

---

La cultura: La locomotora del turismo

05/12/2015



Cuando se habla de los cambios que están teniendo en Cuba, algunas personas no tienen sentido de cuánto implican. Si usted camina por una buena parte de calles del Vedado, encuentra con capital privado una paladar en una esquina, armada en un portal y un local a todo lujo en 17 y E, por ejemplo.

En este último lugar el Sarao, asisten usuarios a cualquier hora, los platos y bebidas son de muy alto precio, por ahí han pasado diversos cantantes, se transmiten encuentros de fútbol, e incluso hacen actividades comunitarias con La colmenita.

Acepto la existencia de la paladar y El Sarao, ambos multiplicados por N veces en el país, pero me pregunto ¿Quién decide lo que se oferta culturalmente en esos sitios?

En esto pensaba en el contexto del Consejo nacional de la UNEAC, que propició un rico debate a partir del informe de la Comisión Cultura, Turismo y Espacios Públicos, muy bien argumentado, con una plataforma como propuesta entre los Ministerios de Cultura y Turismo.

Con un basamento teórico este documento establece las directrices de colaboración entre las dos entidades rectoras, para ofrecer al turista una oferta cultural signada por los valores identitarios nacionales. Para eso se debe borrar la intención de hacer una cultura para el turismo y trabajar porque se consolide una propuesta cultural atractiva y autóctona.

Lograr esto no es fácil. Hay que formar suficientes guías turísticos, destrabar asuntos financieros que limitan la remuneración a artistas de primer nivel en las instalaciones turísticas y conseguir una imagen cuba atractiva, explotando el tesoro mayor de este país: su gente.

Para esa imagen se impone una acción responsable por parte de todos: desde los publicistas que diseñan campañas hasta el periodista que realiza una sencilla nota, pasando por supuesto por los gerentes que encarguen desde una lámpara hasta un cenicero, esos objetos pueden ser pequeños nichos estéticos o muestras de discriminación racial y por género, como son las “esculturas” de negras de glúteos prominentes.

Todo este plan funcionará si se logra que exista una buena, diversa y amplia oferta cultural en todo el país, especialmente en pueblos con riqueza patrimonial como Trinidad o Remedios.

Las instituciones culturales municipales, museos y casas de cultura, por ejemplo, pueden ser buenos escenarios para con el talento local ofrecer lo genuino del pueblo.

Si se lograran tales acciones entonces no me preocuparía tanto la red de negocios privados, con un crecimiento necesario. En tal sentido la actriz y siempre lúcida Corina Mestre dijo en el Consejo de la UNEAC: “Cada día hay muchos profesionales que se están insertando en el sector privado... Tanto a los paladares como a los bares, sobre todo de nuestras ciudades primadas -Trinidad, Baracoa y, por supuesto, La Habana-, asisten mucho más los turistas a los sitios privados que a los estatales. Hasta ahora, quienes otorgan las licencias para abrir estos locales son el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, y el MINSAP, pero no hay nadie que tenga que ver con lo que se difunde culturalmente en estos sitios”.

Hay sitios que funcionan con cooperativas o capital personal, que tienen propuestas estéticas válidas, pero hay otras en las que el peor humor y la más infame música reinan como plato de oferta... especialmente para turistas. Si lo duda dese una vueltecita por la Habana nocturna. Hace unas semanas lo hice y me quedé pasmada. Pero... de día puede ser igual.

Claro, si en la esquina de esa paladar, donde almuerzan o cenan, existen puntos de venta, museos o buena música cubana, el vacacionista, nacional o extranjero, podrá disfrutar de un buen trozo de nuestra cultura.

Esteban Morales alertó sobre la previsible llegada de turismo norteamericano que significa una entrada económica para el país, pero hay que “buscarle a toda actividad en el turismo el sustrato cultural. Porque el turismo es, entre otras cosas, absorción de cultura. La actividad más simple que pueda haber tiene un sustrato cultural, y nosotros tenemos que hacer valer ese sustrato cultural siempre”.

A su vez, Desiderio Navarro, al quejarse de la no existencia en Cuba de un estudio sustancioso sobre la cultura comercial, advirtió “Por ejemplo, no hay un análisis realmente sociológico de la presencia de la cultura popular en la televisión, de qué forma entraba. Nos limitamos a veces a hablar de lo bueno y lo malo, sin ver la naturaleza contradictoria de ese fenómeno. Un artista puede ser talentoso, elaborar desde el punto de vista estético figuras extraordinarias, pero al mismo tiempo está cumpliendo una función ideológica por su contenido o por el papel que desempeña en un contexto dado”.

La Dra Graziella Pogolotti expresó una preocupación acerca de la proliferación de nombres en inglés de establecimientos o de espectáculos. “Uno de los elementos fundamentales de la identidad es el idioma. Aquí se habla el castellano a la manera cubana, de acuerdo con la norma pública cubana, y eso, compañeros, hay que defenderlo, porque pensamiento y lenguaje están indisolublemente ligados. Empezamos hablando en inglés y podemos terminar hablando a la manera ‘otra’” razonó la reconocida ensayista.

En tal sentido, al intervenir en el Consejo, el asesor del Presidente cubano Raúl Castro, el escritor Abel Prieto dijo que esa tendencia se inserta en el “pensamiento pos moderno en el que “El todo está permitido”.

El escritor de El vuelo del gato, entre otros libros, razonó “No hay nada más patético que disfrazarnos de lo que quisieran los turistas ver en nosotros. El seudofolclor. Disfrazarnos de nosotros mismos. Hay playas con supuestos cementerios mayas donde los huesos son plásticos y fabricados en Taiwán... Una comunidad puede terminar siendo una caricatura para el consumo de esa aventura kitsch que se pretende que sea el turismo”.

A su vez el ministro de cultura, Julián Gonzalez, al hablar de la importancia del turismo acotó que en Cuba se conoce como la “locomotora de la economía nacional”. “Pero, subrayó, no perdamos de vista que la locomotora de la ‘locomotora’ es la cultura”.

Hubo consenso en que la mayor atracción para el turismo internacional, es el propio pueblo de Cuba, por sus

valores identitarios. Y esos valores son los que deben prevalecer en la gran y pequeña oferta que se le haga a un visitante de cualquier punto cardinal o del Planeta Marte. De esto tienen una alta responsabilidad los intelectuales y artistas cubanos.

---