

# TURISMO ESPIRITUAL

una alternativa de desarrollo para las poblaciones



Rogelio Martínez Cárdenas Coordinador



# **TURISMO ESPIRITUAL**

**una alternativa de desarrollo para las poblaciones**

D.R. (2011) Universidad de Guadalajara  
Centro Universitario de los Altos  
Km 7.5 carretera a Yahualica  
Tepatitlán de Morelos

© Rogelio Martínez Cárdenas.

ISBN: 978-607-8169-19-1

Primera edición: Abril de 2011

Impreso en México

**Rogelio Martínez Cárdenas** / Coordinación  
**José de Jesús Fajardo** / Edición  
**Puntoasterisco®** / Diseño de portada y Diagramación

Acceso libre a la lectura y a la consulta mediante registro en  
[www.turismoespiritual.com.mx](http://www.turismoespiritual.com.mx)

# TURISMO ESPIRITUAL

una alternativa de desarrollo para las poblaciones





# Índice

<b>Presentación.</b> .....	1
<b>Patrimonio cultural y turismo.</b> .....	3
Jean-Marie Breton	
<b>Turismo y magnetismo espiritual: la devoción al Santo Niño de Atocha en el santuario de Plateros, Zacatecas.</b> .....	13
Enrique Propin Frejomil y Dr. Álvaro Sánchez Crispín	
<b>El turismo espiritual en México.</b> .....	29
Rogelio Martínez Cárdenas	
<b>Geografía del turismo religioso, el santuario de Nuestra Señora de Juquila, Oaxaca.</b> .....	35
Leticia Macedo Martínez	
<b>Potencialidades del turismo cultural asociado a lo religioso en Costa Rica; el caso de la ruta de las iglesias en San José.</b> .....	41
Víctor Julio Baltodano Zúñiga y Mtra. Merlyn Gutiérrez Cruz	
<b>Religión y cultura, elementos potenciales de desarrollo económico; el caso de Tepeaca de Negrete en Puebla.</b> .....	51
Gizelle Guadalupe Macías González	
<b>María Virgen, esculturas de los siglos XVI y XVII en el Occidente de México.</b> .....	59
Francisco Javier Martín del Campo Orozco	
<b>Turismo religioso, el caso de San Juan de los Lagos.</b> .....	63
José Juan Puebla Rodríguez	
<b>El turismo por motivación religiosa en los Altos de Jalisco.</b> .....	77
Silvano Ruezga Gutiérrez	
<b>Inventario de recursos turísticos para el diseño de rutas turísticas en Quintana Roo.</b> .....	85
José Francisco Domínguez Estrada	
<b>La catedral de Guadalajara.</b> .....	103
Héctor Antonio Martínez González	
<b>Referencias bibliográficas.</b> .....	107
<b>Directorio.</b> .....	117



# Presentación

La peregrinación es un fenómeno social que el hombre religioso practica desde hace mucho tiempo, pero que ha despertado el interés de los estudiosos hace apenas unos años. Como hecho social, como uno de los ejes integradores dentro de las diversas comunidades de creyentes, ha atraído a historiadores, antropólogos y sociólogos, pero sólo recientemente congrega a académicos e investigadores que desarrollan sus labores en otras áreas de las ciencias sociales.

Es así como expertos en geografía, economía o en los variados aspectos de la materia turística, se han integrado al análisis de este masivo y cíclico movimiento de personas que, a lo largo y ancho del mundo, suma millones.

Se trata de enriquecer el examen de esta manifestación religiosa aportando conocimiento científico desde ángulos complementarios que, por su novedad, deben colaborar al mejor entendimiento de estos desplazamientos, pero desde sus efectos y consecuencias en el desarrollo regional.

Porque las peregrinaciones son, entre otras cosas, fuerzas dinámicas que se llevan a efecto en una geografía determinada, y también procesos que benefician a las localidades donde se asienta la imagen venerada mediante la generación de nichos turísticos y económicos capaces de protagonizar el crecimiento y la prosperidad de las poblaciones.

Hasta ahora, el turismo espiritual ha sido desestimado en México por no considerársele turismo en el sentido tradicional, además de pensar que los recursos que aporta a la derrama económica son mínimos. Los peregrinos gastan poco y permanecen poco tiempo en las comunidades receptoras, se afirma, y por si fuera poco, provienen de los estratos bajos en cuanto a ingreso y educación.

Por lo tanto, ¿qué tipo de desarrollo es el que pueden alcanzar las localidades receptoras de turismo espiritual?

Esta es una de las más importantes preguntas que se plantean los nuevos interesados en el tema.

Para propiciar e incentivar el intercambio de ideas y de propuestas que colaboren a responder ésta y otras preguntas es que se llevó a cabo el Primer Encuentro Internacional de Turismo Espiritual, “Una alternativa

de desarrollo para las poblaciones”, realizado los días 22 y 23 de marzo de 2010 en el Centro Universitario de los Altos de la Universidad de Guadalajara.

Dado el interés que causó el evento es que se publica el presente libro. Los trabajos aquí compilados buscan profundizar en la comprensión de un fenómeno de origen religioso desde una perspectiva que aporte y proponga soluciones para aprovechar de la mejor manera el aspecto económico provocado por esta manifestación de fe; por lo tanto, no pretenden ser un vehículo de catequesis.

En este sentido, y aunque en esta publicación se trata básicamente de santuarios de la religión católica, por ser la dominante en México y la que suma las peregrinaciones que mayor número de personas movilizan, el seminario está diseñado para albergar el estudio de los movimientos humanos con fines religiosos de cualquier creencia espiritual.

Si se pugna por la diversidad en el análisis es consecuente promover la incorporación de la diversidad religiosa.

## Un discurso abierto

Si bien las tesis abordadas en este primer encuentro se circunscribieron a la fe católica, al integrarlas se buscó que las ponencias construyeran un discurso de mayor amplitud sobre las implicaciones socioeconómicas del turismo en general y la peregrinación en particular.

De esta forma, y para dar un sentido global al tema del encuentro, se incorporó un diagnóstico en torno al patrimonio cultural y turismo, expuesto por el Doctor Jean-Marie Breton (Universidad de las Antillas y Guyana), y las reflexiones acerca de la noción de el turismo espiritual en México (Doctor Rogelio Martínez Cárdenas, Universidad de Guadalajara).

En un nivel subsiguiente se exponen las investigaciones sobre casos concretos. Los Doctores Enrique Propin Frejomil y Álvaro Sánchez Crispín, de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) particularizan en la devoción al Santo Niño de Atocha (*Turismo y magnetismo espiritual; la devoción al Santo Niño de Atocha en el santuario de Plateros, Zacatecas*), y la Maestrante Leticia Macedo Martínez (UNAM) en el santuario de Nuestra Señora de Juquila, Oaxaca (*Geografía del turismo religioso, el santua-*

rio de Nuestra Señora de Juquila, Oaxaca), en tanto que la Doctora Gizelle Guadalupe Macías González lo hace en el caso de Tepeaca de Negrete, Puebla (*Religión y cultura, elementos potenciales de desarrollo económico; el caso de Tepeaca de Negrete en Puebla*) y los Maestros Víctor Julio Baltodano Zúñiga y Merlyn Gutiérrez Cruz (Universidad Nacional, Costa Rica) informan sobre las *Potencialidades del turismo cultural asociado a lo religioso en Costa Rica; el caso de la ruta de las iglesias en San José*.

En razón de la importancia que concentran en cuanto a turismo religioso la región de Los Altos de Jalisco y, en especial, San Juan de los Lagos, se invitó a José Juan Puebla Rodríguez, Maestrante de posgrado en Geografía por UNAM (*Turismo religioso, el caso de San Juan de los Lagos*) y al Maestro Silvano Ruzga Gutiérrez (*El turismo por motivación religiosa en Los Altos de Jalisco*), pionero en el trabajo turístico asociado con las peregrinaciones.

Asimismo, se propone como instancia modélica una investigación en curso sobre propuestas de desarrollo regional: *Inventario de recursos turísticos para el diseño de rutas turísticas en Quintana Roo*, elaborado por el Maestro José Francisco Domínguez Estrada, Profesor-Investigador de la Universidad del Caribe.

Un par de temas laterales completan este libro. El interés de su incorporación apunta a mostrar que aún subsisten sitios y rutas susceptibles de explotar mediante un turismo de carácter espiritual. Se trata de *María Virgen, esculturas de los siglos XVI y XVII en el Occidente de México*, extracto de una interesante investigación llevada a cabo por el Médico Francisco Javier Martín del Campo Orozco, y *La Catedral de Guadalajara*, escrito por el Licenciado Héctor Antonio Martínez González, un estudio de las características arquitectónicas de este sitio.

Hoy las peregrinaciones son un hecho que, nacido en el ámbito de lo religioso, alcanza un impacto e interés de tipo secular. Este Primer Encuentro Internacional de Turismo Espiritual propone mirar al peregrino como la suma de la religiosidad de Abraham y la curiosidad de Ulises.

**Rogelio Martínez Cárdenas.**

Centro Universitario de los Altos,  
Universidad de Guadalajara

# Patrimonio cultural y turismo

**Jean-Marie Breton**

Universidad de las Antillas y Guyana

Que sea un ocio accesorio del turismo de negocios, un complemento del recreo del viaje o el objetivo esencial del desplazamiento cultural, deportivo, científico o religioso, fundado sobre el patrimonio, el descubrimiento de la cultura del otro, aun del vecino más inmediato, es todavía un fuerte componente de la actividad del turista, y marca sus recuerdos y su reconocimiento social una vez ha vuelto a casa (Le Louarn, 2009: 9).

Las cuestiones correspondientes a la conservación y a la explotación duradera del patrimonio cultural, al servicio de actividades de ocios y descubrimiento, en relación con las nuevas formas de turismo “alternativos” que a la vez suscita y en las cuales se basa, fueron hasta ahora más frecuentemente analizadas conceptualmente y, por tanto, “se han explotado” menos operacionalmente.

De la teoría a la práctica, del estado de los lugares a las recomendaciones, del balance a la acción y a la atención para la definición, de la definición de políticas públicas a su aplicación operativa, es la reflexión relativamente original que se cuestiona. A través de una relación dialéctica específica, la gestión turística del patrimonio cultural se pone al servicio de un desarrollo sostenible y viable, prioritariamente en favor de las comunidades y poblaciones locales (Breton, 2009b: 367).

Conviene sucesivamente, a tal efecto, dentro del espíritu y los límites de este estudio, determinar inicialmente el contenido y el alcance del concepto de patrimonio cultural, a partir de la relación del patrimonio a la cultura (I); luego de prever los impactos respectivos y recíprocos del patrimonio cultural en la oferta y la demanda de turismo, alternativo en particular (II).

## I. Patrimonio y cultura

La problemática del patrimonio retorna a los conceptos de herencia y cultura, en la medida en que tiende a integrar estos dos conceptos en una visión sincrética, aunque el patrimonio no podría reducirse a su sola dimensión cultural, ni a sus solos componentes monumentales.

Más allá del enfoque conceptual, la gestión del patrimonio cuestiona distintas prácticas en cuanto al turismo, cultural en particular, en términos de oferta y de demanda, insertado al mismo tiempo en la duración respecto a las exigencias de conservación y de valorización.

## A. La problemática patrimonial

El patrimonio es el producto de una “cultura” colectiva construida y adquirida a través de un proceso diacrónico. Plantea problemas de definición y de delimitación, a niveles no sólo material sino también sociológico, al mismo tiempo que de aprehensión y de tratamiento por el derecho.

### 1. Patrimonio, herencia y cultura

#### 1.1 Patrimonio y herencia

A nivel sociológico, el patrimonio sólo se convierte en herencia por la decisión de la generación presente de conservar tal elemento del pasado. Pero es necesario resistirse a la tentación de esta generación de designar por adelantado lo que las generaciones futuras deberán guardar, tentación bien comprensible de los que quieren sobrevivirse olvidando que el futuro no pertenece a los muertos. He aquí la explicación de la enorme “solicitud de patrimonio” que, en la base de la sociedad, se interesa menos por los objetos culturales que constituyen el patrimonio que por el significado simbólico idéntico que conllevan para territorios, profesiones y grupos sociológicos de todo tipo.

Es así en las numerosas asociaciones cuya principal argumentación está basada en el amor y el rescate de un monumento, pero cuyos provechos accesorios, muy positivos, mencionan intereses más locales de solidaridad de pueblo, memoria popular, tradición religiosa, animación turística, reactivación de una comunidad alrededor del proyecto y, a veces, de inserción social ofrecida por éste.

Las exigencias administrativas basadas en el conocimiento histórico y arqueológico del monumento, y que condicionan las subvenciones, a veces se perciben como obstáculos y dificultades planteadas a través de la acción benévola.

## 1.2 Patrimonio y cultura

El adjetivo “cultural” revela aquí su ambigüedad, ya que se trata tanto de cultura histórica como de cultura sociológica, de cultura sabia que de conocimiento popular, de cultura en tren de hacerse como de aprendizaje de la historia del arte, las técnicas arquitectónicas y la historia del conjunto de personas implicadas. Es el encuentro difícil de estas dos comprensiones del patrimonio cultural el que configura el segundo plano de los desfases entre políticas públicas nacionales y locales.

El futuro del “patrimonio cultural” en la descentralización es, pues, un tema importante, ya que es todo este conjunto el que crea el zócalo de las políticas públicas locales, en primer lugar, y en seguida del Estado, que querría orientar esta solicitud de patrimonio hacia los objetos culturales comprendidos bajo esta palabra por el derecho en vigor (Le Louarn, 2010).

La ciencia jurídica intenta, en particular, la articulación de los conceptos de patrimonio cultural a los de protección en las distintas ramas del derecho civil (derecho de los bienes) o el derecho público (derecho administrativo, derecho del urbanismo). Las herramientas de las que el jurista dispone le permiten acompañar las evoluciones hacia un objetivo protector, pero a menudo al precio de la complejidad de los dispositivos. Es, no obstante, menos a su comodidad cuando se trata del desarrollo de estos bienes protegidos, debido a la presencia de un gran número de operadores (cf. *infra*).

## 1.3 El patrimonio de proximidad

En esta galaxia (Guillot, 2006: 9-15), conviene encontrar un lugar para el “patrimonio de proximidad” que a veces toma el nombre de “pequeño patrimonio” o de “pequeño patrimonio rural”, entendiéndose el que se sitúa más a menudo en las campiñas que en las ciudades<sup>1</sup>. La definición que se le concede no es sin ambigüedad:

*“Todos los objetos de los lugares construidos y del paisaje que poseen un valor histórico y cultural pero que son modestos en su aspecto y su dimensión”.*

Concierne esencialmente a bienes de naturaleza inmobiliaria, de pequeño tamaño, y cuyo carácter arquitectónico, no privado de encanto, sigue siendo gastado. Esta definición es completada por una lectura más sensible que menciona “los pequeños monumentos arquitecturas vernáculas familiares que jalonan el paisaje francés y le confieren su carácter pintoresco” (Bensard & al., 2004). No dejamos la esfera inmobiliaria rural.

Más allá de esta primera esfera, el patrimonio de proximidad conoce distintas fortunas en función de lo que desean o pueden tener en cuenta las colectividades territoriales, y en primer término los municipios. Se trata de un ámbito de intervención voluntarista al cual los cargos elegidos prestan a menudo atención. Además del derecho urbano, la aparición de iniciativas locales de desarrollo de un patrimonio vernáculo, testimonio de un pasado más o menos cercano, fue favorecida por la aplicación de las leyes de descentralización (Legal, 2010).

Porque la situación es compleja y las definiciones son amplias, al límite del carácter borroso.

La ciencia jurídica llega, no obstante, a calificar cualquier bien derivado del concepto de “patrimonio cultural de proximidad”. Pero el concepto se revela más bien frágil en su concepto de protección, habida cuenta de la dispersión de las medidas contenidas en dispositivos más a menudo prestados que consustanciales a este segmento patrimonial. El concepto de conservación no se adapta necesariamente de la utilización de estos bienes rurales.

Sin embargo, el número de herramientas a disposición de los operadores, tal como ocurre con los alcaldes de los municipios rurales, ha conocido un aumento sensible estos últimos años. En cuanto a los bienes muebles, siguen siendo los grandes olvidados de los dispositivos legislativos.

## 2. La aprehensión del patrimonio cultural

Es necesario comenzar por una definición satisfactoria del concepto de patrimonio cultural, ya que generalmente se pasó del patrimonio cultural del Estado al de la Nación. En efecto, al desarrollarse como un universo en expansión, el patrimonio cultural enfrentó al ciudadano y a las colectividades territoriales, y no solamente al Estado, a la problemática de las fronteras entre patrimonio nacional y patrimonio local. Entonces aparecieron dos problemas familiares a los juristas, el de su definición, y el de su delimitación y su consistencia.

