hay que comprender es que la cultura como recurso puede tener una multi-funcionalidad, esto aludiendo a que todo gobierno que ha podido situarse en las masas a través del uso de la cultura, en una dirección netamente impregnada de identidad local o de una sociedad, ha podido lograr un control –de alguna manera- sobre la base de su semejanza. Yúdice al inicio de una de sus obras más emblemáticas el “El Recurso de la Cultura: Usos de la Cultura en la Era Global” (2002), precisa que,

La relación entre la esfera cultural y la política o entre la esfera cultural y la económica no es, ciertamente, nueva. Por un lado, la cultura es el ámbito donde surge la esfera pública en el siglo XVIII, y como lo afirman los foucaultianos y quienes se dedican a los estudios culturales, se convirtió en un medio para internalizar el control social, a través de la disciplina y la gubernamentalidad, durante los siglos XIX y XX. (p. 24).

En este sentido, cuando hagamos el análisis situacional de las Políticas Públicas del Estado, es donde se evidenciará si bajo el modelo político y económico existen posibilidades de desarrollo de esta visión estratégica o, en todo caso, acercarnos a un panorama más preciso para la viabilidad de este proceso.

Porque si partimos de la visión de Bonet, sobre que en el fondo, el turismo cultural es una industria que se profundiza a través del uso de los recursos culturales, a manera interrogativa pudiésemos preguntarnos ¿cuáles son nuestros recursos culturales –a propósito de Yúdice- para considerar este tipo de turismo? Lo que se quiere es valorar esta postura teórica, planteando en términos económicos a la cultura como recurso y, en ese mismo tono, relacionar a Bonet cuando él intenta hablar del concepto de industria cultural, tomando en cuenta que el turismo engloba elementos simbólicos, elementos de identificación, gastronómicos, patrimoniales, entre otros y, eso es lo que compone el turismo cultural.

En función a esto, se ha decidido realizar una propuesta general que describiría qué actores o actividades debería llevar la cadena de valor del Turismo Cultural en el caso venezolano y, sobre ellas más adelante poder analizar los impactos que generaría en función a esa visión de desarrollo como industrial cultural, tomando en cuenta las posturas ya descritas en este marco. Así podríamos acercarnos al desarrollo –como primer paso- a pequeña escala del turismo cultural a nivel local, fomentando con ello “un efecto positivo directo no solo en las perspectivas financieras de las propias

entidades culturales, sino también en el conjunto de la economía local” (Towse, R; 2003: p. 768).

2.4.- Una Cadena de Valor para el Turismo Cultural.

Según Germán Porras, en su ponencia realizada para el I Congreso Internacional de Turismo Cultural (2002), El marketing del turismo cultural tiene dos objetivos: “1) La puesta en valor y la promoción de un segmento específico de la oferta turística. 2) La mejora de la imagen de un destino turístico”.

Así mismo, este enfoque dual, debe contar con condiciones básicas, que no solo trate de abarcar el tema del marketing, sino el de la conservación, mantenimiento y promoción del patrimonio cultural. Estos se refieren a: “1) La accesibilidad y programación: Visita en un horario ajustado, acceso ordenado, reservas (para el caso de eventos o espectáculos), disponibilidad de información en diferentes idiomas. 2) La promoción y 3) La comercialización” (Porras 2002).

Bajo estas premisas, consideramos exponer cómo puede formularse la Cadena del Valor del Turismo Cultural, de manera que se pueda presentar cuáles factores y variables intervienen en la misma. Para ello, nos fundamentaremos en la conceptualización de Michael Porter.

Para este profesor, la Cadena de Valor,

...despliega el valor total, y consiste en las actividades de valor y del margen.
Margen: Es la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las actividades de valor.

Actividades de Valor: Son las distintas actividades que realiza una empresa. Se dividen en dos amplios tipos:

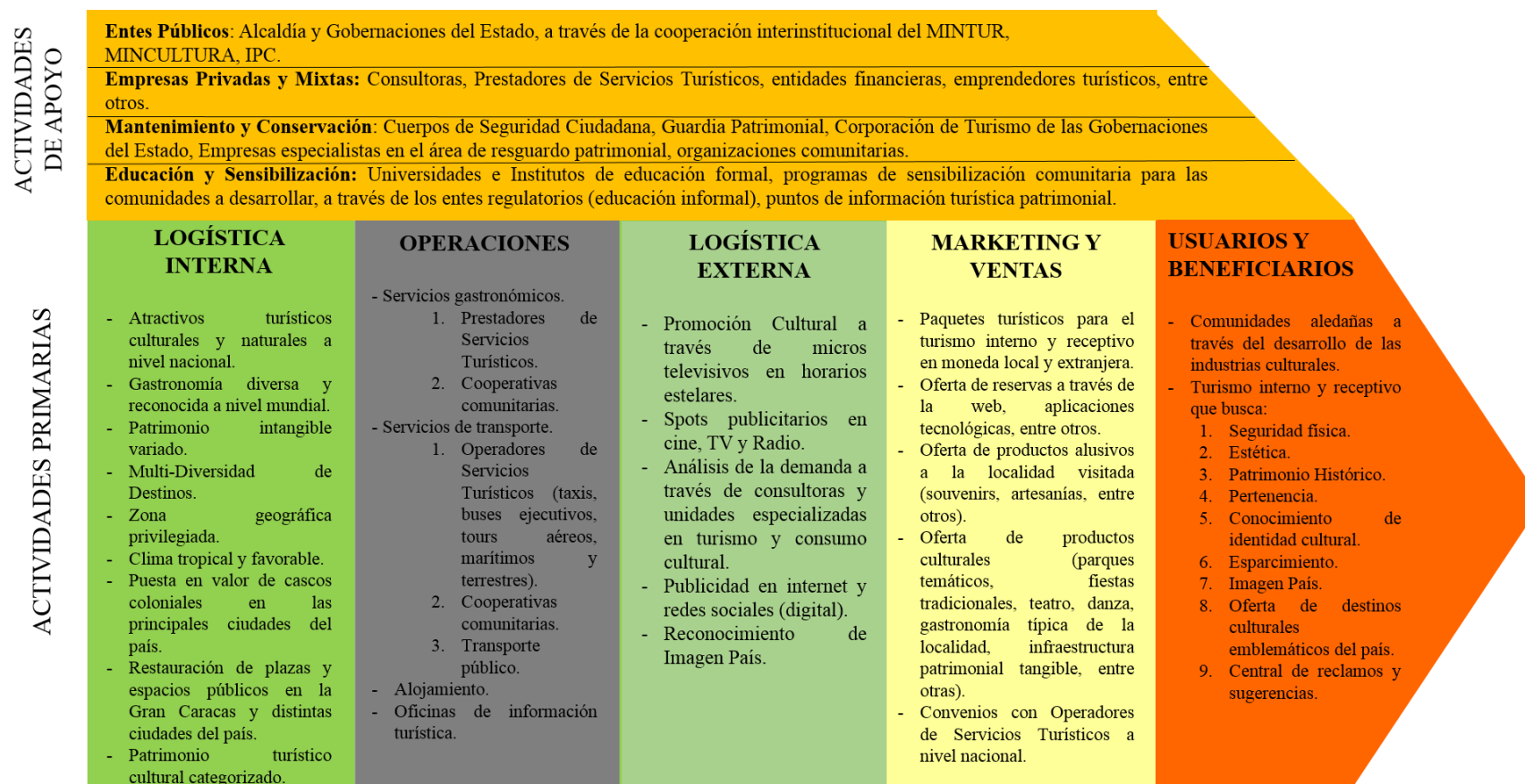
1.- Actividades Primarias: Las actividades primarias en **la cadena de valor** son las implicadas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador así como la asistencia posterior a la venta.

(...) 2.- Actividades de Apoyo: son las que sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa.

Es importante indicar, que esta cadena de valor más allá de proporcionar esta oferta turística cultural con todos los actores que intervienen dentro de ella, hay que posicionarse en conocer y detenerse a pensar a quien va dirigida la misma, cuál sería el estereotipo del visitante y qué busca satisfacer –tal como se señaló en el enfoque de Bonet-, cuáles son sus expectativas. Con ello, se trata de que a través de esta propuesta, se pueda visualizar como resultaría este ejemplo de cadena de valor, viéndolo como un proceso turístico pero con un producto cultural.

GRÁFICO. N° 1. Cadena de Valor del Turismo Cultural (Caso Venezuela)

PROPUESTA DE CADENA DE VALOR DEL TURISMO CULTURAL (Caso Venezuela)



Fuente: Elaboración propia, 2015 (en base al modelo de Cadena de Valor de Michael Porter).

Según Michael Porter, la clasificación de esta cadena se define de la siguiente manera:

1. **Logística interna:** La primera actividad primaria de la cadena de valor es la logística interna. Las empresas necesitan gestionar y administrar una manera de recibir y almacenar las materias primas necesarias para crear su producto, así como el medio para distribuir los materiales. Cuanto más eficiente sea la logística interna, mayor es el valor generado en la primera actividad.
2. **Operaciones:** La siguiente etapa de la cadena de valor son las operaciones. Las operaciones toman las materias primas desde la logística de entrada y crea el producto. Naturalmente, mientras más eficientes sean las operaciones de una empresa, más dinero la empresa podrá ahorrar, proporcionando un valor agregado en el resultado final.
3. **Logística Externa:** Después de que el producto está terminado, la siguiente actividad de la cadena de valor es la logística de salida. Aquí es donde el producto sale del centro de la producción y se entrega a los mayoristas, distribuidores, o incluso a los consumidores finales dependiendo de la empresa.
4. **Marketing y Ventas:** Marketing y ventas es la cuarta actividad primaria de la cadena de valor. Aquí hay que tener cuidado con los gastos de publicidad, los cuales son una parte fundamental de las ventas.
5. **Servicios:** La actividad final de la cadena de valor es el servicio. Los servicios cubren muchas áreas, que van desde la administración de cualquier instalación hasta el servicio al cliente después de la venta del producto. Tener una fuerte componente de servicio en la cadena de suministro proporciona a los clientes el apoyo y confianza necesaria, lo que aumenta el valor del producto.

Ahora bien, es importante indicar que este proceso más allá de ser una propuesta para ser aplicada en empresas, emprendimientos, organizaciones comunitarias, prestadores de servicios turísticos, entre otros; se debe comprender que parte de la dinámica habitual de todo producto cultural es distinta y se establecen de acuerdo a las necesidades y alcances de sus beneficiarios.

Cuando nos referimos a estas necesidades y alcances, hablamos esencialmente a su modelo y su aplicación. No es lo mismo aplicar un plan de marketing a una empresa privada con tendencias claras de mercado y producción (el modelo de marketing tradicional), por ejemplo, la dinámica actual que lleva la actividad turística, que a una organización cultural con demandas y necesidades específicas tanto de público como de mercado (el marketing cultural). Sin embargo, es necesario aclarar que ambos procedimientos pueden aplicarse, de acuerdo al nivel de desarrollo de cada grupo de industria cultural.

Por consiguiente, este modelo de cadena de valor es una propuesta, que obviamente debe ser mejorada y ampliada a través del análisis de resultados de este trabajo investigativo, a manera de visualizar el respaldo negativo o positivo, dentro de este modelo económico de desarrollo. Punto a desarrollar en el capítulo V, referente al análisis de datos.

CAPÍTULO III. DIAGNÓSTICO DE POLÍTICAS PÚBLICAS APLICADAS AL TURISMO CULTURAL EN VENEZUELA.

3.1.- Cuando hablamos de políticas culturales, ¿a qué nos referimos?

Las investigaciones sobre políticas culturales y la conceptualización que hacen de los términos son varios, autores ya mencionados como García Canclini y Yúdice, coinciden con lo que actualmente se establece como ese conjunto de intervenciones realizadas por el Estado en cuanto a sus sistemas de valores. Ahora bien, para alcanzar el desarrollo de un turismo cultural, se requiere un proceso de instrumentalización, que a su vez, necesita contar con un conjunto de políticas públicas para su construcción.

A los efectos de esta investigación que estamos realizando, hay un conjunto de supuestos teóricos que explica lo que se entiende por política cultural, supuestos que pueden otorgar una perspectiva más detallada, para luego comprender el plano venezolano.

García Canclini parte de que la Política y la Cultura “son dos campos adversarios para muchos políticos, para muchos artistas e intelectuales” (García; 1987: p. 13). Esto en su posición sobre que “... la mayoría de los artistas e intelectuales, viven lo político como un territorio ajeno y amenazante. (...) les hacen pensar en seguida en Hitler, Stalin o en el despotismo deslustrado de los dictadores latinoamericanos” (íbidem). Canclini entiende a las políticas culturales como “el conjunto de

intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social” (íbidem, p. 26).

En el caso de Toby Miller y George Yúdice, ellos plantean que,

La política cultural se refiere a los aportes institucionales que canalizan tanto la creatividad estética como los estilos colectivos de vida: es un puente entre los dos registros. La política cultural se encarna en guías para acción sistemáticas y regulatorias que adoptan las instituciones al fin de alcanzar sus metas. En suma, es más burocrática que creativa u orgánica: las instituciones solicitan, instruyen, distribuyen, financian, describen y rechazan a los actores y actividades que se hallan bajo el signo del artista o de la obra de arte mediante la implementación de políticas. (Miller y Yúdice; 2004: p. 11).

Siguiendo en esta tónica, Harvey (1990) plantea que este término es un problema dentro del mundo político-cultural actual, particularmente en Latinoamérica, pero dentro de este análisis, destaca que:

...toda reflexión sobre la política cultural, se encara hoy concibiéndola como un sistema global nacional, regional e internacional de posibilidades administrativas, institucionales, políticas, jurídicas y financieras, que se proyectan:

- a) Dentro del entorno del desarrollo cultural, del desarrollo social y del desarrollo económico como objetivos armónicos de una política nacional de desarrollo y progreso de la comunidad organizada.
- b) En el contexto de bienestar, como finalidad social, relativa a la calidad de la vida de la población de un país.
- c) En el marco de la cooperación cultural internacional, como meta de la comunidad de naciones, compatible con la consolidación de la identidad cultural nacional propia de cada uno de sus miembros (p. 123).

Contribuyendo así, al desarrollo no solamente social, sino económico dentro de sus posibilidades como situación país. Ahora, si bien Harvey considera esta proyección, es importante afirmar que el mismo autor señala que,

El desconocimiento de los alcances profundamente socioculturales de este concepto es la causa de que en algunas partes no se haya comprendido bien la proyección que ahora revisten las necesidades culturales, manifiestas o latentes, de los individuos y grupos humanos, trayendo ello como consecuencia una carencia de planes y de acción cultural a largo plazo con objetivos claros y coherentes, metas definidas y medios de gestión adecuadas (p. 133).

Por otro lado, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (Chile), maneja que,

...una política pública es considerada un instrumento de gestión que se presupone la expresión de una sociedad compleja, compuesta por una red interactiva y dinámica de actores con posiciones e intereses diversos y muchas veces incluso contrapuestos. (...) se considera que una política pública ha de reflejar e incluso materializar un amplio acuerdo, movilizand o el respaldo de los ciudadanos en general, de los beneficiarios directos de la política pública, de la institucionalidad y de los expertos involucrados. Así se pretende responder a las aspiraciones mayoritarias de la ciudadanía y del Estado mismo, y se exprese en consecuencia una sólida legitimidad. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; 2011-2016).

En la actualidad, en el caso venezolano, dentro de los contextos anteriormente mencionados por Harvey, el tema de las políticas culturales en nuestro país, se ha puntualizado no como un sistema económico, sino como un modelo de desarrollo político de Estado, que se traduce a lo que Caclini (1987) plantea como el paradigma Estatismo-populista¹⁹.

¹⁹ Paradigma que considera que su modo de organización principal, es a través de la reivindicación de la cultura popular bajo el control del Estado, con el objetivo de afianzar las tendencias de la cultura

En el campo cultural, las políticas públicas son fundamentales porque a través de ellas se diseña una regulación colectiva que fortalece la creatividad, la democracia, la ciudadanía cultural, la diversidad de identidades y la equidad en la asignación de recursos y acciones públicas. (EJOB; 2010: p. 30).

Sin embargo, antes de realizar un diagnóstico de lo que se concibe en el escenario venezolano, es necesario aclarar algunos puntos. El texto “Observatorio Venezolano de Cultura y Desarrollo: una necesidad en tiempos de cambio”, expone que antes de comparecer a lo que es una política cultural, es importante aclarar que para tener unas políticas culturales, hay dos términos en particular, que no se han precisado en este marco y se refiere a las Políticas Públicas, “Se entenderá la política (en singular) – politics- cuando nos refiramos a las relaciones de poder (objeto de estudio de la Ciencia Política); y políticas (plural) cuando nos refiramos a las políticas públicas – policies” (Afanador u otros; 2011, p. 6).

En este sentido, una política cultural es el resultado de las políticas públicas aplicadas al terreno cultural, por la cual se ejecutan las acciones de gobierno. “Ahí reside toda la diferencia entre la política cultural como cultura y la política inmediata e inmediateista que tanto nos desagrada día a día” (Carbó; 2008: 159). Y es justo en esta reflexión donde Harvey encaja con el sistema actual de la política cultural, como un sistema global de una nación. En cuanto a que,

nacional-popular que contribuyan a la reproducción “equilibrada” del sistema. Sus principales agentes de desarrollo es el Estado y los partidos políticos que convergen con el mismo.

Si se asumen las políticas culturales como esas acciones que el sector público, privado y tercer sector (sociedad civil organizada, o no), llevan a cabo con el fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social; nadie podrá poner en duda la connotación que la cultura tiene como eje de desarrollo. (íbidem, p. 7).

Ameritando en este sentido, una reflexión sobre qué lineamientos estratégicos debemos contemplar en virtud del desarrollo de una política pública de turismo cultural en el país, partiendo incluso, del discurso del ciudadano exministro del Ministerio del Poder Popular para el Turismo, Andrés Guillermo Izarra, planteado desde principios de su gestión, -háblese de abril del año 2013-, de cómo fomentar e impulsar el Turismo en nuestro país, al punto de que pueda llegar a pensarse que de aquí al año 2019 como el desarrollo de nuestra posible segunda economía.

La investigación sobre políticas culturales se hace relevante en el proceso político venezolano actual, en virtud de que los propios actores gubernamentales han expresado su intención de orientar las políticas culturales hacia la consecución de los objetivos políticos de construir la “revolución socialista”, lo que significa, al menos discursivamente, un viraje significativo con respecto a la intención en la orientación de las políticas culturales manifestada por los gobiernos anteriores. Al mismo tiempo, estamos en presencia de la concepción de la cultura como un recurso político que amerita una necesaria reflexión acerca de la orientación de las políticas culturales. (Bermúdez y Sánchez; 2009).

3.2.- Apuntes sobre las Políticas Culturales en Venezuela.

En este contexto, solo mencionaremos algunas acciones que conllevaron el difícil intento de construir políticas culturales en nuestro país. Porque hay que aclarar, que si bien en la actualidad nuestra realidad carece de políticas enmarcadas en el entorno cultural, si hubo algunas actuaciones para su elaboración.

Adentrarnos a la mitad del siglo XX, quizás es un poco extenso y, de este tema podría realizarse otro trabajo de investigación, sin embargo, señalaremos algunos hechos o visiones que llevaron a lo que se puede comprender como una política cultural en la Venezuela de hoy.

Basándonos en Bermúdez y Sánchez (2009), el tema de las políticas culturales fue muy debatido no solo por los social-demócratas, sino también por los comunistas, intelectuales y pensadores de la época –mitad del siglo XX-, quienes consideraban que artistas, intelectuales y líderes políticos debían ser los propulsores de una sociedad moderna y civilizada para llevar a un buen rumbo –sobre todo productivo- el proyecto de país que se construía a partir de la caída del dictador Marcos Pérez Jiménez.

Pero esta visión rápidamente se vuelve una tranca en el enfoque de desarrollo en el país, debido a las críticas y la oposición de los intelectuales y artistas de izquierda contra el régimen democrático recién inaugurado en Enero de 1958 (Bermúdez y Sánchez; 2009). El desarrollo crítico y político de estos actores, fue la sentencia inmediata para que en Venezuela comenzara una instrumentalización de la cultura como recurso político.

Sin embargo, haciendo un paréntesis, se debe indicar que si hubo un consenso en cuanto a alfabetizar y educar a la población venezolana, de manera que pudiese existir, de algún modo, la comprensión de lo que es la cultura. Esto a propósito de las

constantes acusaciones del contexto político actual de que en la IV República, no existía una política educativa a favor de los más vulnerables. Por lo menos, esa que existió no educaba en favor de los intereses políticos del gobierno de turno. “Es mentira que en Venezuela antes de 1999 se imponía una historiografía racista, acartonada, burguesa y antipopular que respondía a las políticas educativas y culturales de la derecha imperialista en el poder. La educación venezolana pública y privada no respondió a una sola lógica en todos sus niveles” (Kozak; 2015: p. 11).

Es en este sentido, que los análisis que se realizarán más adelante descifrarán hacia a donde se ve orientada nuestra cultura política actual, entendiendo que los términos a la inversa (política cultural), aún no parecen determinarse.

Retomando el tema del enfoque de desarrollo como una sociedad moderna y civilizada, es preciso indicar, que la política económica productiva del país giraba en torno al desarrollo de una economía petrolera (nada diferente de la Venezuela actual). En cuanto al desarrollo cultural, los partidos políticos y el terreno de las artes pasan a un segundo plano, cuando,

...nuevos creadores simbólicos empezaron a ocupar el espacio masivo de la producción y el consumo cultural en nuestro país: Los medios de comunicación audiovisuales, especialmente la televisión, que a medida que el país fue urbanizándose y “modernizándose”, y gracias a la llegada de la electricidad a mayor cantidad de lugares y personas, fue expandiendo el número de sus consumidores y con ello su hegemonía en los procesos de construcción simbólica de nuestra sociedad. (Bermúdez y Sánchez; 2009: p. 5).

Bajo estas condiciones, comienza a dilucidarse cómo la política cultural de ese entonces, carecería de pasos firmes para su construcción, a partir de la ausencia y abandono de estos artistas e intelectuales del terreno político.

Sin embargo, hoy se está viviendo en Venezuela un proceso de repolitización, en el cual el debate acerca del proyecto de país que se quiere y se desea parece estar centrando en la cultura. Los actores gubernamentales en conjunto con algunos intelectuales y artistas que comparten la propuesta política del gobierno, plantean la necesidad de relevar el papel de la cultura en la construcción de lo que conciben como un nuevo proceso político y de cambio. (Bermúdez y Sánchez; 2009: p. 5).

