

**LA COMISIÓN CULTURA,  
TURISMO Y ESPACIOS PÚBLICOS  
EN EL CENTRO DEL DEBATE**



**Unión de Escritores y Artistas de Cuba**

**INFORME CENTRAL**

**La Habana, 4 de diciembre de 2015**



**LA COMISIÓN CULTURA,  
TURISMO Y ESPACIOS PÚBLICOS  
EN EL CENTRO DEL DEBATE**

**Unión de Escritores y Artistas de Cuba**

**INFORME CENTRAL**



Luego del Consejo Nacional del pasado abril, la Comisión de Cultura, Turismo y Espacios Públicos ha desarrollado sistemáticos encuentros e intercambios con los Ministerios de Cultura y de Turismo, el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Cultura y otras instituciones y organismos políticos y administrativos para abordar las inquietudes de los creadores emanadas desde el VIII Congreso de la UNEAC efectuado en el 2014 y hasta la fecha.

La Comisión ha estado presente en ejercicios docentes con intelectuales, estudiantes y directivos de las Escuelas de Turismo que tributan a los objetivos de la Comisión, y participado sistemáticamente en reuniones, entrevistas, debates, despachos individuales y eventos de alta valía convocados dentro y fuera de la UNEAC.

Sin embargo, los casi tres meses últimos de trabajo se han distinguido, esencialmente, por el saldo positivo que tuvo la reunión de la Comisión del 8 de septiembre con directivos del MINTUR en cuanto a la proyección coordinada que deben tener las instituciones y organismos del MINTUR y de Cultura, el Sindicato y la UNEAC; y por la disposición expresada por la dirección del MINTUR de poner la red de ventas del turismo a disposición de los eventos culturales de la UNEAC. Los participantes a la reunión recibieron con beneplácito el saludo personalizado del Ministro de Turismo, presente en el Salón para manifestar su complacencia con el encuentro entre funcionarios e intelectuales en aras de perfeccionar los vínculos entre los sectores.

Esta etapa también se distingue por la amplia toma de opiniones a los miembros de la Comisión sobre el Documento que establece la política y muestra las líneas a seguir en todos los aspectos de la relación Cultura y Turismo dando

respuesta inmediata a los problemas identificados; ello permitió se contase con más elementos que lo enriquecieron. Y se hace notar la realización en el mes de octubre de los tres talleres regionales de intercambio en la ciudad de Holguín para las cinco provincias orientales (16 de octubre); en Ciego de Ávila para las cinco provincias centrales (23 de octubre) y en La Habana para las provincias occidentales e Isla de la Juventud (30 de octubre) que contaron con la coordinación de los ministerios de Cultura y Turismo, la Asociación Hermanos Saíz y las organizaciones sindicales de ambos sectores y celebrados como paso preparatorio a la reunión de este Consejo Nacional.

Estos encuentros territoriales tuvieron el propósito de valorar las relaciones y potencialidades del turismo y la cultura nacional desde diversos ángulos, así como establecer un intercambio acerca de las experiencias de los artistas de cada provincia en su vínculo profesional con el sector del turismo, y asimismo lograr líneas comunes de acciones que permitan sistematizar las ideas y procedimientos de la Comisión a nivel nacional.

Una amplia representación de los ministerios de Cultura y de Turismo, de la UNEAC y la Asociación Hermanos Saíz, así como representantes del PCC en esos territorios estuvo presente en todos los talleres.

Hoy analizaremos los principales resultados obtenidos con el objetivo de incorporar otros, si fuera necesario, o enriquecer los que están. Nuestro compromiso es muy grande porque este paso de hoy será el antecedente imprescindible para la labor de las Comisiones de Cultura y Turismo que en cada provincia quedarán constituidas próximamente

Para facilitar el análisis, se han estructurado los planteamientos, debates e ideas de los talleres en catorce amplias temáticas, acompañadas en cada caso de una breve reflexión —como adecuado marco a la agenda de discusión—, y de cincuenta y una propuestas de soluciones para desbrozar el camino que todos debemos recorrer. En algunos casos se

revelan ejemplos de variados hechos que tienen lugar hoy en nuestra sociedad a modo de denuncia concreta.

Una última reflexión: cada una de las propuestas realizadas están afianzadas por los conocimientos históricos y técnicos de los prestigiosos creadores, funcionarios y especialistas de las diferentes instituciones, organizaciones y ministerios que participaron, pero, sobre todo, por las realidades cotidianas que palpamos.