### 2.1 El concepto de patrimonio cultural

El paso del concepto de patrimonio, oído en su acepción civilista, a la, especial, de patrimonio cultural o natural, desafía a los expertos y la doctrina (Frier, 1997). El concepto de patrimonio cultural desconcierta un tanto al jurista por su definición imprecisa que se lo aleja de sus puntos de referencia habituales (Jegouzo, 1986 ; Babelon & Chastel, 1994).

1

Por lo tanto que tal distinción sea verdaderamente operatoria.

Por necesidad, el concepto de patrimonio cultural remite a una definición amplia con el fin de abarcar el mayor número de situaciones (Chastel, 1986: 405-450). Además su carácter móvil puede acentuar la impresión de inembargabilidad de las fronteras del concepto (Planchet, 2009: 77-79). La aprehensión del patrimonio cultural conoció por lo tanto cambios continuos desde los cuarenta últimos años.

Por su parte, el patrimonio calificado de “espiritual”, en sus distintas formas y expresiones, en su dimensión religiosa en particular, tiene hoy una posición importante si no es que creciente en algunos países, y constituye un fenómeno tan original como notable (Cárdenas, 2009, 2010).

Si, desde hace cuarenta años, el concepto de patrimonio cultural correspondía globalmente a una visión monumental, conformada por conjuntos mobiliarios llamados a figurar en colecciones privadas o públicas, todo ello en un marco estable, esta visión se modificó integrando numerosos objetos mobiliarios e inmobiliarios cuya lista no deja de alargarse (Choay, 1999: 9-24). El patrimonio cultural que hoy atrae la atención no solamente se diversificó, sino que tiene en cuenta elementos de reciente producción (Chastel, 1986: 444-445) y otros, bienes más antiguos, que no eran considerados.

Las dificultades de aprehensión de una realidad compleja y móvil no impiden que se conciban definiciones en campos disciplinarios diferentes - jurídicos, arquitectónicos, artísticos - para cada uno ellos con algunas clasificaciones lo más finas posibles. Resultan de la observación de estos esfuerzos de análisis y estructuración unos métodos de enfoque diferentes y a veces divergentes.

## **2.2 La construcción normativa del concepto de patrimonio cultural**

El paso de los valores sociales del patrimonio cultural a la regla y luego a la norma plantea a este respecto un problema de terminología.

El patrimonio cultural es una construcción social que se transforma en construcción jurídica, criticando todas las construcciones jurídicas anteriores, fundadas sin embargo, ellas también, sobre valores de unidad nacional, representada en particular por los monumentos históricos. ¿Cómo se hace la transmutación entre monumentos y patrimonio?

El patrimonio, inicialmente responsabilidad de Estado, se convirtió en un nuevo asunto local. La descentralización que progresa condujo así a preguntarse sobre los protagonistas locales, sus motivaciones, sus medios, sus relaciones. Es necesario pues reconsiderar el puro

concepto de patrimonio para comprenderlo mejor y delimitar el alcance y las implicaciones (Le Louarn, 2010).

Conviene, en efecto, ser pragmático y plantear las cuestiones concretas, que son las de todos los protagonistas, sobre la designación y la gestión del patrimonio cultural. Una visión puramente intelectual del patrimonio, evolucionando entre el significado del concepto jurídico y los análisis historicistas sería para ellos poco pertinente. Un buen enfoque del tema exige una intervención multidisciplinar de la historia del derecho, filosofía, la sociología, ciencias duras y técnicas aplicadas al patrimonio, como el conocimiento concreto de las asociaciones y experiencias colectivas locales. Es sobre la base del derecho positivo que los juristas pueden aportar su contribución intentando comprender cómo el enlace va a pasar del Estado a los protagonistas locales y con qué consecuencias operativas.

¿El patrimonio cultural sería el elemento activo de una herencia inactiva? Se refiere también a la memoria para constituir lo que los británicos llaman “herencia” y que hace pasar la cuestión de la conservación al segundo plano. Esta es la razón por la que, en Francia, se hace hincapié por ejemplo en la diferencia entre patrimonio cultural y monumentos históricos.

El monumento histórico inventó el patrimonio, pero los dos términos tienen significados divergentes: el primero es emblemático, elitista, eterno, inaccesible, mientras que el segundo es un dato vivo, empresarial, inmaterial y de otra escala (Le Louarn, 2010).

## **2.3 La definición y la delimitación**

El derecho ofrece una delimitación precisa y exclusiva del concepto de patrimonio cultural que debería cortar brevemente los debates más bizantinos.

El código francés del patrimonio se abre, en efecto, por su artículo L.1, sobre una definición que conduce toda la construcción:

*El patrimonio se comprende, según lo dispuesto en el presente código, como el conjunto de los bienes, bienes inmuebles o muebles, dependiendo de la propiedad pública o privada, que presentan un interés histórico, artístico, arqueológico, estético, científico o técnico.*

El patrimonio, pues, está constituido por estas cosas, cuyo interés sobrepasa el de su propietario. La definición es tautológica y la calificación jurídica se adquiere por una designación cuyo procedimiento y criterios se definen de manera diferente en el código (Le Louarn, 2010).

El patrimonio es material mientras que numerosas políticas públicas, locales en particular, quieren asumir un patrimonio inmaterial cuyas fronteras con el primero son borrosas, y cuya utilidad social no tiene por objeto constituir tesoros consagrados para desarrollar el acceso de cada uno a la cultura (en su acepción sociológica) como lo preconiza el preámbulo de la Constitución de Francia del 27 octubre del 1946 (que reanuda el de la Constitución actual del 4 octubre de 1958).

Si las numerosas ambivalencias del término “patrimonio” bastan para complicar los debates, es innecesario descuidar el efecto de la universalización sobre los conceptos y los prejuicios en cuanto a patrimonio. El ejemplo de la mezquita de Tombuctú, reconstruida cada año, o de los templos japoneses constantemente restaurados, devuelve una visión muy perturbadora del patrimonio cultural completamente desconectado de todo concepto de “piadosa conservación del objeto”.

Es el momento de una evaluación crítica de nuestro propio modelo, que hace indispensable el análisis histórico de su construcción.

## **B. La dimensión de la gestión**

La percepción y la gestión del patrimonio, cultural en particular, ocupan una posición cada vez más importante en las prácticas turísticas, en una doble preocupación de respeto del medio ambiente y de desarrollo sustentable, y son objeto de una utilización que debe responder hoy a mayores exigencias de democratización y de descentralización.

### **1. Prácticas y solicitudes culturales**

#### **1.1 Prácticas culturales y turismo**

La transformación y el renacimiento cultural de territorios a potencial turístico (las superficies protegidas en particular) deben incluirse como una forma de desarrollo regional y local según una perspectiva de convergencia entre territorios vistos sobre todo como lugares privilegiados de contacto con la naturaleza, de actividades de ocio, entretenimiento, vacaciones y fuga de la vida urbana.

Este desarrollo cultural es, por una parte, el promotor de la redefinición de identidad y, por otra, el reflejo de un interés cultural por la sociedad externa, para una vuelta a lo local, a atractivos natural/cultura particulares que implica nuevas demandas sociales y el renacimiento de tradiciones, patrimonio y prácticas culturales. A cambio, estas nuevas solicitudes e imágenes percibidas a nivel local se incorporan en la construcción de identidades locales (Lequin & Carrière, 2009: 359).

Es aquí donde el concepto de tradición expresa más que una suma de objetos y productos, para aparecer más bien como una forma de selección social, de construcción o redefinición de territorio, según los valores que favorecen las colectividades regionales y locales. Estas tradiciones confieren a esto una identidad regional, en la cual se comparten un sentido común de conocimiento y reconocimiento hacia las relaciones entre estas tradiciones, símbolos, objetos culturales e individuos de esta colectividad (Bessière, 1998).

#### **1.2 Patrimonio, medio ambiente y desarrollo sustentable**

La cuestión se planteó a Francia después del extenso foro de debates y concertación que constituyó en 2007 el “Grenelle del medio ambiente”<sup>2</sup>, de saber cuáles podrían ser las consecuencias y las implicaciones respecto al “turismo patrimonial”, es decir en qué medida y condiciones la valorización del patrimonio (cultural aquí) respecto a la oferta y la demanda de turismo, sería o no compatible con el respeto del medio ambiente.

Y más concretamente “cómo los derechos del patrimonio y el medio ambiente se estructuran en torno a esta problemática” respecto a lo que está en juego del cambio que implicarían (Deperne, 2007: 28).

Concerniente a las relaciones entre turismo y medio ambiente (Breton, 2001b: 13-32), que en particular tuvieron en cuenta el grupo de expertos de medidas elegidas por el Gobierno francés en el marco de la Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible, a partir de 2002 se adoptaron algunas disposiciones particulares en favor de una mejor y más sistemática consideración del medio ambiente, en su componente cultural, en particular en los territorios y espacios con vocación turística. Se inscriben en un objetivo de durabilidad garantizada por la valorización del patrimonio, asimismo asentada, en favor del patrimonio público como del patrimonio privado, sobre publicidad adecuada en favor de la imagen y el poder de atracción de los lugares, de los recursos y los bienes (Deperne, 2007: 29).

---

2 El Debate multipartito Medio ambiente (a menudo llamado « Grenelle del Medio ambiente ») es un conjunto de encuentros políticos muy importantes, organizados en Francia en octubre de 2007, durante varias semanas, destinado a tomar decisiones a largo plazo en cuanto a medio ambiente y desarrollo sostenible, en particular para restaurar la biodiversidad por la instauración de Esquemas Regionales de Coherencia Ecológica, disminuyendo al mismo tiempo las emisiones de gas de efecto invernadero y mejorando la eficiencia energética (el término « Grenelle » devuelve a los acuerdos de « Grenelle » -donde era a esta época el sitio del Ministerio del Trabajo y de los Asuntos Sociales- de mayo de 68, y designa por analogía un debate multipartito reuniendo representantes del Gobierno, asociaciones profesionales, ONG, y otros agentes públicos y privados.

El patrimonio tradicional y vernáculo de “proximidad”, en todas sus dimensiones y acepciones, no puede por su parte sino extraer beneficio, a reserva de un estrecho control por el juez competente del respeto de los principios formulados y dispositivos decididos a tal efecto.

## **2. Desarrollo y utilización del patrimonio**

### **2.1 El acceso al patrimonio**

Tanto la gestión como la utilización del patrimonio, cultural en particular, animan un debate ya antiguo pero sin cesar renovado, que trate de su “interpretación” (Drouin, 2007 : 72-75) así como de los “retos” (Alix, 2006: 21) que postula. Interpela, en particular, la reflexión sobre la identidad, como se verá más adelante, al mismo tiempo que remite a usos sociales propensos a cambios profundos .

La utilización de la tecnología, de conformidad con las “herramientas” de simplificación y vulgarización del acceso al patrimonio cultural con fines turísticos, moviliza hoy cada vez más frecuentemente a los gestores de los recursos y los lugares patrimoniales, poniendo al mismo tiempo a su disposición un instrumento apto para favorecer el conocimiento y la comprensión y, en consecuencia, para facilitar la frecuentación. Presenta por tanto menos aspectos negativos respecto a los problemas de carácter financiero (costes), material (condiciones de utilización), funcional (ausencia de reactividad e interacción), intelectual (enfoque más o menos virtual y/o desconectado del medio acercado).

Las razones relativas a la interpretación y a la frecuentación del patrimonio, como actividad de ocio, “son múltiples y no corresponden siempre con las nobles declinaciones del turismo cultural” (Drouin, 2007: 72).

Se enfrenta al turista, cuando es él de quien se trata, a elecciones en el acceso al conocimiento del patrimonio a través de distintos métodos de interpretación puestos a su alcance, y esto ante la institucionalización de la tecnología al servicio de la interpretación del patrimonio.

### **2.2 Desarrollo y democratización**

El desarrollo del patrimonio es una obligación democrática. Se trata no sólo de justificar los créditos públicos invertidos, sino también de satisfacer una clase de apropiación del patrimonio por el público.

Esta apropiación, además de la frecuentación turística cada vez más importante, tiene un carácter simbólico para los ciudadanos de las colectividades intere-

sadas, ya que el patrimonio se convierte rápidamente en el símbolo de una identidad local que no debe, sin embargo, transformarse en el espíritu aldeano o en el comunitarismo territorial.

Hay allí un dilema para los gobiernos locales, responsables del dinero público, vacilante entre los gastos de conservación indispensables pero poco espectaculares, y los gastos de prestigio a veces inútiles a la conservación (Le Louarn, 2010).

La cuestión de las elecciones patrimoniales entabla un debate democrático para definir el interés público local, lo que supone un mínimo de consenso sobre el valor de los bienes que serán objeto del gasto público y las acciones de protección por los medios jurídicos locales o de desarrollo.

La democratización del patrimonio cultural es pues el mejor garante de una descentralización de éste, tendencia que se impone cada vez más.

### **2.3 Descentralización y cooperación patrimonial**

Se encuentran aquí los límites entre patrimonio cultural nacional y local, y en consecuencia de la división de la identidad entre el Estado y las colectividades territoriales, que caracteriza los debates sobre la descentralización del patrimonio.

En primer lugar, se constata que las categorías del patrimonio se hallan en expansión continua y, por lo tanto, la partición no puede ya ser puramente espacial, aunque debe ser funcional entre el Estado y los protagonistas locales. Pero el reparto se refiere también a la formación y a la conservación de los conocimientos técnicos, condicionada por el mantenimiento de los empleos cualificados, y en consecuencia de las políticas de trabajo menos aleatorias.

El reparto es, por fin, la resolución de una serie de problemas que pueden clasificarse en riesgos y en retos (Le Louarn, 2010).

¿Un concepto tan ambiguo como el de patrimonio cultural puede entonces fundar un régimen jurídico eficaz para la acción? Además, ¿cómo y sobre qué principios jurídicos debe fundarse la transmisión de las responsabilidades hacia el patrimonio cultural para que la parte fundamental no se pierda?

Cómo, por fin, encuadrar jurídicamente, para garantizarla, la cooperación de las políticas públicas entre Estado, colectividades territoriales y el sector terciario, en particular cuando el patrimonio cultural se convierte en objeto de turismo.

## II - Patrimonio cultural y desarrollo turístico

El desarrollo turístico duradero da pasos crecientes hacia el planteamiento patrimonial, en el marco de una relación dialéctica, en la cual el patrimonio cultural contribuye a ampliar la oferta de turismo, al mismo tiempo que la solicitud de turismo conduce a valorizar los componentes del patrimonio cultural.

Esta valorización cuestiona pues, en formas diversas y según distintos procesos, el desarrollo y la “gobernanza” turísticos, favoreciendo al mismo tiempo una patrimonialización de los territorios que condiciona el desarrollo sostenible.

### A. La dialéctica del patrimonio cultural y el turismo

La relación compleja y multiforme entre el patrimonio y el turismo plantea cuestiones de naturaleza sociológica, económica y jurídica, y requiere respuestas adaptadas a las exigencias de un turismo cada vez más diversificado a través de sus nuevas formas “alternativas”.

El derecho, por su parte, debe estar en condiciones, a nivel nacional e internacional, de responder por instrumentos convenientes a las mayores esperas de las actividades turísticas hacia el patrimonio cultural.

#### 1. La relación entre el patrimonio cultural y el turismo

##### 1.1 El enfoque problemático

El turismo aporta a los hombres conocimientos, encuentros, intercambios y la desarticulación de los prejuicios que provocan las guerras. Pero también destruye: nivela las culturas, alcanza las almas y reduce las identidades que alimentan la diversidad humana, tan necesaria para nuestro futuro como la biodiversidad.

La contribución más paradójica de esta universalización se encuentra con seguridad en la toma de conciencia universal del valor de todos los patrimonios, que el turismo impulsa en gran cantidad, mientras que esta gran cantidad constituye la amenaza principal de la cual el turismo es portador.

Esta es la razón por la cual algunos sueñan con un turismo distinto, radicalmente diferente del actual e inevitablemente duradero; otro modelo, una alternativa necesaria frente al modelo dominante. Entonces no es una casualidad que se añada una cuarta condición, cultural esta vez, a las condiciones económicas, ecológicas y sociales del desarrollo sostenible.

El turismo alternativo sería pues un modelo significativo del desarrollo sostenible planetario.

Se sabe hasta qué punto el turismo de masas puede ser destructivo de los lugares, del patrimonio y la identidad de las naciones visitadas que obtienen un provecho sin que su balance ecoturístico y socioeconómico sea verdaderamente favorable una vez deducidos los beneficios inmediatos.

