

**PROGRAMA NACIONAL DE CULTURA**  
**EJE 7. CULTURA Y TURISMO**



Consejo Nacional  
para la  
Cultura y las Artes

2007-2012

## **EJE 7. CULTURA Y TURISMO**

De modo natural, una gran parte del uso de la infraestructura cultural, de la apreciación del patrimonio y de las expresiones tradicionales y contemporáneas se relaciona con la actividad turística, nacional y extranjera. El turismo, con un interés ocasional o especial en la cultura, favorece el diálogo intercultural dentro de México y con otras naciones y regiones del mundo. Al mismo tiempo, genera una importante actividad económica que contribuye al fomento de la cultura, al desarrollo de las localidades y, en general, del país.

Es necesario, al respecto, articular las políticas públicas entre los sectores de gobierno relacionados con la cultura, el desarrollo y el turismo que den origen a estrategias y programas de trabajo, para el beneficio de las comunidades con base en el turismo cultural y la apreciación de la cultura, y el reconocimiento de la dimensión educativa de los bienes culturales como parte del turismo responsable y de los planes de desarrollo locales. El objetivo es lograr que el componente cultural sea cada vez mayor en la actividad y los proyectos de las entidades generadoras de productos turísticos y que el turismo contribuya cada vez más a los fines de la preservación, la creación y la difusión de la cultura.

### **DIAGNÓSTICO**

De acuerdo con estudios de académicos e instituciones involucrados con el tema, el turismo cultural implica una experiencia o contacto con el tejido social de la región y las peculiaridades de su patrimonio. El visitante obtiene una experiencia educativa placentera, aprende de la comunidad local, del significado de un lugar y de su paisaje cultural. Desafortunadamente, el vínculo entre cultura y turismo no siempre es armónico. Mientras el turismo suele enfatizar el factor económico de la actividad alrededor del patrimonio cultural, el sector de la cultura acentúa el aspecto de su conservación. Esto

ha dificultado el diálogo entre las entidades del sector cultural y el sector turístico y entorpecido una relación de cooperación que permita alcanzar beneficios mutuos, estableciéndose una competencia entre ambas áreas.

El sector turístico debe reconocer que la cultura y los bienes patrimoniales tienen valores legítimos intrínsecos, más allá de su valor como productos, con un significado para toda la población, y no sólo para los turistas, y que la sobreexplotación no planeada de los bienes culturales puede dañar la misma esencia que los hace atractivos para el turista. El sector de la cultura debe a la vez aceptar al turismo como una realidad social y económica, y al turista como un usuario legítimo, capaz de convertirse en un aliado y no un factor de riesgo para la conservación del patrimonio cultural.

En 2001, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes creó la Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo para vincular, en un marco de coordinación interinstitucional, las actividades relativas al turismo con la promoción y preservación del patrimonio, así como con la producción basada en la creatividad cultural para impulsar el desarrollo del país. En colaboración con instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, esta Coordinación ha definido líneas estratégicas, programas de trabajo e instrumentos dirigidos a sensibilizar a la población acerca de la riqueza del patrimonio cultural y a promover el desarrollo de las comunidades mediante el ejercicio del turismo cultural responsable.

En esta línea de trabajo, la Coordinación se ha empeñado en conjuntar los esfuerzos de instituciones de turismo y de cultura, para brindar capacitación, información y asistencia en el desarrollo de planes de fomento de turismo cultural, mediante la organización y coparticipación en talleres, congresos y publicaciones especializadas que promueven el conocimiento, aprecio, disfrute y protección del patrimonio cultural de los destinos turísticos de nuestro país.

La Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo ha buscado trabajar estrechamente con instancias de gobierno como las secretarías de Educación Pública, Turismo, Relaciones Exteriores y, a nivel local, con autoridades estatales y municipales, para poner en marcha estas líneas estratégicas y programas de trabajo. De cualquier modo, ha faltado una clara delimitación de funciones por parte de la Coordinación, en la medida en que una parte de sus tareas concurre con las de la Secretaría de Turismo y otra con organismos culturales. No existe, tampoco, una integración formal de sus actividades con el resto de las instituciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. De ahí que resulte oportuno redefinir la relación institucional entre turismo y cultura y readecuar los programas con los que se cuenta en el ámbito cultural.

En efecto, en el campo del turismo la política cultural enfrenta un escenario de grandes desafíos y, al mismo tiempo, de oportunidades. El turismo es uno de los sectores económicos de más vigoroso crecimiento y de mayor impacto en la actividad socioeconómica. El turismo se ha convertido en una de las actividades de más rápido crecimiento en el planeta y en un poderoso vector de relación intercultural, económica y social que involucra a millones de ciudadanos en prácticamente todos los países.