## **TEMAS PRINCIPALES. PROPUESTAS DE TRABAJO**

### **1. IMAGEN CUBA**

Las imágenes derivadas de las acciones de comunicación y promoción deberán reflejar las facetas más representativas de nuestro patrimonio natural y cultural en lo referente a características ambientales, monumentos nacionales y locales, pluralidad racial, religiosidad, manifestaciones artísticas de alto reconocimiento nacional e internacional y expresiones raigales de la cultura cubana.

### **Propuestas**

- 1.1. Monitorear a manera de Observatorio por la Comisión Permanente Cultura, Turismo y Espacios Públicos de la UNEAC y sus representantes en los territorios la IMAGEN CUBA mediante un proceso de evaluación permanente.
- 1.2. Dar seguimiento permanente a la IMAGEN CUBA que se proyecta a través del turismo como componente de la cultura cubana.

Ejemplo 1: Sobre la “rumba blanca” a la luz del paradigma de Sonia Calero, que aún se emplea en los cabarets y del “son cabaretero” a la luz del paradigma de Alberto Alonso, y que también se enseña en las escuelas de arte y aplica después como referencia en múltiples espacios públicos.

Ejemplo 2: Es el “danzón con la mujer alzada” que nada tiene que ver con este baile y que se usa en diversos espectáculos (cayería del norte de Villa Clara).

Ejemplo 3: Los sitios web que venden Cuba como un espacio de “bailadores/ras libidinosos de salsa” (turismo sexual) y eso nada tiene que ver con los intereses ni las propuestas de los sitios cubanos sobre turismo.

- 1.3. Valorar en lo particular la imagen identitaria de Varadero y el peligro de convertirla —como ya lo es Bermudas— en *un no lugar* desde el punto de vista del sentido de pertenencia plena a la cultura cubana.
- 1.4. Continuar el diálogo con las agencias extranjeras que hacen propaganda no coordinada sobre Cuba y explicarles que el turismo sexual no es deseable.

## 2. EL PATRIMONIO CULTURAL Y EL TURISMO EN CUBA

El turismo cultural es una modalidad de turismo que hace énfasis en aquellos aspectos que propone un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país, en su diversidad de manifestaciones. En los últimos años ha cobrado cierta relevancia en aquellas zonas que se han visto limitadas a otros tipos de turismo: sol y playa, deportivo, u otros como caza y pesca. Este tipo de turismo exige recursos histórico-culturales y múltiples sitios patrimoniales para su desarrollo y sostenibilidad. Es más exigente en la gestión y menos estacional. En Cuba existe un vasto patrimonio cultural y contamos con un conjunto significativo de ciudades con valores patrimoniales como Trinidad, Remedios, Santiago de Cuba y Baracoa, y muchas más.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ver: Jesús Guanche: *El turismo cultural y el patrimonio en Cuba: desafíos y perspectivas*, Conferencia, La Habana, 2015, Archivo de la Comisión Cultura Turismo y Espacios Públicos.



## Propuestas

- 2.1. Potenciar a través del turismo de eventos el patrimonio de diversas provincias como la Jornada Cucalambéana de Las Tunas, el Festival del Caribe, el Carnaval de Santiago de Cuba, la Fiesta de la Cubanía en Bayamo; las propias de la ciudad de Holguín como las Romerías de Mayo y la Fiesta Iberoamericana; y la Guantanamera de Guantánamo.
- 2.2. La gestión del patrimonio por los especialistas es una tarea permanente de los Centros de Patrimonio Cultural y debe coordinarse adecuadamente con las visitas de turistas para que la IMAGEN CUBA sea la más adecuada. Lo anterior incluye, por ejemplo, las explicaciones en otras lenguas según el flujo de visitantes.  
Ejemplo: Los bicitaxistas o los que gestionan gratificaciones en paladares y casas de alquiler también operan como “guías turísticos”.
- 2.3. Valorar las fortalezas del turismo cultural a partir de otras preguntas como: ¿Qué busca el turista en Cuba?, ¿quién decide los espacios visuales y sonoros en los espacios públicos?, ¿quién o quiénes son los responsables de la impunidad en esos espacios?, ¿cómo preparar ese potencial cultural para abarcar adecuadamente los espacios públicos?, ¿cómo gestionar una estrategia abarcadora de la economía de la cultura en su acepción amplia?
- 2.4. Valorar en cada territorio cuántos recursos culturales y naturales pueden convertirse en recursos turísticos y cómo ponerlos en valor como productos turísticos sostenibles y en beneficio social. Son tres niveles de la cuestión que conducen a una valoración detallada y precisa. El objetivo central es la defensa de la cultura cubana y potenciar el turismo desde la cultura nacional en su diversidad de expresiones.