Así pues, los países en desarrollo sólo conocen un flujo turístico menor (4% para África) que probablemente es el más destructivo de su patrimonio, según la definición muy amplia propuesta por la Carta Mundial del Turismo Cultural. Balances nacionales a los cuales conviene añadir el balance mundial del impacto del turismo en el cambio climático y la biosfera.

Por otro lado, es necesario considerar lo que estos países conocen como la “metamorfosis del patrimonio” (Nora, 2006) que “accede una especie de dimensión sagrada” y pasa a un patrimonio de “tipo social y comunitario donde se descifra nuestra identidad colectiva o individual”, patrimonio reivindicado y no más heredado. Es importante entonces evitar que los conflictos posibles entre turismo y patrimonio cultural desemboquen en guerras consagradas, en las que algunos recientes contratiempos sufridos por turistas en zonas sensibles pueden hacer pensar.

##### 1.2 Las respuestas normativas y convencionales

Es la constatación de un conflicto más o menos evidente entre turismo y patrimonio, que justificó las cartas mundiales en favor de un turismo más respetuoso de las culturas locales y de su patrimonio.

Con este fin se creó, en 1976, el Consejo Internacional de Monumentos y Lugares (ICOMOS) para la interpretación y la previa presentación de los lugares culturales patrimoniales (ICIP) (ICIP-ICOMOS, 2007). Este organismo entre otras cosas contribuyó a la redacción de una carta para la interpretación y la presentación de los lugares culturales patrimoniales<sup>3</sup>, con el fin de que balizara las prácticas para evitar descontrolados “en cuanto a las finalidades de la conservación y la valoración del público de los lugares patrimoniales” (Breton, 2009b: 372).

Le han hecho eco, aproximadamente 20 años más tarde, la *Carta mundial del turismo duradero* preparada bajo los auspicios de la UNESCO, en Lanzarote en 1995; y más recientemente el informe encargado

3 Carta d'Ename, o Declaración de Charleston, aprobada por la asamblea general reunida en Québec en 2008

por la Organización Mundial del Turismo (OMT) a un equipo internacional de expertos, el *Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente* (PNUMA) y la Organización Meteorológica Mundial (OMM), para la Segunda Conferencia Internacional sobre el Cambio Climático y el Turismo, en octubre de 2007, en Davos, Suiza (Le Louarn, 2009: 10).

### **1.3 La protección del patrimonio cultural ante y/o por el planteamiento turístico**

¿El patrimonio cultural podrá contar, para su protección, con un derecho eficaz del turismo alternativo? Para apreciarlo, conviene referirse a estudios y a contribuciones correspondientes a esta cuestión.

Pero sería innecesario deducir que solamente los países desarrollados serían capaces de promover un turismo virtuoso en relación a su patrimonio cultural. En ocasión del estudio sobre la explotación comercial de las imágenes del patrimonio en Francia, nos enteramos de que ser el segundo destino turístico del mundo representa una amenaza, tanto como en los países desarrollados, para un patrimonio aún muy bien protegido por una legislación y una administración eficaz desde hace más de un siglo. Aquí es donde la explotación económica y la urbanización entran en conflicto con la protección, mientras las colectividades descentralizadas y las poblaciones locales esperan un gran crecimiento por el turismo cultural.

Sin embargo los conflictos entre turismo y patrimonio están presentes aun más, en Europa (pero es quizá una característica mundial), en el debate político, el conflicto de vecindad o el combate social, como el estudio del contencioso lo destaca con respecto a las culturas tradicionales y lenguas vernáculas.

El estudio sociológico de la innovación cultural y turística por la gobernanza regional aportará mucho a esta hipótesis. En efecto, nuevas definiciones del patrimonio, como las superficies naturales protegidas, constituyen una creación patrimonial cuya motivación es doble a la vez, de protección y explotación turística, de promoción de la identidad local y de “venta” de ésta a visitantes supuestos educados (Le Louarn, 2009: 12).

## **2. Patrimonio, cultura y turismo alternativo**

### **2.1 Los usos turísticos del patrimonio cultural**

En la actualidad, la vocación y los usos turísticos “alternativos” del patrimonio cultural se diversifican ampliamente y, aunque aún marginales respecto al

turismo de masas (incluso en zonas rurales), conocen un desarrollo regular y constante, a la medida de la evolución de la demanda para ocios “otros” y de la evolución correlativa de la oferta existente.

La ecuación “mayor demanda hacia el patrimonio cultural = restauración/rehabilitación de sus elementos”, hasta entonces demasiado descuidados tanto por el Estado como por las colectividades territoriales, resulta así más importante y movilizador. Exige, para que puedan responderle allí de manera específica y eficaz, la elaboración de las herramientas correspondientes; esto al precio de un esfuerzo de imaginación de las políticas públicas de valorización de un turismo cultural, sobre la base de un patrimonio arqueológico, histórico y arquitectónico. Éste fue durante demasiado tiempo abandonado a la erosión del olvido y a la degradación del tiempo, a la falta de interés manifestado en un desafecto crónico de las autoridades públicas y de los consumidores de ocio y turismo (Breton, 2009b: 375-376).

La búsqueda de durabilidad socioeconómica de un turismo que saca su fuente en esperas y comportamientos “otros” llama y legitima así, en términos de objetivos como de condicionalidades, los de un patrimonio cultural debidamente redescubierto y valorizado.

### **2.2 El cuestionamiento del turismo “cultural”**

¿Se asistiría entonces a un verdadero “renacimiento del turismo cultural”? (Chevrier & Clair-Saillant, 2006: 72-74).

Uno de sus menores aspectos no sería poner en entredicho la visión clásica y perenne de un turismo propenso, por gusto pero también por necesidad, a desnudarse de atavíos demasiado tiempo impuestos por la masificación incontrolada de los ocios, por la irresponsabilidad de un desarrollo puramente cuantitativo y especulativo, y por los modelos y tópicos complacientemente transportados por los operadores turísticos y touroperadores.

¿Y esto en favor de un exotismo deculturado, artificialmente construido y liquidado, en nombre de las exigencias del retorno de la inversión y la rentabilidad máxima del accionariado transportadas por una globalización “*environmental and cultural blind*”?

Seguramente los “determinantes” de las actitudes (de los individuos en general, y de los turistas en particular) hacia la cultura son reveladores de gestiones consumidoras objetivas vinculadas al carácter intrínseco del producto cultural. Lo son todo la atracción intuitiva de que éste puede más subjetivamente suscitar, o

de manera autónoma o a través de la imagen que se le propone, si no “se impone”, debidamente formateada de nuevo al servicio de intereses realmente poco preocupados de cultura otra que instrumentalizada.

La oposición, si no la confrontación, a riesgo de impasses sin salida, entre enfoques conceptuales y funcionales tanto del turista como del turismo culturales no es, sin embargo, excluyente de compromiso, en el sentido de una posible y deseable reconciliación de la oferta y la solicitud de turismo, al mismo tiempo que de la producción y del consumo del mercado de la cultura (Breton, 2009b: 376-377).

El concepto de turismo cultural, en una acepción extensiva, se define realmente a través de las formas entrecruzadas del turismo patrimonial, cultural, artístico y creativo.

## **B. El patrimonio cultural, entre desarrollo y gobernanza turísticos**

La dimensión de identidad constituye en cualquier caso un parámetro a menudo determinante de la percepción y de la apropiación del patrimonio, así como de su “producción” correlativa. La innovación cultural tiene a este respecto un impacto directo en una dinámica y un desarrollo turísticos que pueden responder a objetivos en adelante prioritarios de viabilidad y de sustentabilidad

### **1. La dimensión de identidad**

#### **1.1 La percepción y la apropiación del patrimonio**

El enfoque y la dimensión de identidad no están ausentes, ni mucho menos, del planteamiento patrimonial y turístico (Breton, 2006: 43-71). Se les mencionará de memoria, sin volver de nuevo a los detalles, ad referendum. Nos limitaremos a recordar cuánto, en algunas sociedades contemporáneas, en las comunidades tradicionales y autóctonas de los países en desarrollo, la identidad constituye un elemento esencial y determinado de la doble problemática empresarial y, por consiguiente, desarrollamental.

La aparición de una identidad específica, en el contexto de las relaciones entre estas comunidades y la sociedad nacional, reposa así sobre un triple componente histórico, semántico y ecológico, de donde procede su comprensión a menudo compleja. El riesgo es obviamente grande, en ese caso, de manipulación o incluso de mistificación de esta identidad, debido “al deslizamiento de un hecho de identidad inicialmente atomizado hacia formas regionales de organización política”, y de constitución correlativa de un “discurso” específico.

La concepción, la elaboración y la aplicación de “herramientas” aptas para permitir a la vez el reconocimiento y la valorización, de conformidad con una gestión óptima y duradera de los recursos turísticos y ecoturísticos del patrimonio de las comunidades en cuestión, suscita una reflexión profunda sobre la consideración y la importancia de la referencia y los valores de identidad.

#### **1.2 La producción del patrimonio y la patrimonialización de los territorios**

En el mismo sentido se inscriben la descripción y el análisis de los procesos por los cuales una sociedad produce su patrimonio, cultural en este caso; así como la definición del objeto patrimonio a través de las categorías elaboradas por los propios protagonistas. Esto implica “una lectura crítica de las prácticas de las instituciones enfrentadas a este entusiasmo de nuestros contemporáneos para el patrimonio”, que presenta en particular el interés en conducir “en el centro de los sistemas de toma de decisión político-económica que hacen hoy el patrimonio, su valorización, o incluso su ‘mercantilización’ [como] palanca esencial para la adaptación y el desarrollo de los territorios” (Chevallier, 2000).

Los ejemplos extraídos de los usos patrimoniales de los medios en cuestión, en particular de los nuevos usos sociales del patrimonio rural, lo ilustran claramente, destacando la articulación entre bienes económicos y valores culturales.

La patrimonialización de los territorios (i.e los impactos territoriales del patrimonio) es por su parte portadora de lo que está en juego a niveles políticos, colocando en primer plano las problemáticas de lo que está en juego a niveles de identidad. (Le Prêtre, 2000 ; Henry, 2004: 341-370). Los productos de la tierra, que están incluidos tanto en el patrimonio material como inmaterial (conocimientos técnicos, música, tradiciones culinarias, artísticas, etcétera), se sitúan así al cruce del cultural y del económico.

En todos los casos, a través de los múltiples y distintos ejemplos elegidos u observados, se cuestionan acerca de los cambios sociales esenciales, cuya naturaleza y ritmo varían dependiendo del lugar, el momento, los referentes culturales y los niveles como los métodos de desarrollo.

Estos cambios desafían a los protagonistas interesados (responsables y gestores, poblaciones y usuarios) en cuanto a la gama y a la pertinencia de las herramientas aptas a dar credibilidad, afianzar y a optimizar su planteamiento.

## **2. Innovación cultural y desarrollo turístico**

### **2.1 Gobernanza patrimonial y dinámica turística**

Cuando convergen renacimiento patrimonial y turismo se construye un vínculo entre estos valores patrimoniales y los valores “turísticos” consustanciales a este lugar, así como entre la selección de valores de tradiciones y de patrimonio favorecidos por los participantes locales y las que animan la búsqueda simbólica y mítica de los turistas.

Existe una dinámica de convergencia entre un proceso externo de construcción de un tipo de turismo, y un proceso interno de construcción de patrimonio y tradiciones, sea una dinámica de convergencia cultural (Lequin & Carrière, 2009: 359).

En una perspectiva de “reactivación” y de “revitalización” de territorios dedicados al desarrollo del turismo, se estudiaron varios ejemplos recientes de innovaciones culturales vinculadas con el turismo en Francia, especialmente con la creación y el desarrollo turístico de parques naturales regionales.

Se conciben todas estas innovaciones culturales en asociación con el pasado regional, con el fin de revalorizar este pasado y contribuir también al desarrollo socioeconómico de la región, especialmente mediante el turismo.

En una perspectiva de acción en el ámbito cultural y turístico, se plantea la cuestión de cómo llegar a instaurar un sistema regional de concertación e iniciativas que favorece la aparición de iniciativas culturalmente innovadoras en el ámbito del desarrollo turístico regional.

En nombre de una gobernanza participativa en cuanto a turismo duradero, el primer objetivo de la planificación de una demanda turística consiste en ofrecer una experiencia turística de naturaleza/cultura de calidad, única y global. En complemento, una oferta turística debe aspirar a un objetivo de desarrollo socioeconómico regional, duradero y democrático.

Hacia ahí se dirige toda innovación cultural local o regional que agrupa a la vez un lugar, un objeto o un acontecimiento, un tiempo, de nuevas relaciones empresariales internas y externas y que, en complemento, oculta un potencial de atracción turístico.

### **2.2 Institucionalización del patrimonio cultural y desarrollo turístico sustentable**

Dentro de este marco general de gobernanza turística regional, resulta posible describir esquemáticamente las principales etapas de la institucionalización de un nuevo producto colectivo cultural y turístico a escala de una región (Lequin & Carrière, 2009: 363-364).

- La primera etapa consiste en un inventario de los elementos culturales comunes a nivel regional - como las fiestas, rituales, juegos, festivales de expresión artística, oral y musical, las actividades artesanales e industriales, la restauración de edificios, la conservación de paisajes, pero también todo lo relacionado al ámbito de la producción agrícola, cosechas y ganaderías típicas, así como de productos alimentarios típicos de la región.
- Una segunda etapa de designación patrimonial consiste, por estas instituciones y grupos, en seleccionar colectivamente algunos productos, objetos, manifestaciones culturales, y en designarlos como temas formales de patrimonialización.
- Más tarde, una etapa de calificación permite a la población regional apropiarse este nuevo objeto o producto cultural por medio de actividades de valorización pública como la conservación y la puesta en turismo. En este punto de desarrollo, el objeto es considerado por el turista como un componente de la cultura local, y reviste una dimensión simbólica por el desciframiento de un conjunto de intercambios con la población, las guías turísticas, los productores y demás.
- Las próximas etapas de apropiación y diferenciación cultural y turística de la región consisten en la normalización de la producción del objeto o la prestación de servicios, y la constitución de imágenes de marca de productos.

Estas iniciativas colectivas tienen por objeto consagrar el estatuto patrimonial exclusivo de los objetos culturales y del territorio de producción. Procedimientos que tienen un alcance doble: el refuerzo de la apropiación de identidades, y la regularidad y calidad del producto ofrecido al turista. Esto guarda en coherencia con el nuevo estatuto del último producto, desde el de una envergadura limitada a la cultura local a el que goza de una imagen de excelencia más allá de la región y, en algunos casos, a escala mundial (Chevallier, 2004, 2005).

1. ¿Qué enfoque, definición y aprehensión hay que retener y acreditar del “turismo cultural”, nacido del encuentro del patrimonio cultural y el turismo? Se propusieron nuevas taxonomías, y clasificaciones efectivas y/o subjetivas, voluntaristas o intuitivas,

comportamentales o epifenomenales, bosquejadas (MacKercher & Ducros, 2002: 72). La cuestión no está tanto, para lo que nos interesa, en una nueva tipología, que procede de una necesidad intelectual de racionalización, que en una nueva problemática, que postula elecciones, decisiones e intervenciones incluidas más en el ámbito de la acción que de la especulación.

2. La oposición (¿la confrontación?), a riesgo de callejones sin salida, entre enfoques conceptuales y funcionales del turista como del turismo culturales, no es sin embargo excluyente de compromiso, en el sentido de una posible y deseable reconciliación de la oferta y de la solicitud de turismo, al mismo tiempo que de la producción y del consumo del mercado de la cultura. El concepto de turismo cultural, en una acepción extensiva, se declina realmente a través de las formas entrecruzadas del turismo patrimonial, cultural, artístico y creativo (Lutz, 2005).

3. Se derivan directamente en cuanto a gestión, si hubiera aún necesidad de demostrarlo y de recordarlo, elecciones estratégicas y opciones metodológicas que se expresan y se concretan in situ por trámites instrumentales cuya naturaleza y contenido proceden de su determinación; y de las cuales el alcance y el valor se miden según la eficiencia de las herramientas resultantes, a niveles normativos e institucionales, pero también políticos, económicos y sociales.

4. Turismo de memoria, ex ante, vector de concienciación del ciudadano tanto como herramienta de desarrollo local, y/o turismo cognoscitivo, ex post, a través de equipamientos estructurados y herramientas estratégicas ad hoc: las pistas son numerosas, los distintos campos, los modelos múltiples. El planteamiento turístico patrimonial y cultural no puede, no obstante, en cualquier caso, imponerse unilateralmente, bajo pena de carácter y descalificación. Debe, al contrario, proceder de un enfoque consciente, evaluado, razonado y dinámico del patrimonio, a la medida de la diversidad del medio ambiente y de la riqueza de la cultura.