De hecho, si revisamos un poco más de historia, recordemos como primer punto, “la notificación del Decreto N° 6.042, con rango, valor y fuerza de Ley de Supresión del Consejo Nacional de la Cultura, fechado 12 de mayo y que figura en la Gaceta Oficial N° 38.928, a través de una disposición presidencial, en el marco de las atribuciones del primer mandatario con respecto a la Ley Habilitante” (Carpio, I; 2008). En el que claramente este Consejo Nacional de Cultura (CONAC) se suprime y, deja de ser el ente rector de “las políticas culturales del país como se señala en la ley que lo rige desde 1974” (íbidem). En esta misma nota digital²⁰,

Al respecto el ministro expresó “no vamos a llorar por el Conac (...) nosotros intentamos ver si podíamos transformar esa institución, si podíamos encontrarle una nueva razón de ser. Hicimos un ensayo por la vía de dedicarla a enlazar con los municipios, lo que llamamos plan de municipalización, a ver si aquella estructura, que tenía ya una experiencia, algo en su haber, podía ser aprovechada y después tratamos de organizar tareas que tienen que ver con el enlace del poder comunal, el

²⁰ Entendiendo que para la creación del Ministerio del Poder Popular para la Cultura, las opiniones del referente Decreto fueron expresadas por el entonces nuevo Ministro de Cultura, Francisco de Asís Sesto Novás, mejor conocido como Farruco.

poder de base, el poder popular, pero la experiencia arrojó un resultado no tan positivo, era muy difícil transformar aquella institución que se veía a sí mismo como intransformable, había una resistencia interna en la propia estructura organizativa del Conac, que no facilitaba su autotransformación” (Ídem).

Es en esta etapa, justo a partir del año 2005, donde la creación de nuevos ministerios en Venezuela, incluyendo el mismo Ministerio del Poder Popular para la Cultura y el Ministerio del Poder Popular para el Turismo, entre otros; empiezan a surgir como una forma de base política consolidada a favor del actual sistema de Gobierno.

3.2.2.- La Gestión Cultural: una agenda que atender.

Como hemos venido haciendo a lo largo de este trabajo, comencemos por las definiciones pertinentes. Martinell (2001), parte del concepto de gestión, al respecto indica que,

...gestionar significa una sensibilidad de comprensión, análisis y respeto de los procesos sociales en los cuales la cultura mantiene sinergias importantes. La diferencia entre la gestión genérica de cualquier sector productivo se encuentra en la necesaria capacidad de entender los procesos creativos y establecer relaciones de cooperación con el mundo artístico y sus diversidades expresivas. La gestión de la cultura implica una valoración de los intangibles y asumir la gestión de lo opinable y subjetivo circulando entre la necesaria evaluación de sus resultados y la visibilidad de sus aspectos cualitativos. (p. 12).

En este orden de ideas, en el mismo texto, sugiere la necesidad imperante de definir realmente qué hace un gestor cultural, apuntando que el mismo debería caracterizarse por tener las siguientes capacidades:

- Capacidad de establecer una estrategia y política de desarrollo de una organización.
- Capacidad de definir unos objetivos y finalidades a desarrollar.
- Capacidad de proyecto.
- Capacidad de visión.
- Capacidad de combinar los recursos disponibles: humanos, económicos, materiales, etc...
- Capacidad de aprovechar las oportunidades de su entorno.
- Capacidad de desarrollar un conjunto de técnicas para el buen funcionamiento de una organización.
- Capacidad de relación con el exterior.
- Capacidad de adaptarse a las características del contenido y sector profesional de su encargo. (p. 11).

En ese sentido, un gestor cultural es más que un promotor de ideas y de actividades culturales, esto apenas es uno de los brazos ejecutores para tal fin. Pensar que la cultura se gestiona a través de un administrador de presupuestos o a través de la sola coordinación de actividades de tipo cultural, es caer en una visión reduccionista de la profesión. También es cierto que a diferencia de otro tipo de carreras formativas, esta área está en proceso de construcción. En ese sentido, es evidente que los estudios formales necesitan fortalecerse.

En Venezuela, el tema de la gestión cultural, aparece definida en el Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Cultura (2014), pero con una palabra agregada, es decir, aparece definida como *Gestión Cultural Pública*, entendiéndose como “el conjunto coordinado de procesos, procedimientos y acciones llevadas a cabo por el Estado en materia de política cultural”. En otras palabras, esta definición pareciera estar encapsulada a una limitada visión administrativa de cómo sobre llevar

la labor. Partiendo de este enfoque, en la Ponencia presentada al Primer Congreso Nacional de Gestión Cultural. “*Escenarios, tensiones y desafíos de la Gestión Cultural en Chile*”, el profesor José Luis Figueroa²¹ agrega que,

La situación reciente de la gestión cultural en Venezuela se encuentra llena de enredos conceptuales y de mucha conflictividad en la conducción de los espacios culturales, pero ¿qué nos espera a los gestores culturales venezolanos?, ¿cuáles son los grandes desafíos en esta segunda década del siglo 21 a la que nos enfrentaremos? Por un lado, la Cultura Digital y los dilemas que genera en la Gestión Cultural y por otro lado, la figura del Emprendedor Cultural como retórica ante la precariedad laboral de nuestra profesión y los autoritarismos políticos y económicos, son dos grandes temas de debates que se vislumbran en el porvenir de los gestores culturales. (2011; p. 1).

Llamado de atención que no hay que perder de vista, por eso se indica como una agenda que atender, a propósito de lo que Guzmán reflexiona en cuanto a que “es indiscutible que una de las grandes debilidades en el proceso de planificación y toma de decisiones de la gestión cultural venezolana tiene que ver con la **carencia de estadísticas e indicadores sobre la inversión pública y privada cultural**” (2009; p. 28).

²¹ Ingeniero Forestal y Magister en Gestión Cultural. Docente y colaborador en Postgrados, Diplomados y Cursos de Formación Continua en varias universidades venezolanas como la Universidad de Oriente (UDO), Universidad Católica Andrés Bello (UCAB-GUAYANA), Universidad de Margarita (UNIMAR), Universidad Central de Venezuela (UCV), Universidad Politécnica Territorial de Paria Luis Mariano Rivera y la UNEFA. Creador y Director de varios proyectos de Formación Continua como Diplomados y Cursos Avanzados en Universidades venezolanas y de importantes proyectos de gestión turística y cultural. Profesor invitado de la Universidad de Barcelona-España y de otras instituciones turísticas y culturales en varios países.

En Venezuela, el porvenir de la gestión cultural requiere de una alta dosis de diálogo, tolerancia y respeto para regenerar la confianza perdida.
Falta construir políticas culturales de proximidad que generen ciudadanía y mejoren la convivencia opacada y destrozada por la extrema polarización política de los últimos años de este siglo 21. (Figueroa; 2011; p. 7).

3.3.- Marco normativo del Turismo y la Cultura en Venezuela a partir del año 2005.

Ya contextualizado el tema de las políticas culturales con sus definiciones y lo que ha conllevado ejecutarla en términos de gestión, podemos discernir porque quizás aún estemos distantes en cuanto a una política cultural de desarrollo para el Turismo Cultural, sin embargo, como un punto a nuestro favor, en nuestro actual Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Cultura (2014), en su artículo 21 sobre el *Turismo Cultural*, expresa que,

El ministerio del Poder Popular con competencia en materia de cultura, en corresponsabilidad con el ministerio del poder popular con competencia en turismo, es el encargado de dictar políticas destinadas a impulsar, incrementar, promover y desarrollar el Turismo orientado a destacar nuestra identidad nacional, nuestro patrimonio cultural, nuestros creadores, creadoras y sus obras.

Bajo esta premisa, podríamos indicar, que nos estamos quizás acercando al desarrollo de propuestas. Claro está, se debe indagar hasta qué punto podría ser una meta a corto plazo y cómo funcionaría bajo el modelo de desarrollo actual. Habría entonces, que revisar qué líneas establece el Plan Estratégico Nacional de Turismo en concordancia con las políticas de Estado, como también corroborar la existencia de un Plan Nacional de Cultura. Así mismo, recorrer el marco legal que sustenta lo turístico

y lo cultural de nuestro país y, así, tratar de comprender esto que previamente hemos definido como políticas culturales y, cómo está aplicándose en lo que primeramente definimos en el Capítulo II como “turismo cultural”.

3.2.1.- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela:

En esta carta magna nos centraremos específicamente a tres (03) artículos que señalan lo siguiente:

En materia de “Cultura”:

Artículo 99. Los valores de la cultura constituyen un bien irrenunciable del pueblo venezolano y un derecho fundamental que el Estado fomentará y garantizará, procurando las condiciones, instrumentos legales, medios y presupuestos necesarios. Se reconoce la autonomía de la administración cultural pública en los términos que establezca la ley. El Estado garantizará la protección y preservación, enriquecimiento, conservación y restauración del patrimonio cultural, tangible e intangible, y la memoria histórica de la Nación. Los bienes que constituyen el patrimonio cultural de la Nación son inalienables, imprescriptibles e inembargables. La Ley establecerá las penas y sanciones para los daños causados a estos bienes.

Artículo 100. Las culturas populares constitutivas de la venezolanidad gozan de atención especial, reconociéndose y respetándose la interculturalidad bajo el principio de igualdad de las culturas. La ley establecerá incentivos y estímulos para las personas, instituciones y comunidades que promuevan, apoyen, desarrollen o financien planes, programas y actividades culturales en el país, así como la cultura venezolana en el exterior. El Estado garantizará a los trabajadores y trabajadoras culturales su incorporación al sistema de seguridad social que les permita una vida digna, reconociendo las particularidades del quehacer cultural, de conformidad con la ley.

En materia de “Turismo”:

Artículo 310. El turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Dentro de las fundamentaciones del régimen socioeconómico previsto en esta Constitución, el

Estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El Estado velará por la creación y fortalecimiento de una industria turística nacional.

3.2.2.- En cuanto al Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Cultura (2014):

En el artículo 3 de la precitada Ley, reza una serie de veinte (20) definiciones en las cuales, destaca –para efectos de esta investigación-, el concepto de *Cultura*, *Cultura venezolana* y *Patrimonio Cultural*, los mismos son establecidos de la siguiente manera:

1. **CULTURA:** es la manera de concebir e interpretar al mundo, las formas de relacionarse los seres humanos entre sí, con el medio creado y con la naturaleza, el sistema de valores, y los modos de producción simbólica y material de una comunidad.

2. **CULTURA VENEZOLANA:** son las múltiples expresiones a través de las cuales el pueblo venezolano se concibe a sí mismo e interpreta al mundo, establece sus relaciones humanas con el entorno creado, la naturaleza, su memoria histórica, su sistema de valores y sus modos de producción simbólica y material; todo lo cual resalta su condición multiétnica, intercultural, pluricultural y diversa del pueblo venezolano en su conjunto.

(...)

17. **PATRIMONIO CULTURAL:** es el conjunto de bienes y manifestaciones materiales, inmateriales y de la naturaleza heredados y contemporáneos, que producto de la actividad humana y sincretismo histórico se entienden y reconocen como resultado o testimonio significativo de la identidad cultural venezolana.

De igual modo, siguiendo este esquema regulatorio, *el artículo 11* de esta Ley, contempla el *Patrimonio cultural de la Nación*, en la cual,

A los efectos del presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Cultura, se considera Patrimonio Cultural de la Nación a todas y cada una de las manifestaciones culturales materiales e inmateriales que se entiendan como resultado o testimonio significativo de la cultura venezolana y que se declaren formalmente por

ante el registro general del patrimonio del ente nacional con competencia en Patrimonio Cultural. También son considerados patrimonio cultural, los bienes culturales arqueológicos y paleontológicos que estén o se hallen en la tierra o en su superficie, circule, reposen o se encuentren en el medio acuático o subacuático de la República Bolivariana de Venezuela. (íbidem).

Así mismo, en la precitada Ley, tal como se mencionó en líneas anteriores, el *artículo 21* contempla lo establecido sobre el “*Turismo Cultural*”. Sin embargo, en este último artículo, pareciera que optar por un Plan Nacional, política o proyecto de Estado, que formule líneas para la consolidación de un camino hacia el planeamiento de un Turismo Cultural puede ser viable, pero aún aunque se refleje en la Ley, sería interesante conocer, qué es para nuestro sistema de Gobierno el Turismo Cultural.

3.2.3.- En cuanto al Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo (2014):

El Artículo 2 de la referida Ley, define en su numeral 15 que el,

Turismo como actividad comunitaria: es una política de Estado orientada a fomentar la participación de las comunidades organizadas en instancias del poder popular y demás formas de participación en el desarrollo y control de la actividad turística, el manejo adecuado del patrimonio natural y cultural a través del impulso de empresas turísticas de propiedad social directa e indirecta comunal y demás organizaciones socioproductivas del poder popular.

En cuanto a su ámbito de aplicación, el artículo 3 indica que,

Quedan sometidas a las disposiciones de este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica, las actividades con fines turísticos de los sectores público, privado y

de las comunidades organizadas en instancias del poder popular, dirigidas a fomentar, desarrollar e impulsar el turismo sustentable, en todo el territorio nacional.

Asimismo, regulará las actividades económicas que se realicen dentro de las zonas declaradas de interés turístico y demás lugares o zonas turísticas que por su belleza escénica, valor histórico o cultural, tengan significación turística y recreativa, de conformidad a lo dispuesto en este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica.

Los entes públicos, organismos privados y las organizaciones socioproductivas comunitarias que desarrollen actividades relacionadas con el turismo, así como los prestadores de servicios turísticos, ajustarán sus actividades a las disposiciones del presente Decreto con Rango, Valor y fuerza de Ley Orgánica y el ordenamiento jurídico aplicable.

De acuerdo a sus principios, el primer numeral que hace mención al *desarrollo sustentable del turismo*, establece que, “...el desarrollo del turismo debe procurar la recuperación, conservación e integración del patrimonio cultural, natural y social; y el uso responsable de los recursos turísticos, mejorando la calidad de vida de las poblaciones locales, fortaleciendo su desarrollo social, cultural, ambiental y económico” (ibidem).

Ahora bien, si nos ubicamos específicamente al Desarrollo Sustentable de la Actividad Turística y De los Proyectos Turísticos y, al Turismo Sustentable como Actividad Comunitaria, el artículo 65 y 66 de esta misma Ley, respectivamente, indica que,

Artículo 65. El ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo elabora y pone en acción programas de fomento para el desarrollo sustentable de la actividad turística, estimulando:

La modernización de empresas turísticas y demás formas asociativas, en cuanto a renovación de instalaciones, adquisición de nuevos equipos o actualización de sistemas, conforme a la normativa aplicable.

La difusión de manifestaciones culturales propias de la Nación y la protección, restauración y conservación del patrimonio cultural de la República.

La recuperación y preservación del patrimonio natural y de las zonas especiales para el desarrollo turístico, así como de los espacios públicos destinados al turismo, conforme con lo establecido en el Plan Estratégico Nacional de Turismo, y en coordinación con el Ministerio del Poder Popular en materia de ecosocialismo.

Artículo 66. El Estado fomentará y promoverá la incorporación de las comunidades organizadas en instancias del poder popular y demás formas de participación a las actividades socio productivas en el sector turismo, mediante procesos participativos, de autogestión y cogestión, de sensibilización, formación y capacitación, en un marco de corresponsabilidad y equidad social con criterios de sustentabilidad y sostenibilidad. En este sentido a través de Ley especial se establecerán los mecanismos e incentivos para el establecimiento del turismo como una actividad comunitaria y social.

3.2.4.- En cuanto al Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Fomento de Turismo Sustentable como actividad comunitaria y social (2014):

Es importante indicar, que desde finales del año 2014, específicamente durante el mes de noviembre, esta referida Ley -nueva en el ámbito legal-, pareciera ser el resultado de las renovaciones de otros Decretos con Rango Valor y Fuerza, promulgados durante el mismo mes, con solo un día de diferencia, refiriéndonos específicamente a los Decretos con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica del Turismo y Ley Orgánica de Cultura. En este nuevo decreto, existen varios artículos que entablan –al igual que los anteriores-, definiciones y ámbitos de aplicación. Veamos pues, las concernientes en este terreno de estudio.

En cuanto a la *Actividad Turística Sustentable*, el artículo 2 establece,

La actividad turística de tipo comunitario se declara de interés nacional y se impulsa a través de organizaciones socioproductivas conformadas según las leyes que regulen el sistema de economía comunal, las cooperativas y demás formas de asociación relacionadas con el impulso socioproductivo de las comunidades organizadas en instancias de agregación del Poder Popular y demás formas de participación, con el fin de que los propios habitantes de las comunidades procuren la gestión de su propio desarrollo, incluido el manejo de destinos turísticos locales; propiciando la planificación endógena y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales de su entorno, a fin de viabilizar una mejora en la calidad de vida, tanto individual como de la comunidad.

En cuanto a *Turismo y Patrimonio Cultural*, el artículo 3, estipula,

La actividad turística comunitaria y social ha de considerar para su desarrollo, los efectos inducidos sobre el patrimonio cultural, así como los elementos, actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales. El reconocimiento de estos factores locales y el apoyo a su identidad, cultura e intereses, deben ser referentes obligados en la formulación de la políticas turísticas del Ejecutivo Nacional, de los estados, los municipios y de las comunidades organizadas e instancias de agregación del poder popular y demás formas de participación.

Referente a la *Planificación del turismo sustentable como actividad comunitaria*, en su artículo 10 se establece que,

El Plan Estratégico Nacional de Turismo incluye los aspectos relacionados con el turismo rural, ecoturismo, el etnoturismo, el agroturismo, acuaturismo y turismo urbano para lo cual se debe coordinar con el resto de los ministerios del Ejecutivo Nacional que tengan alguna competencia según la especialidad o particularidad de cada modalidad.

Los planes estratégicos de desarrollo turístico que elaboren los estados y los municipios deberán incluir los aspectos relacionados como el turismo sustentable como actividad comunitaria y social, establecido por el Plan Estratégico Nacional de Turismo y leyes aplicables en la materia.

Por otro lado, en cuanto a la *Promoción del patrimonio cultural*, el artículo 27, reza lo siguiente,

El Estado promueve la utilización de los conocimientos comunitarios y de los derechos patrimoniales de las comunidades locales y pueblos indígenas, orientados al beneficio colectivo del país, a través de las actividades turísticas establecidas en este Decreto con Rango, Valor y fuerza de Ley.

El ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo en coordinación con el ministerio del poder popular con competencia en cultura, fortalece el desarrollo del conocimiento y la capacidad innovadora en materia de turismo para su articulación a los sistemas culturales, sociales y productivos del país a través de la capacitación que requieran las comunidades receptoras o anfitrionas.

Esta Ley relaciona todo lo concerniente al desarrollo comunitario local desde el punto de vista económico y social de manera sostenible y sustentable, avocándose al desarrollo de distintos tipos o formas de hacer turismo en aprovechamiento de la multivariiedad de destinos que posee nuestro país. Fortaleciendo a su vez, el sistema socioproductivo de comunidades locales a través del empoderamiento cultural de cada región. Visualizando de alguna forma, esto que en el capítulo anterior denominamos el turismo como industria cultural. Cada artículo lo plasma en ese sentido, siempre y cuando los valores culturales de cada comunidad sean los primeros garantes de progreso. Lo que se quiere fundamentar es como de alguna forma el desarrollo estratégico del país está vinculado directamente a estos ejes transversales (Cultura y Turismo). En este sentido, es importante revisar qué se ha hecho con los Planes Estratégicos, a propósito de las directrices que enmarca cada Decreto con Rango, Valor y fuerza de Ley, como promotores de las políticas públicas asociadas a cada área.

3.2.5.- Planes Estratégicos y Planes Nacionales en Cultura y Turismo: una tarea pendiente.

Cuando revisamos escenarios importantes, referentes a la creación y formulación de un Plan de Cultura o un Plan Estratégico de Turismo en nuestro país, nos topamos con una realidad atrasada en este contexto. Lo normativo y lo legal es la referencia clara al deber ser de una disposición. Pero, ¿cómo podemos ejercer una política pública, un proyecto o un programa sin una directriz?

De los Decretos con Rango, Valor y fuerza de Ley que anteriormente hemos mencionado, cada área temática en turismo y cultura debe tener su línea de actuación, quiere decir, que sin un plan estratégico o sin plan nacional abocado a estos sectores, ¿cómo se sabrá hacia qué dirección caminar?

El artículo 31 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo (2014), expresa:

El ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo tiene a su cargo la elaboración del Plan Estratégico Nacional de Turismo, en concordancia con las disposiciones que rigen la planificación pública y popular, requiriéndose para su aprobación una consulta pública previa, a los integrantes del Sistema Turístico Nacional, conforme a los lineamientos de planificación y desarrollo sustentable de la Nación.

El Plan Estratégico Nacional de Turismo deberá contemplar los objetivos y metas de la actividad turística a ser cumplidos durante su vigencia y estará en concordancia con las políticas del Estado y los Planes de Desarrollo dictados conforme con las disposiciones que rigen la planificación pública y popular.

El Plan Estratégico Nacional de Turismo o sus modificaciones son aprobados por el Presidente o Presidenta de la República Bolivariana de Venezuela mediante decreto y entrarán en vigencia una vez sean publicados en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

Del Plan Nacional de Cultura, el artículo 20, del Decreto con Rango, Valor y fuerza de Ley de Cultura (2014), dicta:

El ministerio del poder popular con competencia en materia de cultura, es el encargado de coordinar la elaboración del Plan Nacional de Cultura, con la participación de los Consejos Populares de Cultura y la Comunidad cultural organizada. El Plan Nacional de Cultura será aprobado por los respectivos consejos populares de cultura y entregado por este al Presidente de la República. Estará sujeto a revisión y actualización actual.

Entonces, bajo esta formalidad, que no solo trasciende a las leyes actuales si no a las previas, pareciera que se hace difícil implementar un plan estratégico cuando desde el año 2001, ya se han manejado lineamientos y Planes de la Nación²² enmarcados en los valores fundamentales del Socialismo del siglo XXI.

Sin embargo, en cuanto al área turística podemos indicar que existió formalmente, desde la creación del Ministerio del Poder Popular para el Turismo un Plan Nacional Estratégico de Turismo 2005-2009, que se avocaba a consolidar el turismo como motor de desarrollo económico, bajo el enfoque y los lineamientos generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación, así como un par de propuestas de Plan Estratégico, siendo el segundo durante el periodo 2009-2013 y, el actual *Plan Estratégico Nacional de Turismo Plan Sectorial 2015-2019*. Es importante

²² Háblese de las Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007, Proyecto Nacional Simón Bolívar (Primer Plan Socialista para el Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013) y del Plan de la Patria (Segundo Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2013-2019).

aclarar, que aunque existen publicaciones del segundo plan estratégico, éste solo quedó en supuesto, sin una formalidad en su ejecución, manteniendo entonces, las directrices en materia de turismo del primer plan formal. En cuanto al último -el tercero en este caso-, no se tiene mayor información que el publicado en la página web del MINTUR, el cual contiene pautas indefinibles y sin un marco de desarrollo que vislumbre directrices concretas, ya que todavía, se encuentra en proceso de consulta.