En México, el turismo ocupa uno de los primeros lugares como fuente generadora de divisas en la economía, después del petróleo y las remesas de los migrantes. Hasta hace algunos años, el desarrollo del turismo en México se llevó a cabo principalmente en destinos de sol y playa. Sin embargo, la intensa competencia del turismo a nivel mundial, la concurrencia cada vez mayor de prestadores de servicios y el surgimiento de un turista más demandante de experiencias, de conocimiento de la cultura y de interrelación con las comunidades de destino, exigen ampliar el modelo de desarrollo turístico de nuestro país para incorporar nuevas vertientes, entre las que destaca, precisamente, el turismo cultural.

México es un país con una oferta cultural muy vasta. El desarrollo, esplendor y fusión de antiguas civilizaciones nos legó una gran riqueza patrimonial y cultural que distinguen al país en el primer lugar en América en la lista de sitios reconocidos como Patrimonio Mundial por parte de la UNESCO, en su mayor parte constituido por zonas arqueológicas y de monumentos históricos bajo resguardo del INAH, y dentro de los primeros diez en el mundo, cifras que reflejan el potencial turístico que puede ser aprovechado mediante políticas de desarrollo sustentable.

No obstante, el turismo cultural es un modelo que de manera incipiente empieza a explorarse. El turismo motivado especialmente por la cultura en México representa apenas el 5.5% de los viajeros nacionales y el 3% de los internacionales. En consecuencia, es necesario hacer del turismo cultural un factor decisivo de progreso y de desarrollo económico y social, así como una actividad estratégica que genere tantos beneficios como el turismo de sol y playa, fortalezca los valores e identidad de las comunidades de destino, y proteja y ponga en valor el patrimonio cultural de cada una de las localidades de la nación.

Si bien existe la convicción de que el turismo es una herramienta clave para poner en valor el patrimonio cultural, la coordinación de esfuerzos y recursos en materia turística por parte del Instituto Nacional de Antropología e Historia con los tres niveles de gobierno ha sido errática, parcial e insuficiente, pues si se parte del enorme potencial de nuestra riqueza cultural, habría que reconocer que no se ha sintonizado con la formulación de políticas de promoción y capacitación adecuadas. En esta lógica, como instancia académica y garante de la protección de la integridad física y simbólica del patrimonio cultural, el papel del INAH se orientaría a normar, científica y legalmente, los usos de la riqueza cultural a partir de una premisa esencial: su condición de recursos no renovables, que no soportan el empleo de métodos extractivos ni crecimiento indiscriminado, propios de otras fuentes de desarrollo.

De forma equivalente a los recursos naturales, el rango de vida del patrimonio cultural dependerá, en gran medida, del respeto que mostremos a sus límites. En el caso de México como en el de otras naciones, el legado arqueológico e histórico posee límites técnicos y legales que emanan de las características estructurales y contextuales de los mismos bienes, pero también de la propia historia que los ha convertido en símbolos de identidad que explican el interés por ser visitados.

Para el INAH, el turismo cultural significa un reto a su capacidad de concertar acuerdos con los tres niveles de gobierno y la sociedad civil para que las condicionantes legales y técnicas propias de la riqueza cultural sean consideradas como un potencial y no como un obstáculo a vencer. En lugar de simplificar la compleja belleza de una zona arqueológica, y acotar la acción de quienes velan por su preservación, habrá que fomentar el diálogo creativo entre las partes, que redundará en mayores oportunidades de desarrollo.

## **7.1 OFERTA TURÍSTICA CULTURAL**

### **OBJETIVO 1**

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

#### **ESTRATEGIA 1.1**

Ubicar el carácter de recurso no renovable del patrimonio cultural material, como premisa básica en la planeación y ejecución de toda política de promoción al turismo cultural, por lo que debe respetarse la normatividad científica y legal en la materia.

#### **ESTRATEGIA 1.2**

Promover la preservación y valorización del patrimonio cultural de México en sus distintas manifestaciones y, particularmente, de aquel reconocido por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

#### **ESTRATEGIA 1.3**

Fortalecer el trabajo conjunto de la Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo con el INAH y el INBA, así como con las secretarías y los institutos estatales de cultura y turismo, aprovechando los recursos del Sistema de Información Cultural y la información generada por los centros INAH y los museos del INBA para el estudio de las condiciones de los lugares turísticos y la creación de rutas o sitios, priorizando la categorización de bienes turísticos primarios, secundarios y terciarios y definiendo claramente los públicos objetivos de los lugares. Asimismo, participar en el diseño de nuevas rutas y en la articulación de rutas ya existentes con la infraestructura cultural dependiente del INBA, como es el caso de los museos y centros culturales, y con el patrimonio intangible a partir de su oferta artística, como los programas desarrollados por sus grupos artísticos y el diseño de itinerarios literarios y teatrales, entre otros proyectos.