# Turismo y magnetismo espiritual: la devoción al Santo Niño de Atocha en el santuario de Plateros, Zacatecas

**Enrique Propin Frejomil**

Universidad Nacional Autónoma de México

**Álvaro Sánchez Crispín**

Universidad Nacional Autónoma de México

## Introducción

**E**l grupo de Geografía del Turismo del Instituto de Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) - que tiene sus orígenes en los años setenta - comenzó a desarrollar el tema del turismo religioso católico en 2007.

Dos acontecimientos incidieron en su reconocimiento institucional: la visita al santuario del Cristo de las Noas, en Torreón, Coahuila, lugar en donde nació la idea del análisis de esta materia; y la aprobación en 2008, por parte del CONACYT, del proyecto *Impacto regional del turismo religioso-católico en México*, que permitió el examen de sus tendencias cognoscitivas en el país y en el mundo.

En ese mismo año se crearon las condiciones para desarrollar, durante el bienio 2008-2009, un estudio sobre el estado de Zacatecas respaldado por el *Programa de apoyo a proyectos de investigación e innovación tecnológica* de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico.

Este es el contexto del que emerge la idea de indagar acerca del turismo religioso en Plateros.

El santuario de Plateros, donde acontece la devoción al Santo Niño de Atocha, ha sido objeto de diversas investigaciones. Prestigiosos autores han revelado conocimientos trascendentales concernientes a la

historia del lugar y de la imagen, la iconografía relacionada, la dinámica cultural y el valor testimonial de los exvotos.

Sin embargo, la importancia socio-territorial creciente del santuario incita al análisis sistematizado de los sucesos que ocurren en el sitio, así como su repercusión dentro y fuera de México.

Se reconoce que éste se ha posicionado como el tercer centro religioso-católico más visitado en México, después de la Basílica de Guadalupe y el de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos, y como primero a nivel nacional entre los consagrados a Jesucristo.

La investigación realizada en la localidad durante tres estancias a lo largo de los años 2008 y 2009, permite formalizarla con el propósito de reconocer los caracteres que demuestran el magnetismo espiritual del lugar. Para ello, se abordan los antecedentes relacionados con la devoción al Santo Niño de Atocha, las características de localización del santuario, las peculiaridades de los visitantes y el área de influencia del culto a la imagen.

## Centralidad geográfica de los lugares sagrados

El carácter selectivo de los lugares sagrados relacionados con el judeo-cristianismo aparece, en forma

sucesiva y enfática, en los hechos y relatos contenidos en el *Antiguo Testamento*. Las dimensiones y naturaleza de los mismos varían en dependencia de las elecciones espaciales de Dios. En este sentido, pueden escindirse perspectivas escalares distintas: el encuentro de Moisés con Dios en *un sitio* donde yacía una zarza ardiente y la recepción de los diez Mandamientos en el *Monte Sinaí*. Durante el Éxodo se registra, como acontecimiento relevante, la construcción de un santuario ofrecido a Dios a propia solicitud:

*"... Quiero que el pueblo de Israel me haga un santuario donde pueda habitar en medio de ellos. Mi santuario será una tienda, un tabernáculo. YO te daré el diseño de la construcción y lo detalles de todos los utensilios."* (Éx 25.8, 9).

Otro evento resaltante, indicativo de elecciones espaciales sagradas, es el nacimiento del Rey David en Belén, localidad cuya centralidad se manifiesta siglos después en la concurrencia de María y José provenientes de Nazaret, de los sabios del "Oriente", de los pastores y de Dios encarnado. No menos trascendente fue el contexto donde se desarrollaron los momentos humanos finales de la vida de Jesús: Jerusalén como sitio central en torno al templo, también edificado por mandato divino:

*"... Luego David se dirigió a Salomón y le dijo... Recuerda que el Señor te ha elegido para que le construyas un templo como su santuario... (1Crónicas 28: 9-10)... Por fin se inició la construcción del templo del Señor. Su ubicación fue en Jerusalén, en la parte alta del Monte Moría, donde el Señor se le apareció al rey David, padre de Salomón ... Ése fue el lugar que David escogió..." (2 Cr 3.1).*

El templo de Jerusalén, como punto de congregación, representó el destino de flujos permanentes de peregrinos que configuraron la centralidad geográfica y el alcance regional de Jerusalén. Sin embargo, el *Nuevo Testamento* revela otro paradigma en el reconocimiento de los "lugares sagrados" que representa una noción cardinal en la geografía, pasada y presente, de las peregrinaciones. De la Palabra de Jesús, se pueden interpretar las dos perspectivas cruzadas de centralidad geográfica siguientes:

A. El "centro" es el creyente mediante su fe, lo sagrado está en cada ser humano; en correspondencia, esta noción libera el carácter selectivo de los lugares y, por ende, una peregrinación no representa una necesidad para el encuentro con Dios.

*"El reino de Dios no vendrá como algo que todo mundo pueda ver. Nadie podrá decir: 'Aquí está' o 'Allá está', porque el reino de Dios ya está entre ustedes" (Lc 17.20-21).*

*"... También quiero decirles que si dos de ustedes se ponen de acuerdo aquí en la tierra acerca de algo que quieren pedir en oración, mi Padre que está en los cielos se los concederá, porque dondequiera que estén dos o tres reunidos en mi nombre, allí estaré yo" (Mt 18.19-20).*

*"De una cosa podrán estar seguros: Estaré con ustedes siempre, hasta el fin del mundo" (Mt 28.19).*

Aunque algunas interpretaciones de la Biblia dan una connotación apocalíptica al concepto "...hasta el fin del mundo", aquí se entiende como expresión geográfica. Si Jesús, al final del Evangelio de Mateo, deja el mensaje de su permanencia temporal utilizando el término "siempre", es de esperar que también se refiera a algo espacial para dar a conocer que no sólo estará con los judíos, sino en todo lugar donde se crea en él: estaré con ustedes siempre en todos los lugares del mundo. Esta interpretación geográfica se fundamenta en un pasaje del profeta Zacarías en el *Antiguo Testamento*, en el que dice:

*"¡Regocíjate grandemente, pueblo mío! ¡Grita de alegría, Jerusalén! ¡Tu rey viene montado sobre un burrito! ¡Es un rey justo y humilde, y viene a salvarte!... Su reino se extenderá de mar a mar, desde el río Éufrates hasta el último rincón de la tierra!" (Zac 9.9).*

B. El "centro" es un lugar; lo sagrado es un espacio seleccionado y delimitado (recinto, templo), los emplazamientos restantes se reconocen como profanos. Esta perspectiva genera la necesidad del movimiento de fieles hasta el "lugar sagrado" donde se congregan en comunidad. Esto acontece mediante peregrinaciones de carácter ocasional que cumplen con largos recorridos o por medio de traslados diarios o regulares que abarcan distancias cortas.

La noción de selección y singularidad de los lugares también aparece en pasajes diversos del *Nuevo Testamento*, aunque con una connotación distinta.

*"...El Mesías nacerá en Belén de Judea... los sabios reanudaron el viaje. ¡Y la estrella que habían visto en el Oriente los iba guiando hasta que se detuvo sobre la casa donde estaba el niño... Entonces entraron en la casa, y al ver al niño con María, su madre, se posttraron ante él para adorarlo." (Mt 2.5,10).*

*"- Vayan y preparen todo para que comamos la Pascua... y díganle al dueño de la casa: 'El Maestro quiere saber cuál es la sala donde va a comer la Pascua con sus discípulos'. Él les mostrará una sala grande y amueblada, en el piso de arriba. Preparen allí la cena." (Lc 22:7-12).*

Ambas perspectivas son reconocidas, en forma consciente o no, por cada ser humano; y sus expresiones varían de acuerdo con factores múltiples.

No obstante, aquí interesa destacar el significado que posee la relación entre ambas para el creyente-peregrino. Aunque sean un fin para algunos, el lugar y las prácticas religiosas (B) son indicadas en la *Biblia* como el medio, el camino para acercarse a Dios (A). Este entendimiento puede ser empleado en el ejercicio metodológico cuando se precisa como objetivo la averiguación de las características específicas de creyentes y peregrinos.

Las prácticas asociadas con una u otra perspectiva pueden deparar en comportamientos humanos contradictorios. Es justo reconocer que éstos llegan a variar a lo largo de la vida de cada creyente. Los escenarios extremos son:

- Dios se reduce a un templo. Representa un lugar y una ocasión para adorarlo y para el “trueque” de acciones; se ofrece un sacrificio (la propia peregrinación, el ayuno, la eliminación de un vicio, la autoflagelación) para recibir, a cambio, un favor solicitado. El amor al prójimo queda excluido o en un segundo plano.
- Dios es en todo y en cada ser humano. Simboliza un proyecto de vida donde el templo aparece como un medio y no un fin. Jesucristo se ofreció como supremo sacrificio, no hay necesidad de algún otro; sólo queda su mandamiento de amor.

*“...Ustedes me llaman Maestro y Señor, y dicen la verdad porque lo soy. Pues si yo, el Señor y el Maestro, les he lavado los pies, también ustedes deben lavarse los pies unos a otros...” (Jn 13.13-14).*

Si bien las perspectivas y escenarios de fe son diversos, el “lugar sagrado” - como medio o fin - es significativo en la práctica religiosa donde intervienen el creyente, el viaje y el santuario (Romo, 2001).

Los “lugares sagrados”, destinos actuales del turismo religioso, se clasifican de maneras distintas según uno o varios criterios tales como el orden jerárquico que desempeñan en la propia Iglesia Católica, la ocurrencia de apariciones y de milagros y la procedencia geográfica de los turistas y peregrinos (Puebla, 2008).

En este orden de ideas, este trabajo remarca el interés investigativo de la expresión conceptual “lugar sagrado con magnetismo espiritual” (Preston, 1992: 33-38, citado por Santiago, 2010; Romo, *op. cit.*). El autor argumenta que el magnetismo espiritual deriva objetivamente del propio lugar de peregrinación, de

conceptos evaluables como la historia, la geografía o aspectos sociales relacionados con el santuario. Para el reconocimiento de estos sitios distingue, en forma única o combinada, la ocurrencia de las cuatro circunstancias siguientes (advierte que pueden no ser las únicas):

**Las curas milagrosas.** Estanques o manantiales que atraen al peregrino por haberse producido en ese lugar algún tipo de cura milagrosa: Lourdes en Francia; Nuestra Señora de los Ángeles en Costa Rica.

**Las apariciones sobrenaturales.** La Virgen María, Jesucristo o santos se presentan ante personas determinadas, las cuales se convierten en mensajeros o mediadores entre lo divino y lo humano: María en sus advocaciones de Guadalupe en México; Fátima en Portugal y Lourdes y la Medalla Milagrosa en Francia; Jesucristo mediante sus imágenes del Sagrado Corazón en Paray-le-Monial en Borgoña, Francia, y de la Divina Misericordia en Polonia.

**La geografía sagrada.** La historia sagrada se desarrolla en lugares específicos que se reconocen como de fuerte magnetismo espiritual: Jerusalén, Belén, Roma.

**La inaccesibilidad.** Los riesgos y los obstáculos intervienen en el “viaje sagrado”: Nuestra Señora de Juquila en México.

Este trabajo adiciona al primer grupo otra circunstancia; la ocurrencia de “milagros” provenientes de la fe. Esta situación distingue a los santuarios de Nuestra Señora de San Juan de Los Lagos, en la región de los Altos de Jalisco, y del Santo Niño de Atocha, en Plateros, Zacatecas.

## **Antecedentes históricos: el santuario de Plateros y el Santo Niño de Atocha**

Este apartado se concentra en la selección de argumentos y hechos que explican el magnetismo espiritual de la imagen del Santo Niño de Atocha<sup>1</sup>. En este sentido, no es posible separar los acontecimientos materiales, en ocasiones controvertidos y aún no

---

1 “Los historiadores no se ponen de acuerdo sobre la etimología de la palabra Atocha. Existen varias posiciones al respecto. Una establece que la palabra se deriva de “Antioquia”. Otra sostiene que viene de “atocha” cuyo significado es hierba de esparto, que crecía en abundancia alrededor de Madrid. La tercera viene de la palabra “Teotokos” madre de Dios en griego. Las letras T y O se pueden observar todavía actualmente en la capa de Nuestra Señora de Atocha y la letra K en griego cambia de C a CH en latín; los españoles pudieron haber pronunciado “Teotochos”, cambiando con el tiempo a “Teotocha” y posteriormente a “Atocha” (Sloane, *op. cit.*).

comprobados, de los espirituales. Para estos fines, la certeza y la comprobación tangible de hechos no ocupa un lugar prominente en este tipo de indagación donde la fe domina el registro de los hechos y su posterior interpretación.

La devoción hacia el Santo Niño, establecida desde el siglo IV con la celebración, en Oriente, de la Epifanía del Santo Niño y, en Occidente, de su Navidad, forma parte de las muestras de fervor hacia la infancia de Jesucristo.

La Iglesia Católica reconoce que la cueva de Belén era centro de veneración. El emperador Constantino erigió una basílica sobre la gruta al tiempo que en Occidente proliferaron iglesias que se dedicaron al Misterio del Nacimiento del Salvador.

Dan fe de estos episodios un sarcófago del año 343 que representa el Nacimiento en Belén y que en la actualidad puede observarse en el Museo de Letrán, y un fresco en las catacumbas de Santa Domitila, Marcelino, Pedro y San Sebastián, que muestra la adoración de los Santos Sabios de Oriente.

Notables santos como Francisco de Asís, Antonio de Padua, Cayetano, Teresa de Jesús, Juan de la Cruz y Teresita del Niño Jesús, dieron continuidad e incentivaron las expresiones de amor hacia Jesús en las advocaciones diversas de su niñez (Parroquia del Valle de Guadalupe, s/f).



Figura 1. Escultura de Nuestra Señora de Atocha. Virgen Negra. Siglo XII

El origen de la imagen de la Virgen de Atocha, los acontecimientos por los que llega a España y la individualización del Santo Niño no poseen una explicación única. Similares circunstancias se dan en México, donde se plantean distintas hipótesis y cuestionamientos sobre los actores involucrados en el traslado de la escultura desde España hasta Plateros o la autenticidad de la imagen, sobre la llegada de la Virgen con el Niño o el arribo del Niño separado de la madre, o del momento en que comienza a venerarse al Niño de Atocha.

Aunque existen versiones anónimas que señalan a España como la nación donde pasado el siglo XII

se manufacturó la escultura de la Virgen de Atocha (Figura 1), Sloane (2000) ofrece una perspectiva distinta que explica las razones del especial significado de la imagen:

*“De acuerdo con las crónicas, la imagen de Nuestra Señora de Atocha, madre del Santo Niño de Atocha, fue tallada por Nicodemus, pintada por San Lucas y llevada de Antioquia [donde se organiza la primera comunidad de los seguidores de Jesús fuera de Jerusalén y se crea el término cristiano] a España... A Nuestra Señora de Atocha se le atribuyen milagros... El primer santuario de Nuestra Señora de Atocha fue una pequeña ermita de aproximadamente cinco metros de largo por cuatro de ancho [en Atocha cercano a Madrid]... Las familias reales de España fueron devotas asiduas de la Virgen de Atocha, al grado de que Isabel II la nombró Patrona de Madrid, Patrona del Nuevo Mundo, de sus flotas y galeones, Patrona de armas de la monarquía y Patrona de España y sus monarcas católicos. Felipe III la visitó más de tres mil veces y quiso tenerla con él a la hora de su muerte...” (Sloane, op. cit.: 93-94)*

La veneración del Santo Niño en forma independiente<sup>2</sup> se remonta a finales de la ocupación islámica de la Península Ibérica. Al respecto, diversas fuentes, con mayor o menor detalle, coinciden en los acontecimientos siguientes:

*“...los musulmanes atacaron la ciudad, destruyeron la ermita [Atocha]. E hicieron muchos prisioneros, prohibiendo a sus familiares visitarlos en la cárcel. Únicamente los niños podían entrar a verlos. Las familias oraban todos los días por sus familiares, porque sabían que carecían de alimento alguno. Un día llegó un niño vestido de peregrino, bastón en mano, portando alimentos en una canasta y con una calabaza llena de*

2 En México, se reconocen advocaciones diversas del Niño Jesús: Niño Pa en Xochimilco, Santo Niño de los Milagros en Tacuba, Niño de las Suertes en Tacubaya, Niño de las Palomas en Zacatecas, Santo Niño Milagroso en Jalisco, Santo Niño Doctor de los Enfermos y Santo Niño Cieguito en Puebla, Santo Niño de Peyotes en Coahuila, Niño Jesús de la Salud en Morelia, Niño Milagroso de Tlaxcala (Departamento de Pastoral de Santuarios, 2009; en Reygadas, 2009).