- 2.5. Identificar y jerarquizar adecuadamente los hoteles que poseen la condición de Monumento Nacional para otorgarles mayor visibilidad en las ofertas y para influir en otras instalaciones que puedan acceder a esta categoría. Esto implica también jerarquizar las propuestas en vivo que se efectúan.

### **3. MANIFESTACIONES RAIGALES DE LA CULTURA CUBANA COMO PORTADORAS DE LAS TRADICIONES MÚSICO-DANZARIAS MÁS AUTÓCTONAS**

Las manifestaciones raigales de la cultura cubana están relacionadas íntimamente a los grupos étnicos que se asentaron en diferentes regiones de nuestro país y que, a través de los siglos, han desarrollado diversas formas de cruzamiento en cada región dando por resultado una cantidad considerable de géneros musicales y danzarios diversos con diferentes formas de interpretación en cada región.

#### **Propuestas**

- 3.1. Diversificar la visibilidad y el valor añadido de las agrupaciones raigales de la cultura nacional que son portadoras de las tradiciones músico-danzarias más autóctonas, muchas de ellas declaradas Patrimonio Cultural de la Nación Cubana.
- 3.2. Implementar la red de Parrandas tradicionales ya declaradas Patrimonio Cultural de la Nación Cubana para elaborar una *Ruta de las Parrandas* a través de los 18 gobiernos locales con un programa coherente y estructurado de modo atractivo por la cercanía relativa con los polos de Cayo Santa María y Cayo Coco. Es decir, aprovechar el potencial ya existente y ponerlo en valor patrimonial.
- 3.3. Hacer visibles las manifestaciones raigales de la cultura cubana a través del turismo cultural sostenible, pero con el respeto que merecen ellas y sus portadores, y sin

tergiversar y empobrecer su verdadera imagen ni realizar actos de mal gusto acrecentados en espectáculos de cabaret en busca de llamar la atención a toda costa.

#### **4. LOS ESPECTÁCULOS MUSICALES Y LA SUSTITUCIÓN DE MÚSICA EN VIVO POR MÚSICA GRABADA. DE LAS ORQUESTAS ACOMPAÑANTES, EL HUMOR Y LA CALIDAD**

Durante años el espectáculo musical cubano marcó pautas en el ámbito nacional e internacional lo que permitió que Cuba y especialmente La Habana fuera considerada “plaza fuerte” de América Latina. Por aquel entonces, el espectáculo estuvo signado por un desarrollo saludable y una inventiva casi siempre brillante: con mencionar apenas nombres como los de Rodney, Trápaga o Alberto Alonso y pensar en términos de Tropicana, Montmartre, Sans Souci o teatros como el América, Alhambra, Martí, es más que suficiente. El musical propició además el arribo al país de personalidades como Edith Piaff, Nat King Cole, Frank Sinatra, Carmen Miranda, entre otros, y la promoción de estrellas nacionales como Benny Moré, Rita Montaner, Bola de Nieve, Esther Borja y Rosita Fornés,

Sin embargo, han ido surgiendo en los espectáculos actuales concepciones ajenas a sus tradiciones, directores artísticos improvisados, desaparición de las orquestas que acompañaban al show, hecho que además de romper con la tradición del espectáculo cubano trajo como consecuencia la disolución de buenas agrupaciones de este tipo. Como variante se sustituyó la orquesta por música grabada para acompañar los shows, práctica presente también en otras locaciones recreativas en general, con la consecuente pérdida de fuentes de empleo para los músicos y en detrimento de la relación directa entre los artistas y el público.

Asimismo, existe actualmente un modo de hacer nuestro humor criollo que no prestigia ni caracteriza a los mejores creadores del género.

En este contexto también queremos reiterar que toda participación y presencia artístico-cultural deben estar signadas por la calidad estética y por activar los modos que permitan decantar aquellos productos culturales que no tengan la calidad ética y estética imprescindibles.

## **Propuestas**

- 4.1. Diversificar los espectáculos en los sitios de turismo según las peculiaridades culturales de cada lugar.
- 4.2. Valorar mejor el papel de los bailarines, coreógrafos y técnicos que laboran en los espectáculos de los polos turísticos para una adecuada consideración y remuneración por un trabajo especializado al que muchos dedican su vida profesional. Esto implica la requerida calidad de los escenarios, tabloncillos, luces, camerinos y demás condiciones de trabajo.
- 4.3. Sistematizar la evaluación de los directores artísticos de los espectáculos en las instalaciones hoteleras y dialogar con las direcciones de los respectivos hoteles.  
Ejemplo: La supuesta “Noche Cubana” del Hotel Comodoro el 8 de octubre de 2015, vista por los participantes del *VIII Taller Regional de intercambio de experiencias*, evento internacional del CIERIC donde actuaron grupos de baja calidad que fueron presentados como si fueran “los mejores del país”.
- 4.4. Los espectáculos artísticos programados en las instalaciones turísticas solo utilizarán directores artísticos, presentadores y animadores avalados por el Instituto Cubano de la Música y el Consejo Nacional de las Artes Escénicas.  
Ejemplo: Algunos jefes de animación de Varadero siguen haciendo lo que estiman pertinente en relación