#### **ESTRATEGIA 1.4**

Participar en el Programa de Ampliación de Nichos y Mercados de la Secretaría de Turismo considerando al turismo cultural como rubro estratégico para ampliar la oferta y crear nuevos destinos potenciales en México.

#### **ESTRATEGIA 1.5**

Participar en la elaboración de estrategias de promoción del turismo cultural en México.

#### **ESTRATEGIA 1.6**

Establecer lineamientos para el fomento y desarrollo de productos culturales.

#### **ESTRATEGIA 1.7**

Contribuir al diseño de programas y proyectos turísticos en distintos niveles para que incluyan, como uno de sus principios rectores, el valor y respeto a la diversidad de identidades culturales existentes en el país y el sentimiento de pertenencia al interior de las comunidades visitadas.

#### **ESTRATEGIA 1.8**

Promover tanto a nivel local, estatal y federal, el reconocimiento de que la esencia misma del patrimonio intangible lleva implícito el respeto a las formas de vida, usos y costumbres de las comunidades que le dan origen y que lo sustentan.

## **7.2 TURISMO Y DESARROLLO**

### **OBJETIVO 2**

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

#### **ESTRATEGIA 2.1**

Diseñar un proyecto de acción permanente para el desarrollo de negocios turísticos con fines culturales, es decir, aquellos que ubicados en lugares de alto valor cultural tengan un componente de esta índole y sean considerados prioritarios, apegándose a los criterios establecidos por la normatividad vigente, y en donde se tome en cuenta y pueda apreciarse también el patrimonio intangible y se generen beneficios para las comunidades locales.

## **ESTRATEGIA 2.2**

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

## **7.3 SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LAS COMUNIDADES LOCALES**

### **OBJETIVO 3**

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

#### **ESTRATEGIA 3.1**

Ofrecer programas de sensibilización y capacitación dirigidos a presidentes municipales, representantes de las cámaras de comercio locales, hoteleros, restauranteros, prestadores de servicios de transporte y a la propia comunidad receptora, sobre la importancia del turismo como motor de desarrollo, del valor del patrimonio cultural y sobre el acceso a financiamiento en turismo cultural.

#### **ESTRATEGIA 3.2**

Propiciar y desarrollar seminarios y talleres con especialistas con objetivos educativos para autoridades, prestadores de servicios y comunidades sobre temáticas que aborden el desarrollo de estrategias de turismo cultural en sus localidades.

#### **ESTRATEGIA 3.3**

Generar espacios de cooperación tanto en los planos internacional como regional, a través de las instancias correspondientes, para facilitar el intercambio de experiencias y el análisis del desarrollo de proyectos de rutas turísticas e itinerarios culturales, así como sobre los nuevos desafíos y problemáticas en la materia.

#### **ESTRATEGIA 3.4**

Elaborar manuales de capacitación y desarrollo para las comunidades receptoras de turismo cultural.

### **ESTRATEGIA 3.5**

Desarrollar, en la consideración de que todo ciudadano es, en un sentido amplio, un turista cultural potencial, acciones de sensibilización que refuercen una actitud cívica favorable al conocimiento, valoración y preservación del patrimonio artístico y que a la vez motiven el interés turístico en una actitud respetuosa y responsable.

## **7.4 DIFUSIÓN**

### **OBJETIVO 4**

**Promover el ejercicio de un turismo cultural sustentable que promueva el aprecio, protección y disfrute del patrimonio con que cuenta el país.**

#### **ESTRATEGIA 4.1**

Promover alianzas estratégicas con instancias del sector público, privado y social, que permitan ampliar la difusión de los proyectos y acciones que garanticen el aprecio, protección y disfrute del patrimonio cultural en el ejercicio del turismo en México.

#### **ESTRATEGIA 4.2**

Elaborar guías de turismo cultural adaptadas a las necesidades del turista, materiales de divulgación como la Agenda de Turismo Cultural y materiales de difusión que contengan información sobre la importancia de la preservación del patrimonio material e inmaterial.

#### **ESTRATEGIA 4.3**

Favorecer la creación de estrategias de comunicación que involucren a los principales medios de información para que amplíen la difusión de mensajes y contenidos en materia de turismo cultural.

#### **ESTRATEGIA 4.4**

Fomentar el conocimiento, aprecio y respeto del patrimonio cultural mexicano para estimular la afluencia del turismo nacional e internacional a través de los medios virtuales que derivan de las nuevas tecnologías.

#### **ESTRATEGIA 4.5**

Promover la participación directa del INBA en los espacios de planeación de las políticas en materia de turismo cultural, a fin de incidir de manera efectiva en la preservación del patrimonio artístico tangible

e intangible en relación con los impactos de la actividad turística, así como en la definición de los contenidos que, a través de las acciones y productos de difusión, presenten al turista nacional y extranjero una visión sobre lo que constituyen nuestros factores de identidad y diversidad cultural.