3 En cuanto a la imagen del Santo Niño de Atocha se han podido identificar dos versiones que atañen a su vestimenta y a los objetos que lleva; ambas coinciden que no se ofrece como niño-rey, con ropas majestuosas y portando el cetro y orbe, sino como niño-peregrino que con una capa modesta y un sombrero rematado en plumas de colores ofrece un báculo o bastón de peregrino y un pequeño guaje para guardar agua en las largas caminatas. Sin embargo, difieren en el tiempo, por una parte esta imagen ya era reconocida en España desde su aparición a los cristianos presos durante la ocupación musulmana (Episcopales Latinos s/f) por la otra, se reconoce que el proceso de transformación de la imagen aconteció en Plateros debido a los milagros realizados a los peregrinos y personas en peligro (Zacatecas en Tiempo Real, s/f).



Figura 2.  
Estampa del Santo Niño de Atocha  
(Niño Azul)  
Fuente: Guido, 2000.



Figura 3. Exvoto de Valentín Hernández, 1803, el más antiguo encontrado.  
Fuente: Ramírez, 2000.

agua. Dio de comer y de beber a los prisioneros, pero ni la canasta ni la vasija se vaciaban. Siempre quedaba algo más para otro prisionero. Al comprobar tal cosa, se pensó que el niño peregrino no era más ni menos que el Niño Jesús. En base a estas referencias el Niño de la ermita de Nuestra Señora de Atocha se convirtió en el patrono de los prisioneros, protector de viajeros y de personas que se encuentran en peligro.” (Episcopales Latinos, s/f). Fuente: Sloane, 2000

Con certeza, la individualización de la imagen del Santo Niño de Atocha<sup>3</sup>, reconocido como patrono de los prisioneros, protector en México y España de viajeros y de personas que se encuentran en peligro, desamparados o abandonados, no puede ser referida a partir de hechos irrefutables en un lugar específico y en un momento preciso (Cuadro 1).

Al respecto, se reportan sucesos que distan más de un siglo entre sí y que, sin embargo, señalan una relación en el reconocimiento visual de la imagen. La información identificada en 1788, concerniente al artista alemán desconocido, induce a pensar en la estampa circulada en 1830. De hecho, la vestimenta azul Prusia del Santo Niño es la más conocida en la actualidad.

La proliferación de hechos milagrosos asociados con el Santo Niño, registrados desde 1829, hace que las imágenes del Santo Cristo de los Plateros y de Nuestra Señora de Atocha pasen a un lugar complementario. Los relatos e información contenida en los exvotos acumulados en el santuario comprueban tal aseveración.

Los acontecimientos milagrosos perviven, y aunque no se lleguen a trasladar con exactitud, las versiones se difuminan alimentando la fe de los creyentes. Entre los milagros reconocidos se citan los siguientes:

“Un hacendado no consiguió peones para segar su trigo y fue auxiliado por un mozuelo ágil y misterioso que

dijo llamarse Manuel de Atocha [en la actualidad se reconoce al Niño de Atocha también como el Niño Manuel] | Maximina Esparza, mujer de vida alegre, es liberada de la cárcel de Durango por un joven muy formal, que ante el juez se hace cargo de ella, declara que es hijo de María de Atocha y que vive en Fresnillo | Don Severiano Medina, casi paralizado por la artritis.

Tuvo conocimiento de que en el Fresnillo se veneraba al Niño Manuel a él se encomendó y pronto estuvo sano para emprender un largo viaje en burro y venir a Plateros a dar gracias | Don Calixto Aguirre, vecino de la ciudad de Guanajuato, sufría en marzo de 1841 un mal grave e incurable...a tal grado que su médico, don Vicente López, estaba espantado. Como sus dolencias aumentaban considerablemente, aclamó con veras de su corazón al Santo Niño de Atocha, prometiéndole como se sanara le dispondría una novena...y llevaría hasta su santuario su retablo que hiciera patente esta maravilla. La curación de don Calixto...son el origen de la primera investigación sobre los milagros del Santo Niño...” (Fernández. 2009:3).

Los relatos actuales no difieren de los registrados durante el siglo XIX. Casi a diario, el rector de Plateros, Presbítero Francisco Javier Carlos Cárdenas, es testigo de narraciones de fieles locales y de peregrinos que le dan cuenta de sus experiencias milagrosas, sus actos de agradecimiento y sus visitas recurrentes al santuario. (Entrevista realizada el 16 de octubre de 2009)

## Localización geográfica del santuario de Plateros

El santuario de Plateros se localiza en la porción



Figura 4. Santo Niño de Atocha (Niño Manuel). Fuente: Guido, 2000.

**Cuadro 1. Hechos históricos seleccionados hasta el siglo XIX  
sobre el santuario de Plateros y la devoción al Santo Niño de Atocha**

AÑO	ACONTECIMIENTO HISTÓRICO
1566	8 de octubre. Se descubren vetas de plata; el lugar es bautizado con el nombre de San Demetrio, santo que se festeja en ese día.
1621	Primera mención histórica del poblado con el nombre de Plateros. Construcción de una capilla que contaba con un crucifijo de tamaño real como figura central. Jesucristo empieza a ser venerado en su advocación de "Señor de los Plateros", el cual era considerado como milagroso.
1690	Aparecen en el lugar indicios de la existencia de la escultura de la Virgen de Atocha. El arribo de la imagen y su autenticidad en relación con la imagen original - que se veneraba en la Ermita de Atocha, cerca de Madrid -, es testificado a través de escenarios disímiles.
1780	Nuevos indicios señalan que los dominicos fueron los responsables de trasladar una estatua de Nuestra Señora de Atocha desde España hasta Plateros.
1788	"La realización de la estampa del Niño de Atocha es atribuida a un artista alemán desconocido. En la historia de Zacatecas se registra que, en 1788, enviados por Carlos III, Rey de España de 1716 a ese último año citado, llegaron a esa región minera [Plateros] 11 germanos para colaborar en el mejoramiento del mineral. Por otra parte, en lo que corresponde a los materiales que desde hace siglos usan los santeros (hacedores de imágenes de santos) de Nuevo México, Estados Unidos, se dice que el color azul Prusia, que corresponde al del vestido del Niño Azul, fue sintetizado en Alemania en 1704 e introducido más tarde en la Nueva España" (Guido, op. cit.).
1789	Se inicia la construcción del santuario de Plateros en el sitio donde se ubica la capilla.
1792	Se bendice la nueva capilla y se dedica al Señor de los Plateros.
1803	"A principios del siglo XIX comenzaron a realizarse exvotos que los creyentes llevaban humildemente al templo y colgaban en sus paredes; en ellos se da cuenta histórica de sus milagros [Santo Niño], algunos citan al año 1829 como el de su primer milagro, sin embargo en esta investigación hemos encontrado un exvoto más antiguo, que data de 1803." (Ramírez, op. cit).
1816	Un inventario realizado el 31 de enero refiere que "... el Santo Niño de Atocha ya se encontraba en el altar mayor en un nicho, y separado de su Madre, aunque sin exvotos o milagros, ya que el Señor de Plateros era el milagroso... para la festividad de la Natividad del Niño Jesús se tomó al niño de Santa María de Atocha, y así mismo sirvió para otra festividad muy importante en Fresnillo el día de la Candelaria 2 de febrero, que es cuando se levanta al niño y se le pone en una Sillita, y se le viste con ropón y se le ponen algunos aromas ...el culto al Santo Niño de Atocha inicia, con esta intención, de adorar al niño en su natividad..." (Del Hoto, op. cit).
1829	En el altar mayor, al pie del Señor de los Plateros, se ubica al Santo Niño de Santa María de Atocha. Se le atribuye un portentoso milagro. Los milagros que acontecen entre este año y 1841 se recogen en un novenario que se distribuye por el país.
1830	Comienzan a circular folletos o estampas llamadas "Novenas", con la imagen de un niño azul, que identifican con el Santo Niño de Atocha venerado en Plateros [Figura 1].
1882	Se construye un espacio adecuado para albergar los exvotos: el Salón de los Retablos.
1887	Construcción del Arco "Niño de Atocha" en el frente del Templo de Plateros.
1897 - 1898	Se edifican las dos torres en medio de las cuales se coloca un reloj. El jardín que se encontraba al frente es sustituido por un atrio.

Fuente: Elaborado sobre la base de: Del Hoyo, 2004; Guido, 2000; Isunza, 1980; Ramírez, 2000

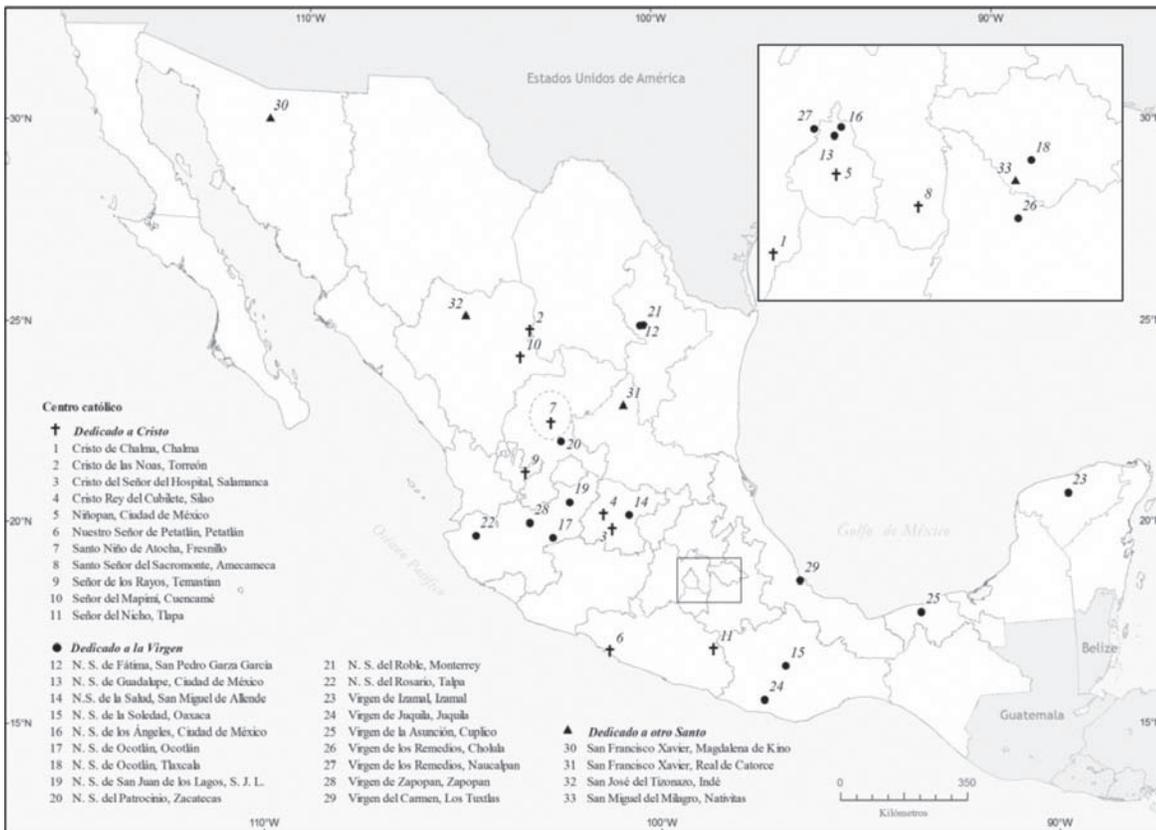


Figura 5. Santuarios católicos en México: localización de Plateros, Zacatecas. / Fuente: Elaborado sobre la base de: Puebla, 2008; Reygadas, 2009.

centro-norte del país, a unos cinco kilómetros de la ciudad de Fresnillo, su cabecera municipal, y a 60 kilómetros de la ciudad de Zacatecas (Figura 5).

A diferencia de lo acontecido en otros lugares del mundo, como Lourdes en Francia o Fátima en Portugal, Plateros no ha reportado un crecimiento excepcional de su población. La localidad, de índole rural, tenía menos habitantes en 2005 (4,540 hab.), que la registrada en Fresnillo en 1900 (6,309 hab.). Los incrementos poblacionales absolutos entre 1990 y 2005 colocan a Plateros en un lugar muy distante (4,129 hab.) de Fresnillo (104,583 hab.) y de la ciudad de Zacatecas (122,889 hab.).

A pesar del carácter milagroso de la imagen y la consecuente atracción de fieles y peregrinos desde siglos atrás, en Plateros residían sólo 411 personas en 1900 (INEGI, s/f).

La especialización económica local, en torno al sector terciario, se ha reducido a la discreta presencia de un mercado en la ruta de acceso al santuario. No existen grandes hoteles, ni agencias turísticas relacionadas con el arribo de visitantes. Estos negocios tienen asiento en las ciudades cercanas de Fresnillo y Zacatecas.

En términos del mercado turístico puede distinguirse únicamente una oferta: el Santo Niño de Atocha;

aunque la demanda es múltiple de acuerdo con la cantidad y procedencia geográfica de los visitantes. En correspondencia, la actividad religiosa es la prevaletente en la localidad.

Los usos de suelo en Plateros se constriñen sólo a tres: residencial, comercial y de servicios. El primero cubre la mayor extensión del poblado y no tiene nexos directos con la actividad religiosa, en tanto que los dos últimos están estrechamente relacionados con la recepción de visitantes, aunque se concentran en un corredor con locales de ventas que une la glorieta de acceso automovilístico y el santuario.

La mayoría de los locatarios se dedica a la venta de artículos religiosos. Los locales comerciales, aunque instalados en amplios espacios, se densifican en las cercanías del santuario. La compra que se realiza al arribo tiene el propósito de ofrecerse como agradecimiento o para que ser bendecida, en tanto que la que se hace a la salida suele ser para llevarse un recuerdo o un regalo.

El tercer giro lo componen restaurantes y locales de comida. Éstos se concentran notoriamente en las calles próximas al santuario y a la Posada del Peregrino, y se presentan en forma dispersa hacia el área de estacionamiento en la glorieta de acceso.

**Cuadro 2. Datos generales de los entrevistados**

TEMA PREGUNTADO	OBSERVACIONES
<b>II. Destino principal del turista/visitante</b>	
1. Lugar de residencia	De 15 entidades: México, Distrito Federal y Zacatecas concentran el 65% de los visitantes. El 33% proviene de otras entidades y sólo 2% de Estados Unidos (Iowa y California).
2. Situación del que viaja	El 99% de los entrevistados dijo viajar acompañado. De ellos, 85% viaja con su familia, 5% con su pareja, 5% con amigos y 5% con familia y amigos.
3. Edad	11% de los entrevistados están dentro el rango de edades de 11 a 20 años, 42% dentro del rango de 21 a 40 años, 30% dentro del de 41 a 60 años y 17% restante con edades de 61 y hasta 78 años.
4. Sexo	65% son hombres y 35% mujeres.
5. Ocupación	Se registraron un total de 23 ocupaciones. Destacan con el 45% las amas de casa, 8% obreros, 8% estudiantes, 7% comerciantes y 5% agricultores.
6. Grado de escolaridad	El 35% reportó tener la secundaria terminada, 21% primaria terminada, 13% preparatoria terminada, 13% con carrera profesional o técnica, 12% primaria no concluida, 5% preparatoria no terminada y 2% sin escolaridad.
7. Creencia religiosa	El 99% profesa la religión católica; 1% sin religión.

Fuente: Entrevistas en el santuario entre el 28 de febrero y 3 de marzo de 2008.

Los locales restantes, diseminados o colindantes con los primeros, comercializan textiles, artesanías y dulces, bisutería, productos naturistas, abarrotes, juguetes, chiles secos y productos agrícolas.

En forma regular, se localizan 28 sanitarios que son atendidos por gente de la localidad.

Para quienes deciden hacerla, la pernocta ofrece tres opciones: la Posada del Peregrino del propio santuario, que tiene una capacidad de alojamiento en forma gratuita de hasta 200 personas; unas 200 camas distribuidas en ocho hoteles catalogados como de una y dos estrellas, localizados en el costado Oeste del santuario y en la Calzada del Peregrino; y la posibilidad de permanencia en los predios o las viviendas que brindan los propios residentes durante las festividades, fechas en que se concentra el mayor número de peregrinos.

### **Características de los visitantes**

La entrevista realizada en 2008 a 84 visitantes al santuario reveló perfiles socioculturales y motivaciones de diversa naturaleza. Si bien la información obtenida no debe ser asumida como el escenario social perma-

nente en el santuario, ofrece sin duda la posibilidad de conocer, en forma indicativa, atributos distintivos de las personas que acuden al lugar.