con los temas y actividades que realizan al interior de las instalaciones hoteleras. Un correo enviado a la Presidencia de la Asociación de Músicos de la UNEAC el 8 de noviembre, denuncia que en el Hotel Meliá Marina Varadero el espectáculo de Maikel Jackson se presentó el sábado 7 de noviembre como habitualmente lo hace, no obstante haber quedado suspendidos los nueve en total existentes, de la programación de los hoteles por indicaciones del Ministro de Turismo en el Taller de La Habana el 30 de octubre. Alfonso Llorens, músico de Matanzas y el denunciante, manifiesta su extrañeza pues el jefe de animación de ese hotel es uno de los más disciplinados y de los que sí sabe usar talento de calidad. Y pregunta si los hoteles recibieron oficialmente algún documento prohibiendo la contratación de esos espectáculos. Y se pregunta: para qué reunirnos si luego se incumple lo que se dice.

- 4.5. Emplear de manera sistemática la músicaailable en vivo en las instalaciones hoteleras donde existan condiciones adecuadas.
- 4.6. Necesidad de reincorporar a la orquesta acompañante de las actividades en vivo, que ha sido eliminada de la programación.
- 4.7. Velar de modo permanente por el ambiente sonoro o *sonosfera* de las instalaciones turísticas y los espacios públicos, especialmente en cuanto a repertorio y altura del sonido.
- 4.8. Ampliar y balancear la presencia de los jóvenes en las instalaciones del turismo a partir de un diseño integral y de acuerdo con el tipo de repertorio o la caracterización de los diversos espacios.

## **5. PRESENCIA DE LAS OBRAS DE LOS ARTISTAS DE LAS ARTES VISUALES EN LA AMBIENTACIÓN DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS Y RECREATIVAS. REANIMACIÓN DE LAS GALERÍAS EN LOS HOTELES. CARACTERIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS**

En la actualidad, una de las líneas más relevantes en relación con el turismo, es nuestra proyección artística y visual en todos los ámbitos. Es igualmente fundamental que el concepto *Cuba* se transmita a través de las artes visuales en general (que incluye el diseño gráfico y ambiental, así como nuestro patrimonio artístico). Nuestro objetivo será ofrecer a través de la amplia riqueza de la cultura cubana, un entorno urbano ético y estético adecuado, donde, además se considere la contemporaneidad y empleo cualitativo de imágenes y obras con elevada calidad conceptual y formal, ya sea en la publicidad, en los espacios públicos o en los interiores de hoteles u otros inmuebles de uso turístico. Todo lo anterior sin dejar de tener en cuenta nuestra proyección internacional en relación orgánica con una imagen de la identidad cubana. Asimismo, será fundamental el rescate, preservación y promoción de los verdaderos valores de nuestra cultura visual, a través de un trabajo conjunto y cooperado de todas las instituciones y personalidades implicadas, a la par que se le otorgue una prioridad a la conservación y preservación del patrimonio artístico en los centros turísticos y hoteleros. Ello estará en función de una cada vez mejor proyección de la oferta turística cultural cubana en la arena y mercado internacionales.

### **Propuestas**

- 5.1. Valorar, según la jerarquía de los hoteles, la ambientación con obras originales de artistas de la plástica y/o abrir más galerías de arte en estos sitios (espacios de expo-venta). Incluso, personalizar las habitaciones con obras (reproducciones) de determinado artista plástico.

- 5.2. Caracterizar las diversas artesanías tradicionales del país según tipos, productores, técnicas y otros indicadores para su adecuada puesta en valor para resaltar las peculiaridades de cada lugar; y a la vez neutralizar la venta homogeneizante de suvenires.
- 5.3. Caracterización de las artesanías que se comercializan en las instalaciones del turismo y en otras instalaciones del país para ser consecuente con la diversidad de manifestaciones en este campo a nivel local y regional.
- 5.4. Incluir a la Asociación Cubana de Artesanos Artistas (ACAA) en estos encuentros y en los espacios de acceso al turismo o de los turistas a sus espacios y talleres.