Con respecto al punto “Cultura”, aún no se avista un Plan Nacional de Cultura y Artes para la Nación, por ahora durante el sistema de gobierno actual, un proceso que lleva un poco más de 16 años, solo se ha conformado con dar directrices que giran en torno a los Planes de Desarrollo de la Nación y los cambios en materia normativa y legal. Se hace hincapié a que los logros quizás obtenidos en materia de cultura, se reducen a cada gestión administrativa ministerial, enfatizándose durante los últimos cuatro años a los esfuerzos de programas que fortalecen el cine y la lectura, pero éste último con criterios modélicos del sistema de gobierno actual.

3.4.- Directrices del Plan Nacional Simón Bolívar 2007-2013 y el Plan de la Nación 2013-2019.

El Proyecto Nacional Simón Bolívar en su *Primer Plan Socialista –PPS- del Desarrollo Económico y Social de la Nación para el periodo 2007- 2013*, se define a través de las siguientes directrices:

1. Nueva Ética Socialista.
2. Suprema Felicidad Social.
3. Democracia Protagónica Revolucionaria.
4. Modelo Productivo Socialista.
5. Nueva Geopolítica Nacional.
6. Venezuela: Potencia Energética Mundial.
7. Nueva Geopolítica Internacional.

Bajo estos lineamientos, definir cada una de ellas se extendería a un sin fin de observaciones tanto positivas como negativas, el tema de estas directrices se basa en la dirección económica y política que conlleva este plan, claro está, todo Plan de Gobierno está cargado de lineamientos en pro o en función de sus objetivos ideológicos de base. Que más allá de sus preceptos, todo sistema de gobierno debe enfocarse al bienestar social de la Nación a través del desarrollo social, económico, cultural, educativo, entre otros. Y en pro de este desarrollo contemplar políticas públicas y medidas económicas prósperas y armoniosas para la población en general.

Esta definición propia, se debe a que este Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación para el periodo 2007- 2013, establece una serie de principios, en los que propone: la “refundación de la Nación”, una estructura social incluyente, sin división social y en condiciones de vida similares, en la que la organización de las comunidades sean las portadoras de fuerza colectiva, pero su punto clave como potencia país, sigue siendo nuestra riqueza petrolera. “El petróleo continuará siendo decisivo para la captación de recursos del exterior, la generación de inversiones productivas internas, la satisfacción de las propias necesidades de energía y la

consolidación del Modelo Productivo Socialista” (p. 6). Es decir, en el desarrollo económico y cultural de este Plan no se contempla ni se fundamenta -en alguna proporción-, la visión de desarrollo en el área turística, o por lo menos, no lo propone.

Ahora bien, en el *segundo Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación para el periodo 2013- 2019*, las bases del modelo político se acentúan aún más. Aquellas siete líneas estratégicas anteriormente mencionadas, se transforman en lo que Chávez llamó una importante evolución metódica. Indicando en esta nueva fase:

*"Someto al pueblo cinco grandes objetivos históricos y como su palabra o como la misma palabra lo dice, son históricos porque vienen de lejos, de atrás, se ubican en la perspectiva del tiempo pasado y se ubican en la perspectiva del tiempo por venir, nos trascienden a nosotros mismos, trascienden el tiempo de ayer, trascienden el tiempo de hoy rumbo al tiempo del mañana, son los grandes objetivos permanentes, históricos"*²³. (p. 11).

Producto de esta nueva fase, la que actualmente está existiendo, es donde los objetivos históricos se puntualizan en los siguientes:

1. Defender, expandir y consolidar el bien máspreciado que hemos reconquistado después de 200 años: la independencia nacional.
2. Continuar construyendo el socialismo bolivariano del siglo XXI, en Venezuela, como alternativa al sistema destructivo y salvaje del capitalismo y con ello asegurar la "mayor suma de seguridad social, mayor suma de estabilidad política y la mayor suma de felicidad " para nuestro pueblo.
3. Convertir a Venezuela en un país potencia en lo social, lo económico y lo político dentro de la gran potencia naciente de América Latina y el Caribe, que garanticen la conformación de una zona de paz en nuestra América.

²³ Cursivas y comillas extraídas del propio texto del Plan de la Nación.

4. Contribuir al desarrollo de una nueva geopolítica internacional en la cual tome cuerpo un mundo multicéntrico y pluripolar que permita lograr el equilibrio del universo y garantizar la paz planetaria.
5. Preservar la vida en el planeta y salvar a la especie humana.

Conforme a estos objetivos, pareciera que la visión de desarrollo es fundamentada en un proceso más global, entendiendo que sobre las mismas bases del modelo productivo socialista, el tema de convertir a Venezuela en un país potencia en lo social, lo económico y lo político, no se convierte al enfoque reduccionista de la industria petrolera, aunque aún dependamos considerablemente de ella. Los canales de valor económico trascienden a otros vínculos estratégicos sobre todo sostenibles y sustentables, más ecológicos. La visión se amplía un poco y la preocupación por ser una potencia multidesarrollo, en pro de fortalecer los destinos no tradicionales incrementando así el ingreso de divisas al país, es una mirada más accesible. Sin embargo, vincularlo como parte del desarrollo patrimonial de la Nación aún no se encuentra definido, en tanto al desarrollo cultural, su punto de vista parece reducirse a la apropiación de las tradiciones, el rescate de nuestra identidad nacional producto de la reconstrucción histórica de nuestros orígenes, a la apropiación del patrimonio cultural material e inmaterial por parte de los cultores de cada localidad, vislumbrando cierto recelo a su puesta en uso como recurso turístico.

Es decir, pareciera que existe una normativa, unos fundamentos bases a través del actual Plan de la Nación, pero no a través de planes estratégicos que reflejan

políticas públicas como tal para el fomento de un turismo cultural. En este sentido, para tratar de resolver este problema en el capítulo metodológico se expondrán las fases por las cuales transita esta investigación, en función de contrastar en el último capítulo de análisis: qué tenemos, qué podemos tener, qué podemos realizar y a través de cuáles lineamientos.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Todo trabajo de investigación, debe llevar a cabo una metodología que pueda definir la forma, el tipo, el método, los enfoques y en general las etapas o fases de estudio para comprender hacia qué dirección va dirigida y los aspectos que tomará en cuenta para la ejecución final y el análisis de resultados.

4.1 Paradigma de la Investigación.

Según Hernández (2012), el “Paradigma denota, en este caso, una síntesis de creencias y de compromisos compartidos por una comunidad científica con el propósito de resolver problemas” (p. 49). En este sentido, basándonos en el criterio que plantea Igartua²⁴, el paradigma por el cual se basará esta investigación es el **Paradigma interpretativo**, el cual “sustituye los principios del paradigma positivista (predicción, explicación causal, control de variables), para comprender de manera profunda el significado de los fenómenos sociales, sin establecer leyes universales” (íbidem, p. 52).

En otras palabras, con esta investigación se pretende otorgar una alternativa de sociedad actual, bajo el modelo productivo existente, a través del fortalecimiento de las relaciones sociales y la formulación de una opción de desarrollo económico y cultural.

²⁴ Es uno de los Paradigmas que clasifica el Dr. Gustavo Hernández en su libro *Cómo hacer un Proyecto de Investigación en Comunicación*.

4.2.- Tipo, diseño y enfoque de Investigación.

El diseño de esta investigación será un híbrido de tipo documental y analítico, con perspectiva y enfoque cualitativo dado los análisis y diagnósticos a realizar para la generación de unos lineamientos estratégicos para el fomento del Turismo Cultural en Venezuela. Hernández (2012) define a estos tipos de investigación como:

Investigación documental: se basa en el acopio, procesamiento, organización, análisis e interpretación de la documentación existente en un campo del conocimiento. (...) Se trata de proporcionar nuevos enfoques teóricos acerca del objeto de estudio a partir de la literatura existente.

(...)

Investigación analítica: radica en comprender un fenómeno determinado atendiendo a las relaciones que se establecen entre sus diversas partes. (...) Se analiza partiendo de criterios teóricos y conceptuales bien definidos; razón por la cual es muy importante formular las bases teóricas del estudio para interpretar la realidad (p. 154-155).

Bajo este contexto, se espera poder contribuir sobre los estudios del Turismo Cultural en Venezuela, a través de los enfoques iberoamericanos, tratando de proponer lineamientos estratégicos para la implementación de políticas culturales en este sector. Por esto, hablamos de una investigación de tipo documental-analítica, ya que se ahondará en consideraciones generales de nuestro objeto de estudio, su campo de aplicación en Latinoamérica, cómo puede establecerse políticas culturales en Venezuela, a partir de las orientaciones que existen actualmente en el terreno cultural para el desarrollo y fomento de este campo.

4.3.- Método, Técnica y recolección de información de la Investigación

Ahora bien, el método que correspondería a utilizar dada la perspectiva cualitativa, es el método hermenéutico, que Briones (1996) supo sintetizar dentro de las escuelas filosóficas, en cuanto a que el mismo se basa en la comprensión. Considera varios enfoques, ya que no existe una definición única sobre la hermenéutica, pero habla sobre el criterio de Gadamer, quien manifiesta que,

...la comprensión, que tiene un carácter objetivo, no consiste en entender al otro, sino entenderse con otro sobre un “texto”. Un “texto” puede ser un acontecimiento histórico, una obra de arte, etc., pero en cualquiera de esos casos, la comprensión que se logra es histórica, en cuanto ese acontecimiento u objeto está mediado históricamente. (p. 36).

Todo ello, bajo las técnicas propias del enfoque cualitativo, pero principalmente, a través de un levantamiento de información mediante el arqueo bibliohemerográfico de fuentes primarias y secundarias especializadas (búsqueda documental).

Así mismo, la otra técnica a utilizar, será la aplicación de Entrevistas a Profundidad a expertos en el área de Cultura, gestión cultural, políticas públicas y culturales, turismo y turismo cultural; a través de la construcción de un instrumento de recolección de información semi-estructurado propia de una *Entrevista*, ésta “se basa en una guía de preguntas que son de carácter flexible ya que pueden cambiar según la dinámica interactiva que se establece con los entrevistados” (Hernández; 2012, p. 163).

4.4.- Fases de la investigación.

Para los efectos de esta investigación, previamente se elaboró una propuesta de cadena de valor del turismo cultural en Venezuela, específicamente en el Capítulo II, sobre la base de la propuesta de esta cadena de valor es que existe en este trabajo una consulta a varios expertos en el área. En este sentido, para la elaboración de este trabajo, se establecerán tres fases procedimentales, en las cuales, dada la complejidad de cada una se detallará a continuación lo siguiente:

4.4.1.- I Fase:

Para esta primera fase, tal como se mencionó en la técnica de recolección de información será a través del análisis documental²⁵, éste análisis particularmente se considerará a través de fuentes primarias y secundarias (libros, revistas y artículos especializados, videos documentales de profesionales en el área, estudios previos validados, documentos oficiales de nuestro país y otros países, documentos formales y publicados obtenidos de seminarios y congresos internacionales, leyes y marco normativo del área en Venezuela, entre otros), para la construcción del encuadre teórico de los primeros tres capítulos (marco teórico referencial).

Estos primeros tres capítulos, se clasificarán:

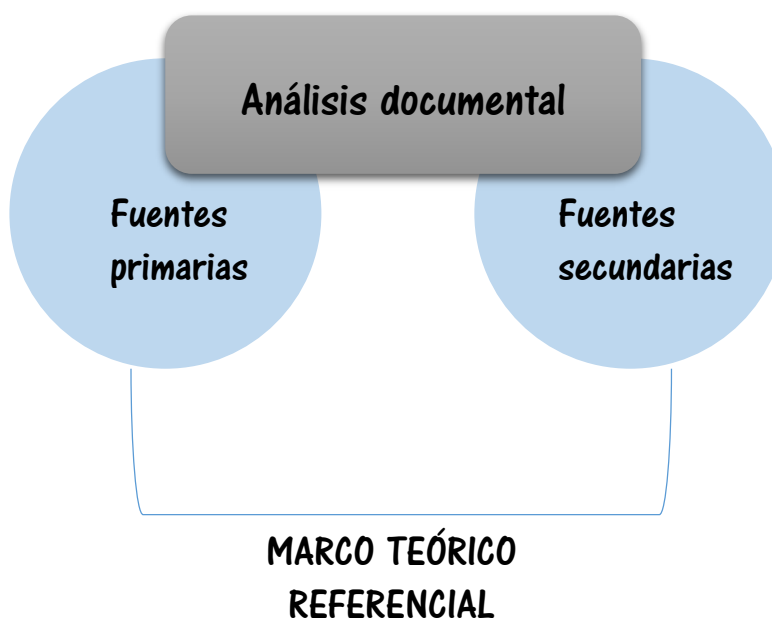
- ✓ Capítulo I: Problema de la investigación.

²⁵ Definición ya puntualizada en el apartado 4.2 de este capítulo.

- ✓ Capítulo II: El Turismo Cultural como visión de desarrollo.
- ✓ Capítulo III: Diagnóstico de las Políticas Públicas aplicadas al Turismo Cultural en Venezuela.

La finalidad de estos documentos, más allá de resolver y precisar este esquema señalado, es materializar el encuadre teórico de la investigación. Las conceptualizaciones, definiciones, aportes de otros investigadores y lineamientos específicos, se aproximan a lo que se evaluará con las otras fases, vincular esta primera etapa con las siguientes, señalará la dirección a la que queremos llegar.

Gráfico N° 2. Primera fase de la Investigación



Fuente: Elaboración propia, 2015.

4.4.2.- Fase II:

Dentro de esta fase, se encuentra la parte más activa –en términos de desplazamiento e interacción cara a cara-, de la investigación. Esta etapa se empieza a procesar cuando nos encontramos a mitad de camino de la primera fase. Debido a que para poder considerar qué se requiere para la clasificación de este contexto, se necesita el escenario teórico antes definido.

En este sentido, comenzaremos con el análisis de la situación actual del turismo en Venezuela (la misma corresponde al desarrollo inicial del último capítulo de esta investigación), a partir de las referencias ya establecidas en el marco teórico, agregando el comportamiento que mantiene este sector a nivel mundial, regional y local.

Por otro lado, se evidenciará el comportamiento del turismo receptivo e interno, así como el porcentaje histórico de participación del Turismo en la Economía venezolana, a través de las estadísticas turísticas de Venezuela. Es importante acotar, que en esta segunda fase, una proporción alta se obtiene a través de fuentes primarias, ya que en este caso, las estadísticas son los resultados obtenidos directamente del ente rector, a su vez, sobre las referencias de la Organización Mundial del Turismo.

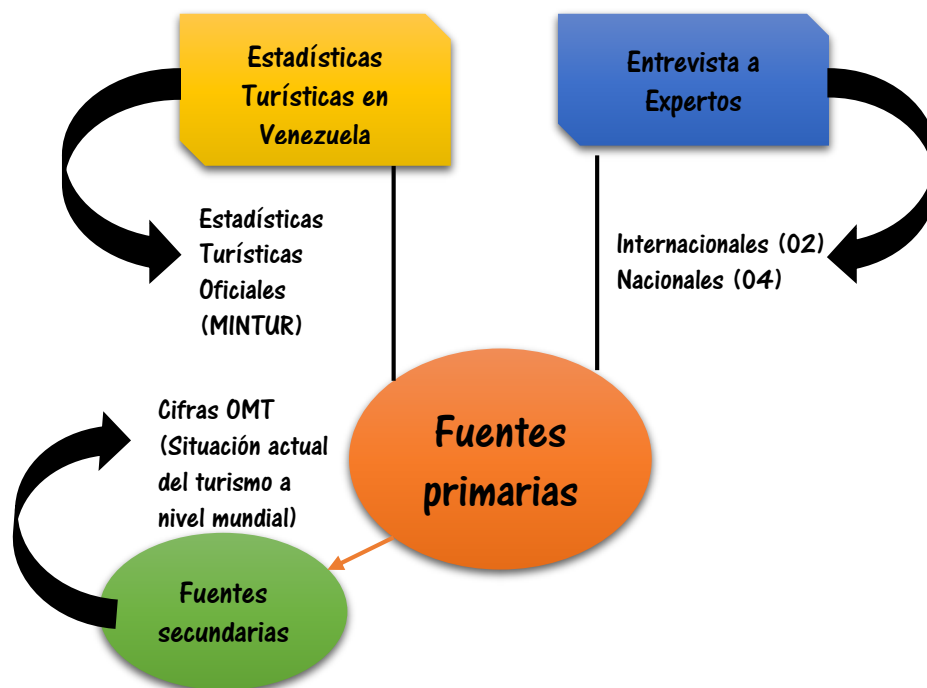
Otro factor importante que comprende esta fase es la entrevista a profundidad a expertos en el área. Ya que no solo podemos aproximarnos con la sola investigación documental, hay que palpar la realidad con especialistas. Un experto quiere decir una

persona hábil o con experiencia en un área. En este caso, se ubicaron a seis (06) expertos que tuvieran conocimientos generales sobre el turismo cultural, políticas culturales y, específicamente sobre la cadena del valor del Turismo Cultural. El objetivo se enmarcaba en recabar la mayor cantidad de información posible y categorizarla a través de la cadena en cuestión (Véase Gráfico N° 3).

Ahora bien, ¿por qué si la categorización de la entrevista estaba dirigida específicamente a la cadena de valor de turismo cultural, se tuvo que preguntar sobre los conocimientos generales del turismo, cultura y políticas culturales (caso Venezuela)? Porque de alguna forma, se necesitaban hilos conductores a posibles respuestas incompletas y para vincular los cabos sueltos en el marco teórico.

En ese sentido, las entrevistas cuentan con dos tipos de cuestionarios, uno para los expertos nacionales (un total de cuatro especialistas) y otro para los expertos internacionales (un total de dos especialistas), contabilizando seis expertos en general. En importante acotar, que como cada entrevistado se especializaba en un área particular, a pesar de que se trató de considerar un prototipo integral, la primera entrevista que se realizó, fue estrictamente dirigida a la realidad país de República Dominicana, sin embargo, se pudo atajar las respuestas orientadas a la categorización previamente establecida. Las entrevistas por ser un material extenso, se encuentran transcritas en un documento aparte, y se ubican guardadas en versión digital en el cd informativo anexo a este trabajo de investigación.

Gráfico N° 3. Segunda Fase de la Investigación



Fuente: Elaboración propia, 2015.

En cuanto a la *finalidad de las entrevistas*, se tomaron en cuenta dos razones, la primera, conocer los términos conceptuales del marco teórico, hablese de Cultura, turismo, turismo cultural; asimismo, comprender de manera más precisa, si en el caso de las políticas públicas para el sector cultural y turístico se encuentran orientadas o no al fomento del turismo cultural en el país. La segunda razón es, para efectos de esta investigación, la más substancial, debido a que a partir de la cadena de valor del turismo cultural -propuesta al inicio de este trabajo-, se categorizarán los análisis medulares de la Fase III (Matriz FODA).

Cuadro N° 3 Finalidad de las entrevistas

Temas centrales	Intención de respuestas
<i>En cuanto a Turismo, Cultura y Turismo Cultural</i>	Definiciones. Posturas teóricas.
<i>En cuanto a Políticas Culturales.</i>	Percepciones generales. Hacia a dónde apuntan en el caso venezolano. Consideraciones y evaluaciones para la formulación de las mismas en el área de turismo cultural.
<i>Producción del T. C</i>	Bases para desarrollarla. Evaluación general para su práctica. Insumos.
<i>Distribución, comercialización del T.C</i>	Formas de distribución. Tipos de distribuidores. Inventario de oferta cultural.
<i>Promoción del T. C</i>	Marketing y ventas.
<i>Consumo del T. C</i>	Tipo de público demandante.

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Como se comentó anteriormente, para esta etapa procedimental se contaron con un total de seis (06) expertos. La formulación del cuestionario de entrevista cuenta con dos diseños: el primero se realizó a cuatro (4) expertos nacionales y la segunda a los otros dos restantes que se consideran expertos internacionales.

Se trató de formular criterios que pudiesen responder a las interrogantes del proceso de categorización y, se cuentan con dos diseños de entrevistas por los condicionantes: distancia y disposición del entrevistado. Por lo cual, se visualizarán

menos preguntas para los expertos internacionales. También hay que acotar que la recopilación de las respuestas a los entrevistados en general, fue a través de dos recursos: entrevista cara a cara, para el caso de los expertos nacionales, a excepción de uno que se encontraba fuera de la ciudad de Caracas, por lo cual se le aplicó el envío y recepción del cuestionario vía correo electrónico, al igual que a los dos expertos internacionales.

Cuadro N° 4 Guía de entrevistas a Expertos Nacionales

GUÍA DE ENTREVISTAS (CASO VENEZUELA)
1.- ¿Cómo podrías definir los siguientes términos: Cultura, Turismo y Turismo Cultural? 2.- ¿Por qué desarrollar el Turismo Cultural, cuáles son sus bases para desarrollarla? 3.- ¿Puede haber cultura sin turismo o turismo sin cultura? 4.- Tomando en cuenta estos análisis... ¿cree usted que puede ser viable y aplicable una estrategia para el Fomento del Turismo Cultural como eje de desarrollo de nuestra sociedad, bajo este modelo económico y político? 5.- Como está el turismo hoy en día... ¿cree que deben mejorarse los mecanismos de producción, distribución y comercialización del turismo en Venezuela? de ser positiva... ¿a través de qué, cómo y de quienes? 6.- ¿Cómo podríamos transformar el turismo como un producto cultural? 7.- A propósito de las políticas públicas... ¿considera que el Estado se ha aproximado a desarrollar una política de turismo con contenido cultural o una política cultural con contenido turístico? ¿Como cuáles? 8.- y sobre esa base, ¿quiénes cree usted que son los responsables en materia de turismo cultural? 9.- ¿Hacia dónde considera que están desarrolladas las políticas públicas en el sector cultural de nuestro país? y en base a ello, ¿hacia dónde desde su experiencia deberían apuntar? 10.- ¿Alguna recomendación o reflexión final sobre este tema?

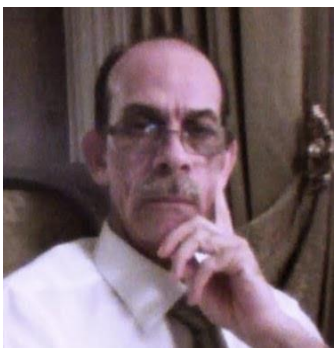
Fuente: Elaboración propia, 2015.