La procedencia geográfica de los entrevistados marca un amplio radio de influencia que se extiende hasta Estados Unidos. Casi el 100% de los entrevistados reconoció profesar la religión católica (Cuadro 2). Aunque pueden reconocerse porcentajes de predominio relativo, es interesante considerar patrones demográficos que, en ocasiones, no se asocian con la fe. Llama la atención la presencia de personas en edad laboral, con preparatoria terminada o con carrera profesional o técnica.

La información relacionada con el viaje y las motivaciones resulta de particular interés (Cuadro 3).

En la fecha en que se realizó la entrevista no se manifestaron indicios de pernocta significativa en Plateros. Los entrevistados pasaron fuera de la localidad tanto la noche que antecedió a la visita como la siguiente.

Es notorio el frecuente arribo de tours al santuario, como también el carácter religioso de los mismos,

**Cuadro 3. Características del viaje y motivos**

TEMA PREGUNTADO	OBSERVACIONES
<b>II. Destino principal del turista/visitante</b>	
8. Lugar de pernocta la noche anterior a Plateros	El 40% de los entrevistados durmió en su medio de transporte, 30% en alguna localidad del estado de Zacatecas y 30% restante pernoctó en doce entidades fuera del estado de Zacatecas.
9. Lugar de pernocta (referido al día de la entrevista)	El 41% dormirá en alguna localidad del estado de Zacatecas; destaca Plateros con el 8% y la capital del estado con 9%. El 35% pernoctará en, al menos, dos localidades de Jalisco.
10. Viaja en tour	54% viaja acompañado por un tour y 46% por su cuenta. De los que viajan en tour 10% va acompañado de 20 a 30 personas; 36% de 31 a 40; 44% de 41 a 60 personas y 10% con más de 80.
11. Destino después de Plateros	31% vuelve a su lugar de residencia, 49% viaja a otro lugar dentro del país. Ninguno declara salir al extranjero después de visitar el santuario.
<b>III. Recurrencia del visitante a Plateros</b>	
12. Primera visita a Plateros	El 22% era su primera visita. El 78% ya conocían el santuario del Santo Niño de Atocha; destaca que 43% de ellos habían ido en un rango entre 2 y 5 veces, 17% había acudido de 6 a 15 veces, 9% de 16 a 30 veces y 9% más de 31 veces y hasta 160.
<b>IV. Motivo principal de la visita al santuario</b>	
13. Motivo por el cual acudió a Plateros	10% acudió a conocerlo y 90% a orar
14. Motivo por el cual regresaría	99% indicó que regresaría y 1% dijo que no lo haría. El 68% de los que sí volverían quieren encontrarse nuevamente con el Santo Niño de Atocha.
15. ¿Cómo se califica Usted?	El 7% como turista, 41% como peregrino y 52% como visitante.

Fuente: Entrevistas en el santuario entre el 28 de febrero y 3 de marzo de 2008.

donde Plateros representa una parte de su itinerario. La recurrencia de los visitantes se manifiesta en el bloque de preguntas relacionadas con la motivación. Se presentan con porcentajes predominantes las personas que tienen como finalidad la oración y la intención del regreso al lugar. Se evidencia también una percepción confusa del término peregrino; algunos

que declaran orar y agradecer como motivo de su presencia se consideran a sí mismos visitantes, calificativo que comunica menor compromiso espiritual.

La permanencia en el lugar, entre dos y tres horas, es suficiente para que se genere una importante derrama económica. El ingreso de recursos económicos al

**Cuadro 4. Derrama económica**

TEMA PREGUNTADO	OBSERVACIONES
VI. Derrama económica	
18. Monto de lo gastado en Plateros	El 31% gastó de 2 a 10\$ US, 37% de 10 a 50\$ US, 7% de 50 a 100\$ US, 3% más de 100 y hasta 300, y 22% no contestaron. El gasto promedio por turista fue de 15\$ US. La derrama económica en el lugar, del conjunto de entrevistados, fue de 1,150 \$US.
a. Comida o bebida	El gasto por turista en este rubro fue de 20 \$US aproximadamente. En conjunto, todos los entrevistados gastaron 300 \$US.
b. Estacionamiento	Declararon no gastar en estacionamiento.
c. Artículo religioso comprado dentro del santuario	El gasto por turista en este rubro fue de 5\$ US aproximadamente. En conjunto, todos los entrevistados gastaron 45 \$US.
d. Artículo religioso comprado fuera del santuario	El gasto por turista en este rubro fue de 18 \$US aproximadamente. En conjunto, todos los entrevistados gastaron 370 \$US.
e. Otro artículo	El gasto por turista en este rubro fue de 12 \$US aproximadamente. El 43% compró algún tipo de recuerdo, 43% dulces o comida, 14% veladoras y colgijes.
f. Otros gastos	El gasto por turista en este rubro fue de 35 \$US aproximadamente. Un 10% se tomó fotos con caballos, 10% gastó en limosna, 20% en compra de chiles y frijol, 20% en pasajes y 40% en hotel.

Fuente: Entrevistas en el santuario entre el 28 de febrero y 3 de marzo de 2008. \$ US: dólares estadounidenses.

santuario (no sólo de los visitantes ocasionales, sino también de donaciones), permite el sostenimiento del Seminario del estado de Zacatecas y la ayuda a parroquias necesitadas.

Sin el ánimo de realizar cálculos probabilísticos de derrama anual, se indican los productos de mayor consumo de los entrevistados (Cuadro 4).

Los montos más significativos fueron los destinados a la compra de artículos religiosos fuera del santuario y los gastos en comida o bebida. Sin embargo, las cantidades menores indican la presencia de una actividad comercial local que promueve productos agrícolas y manufacturados de la región.

La actividad de catorce fotógrafos produce también una derrama difícil de calcular. Las fotos con el Santo Niño, como reflejo complementario, llegan a valer hasta tres dólares estadounidenses, y es frecuente salir del lugar con alguna fotografía de este tipo.

### Expresiones de la religiosidad popular

En la entrevista se introdujeron dos preguntas que tenían como propósito reconocer expresiones de la religiosidad popular<sup>4</sup>. Inicialmente se pensó que la primera, referida al conocimiento del Santo Niño de Atocha, podría ser superflua; a pesar de ello, permaneció en el cuestionario. Los resultados ob-

4 “La religiosidad popular cubana se caracteriza, entre otros aspectos, por la presencia del milagro...de devociones a figuras concebidas como milagrosas. Ocupan un lugar principal: San Lázaro, la Virgen de la Caridad, la virgen de Regla, la Merced y Santa Bárbara. Sin embargo, en la Regla de Ocha, o santería, cuyas raíces se encuentran en la religión de los yorubas de África, el culto a Elegguá..., con quien se produjo el sincretismo del Niño de Atocha, sí es central, incluso es convocado al iniciarse cualquier ceremonia atendiendo que se le atribuye el “abrir los caminos” (Ramírez, 2000). “Uno de los orishas [santos] más importantes de la religiosidad santera es Elegguá, dueño de los caminos, el azar, el destino. Se le representa como un niño travieso y juguetón y es en esta representación que el sincretismo afrocatólico lo ha asociado con el Niño de Atocha...Sin el consentimiento de Elegguá no se puede realizar ninguna ceremonia o actividad ritual. Es el mensajero de Olodumare (energía creadora en forma de luz) y rige el destino y el desarrollo de todas las cosas humanas y sobrenaturales” (Del Rey, 2000).

**Cuadro 5. Respuestas a la pregunta: ¿Quién es el Santo Niño de Atocha?**

RESPUESTAS SELECCIONADAS Y CLASIFICADAS DE ACUERDO CON SU EXPRESIÓN		
SAGRADAS (75 en total)		PROFANAS (9 del total)
Mandas, promesas de turistas	Por los milagros que ha hecho	Por visitarlo
Para agradecer los favores que ha hecho	Para pedir por las enfermedades	Me imagino que sirve para distraer
No es lo mismo hacerlo personalmente	Porque ahí se manifiesta la gloria de Dios y trata de hacer lo que se hizo en la Biblia ( <i>éxodo</i> )	Porque me han platicado que está bonito
Por manda ( <i>respuesta más frecuente</i> )	Porque la misa y la iglesia en provincia es más provechosa	Por hacer un viaje como vacaciones
Es como promesa venir cada año	A darle gracias y pedirle favores	Por hacer el paseo
Me nace del corazón, me gusta	Porque le tengo mucha fe	Porque sirve de paseo a la familia
Me gusta porque lo visito una vez al año	Porque aquí esta el Niño de Atocha y en él creo	Negocios
Es más significativo	Conocer donde se apareció	Por tradición
Quiero conocer al Niño y orar en su Parroquia	Me gusta venir a dar gracias a su casa	
Para verlo personalmente	Devoción al Santo Niño, pues es su iglesia	

Fuente: Entrevistas en el santuario entre el 28 de febrero y 3 de marzo de 2008.

tenidos, sin embargo, nada indicaron al escenario esperado (Cuadro 5).

Las respuestas más frecuentes no señalaron el reconocimiento directo de Dios a través de una de las advocaciones de Jesucristo. El carácter milagroso de la imagen prevaleció como respuesta espontánea y directa en casi la mitad de los entrevistados. No fue una pregunta en profundidad, por lo que no puede afirmarse que se desconozca la naturaleza del Santo Niño. En cambio, es posible aseverar que las señales milagrosas son las preponderantes por encima del origen de las mismas.

La recurrencia de los flujos de creyentes se patentiza en la pregunta relacionada con la visita al santuario (Cuadro 6). En forma casi absoluta se expresa, de una u otra manera, la necesidad de concurrir a este lugar específico en razón de la presencia y singularidad de la imagen expuesta en la parte central del altar mayor, a los pies del Santo Cristo de los Plateros.

Junto a las demostraciones de agradecimiento aparecen las peticiones. El retorno al lugar lleva consigo, en forma sucesiva, la gratitud por los milagros o por la respuesta a las solicitudes realizadas durante estancias anteriores. Algunas respuestas se constriñen sólo a la adoración y agrado por ver la imagen, que no excluye la manifestación individual de los escenarios señalados con anterioridad.

Los exvotos<sup>5</sup>, como expresión de la fe religiosa que sustenta los favores recibidos, pueden ser asumidos como huella del magnetismo espiritual del lugar y, en correspondencia, con la centralidad geográfico-religiosa del Santuario<sup>6</sup>. En el caso particular de Plateros, han sido utilizados como indicador documental para medir la devoción al Santo Niño de Atocha asociada con la migración internacional zacatecana (Robledo, 2008).

El santuario posee cinco espacios cubiertos en su totalidad por exvotos, muchos de los cuales es prác-

**Cuadro 6. Respuestas a la pregunta:  
“Si Ud. puede orar a Nuestro Señor Jesucristo desde su parroquia,  
¿por qué visita este santuario?”**

RESPUESTAS SELECCIONADAS Y CLASIFICADAS DE ACUERDO CON SU EXPRESIÓN		
SAGRADAS (75 en total)		PROFANAS (9 del total)
Mandas, promesas de turistas	Por los milagros que ha hecho	Por visitarlo
Para agradecer los favores que ha hecho	Para pedir por las enfermedades	Me imagino que sirve para distraer
No es lo mismo hacerlo personalmente	Porque ahí se manifiesta la gloria de Dios y trata de hacer lo que se hizo en la Biblia ( <i>éxodo</i> )	Porque me han platicado que está bonito
Por manda ( <i>respuesta más frecuente</i> )	Porque la misa y la iglesia en provincia es más provechosa	Por hacer un viaje como vacaciones
Es como promesa venir cada año	A darle gracias y pedirle favores	Por hacer el paseo
Me nace del corazón, me gusta	Porque le tengo mucha fe	Porque sirve de paseo a la familia
Me gusta porque lo visito una vez al año	Porque aquí esta el Niño de Atocha y en él creo	Negocios
Es más significativo	Conocer donde se apareció	Por tradición
Quiero conocer al Niño y orar en su Parroquia	Me gusta venir a dar gracias a su casa	
Para verlo personalmente	Devoción al Santo Niño, pues es su iglesia	

Fuente: Entrevistas en el santuario entre el 28 de febrero y 3 de marzo de 2008.

5 “... es un término culto procedente del latín que designa al objeto ofrecido a Dios, la Virgen o los santos como resultado de una promesa y de un favor recibido. El exvoto, para definirse como tal, ha de tener las siguientes notas diferenciadoras: ha de ser público, o sea, dar a conocer el favor recibido, haciendo constar las circunstancias y datos que permiten conocer la acción benefactora obrada por un ser sobrenatural” (Puebla, 2008:43). “La elaboración de los exvotos, o retablos como se le conoce comúnmente, data desde los primeros siglos del cristianismo. Aparecen en siglo V formando parte de la decoración de los templos e iglesias en los altares, pinturas y esculturas religiosas... Es durante la época virreinal que aparecen en la Nueva España con la misma connotación que en los templos europeos...En el templo de Plateros... dicha tradición muestra las leyendas sobre hechos milagrosos y apariciones del Santo Niño de Atocha...” (Robledo, 2008). Hay distintas maneras de clasificarlos, por ejemplo “...cuadros, objetos personales, donaciones, partes del cuerpo, ofrendas de cera, fotografías, imágenes sagradas y varios como juguetes, objetos personales, misas, novenas, procesiones, dinero y la prensa” (García y Soria, 1989, citado en Puebla, 2008: 43-45) o se diferencian por su naturaleza entre artísticos y no artísticos (fetiches como flores, frutas, cabellos, muletas, radiografías...) también pueden clasificarse en objetos de acción, que hacen referencia a las anécdotas escenificadas en las que se evidencia la petición del milagro y el consecuente agradecimiento; otros son de alcoba y corresponden precisamente a los prodigios de salud y en los cuales el enfermo yace postrado en su cama, solo o rodeado de sus familiares, que imploran la devoción celestial para que se recupere...También existen aquellos que son “pasivos”, y en los cuales los suplicantes se muestran rodeados y en cuclillas, estáticos ante las imágenes flotantes de la virgen, o como en este caso, el Santo Niño de Atocha, agradeciendo o anhelando el favor en cuestión.” (Garduño, 2000:31-33).

6 Para profundizar en las perspectivas cognoscitivas de la “nueva centralidad” de los Santos Patronos como vínculos espaciales en la migración México-Estados Unidos, véase Odgers, 2008.

ticamente imposible mirarlos debido a la colocación de unos sobre otros (Figura 6).

Los devotos pueden acceder a estas cámaras para colocar sus muestras de agradecimiento sin



Figura 6. Santuario del Santo Niño de Atocha: recintos dedicados a mandas (exvotos)

restricción alguna. En la galería exterior - que da al atrio del recinto - se conserva una colección de los exvotos más antiguos. La mayor parte de los mismos son de tipo artístico, labrados sobre metal o madera.

El estudio realizado por Robledo (2008) alcanzó el examen de 200 exvotos. Los resultados obtenidos señalan que la mayoría proviene de California, Texas e Illinois, aunque puntualiza la presencia de un número importante procedente de Zacatecas.

En relación con los testimonios contenidos, se advierte el registro frecuente de acontecimientos históricos que han afectado tanto a México como a Estados Unidos, así como la recurrencia de los argumentos, clasificados de la manera siguiente: salud (26%), accidente (16%), prisión (14%), reunificación familiar (9%), guerra (8%), legalización (8%), favor y manda (6%), trabajo (5%), asalto (4%), no definidos (4%). El autor halló varios testimonios de la Segunda Guerra Mundial, de la Guerra de Corea y de las intervenciones bélicas en Vietnam y el Golfo Pérsico.

Con independencia de la compleja tipología de exvotos presente en Plateros, la atención investigativa de este trabajo se centró en la información concerniente a la procedencia geográfica de los firmantes. Si bien la intención era precisar la localidad de origen, no siempre fue posible encontrar esos datos, específicamente en los exvotos provenientes de Estados Unidos.

El conteo por estados de 109 exvotos indica la presencia significativa de peregrinos agradecidos de Zacatecas, Durango y el Estado de México. Si se toma el criterio de las localidades de procedencia, el conteo arroja cifras que distinguen a entidades como Zacatecas, Estado de México, San Luis Potosí o Guanajuato.

También fue posible observar exvotos originarios de California, Texas y Arizona, estados de la Unión Americana donde se asientan numerosas comunidades de migrantes zacatecanos, y tres exvotos de Illinois, sin duda de nacidos en Zacatecas, según se deduce del idioma y las razones testimoniales expuestas.