## **6. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y SU ADECUADA PROMOCIÓN INTERNACIONAL**

No cabe duda de que el papel de la programación es decisivo, sin embargo, no puede ser arbitraria ni responder a criterios administrativos. Aunque resulte difícil, su éxito consiste en conjugar los intereses y gustos del contexto con los objetos culturales específicos que se persigan y con las posibilidades materiales y organizativas de su implementación.

Nuestra política musical debe estar debidamente orientada para salvaguardar y comercializar lo más excelente de sus creaciones y sus más notables creadores. Si queremos ofrecer a nuestro pueblo productos artísticos de la más alta calidad y conformar su gusto estético, debemos ser más exigentes con lo que comercializamos y ofertamos

### **Propuestas**

- 6.1. Elaborar un sistema nacional de programación de mayor alcance, semestral o anual, que neutralice lo coyuntural e inmediato y permita su puesta en valor e información oportuna a nivel nacional e internacional.

- 6.2. Garantizar una programación de actividades en las instituciones culturales en las principales ciudades del país a mediano y largo plazo para facilitar su adecuada promoción internacional.
- 6.3. Conectar mediante una adecuada programación determinado conjunto de hoteles y destinos turísticos con las actividades musicales, teatrales y otras que forman parte de la programación de las principales ciudades.
- 6.4. Incluir en los hoteles que dispongan de circuito de TV cerrado o en programas preparados en este campo, de la programación de actividades en museos, teatros, galerías de arte y otros proyectos culturales de interés para los turistas.
- 6.5. Caracterizar los centros nocturnos con el objetivo de diversificar programación y opciones.
- 6.6. Valorar la realización de pasaportes turísticos en diversos sitios (ciudades, espacios histórico-culturales) en el país como recurso de atracción y participación del turismo en la vida cultural, que puede incluir además: galerías de arte, sitios y talleres de artesanía, talleres de artistas, proyectos socioculturales, sedes de agrupaciones raigales de la cultura nacional y muchos otros según lo existente cada lugar.
- 6.7. Valorar la elaboración de callejeros<sup>2</sup> en las principales ciudades que son destinos turísticos como vía para que los turistas conozcan, desde el terreno, diversas propuestas y atractivos turísticos previamente identificados y programados.
- 6.8. Continuar la valoración crítica de los sitios web que venden Cuba como un espacio de “bailadores/ras li-

---

<sup>2</sup> Un **callejero** es una guía o mapa que muestra las carreteras y las calles de un distrito o de una ciudad entera. Los callejeros son una gran herramienta para navegar por las ciudades, pueblos o comunidades. Estos están disponibles en formato impreso como una guía urbana con sus mapas o planos, o a través de Internet o en los teléfonos móviles con conexión GPRS (Wikipedia, 2015).



bidinosos de salsa” (turismo sexual) ya que eso nada tiene que ver con los intereses ni las propuestas de los sitios cubanos sobre turismo.

- 6.9. Aumentar la rigurosidad en el respeto a los horarios de la programación en las visitas de turistas a diversos espacios, sitios, proyectos y otras instalaciones fuera de los hoteles.

## **7. PROMOCIÓN**

En la cultura se considera la promoción como el conjunto de acciones que tienden a divulgar, presentar y establecer en la imagen pública un producto o servicio cultural terminado.

Una acción promocional bien encauzada tiene como fundamento un conocimiento detallado del producto o servicio que se promueve, sus valores, características y relaciones. Es sobre esta base que se elaboran los criterios y las formas que se asumen por la divulgación y la publicidad, las que a su vez generan nuevas informaciones muy valiosas para las acciones comercializadoras.

### **Propuestas**

- 7.1. Promover a través de las instancias del turismo los eventos relacionados con el patrimonio cultural y natural de la nación.

## **8. ESPACIOS PÚBLICOS**

Si bien el cuidado y mejor uso ciudadano de los espacios físicos es importante así como el embellecimiento del entorno urbanístico y la restauración de edificaciones que constituyen parte importante de nuestro patrimonio nacional, especial atención y empeño merecen las ofertas culturales u opciones recreativas que en esos espacios se ofrecen a fin de defender la cubanía auténtica que nos legaron los cubanos más preclaros, base indispensable para el desarrollo cívico en esta isla.

## Propuestas

- 8.1. La atención a los espacios públicos debe tener muy en cuenta los muy diversos aspectos que incluye la disciplina social y también el tejido espiritual como parte de la imagen Cuba tales como: adecuada higiene del entorno urbano y las edificaciones, el control de la contaminación por ruido, suciedad u otra, diseño ambiental y señalética,<sup>3</sup> entre otros.
- 8.2. El Grupo de los Espacios Públicos adjunto a la Comisión Cultura Turismo y Espacios Públicos deberá elaborar un dossier de situaciones que actualmente se presentan en paladares, hostales y casas particulares que alquilan, pues representa un nuevo escenario en el que tanto el Ministerio de Turismo como el de Cultura deben trabajar de modo coordinado.