Cuadro N° 5 Guía de entrevistas a Expertos Internacionales

ESCENARIO DOMINICANO
1.- ¿A partir de qué momento comienzan a visualizar un posible desarrollo del Turismo Cultural en República Dominicana? ¿Cuáles fueron sus pasos iniciales y sus conceptos básicos o por cuales se apoyaron? 2.- ¿Por qué desarrollar el Turismo Cultural, cuáles son sus bases para desarrollarla? ¿Puede haber cultura sin turismo o turismo sin cultura? 3.- ¿Cómo podría fusionar estos tres términos: la cultura, el turismo y la identidad nacional en un país, tomando en cuenta su experiencia en República Dominicana? 4.- ¿Cuáles son las instituciones, organismos o sectores públicos y privados que actúan en función del desarrollo del Turismo Cultural en su país? ¿Existe una política o es parte de su diversificación en ofertas de turismo? 5.- ¿Cuáles son las experiencias en su país que considera más importantes para el desarrollo del Turismo Cultural? En caso de indicarla, ¿por qué?
ESCENARIO ESPAÑOL
1.- ¿Cómo podría definir los siguientes términos: Cultura, Turismo y Turismo Cultural? 2.- ¿Por qué desarrollar el Turismo Cultural, cuáles serían sus bases para desarrollarla? 3.- ¿Puede haber cultura sin turismo o turismo sin cultura? 4.- Como está el turismo hoy en día... ¿cree que deben mejorarse los mecanismos de producción, distribución y comercialización del turismo en Venezuela? de ser positiva, ¿a través de qué, cómo y de quienes? 5.- ¿Cómo podríamos transformar el turismo como un producto cultural? 6.- ¿Hacia dónde considera que deben estar desarrolladas las políticas públicas en el sector cultural en un país? y en base al desarrollo de un turismo cultural, ¿hacia dónde desde su experiencia deberían apuntar?

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Cuadro N° 6. Perfil de entrevistados

	NOMBRE DEL EXPERTO	EXPERIENCIA EN EL ÁREA DE ESTUDIO
	CARLOS SANTOS DURÁN	Figura reconocida del arte dominicano, con estudios en Sociología, egresado de la Escuela Nacional de Pintura de Bellas Artes de República Dominicana. Técnico y gestor cultural con más de 20 años de experiencia en el sector cultural. Actualmente es Viceministro de Desarrollo Institucional en el Ministerio de Cultura de República Dominicana.
	JORDI TRESSERRAS JUAN	Doctor en Geografía e Historia · Especializado en gestión del patrimonio y turismo cultural - Barcelona. Presidente en IBERTUR - Red de Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible y Director del LAB-PATC Laboratorio de Patrimonio, Creatividad y Turismo Cultural en la Universidad de Barcelona, España.
	ZAIDA GARCÍA VALECILLO	Profesora en Artes mención Artes Plásticas. Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Caracas-Venezuela. Magister en Artes mención Estética. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Doctora en Educación Artística. Universidad de Sevilla, España. Profesora de Arte en Pregrado y Postgrado - Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Instituto Pedagógico de Caracas. Diseño y ejecución de asignaturas, seminarios, talleres u otras actividades vinculadas a la enseñanza de las artes plásticas y la educación patrimonial.

	GISELA KOZAK ROVERO	Licenciada en Letras (Universidad Central de Venezuela); Magíster en Literatura Latinoamericana (Universidad Simón Bolívar). Doctora en Letras (Universidad Simón Bolívar). Profesora Asociada de la Escuela de Letras y de la Maestría en Estudios Literarios (UCV). Actualmente investiga sobre Políticas culturales y revolución bolivariana.
	JOSÉ LUIS FIGUEROA	Ingeniero Forestal (ULA) Venezuela. Postgrado en Técnicas de Gestión Empresarial por la Universidad de Barcelona - España. Máster en Gestión Cultural por la Universidad de Barcelona - España. Consultor independiente. Creador y Director de varios proyectos de Formación Continua como Diplomados y Cursos Avanzados en Universidades venezolanas y de importantes proyectos de gestión turística y cultural.
	JESSICA LUGO	Licenciada en Artes, mención Promoción Cultural de la UCV. Especialista en Gestión Sociocultural (Universidad Simón Bolívar). Cursa actualmente la Especialización de Periodismo Digital en la Universidad Monte Ávila. Coordinadora de Gestión Patrimonial en la Dirección General de Gestión de Destinos Turísticos del MINTUR (Venezuela) con 5 años de experiencia.

Fuente: Elaboración propia, 2015.

4.4.3.- Fase III:

En esta etapa se procede a diseñar una matriz FODA, como una táctica de posicionamiento con la finalidad de valorar la visión estratégica del desarrollo del turismo cultural en Venezuela. Esto a propósito de lo que se ha formulado en los capítulos II y III de esta investigación. Asimismo, como se mencionó anteriormente, la categorización de esta matriz se formula a partir de la cadena de valor propuesta sobre el turismo cultural y, la misma corresponde a la elaboración final de la investigación (Capítulo V).

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

(...)

El objetivo primario del análisis FODA consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto, (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas.

Bajo este manejo de datos, surgen los análisis finales, con la intención de generar una propuesta de lineamientos estratégicos para la elaboración de políticas públicas para el fomento del Turismo Cultural en Venezuela.

El propósito se centra, en dilucidar hacia qué dirección vamos y cuál es la visión actual, para luego establecer las conclusiones y recomendaciones.

Gráfico N° 4. Tercera Fase de la Investigación.



Fuente: Elaboración propia, 2015.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

5.1.- Escenario actual del Turismo a nivel Mundial.

En esta sección, se abordarán estadísticas generales en materia turística, en cuanto al comportamiento actual de esta actividad económica. Partiremos de lo general a lo particular, precisando en el escenario mundial en qué situación nos encontramos referente a los espacios con mayor registro turístico. Es importante mencionar, que aunque se cuenta con información estadística de turismo internacional²⁶ – proporcionada por informes de la OMT-, el enfoque particular se otorgará a Venezuela, que es nuestro caso de estudio.

Se cuenta con información publicada por informes oficiales de la Organización Mundial del Turismo (OMT), las mismas contienen datos relacionados al año 2013, ya que aún no se cuenta con datos publicados para el año 2014. En el caso Venezuela, que es nuestro centro de atención, se pudo contar con estadísticas y series históricas oficiales, tanto del año 2013, como del año 2014, pero éste último, a pesar de que son oficiales, aún no cuentan con una publicación formal, pero son datos cedidos y corroborados por la Oficina de Estadísticas Turísticas del Ministerio del Poder Popular para el Turismo.

²⁶ Según la OMT, el *turismo internacional* incluye el *turismo receptor* y el *turismo emisor*, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del *país de referencia*.

5.1.1.- Llegadas de Turistas: una breve referencia internacional.

Las cifras oficiales que maneja la Organización Mundial del Turismo (OMT), particularmente, en su último informe sobre el “Panorama OMT del Turismo Internacional” (2014), señala una serie de estadísticas que nos orientan a visualizar cómo se está movilizandando parte de nuestra economía mundial, esto a través del desarrollo y fortalecimiento de esta industria turística.

Para el cierre del año 2013, el turismo representaba el 9% del Producto Interno Bruto (PIB) a nivel mundial, esto según cifras de la OMT. En ese sentido, pensar en desarrollar el turismo como una oportunidad de desarrollo sostenible, sobre todo para aquellos países en vía de desarrollo, es viable. “El turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo” (OMT; 2014, p. 3). Las estadísticas así lo afirman. Para el año 2014, específicamente para la celebración del Día del Turismo, la OMT señaló que esta industria,

...genera uno de cada 11 puestos de trabajo en el mundo y es un sector fundamental de generación de ingresos en las economías emergentes y en desarrollo, está ampliamente reconocido por su capacidad para responder a los desafíos mundiales. La consolidación de la influencia económica del turismo ha aumentado su responsabilidad social y su relevancia política, y cada vez son más los países que dan un mayor peso al turismo en la planificación de sus políticas económicas y de desarrollo. (OMT; 2014).

A esto se le suma la cantidad de destinos que se han abierto a favor de esta tendencia, que más allá de componer el factor económico, se han visto en la necesidad de invertir en su propio territorio, en pro de nuevas infraestructuras, de restauraciones y recuperaciones de patrimonios materiales, en mejora de los servicios complementarios, rutas y nuevas conexiones de transporte, entre otros; para así, poder optar a ser uno de los tantos destinos distinguidos dentro del amplio abanico de ofertas, “las llegadas de turistas internacionales han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido: desde los 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, los 528 millones en 1995 y los 1.087 millones en 2013” (OMT; 2014). Véase Gráfico N° 5.

Gráfico N° 5. Turismo Internacional 2013



Fuente: Panorama OMT del Turismo Internacional (Informe), edición 2014; p. 3.

5.1.2.- Posición de Las Américas:

Ahora bien, visualizando con más detalle el gráfico N° 5, nos percatamos que Europa es el líder en materia de Turismo internacional con más del 50% del total de visitantes anuales, seguido de Asia y el Pacífico con el 23%. Pero bien, al enfocarnos solo al continente Americano, compuesto por América del Norte, centro América, el Caribe y América del Sur, notamos que la dinámica se reduce, siendo el tercer mercado de turistas internacionales con 168 millones de visitantes anuales, que representa el 15% a nivel mundial. Sin embargo, esto en términos económicos representa el 20% de ingreso²⁷ (229 millones de dólares) de toda la economía turística a nivel mundial, según cifras del año 2013.

Siguiendo en esta tónica, al ubicarnos a una escala más reducida, América del Sur disminuye considerablemente su posición valorativa, representando apenas el 2,5% de la cantidad de visitantes por turismo internacional, con un poco más de 27 millones de visitantes anuales. (Véase *cuadro N° 7*). Aun así, a pesar de esta cifra, no hay número despreciable para esta medición. En todo caso, sería interesante conocer, cuáles son las motivaciones y razones principales por las cuales ingresa un turista a una región o localidad determinada, algo más detallado dentro de la categorización de visita turística por vacaciones y ocio. Conocer si dentro de la oferta turística se ubica el turismo cultural, este tipo de turismo que se ha venido planteando en capítulos anteriores.

²⁷ Según la OMT, los ingresos por turismo internacional son las ganancias que se generan en los países de destino por gasto en alojamiento, manutención, transporte interior, ocio, compras y otros bienes y servicios.

Porque hay que tomar en cuenta que la demanda se origina a través de una oferta y de su diversificación en el destino (calidad, servicios, precios y novedad), esa oferta que se ha venido planteando debe ser contabilizada. Considerar en un futuro, a mediano plazo, que los tipos de ofertas turísticas se conviertan en cifras medibles en toda la región²⁸, es algo deseable.

Cuadro N° 7. Llegadas de Turistas Internacionales 2013

	Llegadas de turistas internacionales (millones)							Cuota de mercado (%)	Variación (%)		Crecimiento medio anual (%)
	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013*		12/11	13/12	
Mundo	434	528	677	807	948	1.035	1.087	100	4,1	5,0	3,8
Economías avanzadas¹	296	334	421	459	506	551	581	53,4	3,8	5,4	3,0
Economías emergentes¹	139	193	256	348	442	484	506	46,6	4,4	4,5	4,8
Por regiones de la OMT:											
Europa	261,1	304,0	388,2	448,9	484,8	534,4	563,4	51,8	3,6	5,4	2,9
Europa del Norte	28,2	35,8	46,6	60,4	62,7	65,1	68,9	6,3	0,9	5,8	1,6
Europa Occidental	108,6	112,2	139,7	141,7	154,4	167,2	174,3	16,0	3,5	4,2	2,6
Europa Central/Oriental	33,9	58,1	69,3	90,4	94,5	111,7	118,9	10,9	8,3	6,5	3,5
Eur. Meridional/Medit.	90,3	98,0	132,6	156,4	173,3	190,4	201,4	18,5	1,9	5,7	3,2
- de los cuales UE-28	229,7	267,3	332,3	363,8	380,0	412,2	432,7	39,8	2,7	5,0	2,2
Asia y el Pacífico	55,8	82,0	110,1	153,5	204,9	233,5	248,1	22,8	6,9	6,2	6,2
Asia del Nordeste	26,4	41,3	58,3	85,9	111,5	122,8	127,0	11,7	6,0	3,5	5,0
Asia del Sudeste	21,2	28,4	36,1	48,5	70,0	84,2	93,1	8,6	8,7	10,5	8,5
Oceanía	5,2	8,1	9,6	10,9	11,4	11,9	12,5	1,1	4,0	4,7	1,7
Asia Meridional	3,1	4,2	6,1	8,1	12,0	14,6	15,5	1,4	6,2	6,1	8,4
Américas	92,8	109,1	128,2	133,3	150,6	162,7	167,9	15,5	4,3	3,2	2,9
América del Norte	71,8	80,7	91,5	89,9	99,5	106,4	110,1	10,1	4,2	3,5	2,6
El Caribe	11,4	14,0	17,1	18,8	19,5	20,7	21,2	2,0	3,0	2,4	1,5
América Central	1,9	2,6	4,3	6,3	7,9	8,9	9,2	0,8	7,3	3,7	4,9
América del Sur	7,7	11,7	15,3	18,3	23,6	26,7	27,4	2,5	5,0	2,6	5,2
África	14,7	18,7	26,2	34,8	49,9	52,9	55,8	5,1	6,6	5,4	6,1
África del Norte	8,4	7,3	10,2	13,9	18,8	18,5	19,6	1,8	8,2	6,1	4,4
África Subsahariana	6,3	11,5	16,0	20,9	31,2	34,5	36,2	3,3	5,8	5,0	7,1
Oriente Medio	9,6	13,7	24,1	36,3	58,2	51,7	51,6	4,7	-5,4	-0,2	4,5

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO). Panorama OMT del Turismo Internacional (Informe), edición 2014; p. 4. (Resaltado propio)

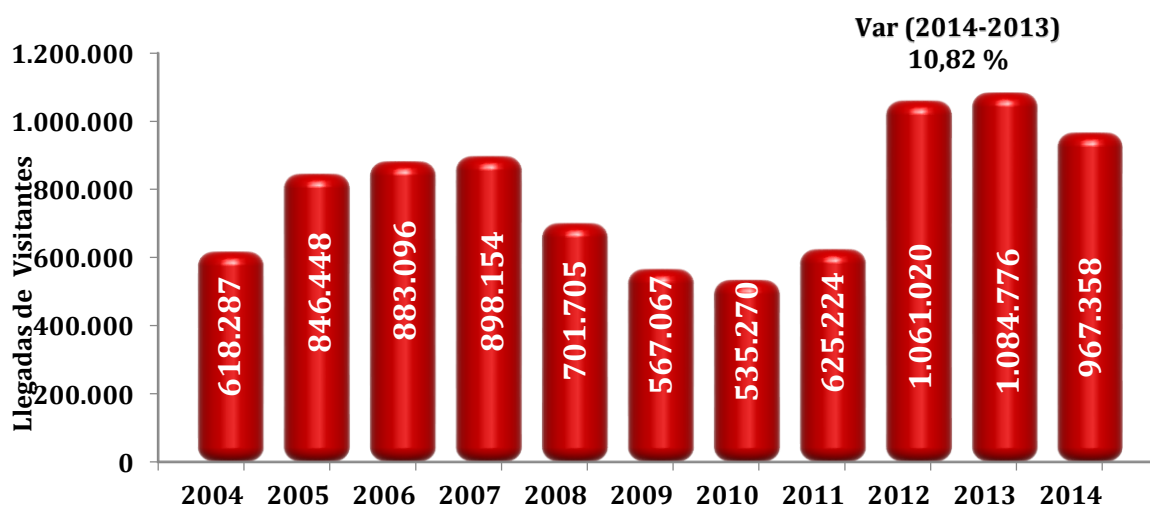
¹ Clasificación basada en el Fondo Monetario Internacional (FMI).

²⁸ Particularmente en las Américas, ya los renglones categorizados por la OMT, no se mide en todos los países. Existen estadísticas en países latinoamericanos que llegan a medir el ingreso por turismo cultural, incluso, Europa alcanza niveles de medición a través de indicadores culturales bastante avanzados. Sin embargo, para esta investigación (caso Venezuela), aún no se cuenta con esas estadísticas.

5.1.3.- Comportamiento estadístico del turismo en Venezuela.

En este apartado, más que visualizar la posición de Venezuela en términos comparativos a la región latinoamericana, es poder observar el camino que ha llevado esta importante actividad económica en el país. Esto en función, de comprender cómo ha sido el comportamiento de este sector.

Gráfico N° 6. TURISMO RECEPTIVO²⁹
Llegadas de Visitantes Internacionales
2004 - 2014



Fuente: Cifras oficiales cedidas por la Oficina de Estadísticas Turísticas – MINTUR (2015)³⁰. Por publicar.

²⁹ Según nuestro actual Decreto con Rango Valor y fuerza de Ley Orgánica de Turismo (2014), el Turismo Receptivo, engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en la República Bolivariana de Venezuela, como parte de un viaje turístico receptor.

³⁰ Es importante indicar, que todas las estadísticas suministradas por la Oficina de Estadísticas Turísticas de MINTUR, fueron canalizadas a través de las Oficinas de Migración de los Aeropuertos Internacionales: "Simón Bolívar" de Maiquetía (Vargas), "Santiago Mariño" (Nueva Esparta), "Arturo Michelena" (Carabobo), "La Chinita" (Zulia), "Josefa Camejo" (Falcón), "Manuel Piar" (Bolívar), "José Antonio Anzoátegui" (Anzoátegui), Aduana Principal de Santa Elena de Uairen (Bolívar), Puesto Fronterizo San Antonio (Táchira) y de los Puertos Marítimos Guamache y Concorde (Nueva Esparta), Puerto de Falcón y el Puerto Marítimo del Litoral Central (PLC); en la Encuesta de Turismo Receptivo efectuada por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR).

En este gráfico se hace obvio que durante los años 2012 y 2013, superamos de manera histórica –durante esta serie-, el millón de visitantes anuales a nuestro país. Sin embargo, se observa que en el año 2013, a pesar de haber tenido un repunte considerable en comparación a la serie señalada desde el 2004 - con casi un millón cien mil visitantes en ese año-, durante el año 2014 esa cifra disminuyó cerca del 11%. Los datos apuntan que incluso en comparación al año 2012, estamos por debajo con un poco más del 9,5% del mercado receptor. Las razones no se reflejan, suponer motivos de esta disminución considerable es caer en indagaciones contrapuestas.

Sin embargo, estas cifras son comportamientos claves para la creación de políticas públicas en este sector, en función del turista que visita nuestro país, esto en pro de ofertar un destino con características variadas a la demanda internacional. Si detallamos bien el gráfico a continuación (*cuadro N° 8*), podemos inferir una serie de lineamientos estratégicos para los principales turistas receptivos.

Cuadro N° 8. Llegadas de Visitantes Internacionales, Según Regiones 2010 – 2014

REGIONES	2010	2011	2012	2013	2014	Var (%) 2014-2013
África	717	1.243	3.272	4.755	4.738	-0,36
Asia	11.141	13.345	33.973	47.960	45.274	-5,60
Centroamérica	8.783	12.118	15.639	19.348	19.173	-0,90
Caribe	35.897	39.773	49.554	53.099	50.094	-5,66
Europa	194.498	196.453	292.606	269.030	210.129	-21,89
Medio Oriente	7.511	8.857	16.800	20.033	17.267	-13,81
Norteamérica	97.785	107.865	118.450	102.556	77.071	-24,85
Oceanía	749	1.581	2.047	1.454	1.060	-27,10
Suramérica	178.189	243.989	528.679	566.539	542.552	-4,23
TOTAL	535.270	625.224	1.061.020	1.084.774	967.358	-10,82

Fuente: Cifras oficiales cedidas por la Oficina de Estadísticas Turísticas – MINTUR (2015).
Por publicar. Resaltado propio.

En éste cuadro (cuadro N° 8), claramente observamos que el mayor mercado receptor es principalmente suramericano, seguramente porque nuestro país pertenece a esta región, seguido del turista europeo, cifra que ha ido descendiendo paulatinamente durante los años 2013 y 2014. En ese sentido, tomando en cuenta la alta demanda de capital cultural de los europeos, Venezuela con más perspicacia debe apuntar hacia ese mercado, más aún cuando nuestra ubicación geográfica y clima nos favorece y, sobre todo porque el europeo, más allá de su capital cultural, persigue costas playeras en sus estaciones de invierno. Sería de alguna forma, “proporcionar una visión integrada entre el patrimonio natural y el patrimonio cultural, ¿por qué? porque en las zonas donde están esos nichos de diversidad biológica son zonas también de alta diversidad cultural” (García; 2015)³¹.

Ahora bien, ¿cuáles serían esos estados o entidades que bien pueden reflejar de alguna forma el arranque de estas iniciativas? Esto en referencia al desarrollo de una estrategia de fomento del turismo cultural en nuestro país³². A continuación, en el cuadro N° 9, se señalarán las llegadas de visitantes a nuestro país, según entidades visitadas durante el período 2012-2014.

³¹ Opinión señalada por la profesora Zaida García Valecillo, en el marco de la entrevista elaborada dentro del panel de expertos, para la realización de este trabajo de investigación.

³² Tomando en cuenta todo el marco teórico que se ha venido situando desde el inicio de esta investigación, particularmente al uso de la cultura como recurso de desarrollo sostenible, a través de la creación de políticas públicas enmarcadas en el área turística y cultural. Potenciando principalmente, el marco de la creación y fortalecimiento de industrias creativas en el sector cultural, como palanca de desarrollo local en las zonas con potencial turístico.

Cuadro N° 9. Llegadas de Visitantes Internacionales, según Entidades Visitadas 2012 – 2014

ENTIDAD	2012	2013	2014	Var (%) 2014-2013
DTTO CAPITAL	320.766	284.900	218.325	-23,37
NVA ESPARTA	189.646	208.572	198.910	-4,63
BOLÍVAR	74.350	86.996	88.926	2,22
FALCÓN	54.059	69.582	69.674	0,13
ANZOÁTEGUI	58.153	57.886	58.404	0,89
ARAGUA	44.905	44.773	45.564	1,77
MIRANDA	57.937	51.159	43.359	-15,25
CARABOBO	48.461	47.541	40.853	-14,07
LARA	31.270	36.010	33.100	-8,08
MÉRIDA	32.089	38.108	30.892	-18,94
ZULIA	33.605	37.793	28.173	-25,45
VARGAS	33.044	32.703	27.789	-15,03
SUCRE	25.065	24.833	25.173	1,37
DEP. FEDERALES	19.301	23.305	21.664	-7,04
MONAGAS	13.726	14.786	13.782	-6,79
TÁCHIRA	9.325	10.322	8.269	-19,89
BARINAS	2.498	2.557	2.516	-1,60
YARACUAY	2.198	2.342	2.287	-2,35
COJEDES	2.270	2.138	1.940	-9,26
GUARICO	1.607	1.504	1.471	-2,19
TRUJILLO	1.459	1.495	1.440	-3,68
APURE	1.733	1.679	1.316	-21,62
PORTUGUESA	1.302	1.397	1.252	-10,38
D AMACURO	1.160	1.249	1.170	-6,33
AMAZONAS	1.091	1.146	1.109	-3,24
TOTAL	1.061.020	1.084.776	967.358	-10,82

Fuente: Cifras oficiales cedidas por la Oficina de Estadísticas Turísticas – MINTUR (2015).
Por publicar. Señalamientos propios en corchetes y líneas punteadas.