### **Centralidad geográfica del santuario**

Existe un calendario de peregrinaciones del que el Presbítero Francisco Javier Carlos Cárdenas, rector del santuario, tiene conocimiento cada inicio de año a través de la información proporcionada desde sus lugares de origen por los mismos peregrinos. Muchos de estos enlaces e itinerarios organizados son ya tradicionales por su periodicidad anual.

Las mayores concurrencias de fieles coinciden con las festividades esenciales que, en palabras del rector, son:

*“...el 25 de diciembre cuando los devotos del Santo Niño le celebran su cumpleaños, la fiesta principal del Santuario; aunque no sea la de mayor importancia para el santuario mismo, pues su patrono original, el Santo Cristo de los Plateros, celebra su festividad el 1 de julio; su Madre, Nuestra Señora de Atocha, se le festeja el 15 de agosto y el aniversario de la fundación del Real de Minas se festeja el 8 de octubre” (Zacatecas en Tiempo Real, s/f:3).*

La misma fuente informa que se registran al menos 546 peregrinaciones por año. Aunque no se conoce la cantidad de visitantes, Carlos Cárdenas estima una conservadora cifra de 250 mil peregrinos al año. Sin embargo, apuntó que:

*“Para la fe popular, poco importan éstas y otras cifras estadísticas. Poco importa que en el pueblo fallen los servicios públicos, o que haya basura en las calles, o que los precios sean altos para el visitante, o que incluso las figuritas que venden los comerciantes con la efigie del milagroso infante sean hechas en China” (Zacatecas en Tiempo Real, op. cit.:2).*

El estudio reconstruyó dos escenarios de centralidad geográfica: en el primero se tomó la información de la pernocta anterior y posterior a la visita de los entrevistados al lugar, y el segundo se elaboró sobre la base del calendario de peregrinaciones facilitado por el rector del santuario.

### **A. Itinerario de los visitantes entrevistados**

Los testimonios recopilados revelan una movilidad amplia de las personas que llegaron a Plateros. Esta referencia territorial, como lugar central, involucra un área de interacción que se extiende a más de 900 kilómetros hacia el Norte, hasta Ciudad Juárez. Hacia el Sureste, la visita de residentes de Toluca, Tullancingo y el Distrito Federal hace que los radios de equidistancias se expandan hasta casi 600 kilómetros (Figura 7).

La pernocta de los entrevistados, antes y después de su estancia en Plateros, involucra localidades de residencia y de estadía momentánea. El motivo religioso es patente en los recorridos que comprenden recintos católicos como el de Nuestra Señora de San Juan de Los Lagos, en Jalisco, Cristo Rey, en Guanajuato, y el Niño del Cacahuatito, en Zacatecas.

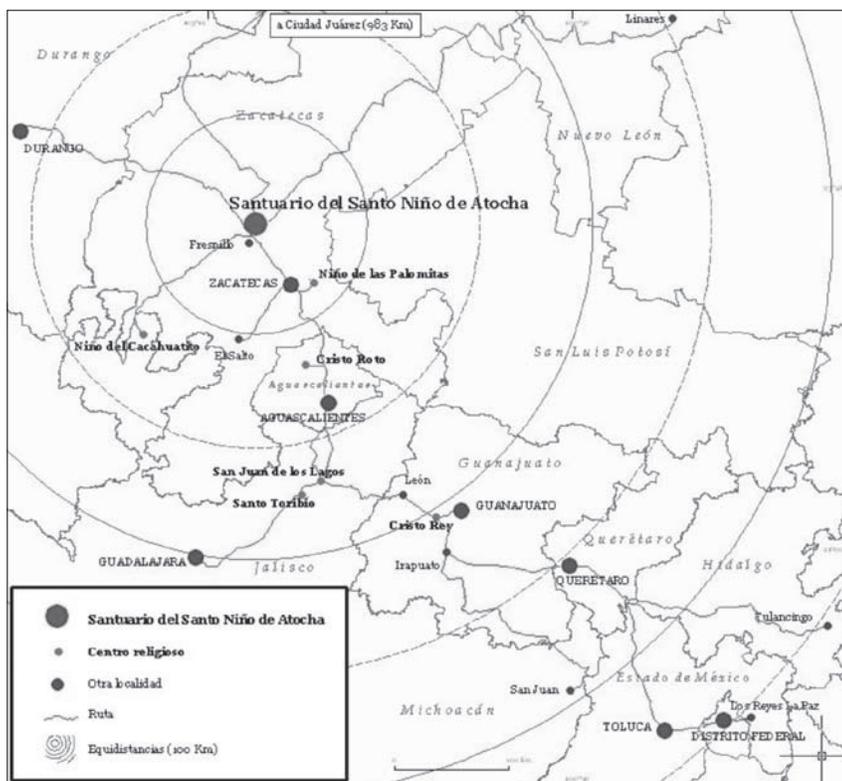


Figura 7. Lugares identificados en los itinerarios de los visitantes entrevistados en el santuario del Santo Niño de Atocha. Fuente: Propin y Sánchez, 2008

### B. Procedencia geográfica de las peregrinaciones organizadas

La fuente disponible informa de la concurrencia de 601 peregrinaciones procedentes de 287 localidades ubicadas en Zacatecas y 24 entidades más (Figura 8).

Por lo común, los trayectos se realizan en tours que han llegado a involucrar a más de seis autobuses.

Ya que no se dispone de cifras concretas, se puede estimar la cantidad mínima de viajeros que llegan al lugar mediante este tipo de arribos. Suponiendo que cada una de las 601 peregrinaciones llegara en un ómnibus con capacidad para 40 personas, y que el vehículo se trasladara con todos los asientos ocupados, cada año llegarían a Plateros 24,040 peregrinos. Al ser ésta una estimación del mínimo de visitantes, se puede afirmar que la localidad recibe un monto superior a este resultado.

La concentración territorial de la procedencia de los flujos de peregrinos se acentúa en torno a las entidades con mayor presencia de creyentes católicos (Hernández y Rivera, 2009). El 92% de las peregrinaciones (553 de las 601 registradas) provienen de doce entidades del país (Figura 8). Sobresale el conjunto formado por Zacatecas, Estado de México, Guanajuato, Distrito Federal y Jalisco que agrupan

el 65% de las peregrinaciones y más de la mitad de las localidades de origen de las mismas.

Con independencia de las nociones de predominio señaladas, también es razonable apuntar traslados de entidades donde se venera también al Santo Niño de Atocha, como Chihuahua, Campeche, Oaxaca y Guerrero.

### Conclusiones

La Sagrada Escritura representa un conocimiento trascendental en la comprensión de los movimientos humanos actuales reconocidos en los viajes turísticos por motivos religioso-católicos.

La imagen del Santo Niño de Atocha llega a ser entendida cuando se explora su dimensión histórico-espiritual. El significado probatorio de los hechos vinculados con su individualidad queda en segundo plano cuando se valora el misticismo que la rodea desde siglos atrás.

La veneración del Santo Niño de Atocha muestra, como singularidad geográfica, el hecho asociativo de ser milagroso, pero sin haber causado una expansión territorial significativa de Plateros a pesar de los flujos cíclicos y recurrentes, durante todo el año, de peregrinos y visitantes.

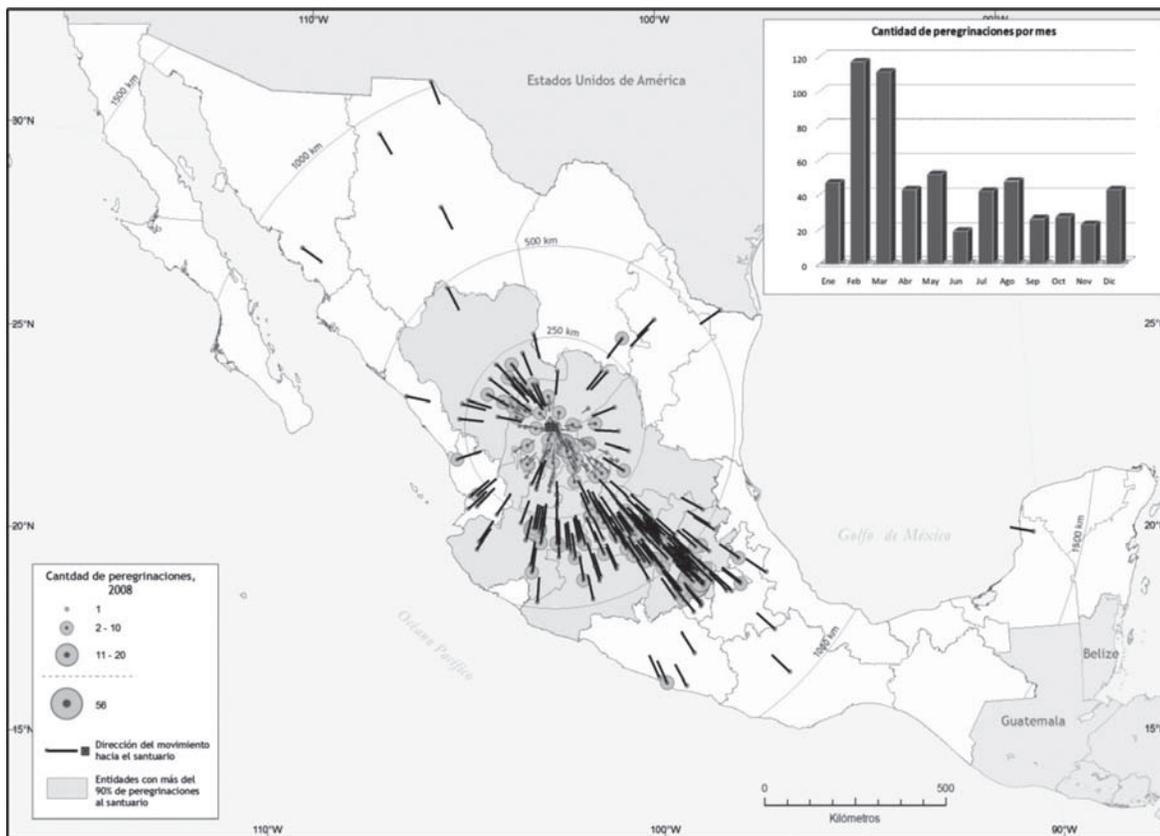


Figura 8. Alcance regional del santuario del Santo Niño de Atocha. Fuente: Elaborado sobre la base del Calendario de peregrinaciones concedido por el rector del santuario.

Se revela un patrón demográfico diversificado en cuanto a sexo, edad y nivel de instrucción de los visitantes-peregrinos. La afluencia de visitantes en tours, presente en mayor o menor cuantía durante todos los meses del año, señala una acción de coordinación regional de peregrinos que involucra localidades distantes al santuario.

El magnetismo espiritual del santuario se manifiesta en los salones de mandas y en recurrencia de los peregrinos que arriban por medios propios o en tours organizados. El carácter milagroso de la imagen se erige como referente para prever la tendencia creciente de arribo de peregrinos con rumbo a Plateros. El santuario exhibe un área de influencia que se expande a nivel nacional y traspasa la frontera de México. En este sentido, no debe ser clasificado como de importancia local y regional, sino internacional.

## Agradecimientos

Se reconoce el apoyo brindado por los estudiantes del Colegio de Geografía de la UNAM durante el trabajo de campo: Alberto Domínguez Maldonado, Mauricio Domínguez Martínez, Yunuen Reygadas Langarica, Marcela Jiménez Moreno, Nelly Zeilzin Antonio Guzmán, Arturo Ramos Ocaranza, Daniel Islas Rodríguez y Gabriel Isai Balderas. Asimismo, de los estudiantes

del posgrado de la UNAM en la etapa de procesamiento y graficación de la información: Olga Correa Miranda, Jesús Abraham Navarro Moreno, Ana Laura González Alejo y Gerardo Mollinedo Beltrán.



# El turismo espiritual en México

**Rogelio Martínez Cárdenas**  
Universidad de Guadalajara

## Resumen

Este trabajo hace un análisis de la situación que guarda el turismo espiritual en México en su vertiente de turismo religioso, poniendo de manifiesto algunos de los problemas que enfrenta para el pleno aprovechamiento de su potencial como actividad turística.

## Palabras clave

Turismo espiritual, turismo religioso, peregrinación, mercado religioso, Marco teórico pertinente.

## Objetivos

El presente estudio aspira al logro de dos objetivos: identificar la situación e importancia del turismo espiritual en México en su aspecto de turismo religioso - dada la relevancia que ha alcanzado en fechas recientes y la cantidad de sitios de fe con que cuenta este país - y detectar la problemática que éste enfrenta para lograr un desarrollo a nivel internacional como atractivo turístico.

## Metodología

En esta investigación se utilizaron técnicas de carácter cualitativo, ya que se entrevistó a profundidad a quince personajes clave de los sectores turístico y religioso para adquirir una visión global de la situación que guarda en la actualidad el turismo espiritual en México.

Además, se hicieron visitas físicas a diferentes centros o sitios de fe donde se practicó observación no participante acerca de la dinámica de los peregrinos durante su estancia en estas localidades.

Se efectuaron, asimismo, una revisión bibliográfica, consultas a hemerotecas virtuales y análisis estadístico con base en la información del Instituto Nacional Estadística Geografía e Informática (INEGI).

## Resultados obtenidos

El término "turismo espiritual" alude a un concepto que se ha incorporado de manera reciente al lenguaje

turístico mexicano. Hace referencia a aquel tipo de turista que "busca en sus viajes o desplazamientos además de aspectos de recreo, placer o culturales, conectar su mente y espíritu a través de la práctica de rituales de carácter místico" (Martínez Cárdenas, 2009)

Esta nueva conceptualización pretende reconocer a un segmento del turismo que, en el caso mexicano, había estado excluido de los intereses del sector al conceptuársele únicamente en su carácter religioso, pasando por alto el volumen de personas que son movilizadas por las peregrinaciones a lo largo del año, al grado que varias de ellas han alcanzado un reconocimiento nacional e internacional.

El menosprecio de estas prácticas como actividades propiamente turísticas se debe en gran medida a la confusión que existe entre peregrinaciones y turismo religioso, siendo este último tan sólo una de las diversas modalidades del turismo espiritual.

La interpretación de los fenómenos naturales como presencia de lo divino se asocia a los principios de la humanidad. La institucionalización de estas analogías dio origen a las religiones. Independientemente de los juicios que cada una de ellas hace de su realidad, todas se expresan mediante algún tipo de rito, culto, sacramento, devoción, sacrificio y/o liturgia que reafirman la autoimplicación de cada uno de los creyentes, así como su involucramiento con la comunidad a través de dicha rutina simbólica.

*"En todos los sistemas religiosos –ya sea el budismo, el Islam, el cristianismo, en su rama católica, ortodoxa o protestante-, siempre hay un cierto compromiso, es decir, una aceptación de hecho de formas no oficiales de expresión religiosa que coexisten con las formas oficiales" (Houtart, 1998).*

La peregrinación es una de la formas de expresión de lo religioso y, en el caso mexicano, un hecho asociado con sus orígenes fundacionales.

En la actualidad las peregrinaciones son un claro exponente de un hecho que, nacido en el ámbito de lo religioso, se convierte posteriormente en un acto secular. El peregrino es hoy una conjunción de Abraham y Ulises.

Para el peregrino, dejar atrás el lugar habitual de residencia tiene un sentido de encuentro con lo sobrenatural. Va en busca de un espacio sagrado en el cual pueda acceder a una experiencia más íntima en el plano espiritual; acontecimiento que no puede ser alcanzado en ningún otro sitio pues a donde se dirige se encuentra un puente entre el mundo terrenal y el divino. Sin embargo, una vez que ha arribado a su destino y concluido con su encomienda, el romero inicia el retorno, que no es otra cosa que una vuelta a la cotidianidad, al espacio profano.

El concepto de turismo espiritual ha causado controversia entre los diferentes actores relacionados con el sector al cuestionar su verdadera condición de "turismo"<sup>1</sup> basándose en la definición de la Organización Mundial de Turismo (OMT):

*"El turismo 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" (Sancho, y otros, 1998).*

Sin embargo, dada la importancia que ha tomado el turismo basado en aspectos asociados a lo religioso (a tal grado que se estima en 220 – 250 millones la cantidad de personas que acuden al año a centros de culto religioso alrededor del mundo<sup>2</sup>) no es de extrañar que la OMT se viera en la necesidad de incluir a las peregrinaciones dentro de su descripción, por lo que hoy podemos referirnos al turismo como:

*"El movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales, como viajes de estudios, viajes a festivales u otros eventos turísticos, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore y las peregrinaciones" (Mariscal Galeano, 2007)*

En el caso de México, y pesar de los cambios en la concepción de la actividad turística, el turismo espiritual continúa siendo un tema no resuelto, ya que algunas fracciones de la sociedad - académicos, entidades gubernamentales o empresariales -, lo siguen considerando más como un acto de fe que como un suceso turístico. No obstante, cada vez se acepta en

mayor medida que los romeros, además de cumplir con su ritos religiosos, asumen comportamientos de carácter secular que pueden relacionarse de manera clara con el consumo de bienes y servicios turísticos.