## 9. FORMACIÓN, SUPERACIÓN Y CAPACITACIÓN

Cuando destacamos la importancia de una formación y posterior superación profesional continua con el objetivo de desarrollar una cultura en los que laboran en la actividad del turismo subrayamos que este desarrollo no se logra a partir solamente de una práctica educativa en la que se desarrollan un conjunto de conocimientos en un programa específico de cursos y conferencias, sino que significamos que, además del aprendizaje en espacios académicos, este desarrollo constituye un proceso en el que se interrelacionan la motivación por la auto superación, la lectura de textos sobre la cultura cubana, así como las relaciones interpersonales y experien-

---

<sup>3</sup> La **señalética** es una actividad perteneciente al diseño gráfico que estudia y desarrolla un sistema de comunicación visual sintetizado en un conjunto de señales o símbolos que cumplen la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas en aquellos puntos del espacio que planteen dilemas de comportamiento, como por ejemplo dentro de una gran superficie (centros comerciales, fábricas, polígonos industriales, parques tecnológicos, aeropuertos, etcétera) (Wikipedia, 2015).

cias vinculadas a las manifestaciones culturales en general y artísticas en particular.

Armando Hart ha destacado elementos esenciales para el desarrollo cultural de los profesionales del turismo como estrategia meridiana en la solución de la problemática de la formación turística: “(...) *es necesario* (para el éxito de los programas turísticos) *que, en el centro de los programas en ejecución y de todos los eslabones relacionados con el turismo, la formación profesional se fundamente en una sólida comprensión del papel esencial de la cultura.*” (Intervención en la clausura del IX Congreso Internacional y Asamblea General de la Asociación Mundial para la Formación Profesional Turística, 1990).

## **Propuestas**

- 9.1. Establecer un adecuado balance entre formación, capacitación y masa de estudiantes para adecuar todo el proceso educativo a los nuevos escenarios del turismo, tanto nacional como internacional teniendo en cuenta que hay amplias potencialidades turísticas en nuestra cultura, y los que diseñan programas y productos turísticos deben tener el conocimiento de las realidades culturales y la forma de ponerlas en valor turístico de manera sostenible.
- 9.2 Imponer un cambio conceptual en la formación de los directivos, de los hoteleros y de otros profesionales del turismo que persiga la total identificación y sensibilización de los mismos con los valores de la cultura, sin lo cual será muy difícil lograr encauzar la relación orgánica entre cultura y turismo.
- 9.2. Emplear en diversos sitios de interés a visitar, al guía local debidamente preparado, con independencia del que viene en el ómnibus de turismo según el idioma.
- 9.3. Aunque existen muy buenos animadores procedentes de áreas como la deportiva, pudiera ser conveniente

que la mayoría de los que se formaran como animadores procedieran de la educación artística ya que para este tipo de formación la necesaria sensibilidad artística no se crea en seis meses o poco más que dura el curso de los mismos. En la formación de estos animadores una pregunta clave es qué papel juega la animación turística en la promoción de la cultura cubana, y la concepción de que la animación turística es cultura en sí. La profundización en la respuesta y análisis teórico y práctico de estos aspectos contribuirá a valorar lo verdaderamente importante que es la Animación Turística para la hotelería cubana.

- 9.4. Aprovechar mejor todas las épocas de la historia nacional (Poblamiento temprano, Colonia, República y Revolución) para dar a conocer los valores de la cultura nacional desde su propia historia, con énfasis en el proceso revolucionario como lo más cercano en el tiempo. Los temas sobre la Historia del Turismo en Cuba se deben desarrollar en los programas docentes de formación y de superación profesional en el turismo, apoyados en investigaciones de la Comisión Nacional de Historia del Turismo y la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana cuyos resultados tributarán a la conformación de la asignatura Historia del Turismo en Cuba. La asignatura permitirá una comprensión y valoración de la actividad turística en la actualidad cubana y valorar la importancia del turismo en su relación con la cultura.
- 9.5. Aprovechar las capacidades hoteleras para proponer opcionales (dentro o fuera de las instalaciones) de cursos y seminarios generales o especializados sobre las danzas tradicionales cubanas, solo si se involucra a un personal suficientemente capacitado evitando todo tipo de intrusismo profesional o improvisaciones.