Si nos percatamos, los primeros cinco (05) estados que vienen presentando un comportamiento relativamente constante, en cuanto a preferencias de visitantes por turismo receptivo son: Distrito Capital (Caracas), Nueva Esparta, Bolívar, Falcón y Anzoátegui respectivamente. Y de alguna manera parece lógico, porque nuestras mayores plazas turísticas son la ciudad capital, la Isla de Margarita y La Gran Sabana. Asimismo, en los estados occidentales y orientales, la mayor demanda se refleja en las

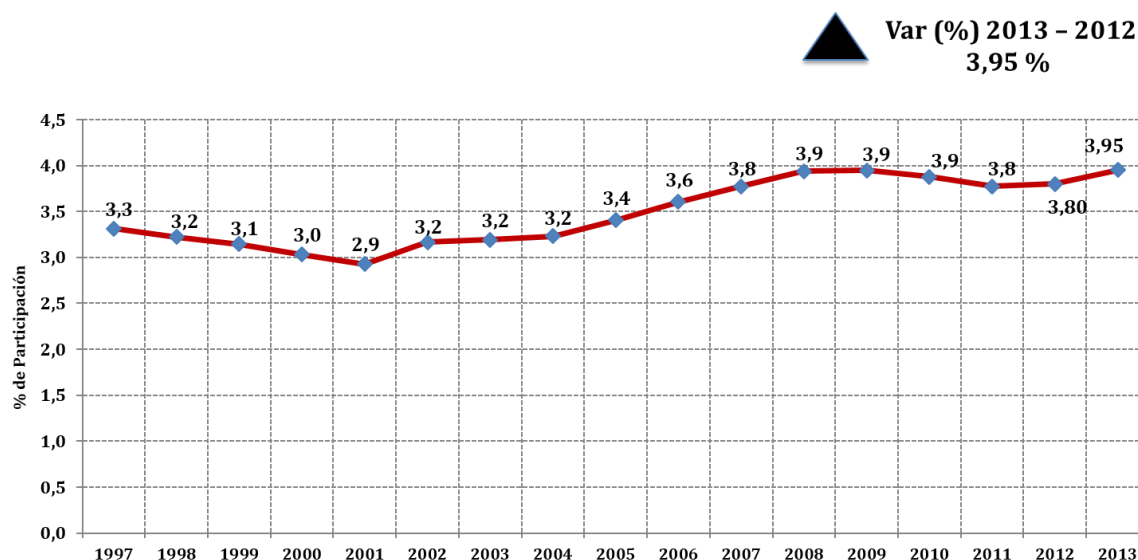
playas pertenecientes al Parque Nacional Morrocoy y el Parque Nacional Mochima, quienes a pesar de tener entrada, de igual forma, por las costas de Aragua y Sucre respectivamente, la preferencia en cuanto a transporte son el estado Anzoátegui y Falcón.

En este cuadro (*Cuadro N° 9*), se trató de algún modo señalar en las líneas punteadas, la influencia en términos de diversidad cultural y natural, correspondiente al estado Aragua y Miranda respectivamente – a propósito de los nichos biológicos mencionados anteriormente-, donde en estos estados, existe una particularidad gastronómica, referente a la producción de cacao. Punto a favor de la gastronomía cultural en nuestro país.

Ahora bien, rescatando de algún modo, el tema del crecimiento económico que pudiese fomentar el turismo en nuestro país y, esta vez, no solo considerando el fomento del turismo cultural, sino el turismo consolidado como una economía íntegra. Encontramos que esta actividad económica sólo aporta el 4% (por otorgarle una proximidad valorativa) de participación en la economía del país (*Véase gráfico N° 7*). Como se comentó anteriormente, no hay cifra despreciable, pero para la participación que se proyectó para el año 2019³³, pareciera que el alcance de este número se hace cuesta arriba.

³³ Cifra que estimó el exministro de Turismo, Andrés Guillermo Izarra, al inicio de su gestión en este ministerio durante el año 2013.

**Gráfico N° 7. Porcentaje de Participación del Turismo en la Economía
1997 – 2013**



Fuente: Oficina de Estadísticas Turísticas - MINTUR (2015), con cifras obtenidas a través del Banco Central de Venezuela (BCV).³⁴

Por otro lado, cuando sondeos los números correspondientes a los prestadores de servicios turísticos inscritos en el Registro Turístico Nacional (*véase cuadro N° 10*), apreciamos cierta insuficiencia (en cuanto a cantidad), en los hospedajes de establecimientos de alojamientos turísticos en comparación con las agencias de viajes, pareciera que en algún momento, la demanda superará a la oferta. En todo caso, es importante indicar, que si efectivamente estos prestadores de servicios turísticos se encuentran registrados, varios no se encuentran operativos, debido a trámites

³⁴ Es importante acotar, que el cierre del porcentaje de Participación del turismo en la economía venezolana para el año 2014 no se encuentra disponible, debido a que el BCV, no ha publicado, ni señalado cifras e indicadores económicos del país desde septiembre del año 2014.

burocráticos que retrasan los debidos funcionamientos de estos establecimientos, incluso, sería interesante cruzar las estadísticas correspondientes a los prestadores de servicios de servicios turísticos inscritos, con la base de los prestadores de servicios que contribuyen con el 1% de la recaudación tributaria turística³⁵, que aunque no se cuenta con dicha data, se estima que la misma supera lo indicado en la tabla a continuación.

Cuadro N° 10. Prestadores de Servicios Turísticos Inscritos en el Registro Turístico Nacional por Tipología, Según Entidad Federal al 31 de Marzo de 2015

ENTIDAD FEDERAL	ADMINISTRADORA DE EMPRESAS TURÍSTICAS	AGENCIA DE VIAJES TURISMO	AGENTE DE TURISMO	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	ASOCIACIONES Y GREMIOS	CASINOS Y SALAS DE BINGO	CONDUCTOR DE TURISMO	EMPRESA DE INFORMACIÓN, PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y PROPAGANDA TURÍSTICA	EMPRESA TURÍSTICA COMPLEMENTARIA	ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	GUIA DE TURISMO	SERVICIOS TURÍSTICOS DE RECREACIÓN	SERVIDOR PLAYERO DE TURISMO	TRANSPORTE TURÍSTICO	TOTAL GENERAL
AMAZONAS		11	1	35	1		1	1		2		2		28	82
ANZOÁTEGUI	3	82	87	183	1	1	10		3	42	24	12		46	494
APURE	1			44								5		3	53
ARAGUA	5	142	69	281			32	3	3	26	23	18		42	644
BARINAS	1	25	15	136			4	2		16	36	14		11	260
BOLÍVAR	4	135	78	240	1	1	111		3	13	67	6		109	768
CARABOBO	8	174	158	120			14	2	6	11	7	19		32	551
COJEDES		2	3	35						2		4		3	49
DELTA AMACURO	1	6	1	24						8		4		11	55
DISTRITO CAPITAL	11	552	330	285	1		199	6	16	6	222	21		87	1.736
FALCÓN	7	53	44	399			387	1	2	42	4	9	25	36	1.009
GUÁRICO	1	15	3	81			2			7	5	5		2	121
LARA	5	133	84	189			9	1	1	14	5	12		19	472
MÉRIDA	6	201	57	378			74		2	38	161	20		26	963
MIRANDA	26	543	354	204		1	82	12	14	73	95	30		115	1.549
MONAGAS		40	33	93			3		1	8	1	4		18	201
NUEVA ESPARTA	23	487	153	334		8	864	7	13	207	160	30		473	2.759
PORTUGUESA		26	10	78				1		3	12	6		6	142
SUCRE	2	29	20	211		1	9	1	3	19	1	3		34	333
TÁCHIRA	1	99	54	261			45		1	34	22	18		12	547
TERRITORIO INSULAR FRANCISCO DE MIRANDA			2	57					1	4		1		24	89
TRUJILLO	2	16	2	99			2			11		7		3	142
VARGAS	4	33	31	115			139	1	1	38	23	7		22	414
YARACUY	1	9	14	69			12			3		2		4	114
ZULIA	4	210	110	139			2	2	2	26	2	8		27	532
TOTAL	116	3.023	1.713	4.090	4	12	2.001	40	72	653	870	267	25	1.193	14.079

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo (2015). Cifras por publicar.

³⁵ Según el artículo 52 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo, “son sujetos pasivos de esta contribución especial las personas naturales o jurídicas, de derecho público o de derecho privado, que realicen actividades de prestación de servicios turísticos dentro del territorio nacional. La base imponible de esta contribución especial está conformada por todos los ingresos brutos obtenidos mensual mente por los respectivos sujetos pasivos”. Y su alícuota será del 1%.

Por otro lado, el Foro Económico Mundial, publicó un informe de Competitividad de viajes y turismo para el año 2013, en el que evalúa a 140 países a nivel mundial y, señala en ellos, las posiciones estratégicas en competitividad turística. Dicho informe fue esquematizado por el análisis y la reseña de la periodista Mariana Martínez Rodríguez, en una de las publicaciones de la revista Debates IESA, durante el primer cuatrimestre del año 2014. (*Véase el cuadro N° 11*).

Cuadro N° 11. Medición de Venezuela en la Clasificación de Competitividad Turística 2013.

INDICADOR	POSICIÓN
Precio de la Gasolina	1
Recursos Naturales	24
Líneas telefónicas con respecto a la población	49
Densidad aeroportuaria con respecto a la población	53
Aerolíneas que operan en el país	57
Uso individual de internet	71
Estadios deportivos de acuerdo con la población	76
Infraestructura turística	78
Salud	80
Suscripción a telefonía móvil según población	86
Precio de hoteles	99
Poder de compra	101
Recursos Culturales	103
Recurso Humano	107
Calidad de la infraestructura ferroviaria	111
Calidad de la infraestructura del transporte aéreo	126
Calidad de las carreteras	126
Seguridad	131
Contribución de turismo al PIB	134
Costo del crimen y la violencia en los negocios	136
Calidad de la red de transporte terrestre	136
Tiempo para iniciar un negocio	139
Actitud de la población hacia los visitantes extranjeros	139
Prórroga recomendada en viajes de negocios	139
Derechos de propiedad	140
Prioridad asignada por el gobierno a la industria del turismo	140
Efectividad de las campañas para atraer turistas.	140

Fuente: Revista Debate IESA a través de las estadísticas del Foro Económico Mundial (2014).

En este gráfico, claramente se aprecia que para Venezuela, este sector se encuentra desatendido. Solo repuntamos en **un primer lugar y, es en el precio de la gasolina**, por ser el primer país con el combustible más económico del mundo, que para efectos turísticos y sobre todo culturales, esto en parte no señala un aspecto importante en la aptitud de la región. Caso contrario a la **efectividad de las campañas para atraer turistas**, variable que **corresponde al último rango de los 140 países evaluados**, categorizando a Venezuela como el peor país con la campaña turística, cuando curiosamente su actual eslogan anuncia: “Venezuela, el Destino Más Chévere”.

En este punto particular, es necesario indicar, que las estrategias de promoción turística de nuestro país, han sido llevadas de algún modo al azar. Nos referimos a que por cada gestión administrativa que se renueva, surgen nuevos lemas y estándares comunicacionales.

El problema es que ninguno dura lo suficiente como para posicionarse.

(...)

Generalmente las marcas mantienen su imagen con bastante permanencia en el tiempo y hacen actualizaciones solo con pequeños refrescamientos esporádicos. Pero lejos estamos de eso.

Otra consecuencia de tanto cambio es que muchas entidades siguen utilizando folletería impresa con logos "viejos", lo que genera cierta confusión, o deben pagar altas sumas por el reemplazo de sus materiales. (Culshaw, F).

En este sentido, evaluando las otras variables de medición, pareciera que no se encuentran imprecisas estas cifras, porque si logramos visualizar un poco más arriba la escala valorativa de este estudio, estamos en los peores escalafones en cuanto a la

calidad de servicios complementarios como transporte aéreo, terrestre, carreteras, seguridad, en la actitud de la población en los visitantes extranjeros, prioridad del Estado a la industria turística, entre otros; haciendo alusión entonces, a lo que señaló Gisela Kozak (2015), “los turistas no son esperados”³⁶. Provocando en esto, ese declive estadístico que se visualizó anteriormente, en cuanto a la depreciación de la receptividad de turística del país.

Pero, a pesar de esta depreciación, seguimos predominando de alguna forma en cuanto a oferta en recursos naturales se refiere, comprendiendo nuevamente, que la escala apreciativa apunta hacia la valoración de esos patrimonios naturales con los que contamos, en los cuales, en muchos de éstos, se encuentran localizados patrimonios culturales tangibles e intangibles, por lo cual, valdría la pena apostar por la consolidación de estos espacios para su desarrollo local.

5.2.- La medición cultural en Venezuela: Sin indicadores no hay proximidad.

En el capítulo III de esta investigación, hubo una consideración que más que certera, es un llamado de atención. La proximidad de datos o estadísticas culturales no pueden ser establecidas mientras sea inexistente o, tímidamente emprendido, el tema de la construcción de los indicadores de medición cultural del país. Es cierto, que varios

³⁶ Opinión otorgada por la Dra. Gisela Kozak en el marco de las entrevistas al panel de expertos dentro de esta investigación.

de los observatorios e instituciones abocados a la investigación cultural, han realizado avances significativos para la medición del sector cultural, de hecho, el erradicado CONAC, fue el último ente que pudo avanzar en el establecimiento de un Sistema de Estadísticas Culturales de la Oficina de Planificación del Sector Cultura, a través de una consultora externa; asimismo, el Programa Nacional de Inventario de Bienes Muebles o Plan Patrimonial, el Sistema Nacional de Información Cultural (SINADIC), el I Censo Nacional del Patrimonio Cultural Venezolano, éste último como uno de los últimos aportes durante esta gestión de gobierno, en el año 2004 (Guzmán, 2009) .

Sin embargo, los entes rectores en esta materia, hablese del Ministerio del Poder Popular para la Cultura y sus entes adscritos, no han podido correlacionarse con estos sectores investigativos de nuestra sociedad, desde la supresión del Consejo Nacional de la Cultura (CONAC) en 2005, el conocido ente rector que se encargaba de formular las políticas públicas del sector cultura en el país.³⁷

En ese sentido, Guzmán (2009), señala una serie de problemas que obstaculizan y retrasan significativamente el emprendimiento y formulación de estos indicadores en nuestro país. A saber:

³⁷ Por otro lado, la insistencia en refundar nuestra historia e identidad venezolana, directriz emprendida a partir de las Líneas Generales de la Nación 2001-2007, ha hecho de nuestro acervo, una cantidad de alteraciones en “pro” de reorganizar la estructura cultural de nuestra sociedad, desde modificaciones a símbolos patrios, hasta Leyes y decretos como recurso político metafórico del Estado.

- Datos estadísticos incompletos e inadecuados.
- Ausencia de sistematización y organización de la data.
- La falta de datos relevantes a una escala geográfica apropiada. Los indicadores deben definirse considerando la variable territorial que permita un seguimiento adecuado espacialmente. En Venezuela, no contamos con mapas o cartografías culturales.
- Los retrasos en la publicación de las estadísticas, lo que dificulta la utilización de la información que suministran los indicadores para la toma de decisiones públicas en tiempo y forma.
- *Discontinuidad*: no existen información de series históricas, que permitan un análisis diacrónico de un determinado período.
- *Dispersión*: la información se localiza en diversas fuentes, ya sea de manera oficial o simplemente expuesta en medios no oficiales (revistas, periódicos, etc.)
- Información generalizada y, en algunas ocasiones, contradictorias.
- La ausencia de informes técnicos en relación con los requisitos de los programas culturales y medidas, lo suficientemente desglosados, lo que condiciona el alcance del seguimiento y, consecuentemente, de las evaluaciones realizadas. (p. 19).

Por consiguiente, poder contar con estadísticas precisas que puedan enmarcar en qué terreno estamos pisando se hace cuesta arriba. Porque a pesar de que en términos generales, a nivel mundial, aún hay problemas en esta construcción, si es de preocupación ser uno de los países más rezagados en la región, ni siquiera americana, sino Suramericana.

En este sentido, la lectura que resulta de este entorno, es que la capacidad del Estado para recopilar y difundir estadísticas culturales en la actualidad, no es una prioridad, aún a pesar de que existen conocimientos estadísticos en esta vertiente, por consiguiente, el uso de la cultura como recurso, en este caso, se enfoca a una prioridad política.

5.2.1.- El turismo cultural visto a través de la inclusión de las industrias creativas.

El turismo en la actualidad no puede verse como un mecanismo único de explotación de destinos, la visión debe ser equilibrada, el sector cultural también puede participar, sobre todo en pro del desarrollo sostenible de una localidad. Queriendo decir con esto, que la dimensión por la que se debe apostar, sobre todo en países en condiciones de desarrollo –a propósito de Lluís Bonet-, es de vincular las actividades creativas humanas a la industria cultural, es decir, a la industria creativa, entendida como: “Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO; 2010, p. 17). Claro está, para concebir esta visión de industria cultural como actividad económica productiva de localidades, no pueden existir esos complejos económicos de industrializar el sector cultural.

Se estima que las industrias culturales y creativas contribuyen en torno al 3,4% del PIB mundial, y entre el 2% al 6% del PIB de numerosas economías nacionales: 2,6% del PIB de la Unión Europea, con cinco millones de empleados en el sector; 4,5% del PIB en los países del MERCOSUR (promedio); y en torno al 2,5% en los países de la región andina con Chile incluido. En la República Popular China, la contribución alcanza al 2,15% con una tasa de crecimiento anual en torno al 7%. Si bien estas cifras responden a metodologías de cálculo diferentes, son indicativas de la importancia económica y comercial de este sector. (p. 16).

En este sentido, afianzarnos en esta visión de desarrollo sostenible, pudiese ser a mediano plazo, uno de los ápices para la comprensión, fortalecimiento y fruto de

pequeñas industrias culturales en nuestro país. Apoyándonos a lo que Yúdice planteó, en cuanto a la ventaja de utilizar a la cultura como recurso, pero en este caso como desarrollo económico y no de desarrollo político. Se trata de aprovechar parte de las iniciativas comunitarias culturales al servicio del sector turismo.

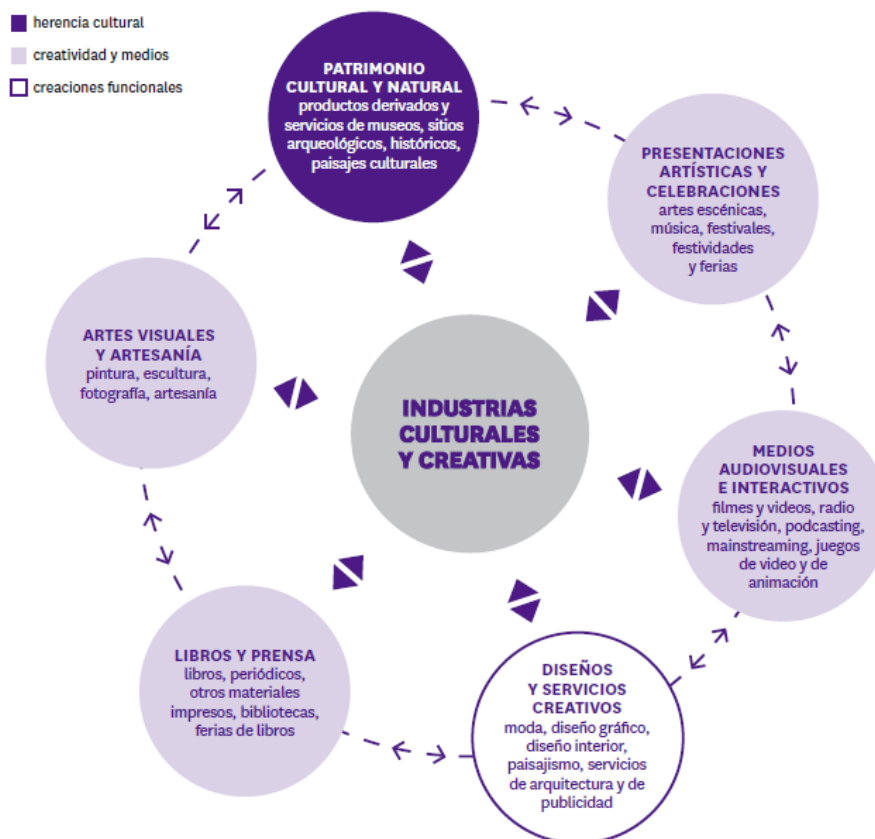
El turismo basado en la comunidad involucra a la población local en los procesos de toma de decisiones en función de las prioridades de cada lugar. La oportunidad de formar parte de la cadena de valor del sector turístico hace partícipes a las comunidades anfitrionas, que intervienen de forma activa en el proceso de desarrollo. De esta forma, el turismo se convierte en un catalizador de la cohesión social y va más allá de la repercusión inmediata en la creación de empleo y sus consecuencias económicas positivas. El turismo contribuye a mejorar, por ejemplo, la capacidad de gobernanza local, que multiplica aún más el efecto del turismo (OMT, 2014).

Por lo tanto, parte de la gestión cultural que debe realizarse en los países en vía de desarrollo, quizás pueda comenzar incorporando en su diversificación de destinos turísticos la oferta hacia el turismo cultural, es una de las metas que deberían plantearse paulatinamente. Quizás considerar el fomento del turismo cultural como un turismo visto a través de la inclusión de las industrias creativas como economía emergente (*Véase Gráfico N° 8*), es el punto de partida en nuestro país. Como bien lo enfatizó en Dr. Carlos Santos Durán (2015):

El turismo cultural es una de las industrias que tiene mayores posibilidades de desarrollarse como industria cultural y permite hacer de la cultura una actividad que aporte al desarrollo sostenible. Potencia el capital cultural en la medida en que se constituye en una actividad productiva que permite consolidar la creatividad de las comunidades y artistas, haciendo posible la generación de empleo y la puesta en valor de nuestro patrimonio cultural.³⁸

³⁸ Opinión expresada durante la entrevista que se le realizó a finales del mes de abril del presente año, durante el desarrollo de esta investigación.