## **10. INVESTIGACIÓN**

De acuerdo a las investigaciones, en el ámbito internacional ha predominado una orientación positivista en la formación turística que ha merecido los puntos de vistas críticos. Además de un excesivo predominio de lo técnico en el currículo de esta formación profesional, se alude, entre otras debilidades, a la poca importancia que se da a las habilidades concernientes al valor del patrimonio cultural, se excluyen las cuestiones morales y la comprensión del marco jurídico del turismo.

Lo anterior obliga a contemplar en el análisis de los contenidos curriculares de la superación turística en Cuba elementos como el tipo de promoción turística cultural; nivel profesional y estético del producto turístico; y la ética, tanto del turista como del profesional del turismo como anfitrión, en cuanto al grado de respeto a la cultura nacional. Estos aspectos han sido tratados en investigaciones con una serie de resultados de gran utilidad para viabilizar la relación turismo-cultura.

### **Propuestas**

- 10.1. Sistematizar la profundización e integralidad del conocimiento científico sobre los valores culturales de nuestro pueblo en toda su diversidad y en cada comunidad, y cómo inducirlo en cada propuesta turística y en la cultura potencial del turista a recibir.
- 10.2. Conformar un fondo documental y de textos, así como un banco de problemas, que incluyan investigaciones para el trabajo de las Comisiones y de los ministerios. En este fondo debe considerarse el gran cúmulo de conocimientos e información en las tesis de grado, de maestría y doctorados —sobre la relación cultura turismo— disponibles en instituciones académicas tanto de la enseñanza de la cultura artística como de la enseñanza del turismo.

## 11. CONTRA LA DISCRIMINACIÓN RACIAL Y DE GÉNERO

En la Cuba actual, el racismo ha permanecido en la conciencia de algunos ciudadanos, pero se manifiesta lamentablemente también en la realidad social. Conciencia individual y contexto social se retroalimentan. Por ello se produce una situación en que resulta indispensable trabajar sobre los dos planos del fenómeno, para lograr comprenderlo y eliminarlo. Por supuesto, lograr avances en la conciencia será siempre mucho más difícil que transformar los marcos de la realidad material.<sup>4</sup>

### Propuestas

- 11.1. Enfrentar manifestaciones de discriminación racial y de género que pueden expresarse a través del humor, publicaciones, propaganda, artesanías y otras formas ajenas a los principios de la revolución y el socialismo.
- 11.2. Continuar los vínculos de trabajo coordinado con la Comisión Permanente de la UNEAC José Antonio Aponte y la de Educación, Cultura y Sociedad en relación con las propuestas de enfrentamiento a manifestaciones de discriminación racial y de género ya presentadas a los Ministerios de Cultura y de Turismo.  
Ejemplo 1: En el aeropuerto, el mercado artesanal de las muñecas negras cocineras (como las esclavas domésticas de la Louisiana) que no tienen que ver con la artesanía cubana, a la vez que se vende un tipo de racismo subliminal que tampoco debe ser promovido.  
Ejemplo 2: La revista *Cubaplus* No. 32 publicó una fotografía de un trabajador negro con un pie de grabado insultante: *The monkey*, que dice mucho del fotógrafo y de la propia revista. Otro ejemplo puede

---

<sup>4</sup> Ver: Esteban Morales “Cuba: raza después de 1959”, Enciclopedia sobre Cuba, en proceso de publicación, septiembre, 2011,

estar marcado por *Cubaphus* Vol. 16 y la bondadosa extrapolación de mensajes tendenciosos y anticientíficos envueltos en la intención de cooperar, como la exposición del Museo de Bellas Artes denominada: *Raza, la raza humana, intercambio de arte cubano-americano*. Término que nada tiene que ver con el estado del conocimiento que identifica al *homo sapiens* como una sola especie.

## **12. RELACIONES CUBA Y ESTADOS UNIDOS**

No dejamos de considerar la estratégica importancia que tiene el nuevo contexto histórico posterior al 17 de diciembre de 2014 para los cubanos. Ya en el informe al Consejo Nacional de abril de 2015, se planteaba la necesidad de crear una plataforma de trabajo de acuerdo con los desafíos que demandará un nuevo escenario. Por otra parte, en el reciente taller de La Habana en el Salón de Mayo del Pabellón Cuba, una de las inquietudes presentadas fue, precisamente, el tema de la relación Cuba y Estados Unidos.

### **Propuesta**

12.1. Por la importancia de este momento histórico hacer énfasis en la necesidad de establecer una relación coordinada, práctica y dinámica con el grupo de Trabajo Cuba-Estados Unidos de la UNEAC.

## **13. RELACIÓN ENTRE LOS MINISTERIOS, LAS INSTITUCIONES Y LAS COMISIONES DE LA UNEAC**

Desde etapas anteriores y con experiencias y resultados visibles en su accionar, cada una de las preocupaciones y señalamientos críticos de los escritores y artistas durante el proceso de preparación de los congresos UNEAC y en los propios cónclaves, se agrupan y canalizan a través de Grupos de Trabajo y Comisiones.

El funcionamiento de las comisiones de trabajo es un complemento del desempeño de las asociaciones nacionales y sus filiales en los comités provinciales y municipales, y su importancia reside en que atienden, fundamentalmente, los problemas que son comunes a todos los artistas y escritores con independencia del área de creación a que pertenezcan.

Luego del VIII Congreso, la presidencia nacional de la UNEAC consideró útil concentrar los análisis en ocho comisiones de trabajo<sup>5</sup> que deberán fortalecer los vínculos de trabajo con el sistema de instituciones culturales.

Ahora bien, cada una de esas comisiones tiene sus especificidades propias, ya que difícilmente solo una de ellas pudiera cubrirlas todas. Se requiere de la interconexión entre ellas y el trabajo conjunto de las entidades turísticas y las instituciones culturales para hallar soluciones a problemáticas más globales, aunque referidas a fenómenos concretos. Todas las observaciones, datos, apreciaciones y criterios deben ser objeto de intercambio lo que producirá como resultado un diagnóstico que nos indica y señala el derrotero a seguir.

## **Propuestas**

- 13.1. Las Comisiones deben ser un espacio de debate para valorar y recomendar las políticas aprobadas según las peculiaridades y potencialidades de cada territorio.
- 13.2. Las Comisiones deben identificar cada uno de los problemas de manera puntual para decidir cuáles pueden resolverse inmediatamente y cuáles se convierten en medidas o políticas que deben ser aplicadas.

---

<sup>5</sup> Durante el VII Congreso sesionaron trece comisiones, pero para el VIII foro se establecieron solo siete: Arte, mercado e industrias culturales; Cultura y medios; Ciudad y arquitectura; Educación, cultura y sociedad; Cultura comunitaria, tradiciones y patrimonio; Estatutos y reglamentos; Cultura, Turismo y Espacios Públicos y Comisión José Antonio Aponte contra la discriminación racial y el racismo.



#### **14. LA COMISIÓN CULTURA, TURISMO Y ESPACIOS PÚBLICOS DE LA UNEAC**

La actual Comisión de Cultura, Turismo y Espacios Públicos constituye un instrumento eficaz para el desarrollo de las relaciones entre instituciones culturales, turísticas, docentes e investigativas. Tiene definida su misión con la Presidencia de la UNEAC, a partir del postulado de que la UNEAC “es una organización social y no un órgano del Estado que legisla, por tanto, su desempeño se relaciona con buscar opiniones, valoraciones, criterios y plantear cuestionamientos y problemáticas capaces de incidir en el mejor desarrollo del turismo y la cultura”.

La Comisión Central hoy está integrada por 25 compañeros en representación de las 5 asociaciones nacionales (Escritores, Música, Artes Escénicas, Artes Plásticas y Radio y Medios Audiovisuales) y se encuentra dirigida por la musicóloga, profesora universitaria y MSc. Alicia Valdés Cantero. Cuenta con un grupo consultor integrado por un coordinador y cinco miembros de las distintas asociaciones de la UNEAC. Además, de la propia Comisión, han surgido grupos de trabajo por especialidades con un compañero al frente del equipo que trabaja de acuerdo a los perfiles de cada asociación.

#### **Propuestas**

- 14.1. Establecer una permanente sinergia entre las Comisiones de la UNEAC y sus múltiples aristas con el desarrollo del turismo: en el ámbito educativo, en su relación con el trabajo comunitario, en los medios de difusión masiva, en el trabajo de la Comisión Aponte y otras y con el Grupo de Trabajo de Estados Unidos.
- 14.2. Aplicar la política cultural en el turismo los procedimientos de dirección compartimentada o sectorializada no funcionan, es necesario ver la realidad como sistema y coordinar acciones para resolver sistémicamente los problemas.

## **FINAL**

A un año y cinco meses de restablecida la Comisión se han realizado tareas de relieve; y en poco más de dos meses, tres de ellas se convirtieron en ejes medulares del trabajo. No es mucho, pero se ya se vislumbran pasos en el camino.

En el 2016 continuaremos la marcha que será solo realizable si avanzamos todos, en el afán de favorecer el desarrollo de la cultura en el turismo de cara a los desafíos que se avizoran para los próximos años.