Gráfico N° 8. Dominios Culturales y las Industrias Culturales Creativas



Fuente: UNESCO (2010). *Políticas para la Creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias locales y creativas*. p. 19.

Bajo estos enfoques, posiblemente las visiones catastrofistas por un lado, sobre la posición turística como actividad económica “explotadora” y, por el otro, los condicionantes y las consideraciones negativas de la primera sobre el patrimonio cultural, dejen de alguna manera, ser antagónicas.

5.3.- Análisis FODA del Turismo Cultural a partir de la Cadena de Valor.

A continuación, trabajaremos una matriz de posicionamiento conocida como matriz FODA –ya definida en el marco metodológico-, vale indicar, que dicha matriz se aplicará a cada proceso que conforma de la cadena de valor del turismo cultural³⁹, de allí, se formularán las tácticas correspondientes para la formulación de los lineamientos estratégicos a los que debemos apuntar para el Fomento del mismo en Venezuela. Estos resultados partirán de la fusión que conforma el marco teórico previo, las estadísticas turísticas señaladas y, particularmente, sobre los cotejos realizados en cuanto a las opiniones expresadas a los expertos sobre el tema, en las entrevistas efectuadas.

5.3.1.- En cuanto a la Producción del Turismo Cultural.

Es importante indicar, que los resultados de esta matriz FODA, compete al área productiva o de creación del Turismo Cultural, se enfoca directamente a la logística interna de la cadena de valor, es decir, son los recursos o los insumos con los que contamos para el fomento del turismo cultural, corresponde a la primera actividad primaria, de la cadena propuesta en el capítulo II. (*Ver cuadro N° 11*).

Si llegase a fortalecerse ésta área, podríamos contar con diversos productos culturales que puede ofrecer esta tipología turística como: rutas e itinerarios culturales,

³⁹ Como guía se puede revisar la propuesta de la cadena de valor formulada en el capítulo II sobre el turismo cultural.

museos, sitios arqueológicos, exposiciones de obras de arte, ferias, festivales, paisajes culturales y naturales llenas de tradiciones populares de la localidad, entre otras. Por lo cual, reflejamos la siguiente matriz.

Cuadro N° 12. Matriz FODA aplicada a los procesos de producción del Turismo Cultural en Venezuela.

		FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
ASPECTOS POSITIVOS		FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
		1.- Inventario patrimonial cultural y natural categorizado. 2.- Patrimonio natural diverso. 3.- Zona geográfica privilegiada en cuanto a clima y diversidad biológica. 4.- Posee áreas reconocidas como patrimonio cultural de la humanidad (tres en total).	1.- Potencia el capital cultural. 2.- Estudio de mercado a través de consultoras especializadas en el área. 3.- Descubrir los valores reales de los bienes patrimoniales. 4.- Alternativa para la diversificación de la oferta turística de los destinos. 5.- Aprovechamiento de los recursos patrimoniales de manera autosostenible. 6.- Armar una política tanto de gestión ambiental, como de gestión cultural y de gestión turística. 7.- Formación de prestadores de servicios turísticos de acuerdo a los valores culturales de cada comunidad. 8.- Oportunidad de generar un tipo de turismo más exigente y menos estacional.
ASPECTOS NEGATIVOS		DEBILIDADES	AMENAZAS
		1.- Políticas culturales y turísticas indefinidas. 2.- Debilidades en la participación de las comunidades, los gobiernos locales y los gestores culturales. 3.- Desorientación del turista a sitios con gran acervo cultural. 4.- Antagonismos inter-institucionales entre el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Turismo en cuanto al uso del patrimonio cultural. 5.- Discontinuidad en los proyectos de gestión ministerial.	1.- La cultura como recurso político del Estado. 2.- Economía centralizada en la ciudad capital. 3.- Proyectos en el área cultural y turística inacabados.

Fuente: Elaboración propia, 2015.

5.3.2.- En cuanto a la Distribución y Comercialización del Turismo Cultural.

En este apartado, nos detendremos a considerar la situación en las que nos encontramos frente a las formas de distribución de la producción (canales), los tipos de distribuidores y la oferta del turismo cultural.

Esta parte de la cadena, se refiere a la segunda etapa, que según la propuesta ya mencionada, pertenece al área de *operaciones y la logística externa* del gráfico N° 1. Es decir, corresponde al momento siguiente de la creación y producción del producto, pertenece a la red de distribuidores y comercializadores del producto a ofertar, a través de qué se va a ofertar.

Se trata de poder sobre llevar estos obstáculos y poder contar –en la medida que se fortalezcan- con varios tipos de accesibilidad, a propósito de la categorización que realiza el Dr. Treserras en su estudio de “Tendencias del Turismo Cultural en Iberoamérica” (2009), en el que indica que el producto cultural (hábalese del Turismo Cultural) es un recurso que debe contar con ciertos tipos de accesibilidad (cultural, espacial, temporal y económica). Es decir, Corresponde a la siguiente manera:

Accesibilidad cultural: Hacer llegar un mensaje educativo adaptado al perfil de los visitantes, promover la participación y la identificación por parte de la población local, presentar una señalética adaptada al perfil de los visitantes y de los ciudadanos.
 Accesibilidad temporal: Adaptarse a las necesidades horarias, temporales y climáticas.
 Accesibilidad Espacial: Buena señalética para llegar, buena señalética in situ.

Accesibilidad Económica: Política social versus política de desarrollo turístico.
Política de precios en relación con los públicos.⁴⁰

En ese sentido, logramos ubicar las siguientes determinaciones:

Cuadro N° 13. Matriz FODA aplicada a los procesos de Distribución y Comercialización del Turismo Cultural en Venezuela.

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
ASPECTOS POSITIVOS	1.- Conformación de emprendedores turísticos y culturales de manera paulatina, a través de préstamos de la cartera de crédito turístico. 2.- Oferta gastronómica variada y diversa y, muchas de ellas reconocidas a nivel mundial.	1.- Actividad económica de carácter cultural. 2.- Integración de las comunidades a través de micro-empresarios, cooperativas y emprendedores en los canales de distribución. 3.- Creación de puestos de trabajo en las localidades de intervención. 4.- Visión de sustentabilidad a la actividad económica patrimonial.
	DEBILIDADES	AMENAZAS
ASPECTOS NEGATIVOS	1.- Falta de apoyo del Estado para crear mecanismos de distribución en pequeñas localidades. 2.- Insuficientes plazas camas en alojamientos turísticos. 3.- Productos y servicios de transporte que no se correlacionan en cuanto a calidad y precio. 4.- Trabas y retardos burocráticos en cuanto a la conformación de nuevos prestadores de servicios turísticos. 5.- Débil posicionamiento en los canales de comercialización. 6.- Localidades con poca calidad en sus servicios complementarios. 7.- Señalética de sitios de interés turístico y cultural limitada.	1.- Mercado ajustado al modelo productivo económico (socialista). 2.- Escasos mercados a gran escala por la baja demanda. 3.- Ilegalidad en el funcionamiento de establecimientos. 4.- Deterioro de infraestructuras turísticas por la poca demanda en sus servicios.

Fuente: Elaboración propia, 2015.

⁴⁰ Categorización tomada por el Dr. Jordi Treserras, en la presentación sobre el estudio de “Tendencias de Turismo Cultural en Iberoamérica, realizada por el Ibertur y la Universidad de Barcelona, España (2009).

5.3.3.- En cuanto a la Promoción del Turismo Cultural.

En esta fase de la cadena de valor, se encuentra el llamado marketing del producto cultural. Es importante acotar, que los productos culturales deben ser tratados de acuerdo a la dinámica de la organización cultural o industria cultural a la que pertenezca. “El enfoque específico de marketing de la cultura y las artes no contempla a todas las organizaciones culturales, solo aquellas que están orientadas al producto. Para las otras, el enfoque tradicional de marketing resulta bastante adecuado” (Cuadrado, F y Cuadrado, M; 2010; p. 37).

Por otro lado, ubicar cuales son los factores internos y externos de esta matriz no basta, en esta etapa se genera el consumo y utilización del bien cultural –de los patrimonios culturales y naturales del país-, por lo tanto, para poder lograr este punto debemos concentrarnos y, establecer prioridades y habilidades de participación, debido a que el tema de la promoción no solo se trata de distribuir folletos y pendones. Se trata de realizar una estrategia comunicacional adecuada, que cale y mueva a turistas hacia una localidad. El ejemplo clave, se encuentra quizás en redimensionar la imagen país, en considerar que el turista también es interno, la vocación en este entorno es desde adentro hacia afuera. Pensar en un marketing boca a boca y en un marketing digital, también puede funcionar como una de las estrategias incluso de menor costo y con mayor fluidez. Más aún cuando contamos con las fortalezas y oportunidades que se precisan a continuación.

Cuadro N° 14. Matriz FODA aplicada a los procesos de Promoción del Turismo Cultural en Venezuela.

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
ASPECTOS POSITIVOS	1.- Iniciativas de rutas patrimoniales y eventos culturales propios de la localidad en diferentes estados del país. 2.- Patrimonio cultural inmaterial de carácter religioso dinámico en diferentes entidades del país de gran empoderamiento. 3.- Ferias tradicionales de gran envergadura y significado cultural en el país. 4.- Poseemos una gran plaza musical en torno a los núcleos del Sistema Nacional de Orquestas de Venezuela.	1.- Ofrecimiento de servicios en torno a bienes culturales. 2.- Integración de la comunidad a espacios patrimoniales a través de la práctica del turismo comunitario. 3.- Incorporación de industrias creativas. 4.- Organización de redes comunitarias que fortalezcan la estructura comercial turística. 5.- Oportunidad de generar la responsabilidad cultural empresarial del sector turístico, a través de los grandes consorcios.
	DEBILIDADES	AMENAZAS
ASPECTOS NEGATIVOS	1.- Falta de personal capacitado para atender y velar por los patrimonios culturales materiales. 2.- Falta de promoción de actividades culturales locales de pequeña escala. 3.- Carencia de plataforma tecnológica que pueda informar a través de aplicaciones web, rutas culturales o mapas culturales. 4.- Imagen y percepción de riesgo país. 5.- Dificultad para realizar grandes inversiones extranjeras en infraestructuras turísticas por la inestabilidad económica del país. 6.- Altos costos en los boletos aéreos nacionales e internacionales.	1.- Productos y bienes culturales locales aislados. 2.- Pérdida de dinámica cultural. 3.- Desconocimiento de la dinámica turística de los destinos. 4.- Imagen país debilitada.

Fuente: Elaboración propia, 2015.

5.3.4.- En cuanto al Consumo del Turismo Cultural.

Esta última etapa mide al público demandante de la oferta cultural, que si bien tiende a confundirse con el marketing, está categorizada como el ingreso y visitas de turistas a localidades de un país, es decir, los consumidores tradicionales de esta oferta turística. Es el final de la cadena. En nuestra propuesta, se establece como el área de *servicios*, es lo que esperan de nosotros como país.

Cuadro N° 15. Matriz FODA aplicada a los procesos de Consumo del Turismo Cultural en Venezuela.

		FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
		FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
ASPECTOS POSITIVOS		1.- Turismo receptivo en su mayoría suramericano y europeo. 2.- Consumidores de turismo de naturaleza, particularmente sol y playa. 3.- Ingreso mayoritario de turistas a la ciudad capital, donde existe especial atención a la sensibilización del patrimonio. 4.- Demanda de paquetes turísticos a los parques nacionales más importantes del país. 5.- Oferta gastronómica variada a nivel nacional.	1.- Organización en las redes de prestadores de servicios turísticos, según la demanda local. 2.- Oferta local multi-variante. 3.- Fortalecer e incrementar los puntos de información turística a nivel nacional.
		DEBILIDADES	AMENAZAS
ASPECTOS NEGATIVOS		1.- Mala calidad en atención e infraestructuras turísticas. 2.- Mal estado de los sistemas de transporte aéreo y terrestre. 3.- Desconcierto en la plataforma económica cambiaria. Los pagos en moneda extranjera se encuentran regulados. 4.- Venezuela no se encuentra en el mapa internacional de turismo cultural y creativo. 5.- Desinterés en la aplicación de controles de calidad y aplicación de sanciones.	1.- Poco atractivo en cuanto al turismo internacional, solo una demanda relativamente significativa de Suramérica y Europa. 2.- Caída en ingresos de divisas a la economía venezolana. 3.- No existe garantía en cuanto a la seguridad personal de los visitantes. 4.- Percepciones negativas en cuanto a disfrute del destino. 5.- Visión de incompetividad turística en la región.

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Bajo estos criterios, quedaría unificar todas las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas, de las matrices elaboradas, para luego *considerar finalmente la formulación de los lineamientos estratégicos para el fomento del turismo cultural en Venezuela*. Es importante acotar, que muchos de los resultados aquí alcanzados, eran evidentes antes de emprender esta investigación, solo que las suposiciones no pueden ser amparadas por juicios valorativos, sin el debido respaldo teórico y científico del asunto.

5.3.1.1.- Fortalezas en los procesos de la Cadena de Valor del Turismo Cultural en Venezuela.

1. Inventario patrimonial cultural y natural categorizado.
2. Patrimonio natural diverso.
3. Zona geográfica privilegiada en cuanto a clima y diversidad biológica.
4. Posee áreas reconocidas como patrimonio cultural de la humanidad (tres en total).
5. Conformación de emprendedores turísticos y culturales de manera paulatina, a través de préstamos de la cartera de crédito turístico.
6. Oferta gastronómica variada y diversa y, muchas de ellas reconocidas a nivel mundial.
7. Iniciativas de rutas patrimoniales y eventos culturales propios de la localidad en diferentes estados del país.

8. Patrimonio cultural inmaterial de carácter religioso dinámico en diferentes entidades del país de gran empoderamiento.
9. Ferias tradicionales de gran envergadura y significado cultural en el país.
10. Poseemos una gran plaza musical en torno a los núcleos del Sistema Nacional de Orquestas de Venezuela.
11. Turismo receptivo en su mayoría suramericano y europeo.
12. Consumidores de turismo de naturaleza, particularmente sol y playa.
13. Ingreso mayoritario de turistas a la ciudad capital, donde existe especial atención a la sensibilización del patrimonio.
14. Demanda de paquetes turísticos a los parques nacionales más importantes del país.

Quando nos percatamos de la cantidad de fortalezas que poseemos como país, particularmente, en cuanto a oferta turística se refiere, podemos teorizar inmediatamente que las políticas o directrices que han sido implementadas con anterioridad, han sido desacertadas. Y si nos abocamos a las directrices en materia cultural, nos encontramos más aún desatinados. Todo esto viéndolo desde el enfoque temático de aplicarla como instrumento de desarrollo local.

Nuestras fortalezas deben ser consideradas como tales, son nuestras defensas ante las posibles amenazas, y si no apuntamos a crear mecanismos de crecimiento se pueden ir desvaneciendo. Como se mencionó en capítulos anteriores, no se trata de desestimar

lo que se ha realizado como Estado, es observar que las políticas hacia estos sectores se encuentran totalmente desvinculados para el desarrollo de esta área y, en pro del aprovechamiento de estos nichos turísticos y culturales, es imaginar lo que la Dra. Zaida García, considera -a propósito de su experiencia-, en cuanto a que, a la hora de trabajar turismo cultural y patrimonio cultural es sumamente importante saber desde que óptica estamos viendo ese término, los mecanismos de gestión y el diseño de políticas inciden de acuerdo a esa relación. Ver la cultura desde un sentido amplio, no solamente desde la producción artística, hace que se abra un abanico de posibilidades que, a la hora de hacer diseño de políticas patrimoniales involucra un amplio espectro de cada uno de los procesos sociales (García, 2015). Es en estos aspectos, por lo que debemos apoyarnos principalmente, si continuamos con la falta de directriz estratégica, las amenazas nos consumirán.

5.3.1.2.- Oportunidades en los procesos de la Cadena de Valor del Turismo Cultural en Venezuela.

1. Potencia el capital cultural.
2. Posibilidad de estudiar el mercado a través de consultoras especializadas en el área.
3. Alternativa para la diversificación de la oferta turística de los destinos.
4. Descubrir los valores reales de los bienes patrimoniales.
5. Aprovechamiento de los recursos patrimoniales de manera autosostenible.

6. Armar una política tanto de gestión ambiental, como de gestión cultural y de gestión turística.
7. Formación de prestadores de servicios turísticos de acuerdo a los valores culturales de cada comunidad.
8. Oportunidad de generar un tipo de turismo más exigente y menos estacional.
9. Actividad económica de carácter cultural.
10. Integración de las comunidades a través de micro-empresarios, cooperativas y emprendedores en los canales de distribución.
11. Creación de puestos de trabajo en las localidades de intervención.
12. Visión de sustentabilidad a la actividad económica patrimonial.
13. Ofrecimiento de servicios en torno a bienes culturales.
14. Integración de la comunidad a espacios patrimoniales a través de la práctica del turismo comunitario.
15. Incorporación de industrias creativas.
16. Organización de redes comunitarias que fortalezcan la estructura comercial turística.
17. Oportunidad de generar la responsabilidad cultural empresarial del sector turístico, a través de los grandes consorcios.
18. Organización en las redes de prestadores de servicios turísticos, según la demanda local.
19. Oferta local multi-variante.
20. Fortalecer e incrementar los puntos de información turística a nivel nacional.

En cuanto a las oportunidades, la escala de valor aumenta proporcionalmente, la oferta diversa en destinos, en gastronomía, en nichos naturales, atractivos patrimoniales, entre otros; fomenta considerablemente el desarrollo de esta tipología turística.

Más allá de este escenario, no podemos olvidar que somos uno de los países más privilegiados en la región Latinoamericana. Comenzando por el amplio marketing cultural que podemos desarrollar, quizás no en comparación a México y Perú —en términos de patrimonio material-, pero si podemos segmentarnos en otros ámbitos del turismo cultural (de naturaleza, urbano, rural, ecoturismo, entre otros). Incluso, uno de los efectos positivos de este desarrollo, sería estrechar la actividad artesanal con el gastronómico, eso de promover y fortalecer el patrimonio intangible puede ser el punto de partida para el fortalecimiento de esta vertiente.

Por lo tanto,

...apuntar hacia el incentivo para la formación de industrias creativas; y que en la misma dirección, la cultura sea sustentable tanto para el Estado como para el cultor, artista, artesano y demás creadores, (...) disminuiría la dependencia de las organizaciones culturales tradicionales del Estado, ya que éstas generarían sus propios recursos y por ende movilizaría la economía nacional (Lugo, 2015)⁴¹.

⁴¹ Jesica Lugo, pertenece al panel de expertos que aportó en esta investigación. Es Licenciada en Artes, mención Promoción Cultural de la UCV y Especialista en Gestión Sociocultural (Universidad Simón Bolívar).

5.3.1.3.- Debilidades en los procesos de la Cadena de Valor del Turismo Cultural en Venezuela.

1. Políticas culturales y turísticas indefinidas.
2. Debilidades en la participación de las comunidades, los gobiernos locales y los gestores culturales.
3. Desorientación del turista a sitios con gran acervo cultural.
4. Antagonismos interinstitucionales entre el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Turismo en cuanto al uso del patrimonio cultural.
5. Discontinuidad en los proyectos de gestión ministerial.
6. Falta de apoyo del Estado para crear mecanismos de distribución en pequeñas localidades.
7. Insuficientes plazas camas en alojamientos turísticos.
8. Productos y servicios de transporte que no se correlacionan en cuanto a calidad y precio.
9. Trabas y retardos burocráticos en cuanto a la conformación de nuevos prestadores de servicios turísticos.
10. Débil posicionamiento en los canales de comercialización
11. Localidades con poca calidad en sus servicios complementarios.
12. Señalética de sitios de interés turístico y cultural limitada.
13. Falta de personal capacitado para atender y velar por los patrimonios culturales materiales.
14. Falta de promoción de actividades culturales locales de pequeña escala.

15. Carencia de plataforma tecnológica que pueda informar a través de aplicaciones web, rutas culturales o mapas culturales.
16. Imagen y percepción de riesgo país.
17. Dificultad para realizar grandes inversiones extranjeras en infraestructuras turísticas por la inestabilidad económica del país.
18. Altos costos en los boletos aéreos nacionales e internacionales.
19. Mala calidad en atención e infraestructuras turísticas.
20. Mal estado de los sistemas de transporte aéreo y terrestre.
21. Desconcierto en la plataforma económica cambiaria. Los pagos en moneda extranjera se encuentran regulados.
22. Desinterés en la aplicación de controles de calidad y aplicación de sanciones.
23. Venezuela no se encuentra en el mapa internacional de turismo cultural y creativo.

Estas debilidades denotan claramente la falta de interés de las instituciones responsables en materia de cultura y turismo, en cuanto al crecimiento y desarrollo de estos sectores. Se entiende que existen limitaciones importantes, particularmente, en las asignaciones presupuestarias hacia los entes rectores, pero eso no argumenta, la falta de creación de proyectos y programas de desarrollo social, económico y cultural.

Existen programas o iniciativas económicas en cuanto a la participación sectorial sobre todo en el área turística, campañas de sensibilización, programas

educativos en pro del desarrollo sustentable del turismo, pero no están completamente acompañados del sector cultura. Las visiones vinculantes a ambos espacios son incompatibles, pudiendo considerar que la indiferencia está estrechamente entrelazada, a la no consolidación de un turismo sobre los patrimonios culturales. Aún se mantiene ese enfoque dañino hacia la actividad turística.

La incompreensión se enaltece aún más, cuando tenemos un marco normativo que apunta al fortalecimiento de estas dimensiones. Entonces, valdría la pena explorar de manera más exhaustiva si en la actualidad o en una proyección a corto plazo, se percibirá algún avance, de lo contrario, la relación diacrónica de estas posiciones suprimirá seriamente el avance hacia nuevos modelos de desarrollo social, quedando en papel el proceso de planificación y de trabajo en conjunto de ambos sectores.

5.3.1.4 Hallazgos principales encontrados en los procesos de la Cadena de Valor del Turismo Cultural: Amenazas.

1. La cultura como recurso político del Estado.
2. Economía centralizada en la ciudad capital.
3. Proyectos en el área cultural y turística inacabados.
4. Mercado ajustado al modelo productivo económico (socialista).
5. Escasos mercados a gran escala por la baja demanda.
6. Ilegalidad en el funcionamiento de establecimientos.
7. Deterioro de infraestructuras turísticas por la poca demanda en sus servicios.

8. Productos y bienes culturales locales aislados.
9. Pérdida de dinámica cultural.
10. Desconocimiento de la dinámica turística de los destinos.
11. Imagen país debilitada.
12. Poco atractivo en cuanto al turismo internacional, solo una demanda relativamente significativa de Suramérica y Europa.
13. Caída en ingresos de divisas a la economía venezolana.
14. No existe garantía en cuanto a la seguridad personal de los visitantes.
15. Percepciones negativas en cuanto a disfrute del destino.
16. Visión de incompetitividad turística en la región.

El panorama en este ámbito pareciera anular significativamente el desarrollo de alguna propuesta de fortalecimiento, las oportunidades se disminuyen por la falta de políticas públicas hacia el sector cultural y turístico. Los proyectos carecen de continuidad y empatía ante los efectos de capital que puedan generar y, con ello, se llevan lo que se ha recogido positivamente.

Bajo este diagnóstico, sírvase presentar a partir de esta matriz de posicionamiento, la propuesta de lineamientos generales para el Fomento del Turismo Cultural en Venezuela. Como se mencionó anteriormente, los resultados obtenidos se apreciaron a través del estudio exhaustivo y el levantamiento de información bibliohemerográfica, análisis de estadísticas turísticas y las entrevistas a un panel de expertos

en el área. Esto en función de aproximarnos significativamente, a los criterios que se deben establecer para el fomento del turismo cultural en nuestro país.

5.4.- Propuesta de lineamientos generales para el Fomento del Turismo Cultural en Venezuela.

Para la formulación de estos lineamientos, se elaboró un análisis a través de la matriz de posicionamiento FODA, en la cual, se consideró que existen muchas debilidades y amenazas que superar y abordar. Es decir, para el debido planteamiento de esta propuesta existen múltiples limitaciones.

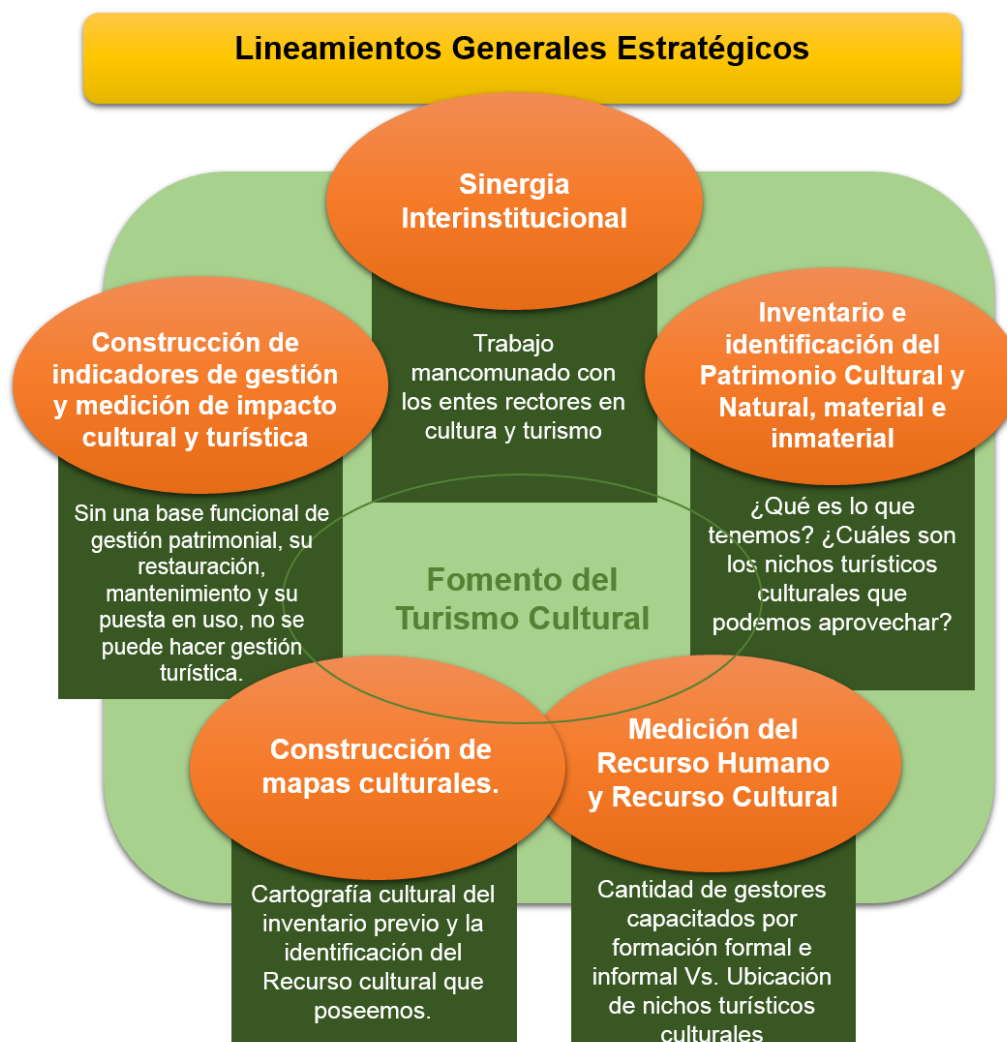
La realidad país, es un factor clave, no solo para diseñar estos lineamientos, sino para desarrollar una política pública en el sector, nuestra idiosincrasia pareciera estar contagiada de desarraigo cultural y, no precisamente por culpa de la transculturación, sencillamente es que mientras existan imposiciones de cómo debe ser nuestra identidad, la insistente refundación de todo el legado histórico que se tiene de la nación, la actuación politizada de nuestro entorno, entre otros elementos; hace que nuestros principios de alguna forma sean desorientados y la dinámica cultural se disipe en algunos entornos.

En ese sentido, los lineamientos a plantear no van a comenzar con el desarrollo de una política de Estado que invite al desarrollo de planes sectoriales para el Fomento del Turismo Cultural. Si, ciertamente estas directrices son necesarias para la

elaboración de cualquier propuesta, pero justamente por la carencia de planes estratégicos en turismo y cultura, es que no se puede hilar, por ahora, un conjunto de formulaciones o planificaciones (tipo un ABC cultural) como lo lograron México y Colombia, por citar algunos ejemplos de la región.

Para llegar a este nivel debemos en principio, lograr una sinergia interinstitucional entre los entes competentes en el área, reconocer cuál es la oferta cultural que tenemos, cuál es la capacidad de desarrollar un capital cultural en una localidad y aprovechar su identificación. Disponer de unos canales o una red de promoción eficientes. Asimismo, se debe relacionar si contamos con el recurso humano capacitado y formado en estas áreas de gestión y qué acciones se deben fortalecer para la multiplicación de gestores, entre otros. Quizás si estas barreras se superan, podremos avanzar a las propuestas de políticas. Lograr entrar en una agenda de Estado, no es tarea fácil. Bajo estas premisas, se presenta a continuación la siguiente propuesta de lineamientos.

Gráfico N° 9. Lineamientos generales estratégicos para el fomento del Turismo Cultural en Venezuela.



Fuente: Elaboración Propia, 2015.

5.4.1.- Sinergia interinstitucional.

Se busca, desde una perspectiva integral, lograr un consenso de trabajo mancomunado, entre los entes ministeriales competentes en el área, Ministerios del Poder popular para: la Cultura, el Turismo, Ambiente y sus entes adscritos

correspondientes, para el estudio de la gestión patrimonial y la importancia que la misma genera como factor de desarrollo local.

Su visión debe ir apuntada al reconocimiento de nuestro patrimonio cultural material e inmaterial, como palanca de desarrollo local de comunidades. Es importante indicar, que para lograr esta sinergia interinstitucional, se deben superar las barreras antagónicas en cuanto al uso del patrimonio como recurso para la actividad turística. Se debe apuntar hacia un turismo comunitario, tal como lo establece el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo y, a su vez, como parte de la visión Unesco, en cuanto a una de las formas de interpretación del turismo cultural.

Asimismo, se debe tomar en cuenta, que para ejecutar estos lineamientos se debe elaborar un plan operativo por alguno de los entes rectores, o en mejor medida, un plan operativo en conjunto por los entes involucrados, para efectos presupuestarios, para no caer en protagonismos administrativos. Por otro lado, se puede plantear a través de las empresas que de alguna forma participarán en los proyectos comunitarios, que a través de la responsabilidad social empresarial, puedan aportar un porcentaje hacia el desarrollo cultural.

La viabilidad de estas relaciones culturales y turísticas, podrá ir en coherencia al marco normativo del Estado. El tema central sería, si se evaluaran los mecanismos de nuestro modelo político y si la perspectiva que se plantea se podría sostener en este

marco ideológico. Desde un punto de vista neutral, países con el mismo sistema han podido desarrollar muy bien estos conceptos, están los casos concretos de Cuba y China.

Otro de los componentes importantes que debe poseer el proceso de sinergia interinstitucional, es considerar el grado de competitividad de cada sujeto participante, es decir, si en el escenario ideal se superan las barreras mencionadas, se debe establecer cuáles son las áreas de responsabilidad de cada organismo, porque aunque los entes rectores puedan ir de la mano, no se debe dejar de lado la participación de gobernaciones, alcaldías y los demás actores que componen la administración pública.

5.4.2.- Inventario e identificación del Patrimonio Cultural y Natural, material e inmaterial.

La intención de este inventario, es de algún modo, considerar en qué zonas podemos colocar interés y, socializar esta actividad económica en pro del desarrollo sostenible local de las comunidades que cuenten con estos patrimonios culturales. El desarrollo de este inventario más allá de contar con especialistas en cada área, debe ir acompañado con empresas privadas o prestadores de servicios turísticos y, sobre todo, con los conocedores locales del lugar, estos últimos, más que nadie, pueden plasmar la realidad de los sectores sobre su posible aprovechamiento incluso, en aquellos que se encuentran deprimidos, pero que cuentan con una riqueza cultural: gastronómica, musical, religiosa, simbólica, natural, biológica o prodigiosa, entre otros; de manera

que pueda ser una variable de desarrollo cultural y económico para comunidades aledañas.

La conformación de estos sectores (instituciones del Estado, empresas o consultoras privadas, prestadores de servicios turísticos y la sociedad civil), deben estar determinados como equipos multidisciplinarios y, corresponde conformarse en cada estado del país, por lo tanto, deben ser locales, no deben ser centralizados. El concepto es que se dediquen a estudiar, conocer y ubicar los patrimonios que cuenten con los requerimientos necesarios, en cuanto a *servicios complementarios y accesibilidad*: hospedaje, gastronomía, rutas y transportes en buenas condiciones de mantenimiento y adecuados para los espacios de interés. Si esto no se contempla medianamente en este orden, el trabajo hacia el desarrollo local y el posible nivel de empoderamiento de las mismas pierde receptividad.

Estamos en medio de grandes monstruos del turismo cultural como puede ser Centroamérica, todo el eje de Mesoamérica con los grupos prehispánicos entre México y los mismos países centroamericanos... (...) A eso tienes que agregarle que son países que tienen muchos años trabajando el área de turismo cultural, en el caso de Venezuela realmente se ha trabajado muy poco, la política turística en Venezuela se enfoca más hacia el área de patrimonio natural que hacia el área de patrimonio cultural, por lo tanto no tenemos una estructura organizada para atender al turismo cultural o por lo menos la estructura está bastante incipiente, entonces hay que ver esa realidad, no es que uno se esté descalificando antes de tiempo pero si uno se va a embarcar en un tema de turismo cultural o de diseño de políticas turísticas en el área de cultura para Venezuela, hay que estar claro en qué terreno estamos pisando. (...) ¿Cuál es la oferta que pueda diferenciarme frente a los demás destinos turísticos? (García, 2015).

Una vez identificado los espacios y las plazas a aprovechar, la agenda de trabajo de estos equipos multidisciplinarios, más allá de las labores que tienen dentro de los levantamientos de información, debe estar ajustada paralelamente a la ejecución de mesas técnicas de trabajo quincenales o en su defecto cada tres semanas. Esto en pro de mantener la consecución de las actividades programadas o para el manejo de parámetros técnicos sobre las dinámicas de gestión y las variables de desarrollo local.

5.4.3.- Medición del Recurso Humano y Recurso Cultural.

Ya contemplado los nichos culturales, las variables de desarrollo local, la accesibilidad a los sitios de interés, se debe relacionar cuál es la oferta cultural que poseemos a nivel nacional, entendiendo como oferta cultural a las plazas anteriormente comentadas, todo aquello que interviene en el patrimonio cultural material e inmaterial y, de esta forma, medir el recurso humano disponible que se encuentre formado, capacitado y sensibilizado en el área de gestión cultural, gestión turística y gestión ambiental.

Uno ejemplo en ello, es el diagnóstico situacional generado por el Plan Nacional Estratégico de Turismo – PENTUR 2013 (Perú), en cuanto a la importancia que se debe aplicar a este sector, la competitividad turística de un país, no solo se aboca a las mejoras en los canales de distribución y promoción, es sumamente importante contar con un recurso humano calificado, por lo cual, ellos establecen que se hace importante reforzar:

- Recurso humano calificado para hoteles, restaurantes, tour operadores y demás prestadores de servicios turísticos.
- Funcionarios públicos con los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para la gestión turística en el gobierno nacional, gobiernos regionales y locales.
- Recurso humano calificado para funciones claves del sector tales como entes gestores. (PENTUR; 2013, p. 35).

Aunado a ello, se agregaría la incorporación de promotores culturales locales.

La tarea se centra en situar la relación recurso humano – recurso cultural y, observar las vertientes en los sitios de interés para centrar en una primera etapa vitrinas culturales, esto debido a que la efectividad de estas propuestas pueden identificarse en etapas pilotos, particularmente en aquellas comunidades que de alguna forma ya se encuentren establecidas en esta forma de desarrollo.

Por otro lado, a pesar de estas primeras etapas, no podemos dejar de lado aquellos espacios en lo que son interesantes intervenir, no se trata de que queden aislados, porque caeríamos en ese materialismo que tanto aborrecemos y, se tergiversaría la labor. En este sentido, se sugieren otras actuaciones, entre ellas la ampliación de la cadena formativa en gestión cultural y patrimonial, ya que en muchos de los casos, en las mismas localidades existen promotores socio culturales y, con la inclusión de los mismos a los espacios de acción, pueden ser guías y multiplicadores de conocimientos, a través de la educación informal⁴², de esta forma, no dejaríamos

⁴² Esta formación informal, corresponde a la formación dictada a través de organizaciones comunitarias y no a través de las instituciones, colegios y universidades del país.

solo a los especialistas en el área que intervengan en la organización y administración de estos espacios, más bien, pueden complementarse.

El respaldo a estos creadores y promotores culturales de las localidades, también se aboca a que los mismos, tengan la capacidad de organización, participación activa y contribución al trabajo mancomunado, en los proyectos turísticos comunitarios.

La medición que resulte de la identificación de estos gestores, debe estar apegada a los criterios de sostenibilidad de los sitios de interés, es decir, no basta con identificar si tiene la capacitación formal o informal sobre la puesta en uso, conservación o mantenimiento del patrimonio cultural, también se debe estar apegado a la sensibilización de los destinos, prever que existen unos criterios para el desarrollo sostenible de una localidad y que no deben ejecutar acciones en detrimento de los espacios. Estamos hablando de que se está tratando con estructuras, tradiciones, simbolismos históricos; entre otros, de los valores identitarios de esa localidad. Se trata de mantener y reforzar el acervo, no de alterarlo.

5.4.4.- Construcción de mapas culturales.

Una vez contabilizado e identificados los nichos culturales, entendiendo para efectos de esta investigación, aquellos espacios de interés tanto natural como cultural, con el recurso humano identificado, formado y preparado, tanto para atender a los

turistas, como para conformar organizaciones comunitarias de desarrollo local sustentables, se propone ubicar en un mapa, la geo-referencia de cada nicho cultural. Es decir, construir una cartografía de los espacios de interés y posible desarrollo del turismo cultural.

La finalidad es tener la caracterización espacial de cada localidad y poder reconocer las plazas gastronómicas, musicales, con manifestaciones culturales, los patrimonios materiales, las rutas culturales, los dominios de eventos religiosos y feriales y todo lo que pueda representar el turismo cultural.

Si se logran construir estos mapas culturales, podemos avanzar hacia el diseño de aplicaciones web, para poder ofrecer al turista el dominio cultural de la zona en la que se encuentra.

La importancia de la construcción de estos mapas culturales, es poder tener el carácter contextual al que estamos interviniendo.

Los mapas suelen ofrecernos varios planos de lectura. De primera instancia nos permiten una visión de conjunto, generalmente simplificada. Pero al servirnos de ellos como herramienta de viaje, de exploración, los mapas hacen posible contrastar la experiencia del territorio visto desde adentro y su representación panóptica (...). Es por eso que además de representar la realidad conocida, intentan revelar e intervenir en su sentido. (Lobato y Quintero, p. 5).

5.4.5.- Construcción de indicadores de gestión y medición de impacto cultural y turístico:

En este apartado, es importante indicar, que cuando logremos llegar a este horizonte, como fin último de estos lineamientos, se debe tomar en cuenta que cada destino, cada zona de interés o cada nicho cultural, más allá de ser identificado, estudiado y categorizado, se debe contar con un diseño de un sistema de indicadores de gestión de los destinos, para evaluar sus resultados y permitirnos llevar un seguimiento de cada uno de ellos. Adicionalmente, se debe implementar la medición de impacto de las zonas de interés para poder identificar, prevenir o dilucidar los impactos que desarrollará las posibles intervenciones, con el fin de que se considere o no la intervención de ese destino y esos nichos culturales.

Todo esto con la finalidad de establecer un sistema de monitoreo en la gestión de desarrollo cultural y turístico en las zonas de interés. “Los indicadores pueden medir: a) cambios en las propias estructuras turísticas y factores internos; b) cambios en los factores externos que afectan al turismo y c) las repercusiones del turismo”. (Viceministerio de Turismo de Bolivia; 2005, p. 27). Así como la mejora en la toma de decisiones.

El desarrollo de estos mecanismos es uno de los factores claves de reconocimiento de esta estrategia. Se debe comprender que el fomento de este tipo de turismo puede ser o no viable en algunos países, y ajustarlo a nuestra realidad

determinará si podemos tomar en consideración los impactos socio-culturales de cada localidad y más aún si son viables estos objetivos planteados. Considerar si podemos contar con la suficiente dinámica cultural de calidad, si poseemos una infraestructura organizativa que brinde salud, seguridad, servicios complementarios, un gobierno responsable y estrecho con la labor y, sobre todo una comunidad participativa que pueda vincularse a estos desarrollos.

A modo reflexivo:

Si logramos formar estos principales lineamientos, en un espacio de tiempo no mayor a tres (03) años, lograremos de algún modo las bases para diseñar una política pública en cualquiera de estos dos sectores, estamos hablando del sector cultura y el sector turismo. Estos sectores son transversales al desarrollo de la economía de un país y, plantear una política pública, ya sea de turismo o de cultura de manera independiente es algo desacertado. Porque la actividad turística es de por sí una actividad cultural y, la actividad cultural puede apuntar a ser una actividad turística y, como actividad turística es intrínsecamente de capital. En todo caso, las mismas “deben apuntar a reconstruir el tejido social, utilizar los espacios públicos como lugares de expresión colectiva y favorecer la creatividad e innovación cultural y a los emprendedores culturales en el desarrollo de sus proyectos culturales”⁴³ (Figuerola, J; 2015).

⁴³ Opinión expresada por el profesor Luis Figuerola, parte del panel de expertos de los entrevistados en esta investigación.

Solo así podemos avanzar en estas pretensiones, de hecho, estos sectores deben trabajar en conjunto, lo avala su mismo marco normativo, si no se superan las barreras burocráticas y antagónicas de las instituciones del Estado, estos lineamientos no tienen sentido.

Por otra parte, esta formulación se plantea de esta manera, con la intención de ir trabajando sin la espera de directrices a través de planes estratégicos. Son actividades que pueden irse desempeñando de manera paralela a las directrices nacionales, como parte de las funciones de cada organismo. Pretenden ser la base y el avance hacia cualquier implementación de política de Estado de cualquiera de estos sectores. De alguna forma, se está fortaleciendo y equiparando nuestro capital cultural y, si esto logra identificarse en primera instancia en nuestro bagaje cultural, puede escalar hacia otras fronteras. En principio, los países cercanos hasta poder situarnos en la región latinoamericana. Si eso puede alcanzarse, no existirán barreras políticas, ni económicas para recibir a un turismo receptivo y fortalecer el turismo interno, para así, desarrollar las industrias creativas que tanto necesitamos para los desarrollos locales de nuestro país y el fortalecimiento de los servicios complementarios para el turismo.

CONCLUSIONES

Para este trabajo de investigación, se analizó una serie de apuntes que se enmarcaron en el desarrollo del turismo cultural en el escenario iberoamericano, pero particularmente el venezolano.

El encuadre teórico por el cual se orientaron los análisis fue a través del uso de la cultura como recurso económico, enfocándonos en la propuesta teórica de George Yúdice, en coherencia con el desarrollo de las industrias culturales y creativas sobre la postura de Lluís Bonet. Esto con la finalidad de profundizar (en el caso venezolano) los escasos estudios que existen en esta área y a su vez, formular una visión de desarrollo de este tipo de turismo, como una oportunidad de diversificación de la oferta turística y, a la vez, como factor de desarrollo de un producto cultural

Sin embargo, apuntar hacia el desarrollo de este tipo de turismo nos permitió conocer las distintas limitaciones que existen en el desarrollo cultural de nuestra sociedad, el acervo individual parece estar dislocado, apuntando hacia una seria desorientación en cuanto a los lineamientos que se plantean en este estudio.

Se desarrolló un marco teórico que muestra a la luz, las visiones encontradas en cuanto al desarrollo del Turismo Cultural, no solo en región latinoamericana, sino en nuestro país. El tema se centra es que, más allá de otorgar cierto recelo a la actividad

turística sobre los patrimonios culturales (materiales e inmateriales), es la debilidad profunda que se encuentra en las bases institucionales. Más cuando existe un marco regulatorio y legal que sustenta la ejecución de políticas y proyectos en pro de desarrollar un turismo comunitario –a propósito de desarrollar una de las tantas metodologías del turismo cultural-, que pueda fomentar el bienestar local en cuanto a economía y cultura se refiere, en las comunidades cercanas a las zonas de interés turístico.

Por otro lado, la inexistencia de planes estratégicos y planes nacionales en el sector cultura y turismo, hace que la labor sea más forzada, somos considerados uno de los países con mayor diversidad biológica y natural de Latinoamérica y, aun así no poseemos políticas públicas dirigidas al fortalecimiento y aprovechamiento de esas áreas.

En tanto, el turismo en Venezuela a pesar de ser una actividad cultural, no es determinada y manejada como visión de desarrollo sostenible y, mucho menos como política de Estado. Las limitantes se profundizan cuando no contamos con los indicadores culturales que puedan medir esta vertiente, entonces, más lejos estamos de desarrollar esto que queremos plantear. De alguna forma, se necesita profundizar en la caracterización y en los enfoques teóricos del Turismo Cultural como línea de investigación, considerar la puesta en marcha de proyectos locales como enfoque de vitrinas culturales es una idea estratégica, para el desarrollo de esta vertiente.

Sin embargo, si lo abordamos desde el marco normativo y legal de los Decretos con Rango, Valor y Fuerza de Ley del sector cultura y del sector turismo, podríamos lograr ciertos avances en la implementación de planes o proyectos para el desarrollo de estas áreas. La tarea se centraría en vincular a los entes rectores para la formulación de dinámicas de comunicación, para llegar a acuerdos entre éstas. Estas instituciones pertenecen a la misma línea de gestión política y administrativa de Gobierno central. Los acuerdos pueden suscitarse si se contemplan las formalidades y condiciones para que esta proyección, pueda ser llevada a cabo.

En ese sentido, con todo un marco teórico que afianza experiencias exitosas en otros países de la región, con un marco normativo que consolida lo sostenible de un turismo comunitario, más allá de las otras acepciones de turismo rural, urbano, etnoturismo, entre otras formas de hacer turismo cultural en nuestro país, no está desacertado formular esos lineamientos estratégicos para el fomento de esta diversificación turística. La clave está en conectar los ejes de impulso, lo más ajustado a la realidad posible y considerar sus factores de desarrollo. Es cierto, poseemos muchas limitaciones, pero las fortalezas y oportunidades que también poseemos, deben ser superadas para hacer de Venezuela uno de los mejores destinos de la región.

RECOMENDACIONES

Durante todo el trabajo de investigación, se trató de elaborar recomendaciones para la formulación de criterios técnicos en cuanto al desarrollo del turismo cultural. Sin embargo, también se debe acudir a otros criterios que deben ser tomados en cuenta, ya sea para la formulación de estrategias o para la consecución de las mismas. A continuación, se esbozará un listado de sugerencias que deben considerarse de manera paralela o espontánea de acuerdo a las fases de desarrollo de una futura implementación de este trabajo de investigación, serán añadidos de manera aleatoria, el orden de presentación no alude a una prioridad:

- ✓ Se recomienda el diseño de un sistema de indicadores básicos que puedan medir de alguna forma el consumo cultural del venezolano, y las motivaciones de los turistas al visitar una de las zonas de interés, basado particularmente en la medición de estas actividades que puedan considerarse culturales y turísticas, que ciertamente existe una complejidad para medir este sector, pero debemos contar con consultoras u organizaciones especializadas para llevar a cabo este cotejo. El sistema debe centrarse en la comprensión de destinos y espacios culturales identificados en la cartografía cultural. Y así, de alguna forma empezar a concretar la creación de las cuentas satélites del sector turismo y sector cultura de nuestro país.

- ✓ Se debe apegar a un desarrollo a escala local, integrando los centros más pequeños y las comunidades rurales en los circuitos turísticos regionales, para que los beneficios sean a escala social y territorialmente inclusivo.
- ✓ Se debe contar con una estructura de servicios turísticos complementarios que funcione y se vincule a la gestión cultural.
- ✓ Protección de los sitios atractivos.
- ✓ Desarrollo de una política y programa para conservar sus atracciones turísticas naturales y culturales claves para asegurar que los paisajes, ecosistemas y hábitats que se encuentran identificados sean protegidos y resguardados. Las amenazas deben ser identificadas y evaluadas. Se busca la sostenibilidad de su acceso y manejo.
- ✓ Para que pueda emprenderse como actividad económica productiva de localidades, no pueden existir complejos económicos de industrializar el sector cultural, se puesta por el fortalecimiento del patrimonio intangible.
- ✓ Vincular al sector público, privado y al tercer sector (comunidades organizadas), para la formulación de programas, proyectos, estrategias de desarrollo local.
- ✓ Ampliar y diversificar la oferta de estudios sobre gestión cultural y economía de la cultura, vinculados al desarrollo del área turística y cultural.
- ✓ Capacitar y formar al personal que prestará servicios en los espacios culturales, con especial atención en talleres que dicten conocimientos sobre vocación al usuario.

- ✓ Implementar un programa de ampliación de servidores y redes de servicios tecnológicos, con la intervención del Ministerio de Educación Universitaria, Ciencia y Tecnología, en pro de construir una plataforma tecnológica y ampliar las zonas de conexión a internet a través de redes inalámbricas de manera gratuita, para que los usuarios, turistas y prestadores de servicios de la región, puedan contar con aplicaciones web, que se puedan descargar la cartografía cultural de la región.
- ✓ Visualizar la economía turística como factor de desarrollo económico y social sostenible, comprender que el patrimonio cultural de la manera que lo presentes es frágil y vulnerable a cambios que se produzcan en el entorno natural, cultural y económico. No se puede tergiversar la visión, un turismo a gran escala puede alterar completamente el carácter de una comunidad.

Es conveniente señalar, así como parte de los razonamientos que reseñó el Dr.

Tresserras durante esta investigación, que más que estos lineamientos,

...es preciso plantear políticas y estrategias de turismo que armonicen sinergias y acciones que satisfagan los objetivos de salvaguardar, conservar, activar y valorar el patrimonio, las artes y las industrias culturales y creativas, transversalmente con las seis convenciones UNESCO relativas a cultura, para activar la economía naranja y a la vez construir mancomunadamente productos y servicios eficientes e innovadores, que consoliden destinos turísticos de calidad, competitivos, sostenibles, responsables e inclusivos y generadores de desarrollo cultural, económico y social para la comunidad. Es bien recomendable incluso reconducir numerosas iniciativas ya existentes en materia de intervención/inversión cultural-patrimonial para que sean reorientadas para lograr su mayor potencial dentro de un enfoque de economía naranja. (2015)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASCANIO, A (2003). Turismo y Desarrollo de la Comunidad: Un primer paso para rescatar la identidad cultural. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. Disponible en la web: http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316769947_AAscanio_Turismo_y_comunidad.pdf
- AFANADOR U OTROS. (2011). *Observatorio Venezolano de Cultura y Desarrollo: una necesidad en tiempos de cambio*. Fundação Casa de Rui Barbosa. Consultado el 03/02/2015. Disponible en: http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Políticas_Culturais/II_Seminario_Internacional/FCRB_Ana_Afanador_e_outros_Observatorio_Venezolano_de_Cultura_y_Development.pdf
- ASUAGA, C (2009). Un encuentro no casual: Cultura, Ciencias Económicas y Derecho. Montevideo. Consultado el: 02/05/2015. Disponible en la web: <http://www.ccee.edu.uy/investigacion/cultura/libro.pdf>
- BARRETO, M. (2007). Turismo y Cultura. Relaciones Contradicciones y Expectativas. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, n. 1. Tenerife. Consultada el: 20/01/2015, disponible en la web: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita1.pdf>
- BERMÚDEZ, E y SÁNCHEZ, N. (2009). Política, cultura, políticas culturales y consumo cultural en Venezuela. *Espacio Abierto*. V. 18, n 3. Maracaibo. Consultada el: 22/01/2015, disponible en la web: http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-00062009000300007&Ing=es
- BONET, L (2001). *Economía y Cultura: Una Reflexión en Clave Latinoamericana*. Investigación realizada para la Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo. Barcelona.
- BONET, L (2002). La Formación e Investigación de Turismo Cultural en España. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. Consultado el 12/12/2014. Disponible en: http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316770749_LBonet_FormacionInvestigacion.pdf

- BONET, L (2003). Turismo Cultural: Una reflexión desde la ciencia económica. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. Consultado en julio 2014. Disponible en:
http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316770469_LBonet_Reflexion.pdf
- BONET, L (2008). *Una Aproximación Económica al Análisis del Turismo Cultural*. Ponencia presentada para el I Seminario Internacional Ciencias Económicas, Derecho y Cultura: Hacia un modelo del Río de la Plata. Montevideo, Universidad de la República.
- BOUCHER, A; LÓPEZ, T y SÁNCHEZ, S (2008). Las perspectivas del turismo cultural respecto a los Objetivos del Milenio para el Desarrollo (OMD). *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2, nº 6.
- BRIONES, G (1996). *Epistemología de las Ciencias Sociales*. Bogotá: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES.
- BUSTAMANTE, K y ZULOAGA A (2009). *TURISMO CULTURAL. Una posibilidad para el estado Bolivariano Miranda*. Tesis para optar al grado de Licenciatura en Artes, mención Promoción Cultural, de la Facultad de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela.
- CARRASCO, S (2006). Medir la Cultura: Una tarea inacabada. *Periférica*, Nº 7. ISSN-155-1172. Universidad de Valencia, España. Consultada el 20/05/2015. Disponible en la web:
<http://www.uv.es/carrascs/PDF/medir%20la%20cultura.pdf>
- CARBÓ, G. (2008). *La Cultura: Estrategia de Cooperación al Desarrollo*. Girona: Documenta Universitaria.
- CARPIO, I (2008). *El Conac ya es Historia*. Artículo Digital de fecha 13/05/2008. Consultado el 10/04/2015. Disponible en la web:
www.aporrea.org/actualidad/n114051.html
- CAUSARANO, M (2014). *Debate Temático sobre Cultura y Desarrollo Sostenible en la Agenda Post 2015*. Intervención ante la UNESCO en nombre de la República del Paraguay. Consultado el 01/05/015. Disponible en la web:
http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/paraguay_may5.pdf

- CESTUR. (S/F). *El Turismo Cultural en México*. Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México. México: Secretaría de Turismo. Consultado en julio 2014. Disponible en: www.conaculta.gob.mx/turismocultural/pdf/Resumen_Ejecutivo.pdf
- COLBERT, F y CUADRADO, M (2010). *Marketing de las Artes y la Cultura*. Ariel Patrimonio.
- Comisión de Cultura de la FEMP. (2009). *Guía para la evaluación de las políticas culturales locales. Sistema de indicadores para la evaluación de las políticas culturales locales en el marco de la Agenda 21 de la cultura*. España: Federación Española de Municipios y Provincias.
- CONACULTA (2005). Pensamiento acerca del Patrimonio Cultural. Antología de textos. Convención de la UNESCO sobre la Protección del patrimonio mundial, cultural y natural. *Revista de Patrimonio Cultural y Turismo*. Cuaderno N° 3. México. Consultado el: 10/01/2015. Disponible en la web: http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/cuaderno3_1.php
- CONACULTA (s/f). El ABC del Patrimonio Cultural y Turismo. México.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (s/f). *Metodología Políticas Culturales 2011-2016*. Departamento de Estudios, Sección Políticas Culturales. Chile. Consultado en la web el 12/04/2015. Disponible en la web: [www.cultura.gob.cl/wp-content/.../03/Anexo **Politica** Cultural1.docx](http://www.cultura.gob.cl/wp-content/.../03/Anexo_Politica_Cultural1.docx)
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2011). *Guía Metodológica para Proyectos y Productos de Turismo Cultural Sustentable*. Chile. Patrimonia Consultores.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Publicada en Gaceta Oficial N° 36.860.
- CULSHAW, F (s/f). “*Marca Venezuela*” en cambio continuo. Diario El Mundo, versión digital. Consultado en la web el 21/10/2014. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/firmas/fabiana-culshaw/-marca-venezuela--en-cambio-continuo.aspx>
- DACHARY, A (s/f). Educación, Cultura y Turismo. *Cuaderno N° 6. Turismo Cultural*. Consultado en noviembre 2014. Disponible en: [ww.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf/cuaderno6.pdf](http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf/cuaderno6.pdf).

DEBATES IESA (2014). Venezuela: Un Destino Nada Chévere. Edición: Las Industrias del Talento.

Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo. Publicada en Gaceta Oficial N° 6.152. 18 de noviembre de 2014. Venezuela.

Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley de Fomento del Turismo Sustentable como Actividad Comunitaria y Social. Publicado en Gaceta Oficial N° 6.153. 18 de noviembre de 2014. Venezuela.

Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Cultura. Decreto N° 6.154. 19 de noviembre de 2014. Venezuela.

Encuentro Internacional sobre Turismo Cultural en América Latina y el Caribe. (1996). Realizado en Cuba. Consultado en la web el 06/06/2014. Disponible en: http://www.lacult.org/docc/oralidad_08_80-82-presentacion-encuentro.pdf

Encuentro de Turismo Cultural-NAyA: "El turismo: espacio de diálogo intercultural" (2003). Buenos Aires. II Congreso Internacional de Turismo Cultural NAYA. Consultado en la web el: 02/05/2015. Disponible en: http://www.naya.org.ar/turismo/politicas_turismo_cultural.pdf

ECHEVERRI, L.M; ESTAY, C.A y ROSKER, E. (2012). Estrategias y experiencias en la construcción de Marca País en América del Sur. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 288-305.

EGOB (2010). *Revista de Asuntos Públicos*. N° 6. Universidad de los Andes: Colombia. ISSN 2027-2421. Consultada el: 12/04/2015.

ICOMOS (1976). *Carta de Turismo Cultural*. Disponible en la web: http://ipce.mcu.es/pdfs/1976_Carta_turismo_cultural_Bruselas.pdf

III Encuentro de Turismo Cultural-NAyA (2003). *El turismo: espacio de diálogo intercultural*. Museo José Hernández-Buenos Aires. Consultado en junio 2014, Disponible en: www.pasosonline.org/Publicados/1203/PSANUN01.pdf

FIGUEROA, J (2011). *El porvenir de la gestión cultural en Venezuela*. Ponencia presentada al Primer Congreso Nacional de Gestión Cultural. "Escenarios, tensiones y desafíos de la Gestión Cultural en Chile". Chile. Consultado el 11/05/2015. Disponible en la web: <https://congresogcchile.files.wordpress.com/2012/04/el-porvenir-de-la-gestic3b3n-cultural-en-venezuela.pdf>

- GARCÍA, N (1987). *Políticas Culturales en América Latina*. México: Editorial Grijalbo.
- GARCIA, N. (1999). *Los usos sociales del Patrimonio Cultural*. En Aguilar Criado, Encarnación. *Cuadernos Patrimonio Etnológico*. Nuevas perspectivas de estudio. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. Páginas: 16-33.
- GUERRA, D (2003). Los Actores del Turismo Cultural: Una introducción a los avances y perspectivas en su estudio y aplicación. *Ciudad Virtual de Antropología y Arqueología*. Consultado el 12/01/2015. Disponible en: http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Diana_Guerra_Chirinos.htm
- GUZMÁN, C (2009). Las estadísticas e indicadores culturales en Venezuela. Contribución al estudio de la Economía de la Política Cultural. *Anuario Ininco / Investigaciones de La Comunicación* N° 2, Vol. 21, Caracas.
- GUZMÁN, C (2009). Los Estudios de Consumo Cultural. Observatorio Venezolano para la Sociedad de la Información y del Conocimiento. *Innovarium*. Consultado el 12/04/2015. Disponible en la Web: <http://cguzmancardenas.blogspot.com/2009/08/los-estudios-de-consumo-cultural.html>
- HARVEY, E. (1990). *Políticas Culturales en Iberoamérica y el Mundo*. Madrid: Tecnos/Sociedad Estatal Quinto Centenario.
- HERNÁNDEZ, G (2012). *Cómo hacer un Proyecto de Investigación en Comunicación*. Los libros de El Nacional. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- KOZAK, G (2006). Políticas Culturales y Hegemonía en la Revolución Bolivariana: Ética y Estética Socialistas. *Estudios* 14: 28 (julio-diciembre 2006): 101-121. Consultado el 01/02/2015. Disponible en: <http://www.revestudio.ll.usb.ve/PDF/28/Kozak.pdf>
- KOZAK, G (2015). Revolución Bolivariana: políticas culturales en la Venezuela Socialista de Hugo Chávez (1999-2013). *Cuadernos de Literatura*. Vol. XIX. N°37. ISSN 0122-8102. Págs: 38-56. Consultado el 10/02/2015. Disponible en la web: <http://revistas.javeriana.edu.co>
- LOBATO, M y QUINTERO, M (s/f). *Mapas Culturales y estadísticas: ¿para qué?* Proyecto Mapa Cultural del Puerto Rico contemporáneo. Consultado el 25/05/2015. Disponible en la web: sic.conaculta.gob.mx/centrodoc_documentos/540.pdf

- LÓPEZ, G. (2003). Patrimonio Cultural y Turismo. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. Consultado en julio 2014. Disponible en: http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316769663_GLopez_Patrimonio_Cultural_y_Turismo.pdf
- MALLOR, E; GRANIZO, G y FAYOS, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14, 269-284.
- MARAÑA, M (2010). Cultura y Desarrollo. Evolución y Perspectivas. *Cuadernos de Trabajo*, N° 1. UNESCO Etxea. Consultado el 01/05/2015. Disponible en la web: http://www.unescoetxea.org/dokumentuak/Cultura_desarrollo.pdf
- MARTINELL, A (2001). *La Gestión Cultural: Singularidad Profesional y Perspectivas de futuro*. Cátedra Unesco de Políticas Culturales y Cooperación. Consultado en el 01/05/2015. Disponible en la web: <http://www.feagc.com/index.php/documentos?task=download&tmpl=component&id=58>
- MARTÍNEZ, M (2004). *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa*. México: Editorial Trillas.
- Matriz FODA (2011). *¿Qué es la matriz Foda?* Consultado el 16/05/2015. Disponible en la web: <http://www.matrizfoda.com/>
- MILLER, T y YÚDICE, G. (2004) *Política Cultural*. 1ra. Edición. Serie Culturas. Barcelona. Editorial Gedisa, S.A.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013). PENTUR – Plan Estratégico Nacional de Turismo 2012-2021. Perú.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo MINCIT (2005). *Política de Turismo Cultural*. República de Colombia. Consultado en la web el: 22 de junio de 2014. Disponible en: www.oei.es/cultura/PoliticadeturismoculturalColombia.pdf
- Ministerio del Poder Popular para el Turismo (2015). *Estadísticas Básicas de la Actividad Turística en Venezuela*. Cifras oficiales cedidas por la Oficina de Estadísticas Turísticas por publicar. Venezuela.
- Ministerio de Turismo y Patrimonio. *Patrimonio Cultural*. Ecuador. Consultado el: 03/04/2015. Disponible en la web: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>

MONREAL, P. (2002). *El turismo como industria cultural. Hacia una nueva estrategia de desarrollo turístico en América Latina y el Caribe*. Oficina Regional de Cultura para América Latina y el Caribe de la UNESCO. Consultado el 06/06/2014. Disponible en la web:
http://www.lacult.org/docc/MonrealDocumentoForoCompleto_espanol.doc

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO (2009). *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO 2009*. Instituto de Estadística de la Unesco: Montreal. Consultada el 20/05/2015. Disponible en la web:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191063s.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO (2010). *Políticas para la Creatividad. Guía para el desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas*. Consultado en la web el 16/04/2015. Disponible en:
http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/UNESCO_CulturalandCreativeIndustriesguide_01.pdf

Organización Mundial del Turismo (OMT). (s/f). *Introducción al Turismo*. Consultado en la web el 23/04/2014. Disponible en:
<http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1043/1/INTRODUCCION+AL+TURISMO+OMT.pdf>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (s/f). *Definición de Turismo Sostenible*. Consultado en la web el 23/04/2014. Disponible en:
<http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

Organización Mundial del Turismo (2014). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. Consultado en 15/04/2015. Disponible en la web:
http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp.pdf

Organización Mundial del Turismo (2014). *Acerca del DMT 2014*. Consultado el 15/04/2015. Disponible en la web: <http://wtd.unwto.org/es/content/about-wtd-2014-wtd2014>

PAÚL, R. (2010). *La Cultura según la UNESCO*. Consultado en la web el 06/06/2014. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/37827859/La-cultura-segun-la-UNESCO>

PNUD (s/f). *Desarrollo Humano*. Colombia. Consultado el: 25/04/2015. Disponible en la web: <http://www.pnud.org.co/sitio.shtml?apc=i1-----&s=a&m=a&e=A&c=02008#.VUoYS1RvnT0>

Plan de la Patria. Segundo Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2013-2019. Venezuela.

Plan Estratégico Nacional de Turismo (Plan Sectorial) 2015-2019. Ministerio del Poder Popular para el Turismo: Venezuela. Consultado el 24/03/2015. Disponible en la web: <http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/plan-estrategico-nacional-de-turismo/>

PORRAS, G (2002). *El Marketing del Turismo Cultural*. Ponencia presentada en el I Congreso Internacional Del Turismo Cultural. Salamanca. Disponible en la web: http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316770561_GerPorras_MarkTurismo.pdf

Proyecto Nacional Simón Bolívar 2007-2013. Primer Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación. Venezuela.

RODRÍGUEZ, M. (2001). *El Turista Cultural y las Ciudades Históricas*. En Espiral SL, Dinamización del Patrimonio. Consultada en junio 2014. Disponible en la web: http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/R01665_turistacultural.pdf

SÁNCHEZ, J. (s/f). *Turismo e Industria Cultural*. Jornadas de Fomento de la Investigación. Universidad Jaume. España.

THROSBY, D. (2008). *Economía y Cultura*. México. Editorial. Gestión Cultural.

TOSELLI, C. (2006). *Algunas Reflexiones sobre el Turismo Cultural*. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS. Vol. 4 N. 2. Argentina. Disponible en la web: <http://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>

TOWSE, R. (2003). *Manual de Economía de la Cultura*. Fundación Autor / Iberautor S.R.L. Madrid-España.

TRESSERRAS, J (2009). Cátedra Unesco de Turismo Cultural. *Conferencia dictada en la Universidad Nacional de Tres de Febrero*. Buenos Aires. Video Consultado el 15/01/2015. Disponible en la web: <https://www.youtube.com/watch?v=gcmLCLKTZ88>

UNESCO (s/f). *Líneas Generales*. México. Consultado en la web el: 19/10/2014. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

- VENTURA, V. (2011). El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo Incluyente en América Latina: los casos de Brasil y México. *Serie Comercio y Crecimiento Inclusivo*. Working Paper N° 138.
- Viceministerio de Turismo de Bolivia (2005). *Taller Regional para Países Andinos sobre Indicadores de Sostenibilidad en Destinos Turísticos*. Bolivia. Consultado el 25/05/2015. Disponible en la web: sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/Bolivia.pdf
- WEB Y Empresas, (2012). *La Cadena de Valor de Michael Porter*. En Planificación Estratégica. Disponible en la web: <http://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
- YÚDICE, G (2002) *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.
- ZALLO, R. (2007) *La Economía de la Cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio*. En: Revista ZER. Vol. 12. N°22. pp. 215-234.
- ZOUAIN, G. (2000) *Patrimonio y economía local*. Documento preparado con motivo del “Seminario Europeo de gestión de Cascos Históricos” – Granada, 8-11 noviembre 2000. Disponible en línea en: <http://www.albaicin-granada.com/seminari/ponencias/pon17.PDF>