Así pues:

*"Toda peregrinación puede ser entendida como un viaje motivado por cuestiones religiosas y realizado por una persona creyente a un espacio considerado sagrado. Aunque la motivación principal en una peregrinación tiene un fuerte trasfondo religioso, la persona que realiza el viaje desarrolla, a menudo, actividades no sólo de dicha naturaleza sino también de carácter turístico, sobre todo, durante su estancia en el destino." (Porcal Gonzalo, 2006)*

Cánoves (2006) sitúa al turismo religioso en la intersección entre el peregrino y el turista secular; pero, aun cuando el peregrino hace uso de los servicios e infraestructura turísticos, existe una diferencia fundamental entre ambos: al romero lo impulsa una motivación de origen piadoso, su interés está en el cumplimiento de la promesa autoimpuesta de llegar a presentarse ante el lugar sagrado sin importar los medios o sufrimientos necesarios para lograrlo.

El turista espiritual, en tanto, espera encontrar en el sitio visitado una serie de servicios que le permitan hacer de su estancia algo placentero, que le dejen un recuerdo positivo de la localidad; en su modalidad de turista no desea soportar sacrificios ni sufrir mortificaciones corporales. Espera, por el contrario, ser complacido y encontrar algo de lo que no dispone en su lugar de origen, motivador indispensable para que el turista decida su permanencia en la plaza. Es decir, a la par del fervor busca una serie de atractivos de tipo artístico, histórico, cultural, social y comercial que le generen interés.

## **Las peregrinaciones en México**

El turismo religioso en México cuenta ya varios siglos, lo que ha resultado en una rica e importante expresión artística, cultural y de religiosidad en las distintas peregrinaciones a lo largo del territorio nacional.

Sus inicios tienen que ver con los pueblos originarios de América, para quienes la religión era un asunto muy importante en su existencia. Para el pensamiento indígena no había separación entre lo práctico y lo cognoscitivo, lo filosófico y lo místico; al ser integral, su visión era muy distinta de la índole judío-cristiana de las fiestas actuales.

Al referirnos a los pueblos mesoamericanos:

1 Véase Aucort, R. (1990) *Pèlgrins, touristes ou touristes religieux?*, Espaces, 102 pp. 19-21

2 Véase Porcal Gonzalo, M. (2006) Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las javerriadas como caso de estudio.

**Cuadro 1. Sitios de fe en México**

SITIO DE FE	POTENCIAL TURÍSTICO
Villa de Guadalupe	Museos, sitios históricos, patrimonio arquitectónico, centros comerciales, etc.
San Juan de los Lagos	Visitas a haciendas, centro histórico de Lagos de Moreno, charreadas, visitas a fábricas de tequila.
Talpa de Allende	Bosque, una zona de maple, helechos arborescentes de más de siete metros, zona de petroglifos, desarrollo de cabañas, paseos en caballo, motocross, ciclismo de montaña, etc.
La Luz del Mundo	Museos, sitios históricos, patrimonio arquitectónico, centros comerciales, etc.
Santa Ana de Guadalupe	Visitas a haciendas, centro histórico de Lagos de Moreno, charreadas, visitas a fábricas de tequila.
Cerro del Cubilete	Visita a Guanajuato, Lagos de Moreno, fábricas de zapatos en León.
Plateros	Visita a haciendas, sitios naturales, visita a Zacatecas
Tepeaca	Visita a la ciudad de Puebla patrimonio de la humanidad, ruinas de Cholula, etc.

Fuente: Elaboración propia

*“Más que de nomadismo, desde el punto de vista explicativo del ser histórico, deberíamos hablar de ‘peregrinación’. Aquellos pueblos peregrinaban para llegar a ser pueblos...se peregrina mientras no se es un pueblo cabal. O, de otra manera, la peregrinación hace que los pueblos lleguen a ser pueblos.” (Siller, 1993).*

Peregrinan como lo hicieron los judíos desde Egipto hasta Israel, la tierra prometida.

Son precisamente estas similitudes entre las doctrinas católica y mesoamericana las que aprovechan los primeros evangelizadores para inducir a los indígenas hacia la nueva creencia, satanizando de paso los contrastes entre sus credos originales y los cristianos.

Las peregrinaciones a los santuarios católicos tienen sus orígenes en el siglo XVI<sup>3</sup>. La devoción a la Virgen de Guadalupe comienza precisamente, y no sin discrepancias, en este siglo, luego de sus apariciones en el cerro del Tepeyac en 1531:

*“La devoción a la Virgen de Guadalupe y la peregrinación a su santuario del Tepeyac parecen haber nacido, crecido y triunfado al impulso del episcopado, en medio de la indiferencia de dominicos y agustinos y a pesar de la desasosegada hostilidad de los franciscanos de México. En cambio, Ocotlán, Zapopan, San Juan de los Lagos son puramente franciscanos.” (Ricard, 2000)*

Una mención especial merece el santuario de Chalma, fundado no por misioneros católicos sino por monjes agustinos, quienes propiciaron un efecto de sustitución al colocar un crucifijo en la cueva donde antes los indígenas de la región veneraban a su Dios en la figura de ídolo. El santuario actual se ubica en el mismo sitio de adoración precolombino, pero con una nueva devoción.

### **El turismo religioso en la actualidad**

Aún se conserva la tradición católica mexicana de celebrar una fiesta el día del santo patrono o virgen venerados en cada parroquia, por lo que todo el año y en todo el país se llevan a cabo festejos de tipo religioso que incluyen fuegos artificiales, verbenas populares, los oficios religiosos correspondientes y que en su mayoría se compaginan con algún tipo de peregrinación, aunque sea de poca distancia.

Era natural que con toda esta riqueza de festividades, las realizadas en varios santuarios alcanzaran un reconocimiento regional e incluso nacional, dando como resultado que la devoción de sus imágenes atrajera una cada vez mayor cantidad de peregrinos ya no sólo durante sus fiestas sino de manera permanente.

En el Cuadro 1 se enlistan algunos de los santuarios más venerados en México.

El turismo religioso contempla la peregrinación como su forma primaria, pero ello no excluye el que se ofrezca una serie de complementos para su consumo

3 Véase Robert Ricard, La conquista espiritual de México, FCE

y disfrute - tales como conciertos musicales, museos artísticos o históricos, servicios gastronómicos, de hospedaje, actividades comerciales o recreativas - de manera tal que el visitante descubra diversos atractivos para permanecer más tiempo en la localidad a la que llegó, en principio, por un motivo de fe.

*“El turismo religioso es una experiencia del hombre, que descubre un camino interior en contacto con varios santuarios en medio de un territorio, descubre la capacidad de amar, en su encuentro con el arte, la historia, la cultura, la religión también, las bellezas naturales de un territorio” (Andreatta, Vice presidente Opera Romana Pellegrinaggi, 2008)*

Apenas comenzó la conquista ibérica de América, la Iglesia católica hizo sentir su peso e influencia, mantenidos ambos en largos periodos de la historia nacional. Su poderío quedó de manifiesto en un gran número de edificaciones diseminadas por todo el país. En 1856, con la promulgación de la Ley de Desamortización de Bienes de la Iglesia y Corporaciones, de corte liberal, estos edificios, de gran valor arquitectónico y cultural, pasaron a ser propiedad de la Nación, razón por la que ahora albergan oficinas gubernamentales o bibliotecas, centros culturales y universidades.

El turismo espiritual, en su vertiente de turismo religioso, es un potencial no explotado en toda su capacidad. Al limitarse a la sola atención de las peregrinaciones, provoca una muy corta estadía en las localidades receptoras de estas multitudes, con lo que el desarrollo económico de las poblaciones se vuelve marginal, dejando a buena parte de sus habitantes ajena a los beneficios que les acarrearía si se contara con una propuesta más estructurada.

### **Aspecto sociológico**

A los turistas espirituales se les puede distribuir en tres grandes grupos:

1. peregrinos,
2. turistas seculares interesados en el patrimonio histórico cultural de las religiones, y
3. peregrinos que realizan turismo.

En principio, el turismo religioso está íntimamente asociado a la peregrinación. En palabras de Monseñor Liberio Andreatta, peregrino es aquel que hace un viaje con Dios a través de las calles del mundo.

El peregrinar tiene dos momentos, cada uno de ellos con aspectos específicos que lo distinguen del “turismo” como por lo común se concibe. Existe un momento teológico, el llamado de Dios, y otro teleológico, de tipo ascético hacia el templo de Dios; este último es la “peregrinación” en sentido estricto

La peregrinación está bajo la ley de la Iglesia, es un acto de culto, una experiencia de fe. El peregrino va a un santuario, iglesia o lugar sagrado, por una razón especial de piedad (Andreatta: 2008)

Pero la peregrinación no se circunscribe sólo al peregrino; también guardan interés los lugares por donde éste hace su tránsito. Para su mejor provecho, en Europa se han organizado alrededor de estos trayectos una serie de actividades religiosas, sociales, de comercio y bienestar: albergues, refugios, hospitales y sitios de oración y reunión a lo largo de estas rutas.

Mientras los peregrinos viven esos momentos litúrgicos, es importante que también disfruten del encuentro con el arte, la historia, la cultura, y la belleza natural de los lugares visitados, afirma Andreatta.

Otro rasgo esencial de la peregrinación es lo que Andreatta denomina “la parada”:

*“Los antiguos peregrinos se detenían en el camino en hospicios, monasterios, abadías, santuarios, no sólo para restaurar el cuerpo, sino sobre todo para recargar el espíritu”.*

Y continúa:

*“El turismo religioso es una ‘oportunidad’ para el hombre de ser capaz de hacer un alto en el camino para mejorar su vida en la reunión con el arte, la historia, la cultura, la naturaleza, un viaje religioso, pero sobre todo para el encuentro con uno mismo, escuchar a la educación, el diálogo, el respeto de los demás, compartir, el amor y la paz.” (Andreatta: 2008)*

A los turistas seculares no los pone en movimiento la motivación de un encuentro con lo divino; ellos se desplazan por preferencias que pueden ser de tipo cultural, histórico, artístico o de atracción por la belleza paisajística o riqueza zoológica que ofrece una región.

En el caso mexicano, las iglesias católicas conservan un gran patrimonio artístico y arquitectónico, lo que las hace muy atractivas para una visita aún y cuando no se profese esta devoción.

La acogida de los turistas religiosos debe ser realizada por:

*“Personas fuertemente motivadas desde el punto de vista humano, y con conocimientos religiosos, históricos y artísticos suficientes, lo que después podría completarse con conciertos, exposiciones, conferencias y visitas guiadas, apoyadas por material informativo histórico y cultural”.* (Sciamplicotti & Álvarez, 2008)

Además de los atractivos que pueden ofrecer los templos y monasterios al turista secular, las fiestas de origen religioso convocan a una gran cantidad de espectadores que desean observar su colorido, autenticidad y organización. Entre las celebraciones más representativas se pueden mencionar la Procesión del Silencio en San Luis Potosí, el Día de Muertos en Janitzio, Michoacán o la representación de la Crucifixión de Cristo en Iztapalapa, en el Distrito Federal.

El último grupo se conforma por la fusión del peregrino y del turista secular; son aquellos peregrinos que, una vez culminado su compromiso de tipo espiritual, se convierten en turistas con intereses similares a lo de cualquier viajero secular, y por lo tanto deseosos de gozar de una propuesta de oferta turística propia de la localidad.

## Aspecto económico

El aspecto económico se convierte un factor relevante en virtud del volumen de personas que practican turismo religioso. Por este concepto, las poblaciones receptoras perciben considerables ingresos que, en la mayoría de los casos, se han vuelto los principales de la comunidad.

A pesar de la importancia económica que reviste para algunas poblaciones, el turismo religioso continúa siendo poco atractivo para los operadores turísticos, que señalan como argumento para su desinterés el que la mayoría de las personas que participan en peregrinaciones gastan poco dinero en comparación con el turista de playa, por ejemplo. “Las clases ‘muy populares’ sólo viajan cuando realizan peregrinaciones a la Basílica de Guadalupe, a Chalma o bien visitan San Juan de los Lagos.” (Reyna Quiroz: 2008)

El ex presidente del Consejo de Turismo de Los Altos y Director de Turismo del Ayuntamiento de Tepatitlán de Morelos, Eulogio Maldonado García, señala desde su experiencia que las operadoras tienen una muy débil reacción ante este fenómeno.

*“Lamentablemente mientras no les ves negocio no hay operadores, no hay agencias que le quieran apostar, ha habido, pero muy pocas; en los cinco años que llevo en el Consejo [de Turismo de Los Altos] han sido cuatro las operadoras que le han apostado a este turismo, y es que al principio no va a ser negocio, te va a costar mucho trabajo para ir convenciendo al turista que agarre estos paquetes” (Maldonado García, 2008)*

La desatención de las operadoras turísticas ha provocado que la mayoría de las peregrinaciones sea organizada directamente por particulares sin formación en la materia turística o, en el mejor de los casos, por las

mismas parroquias destino de las peregrinaciones. Así pues, la oferta de servicios se reduce al mínimo indispensable, básicamente al transporte de bajo costo o de recuperación.

*“Hay personas que se dedican a organizar viajes,... y contratan [los autobuses] en las oficinas de turismo o directamente en la empresa; no son agencias, algunos dueños de autobuses tienen oficinas y van con ellos. Son más mujeres que hombres los que organizan” (González, 2008)*

Es común que los alimentos sean llevados por los propios peregrinos, por lo que en contadas ocasiones se adquieren en locales de la población visitada, muchos de los cuales son establecimientos semifijos que ofertan alimentos a precios bajos pero con escaso control sanitario.

En virtud de que duran pocas horas en la localidad, su actividad se limita a la visita al sitio de devoción y a la compra de unos cuantos recuerdos - baratos, por lo general - el gasto total del peregrino termina siendo mínimo.

Pero si el consumo por persona es muy pequeño, el volumen de visitantes vuelve considerable el gasto agregado realizado por los turistas religiosos, de allí el interés de los habitantes por mantener este flujo.

El Cuadro 2 muestra una estimación del gasto acumulado de los peregrinos en los principales centros de turismo religioso:

Dentro de este gran número de peregrinos existe un grupo minoritario que hace uso de la oferta turística que brinda la localidad. Ya que su permanencia se alarga a más de un día, demandan servicios de hotel y de restaurantes que elaboran alimentos típicos de la región, y consumen artículos que en la mayoría de las poblaciones se limita a algún tipo de artesanía o recuerdos del sitio tales como playeras, llaveros o cuadros de la imagen venerada.

En la medida en que cada localidad pueda desarrollar infraestructura turística, aumentará su potencial de atracción de visitantes, logrando incluso captar personas de regiones distintas de las que tradicionalmente acuden, convirtiéndose en un sitio prominente para la industria turística.

*“El turismo religioso es el producto “estrella” en la Feria de las Américas ‘ABAV 2007’ de Río de Janeiro (Brasil), ya que fue la modalidad “más demandada por los asistentes brasileños”, según fuentes del Gobierno de Murcia.” (Negocios.com, 2007)*

**Cuadro 2. Ingresos estimados por centro de fe**

CENTRO DE FE	NÚMERO DE VISITANTES <i>(Estimado)</i>	GASTO PROMEIDO AL AÑO EN PESOS <i>(Gasto estimado \$300 por peregrino)</i>	GASTO PROMEIDO AL AÑO EN DOLARES <i>(Tipo de cambio estimado \$13.80 pesos por dólar)</i>
Basílica de Guadalupe	15,000,000	\$4,500,000,000	\$326,086,957
San Juan de los Lagos	6,000,000	\$1,800,000,000	\$130,434,783
Zapopan	3,000,000	\$900,000,000	\$65,217,391
Talpa	3,000,000	\$900,000,000	\$65,217,391
Chalma	3,500,000	\$1,050,000,000	\$76,086,957
Santa Ana de Guadalupe	1,000,000	\$300,000,000	\$21,739,130
La Luz del Mundo	500,000	\$150,000,000	\$10,869,565
El Cristo de la Montaña	500,000	\$150,000,000	\$10,869,565
Plateros	500,000	\$150,000,000	\$10,869,565
Tepeaca	500,000	\$150,000,000	\$10,869,565
Juquila	500,000	\$150,000,000	\$10,869,565
<b>Total</b>	<b>34,000,000</b>	<b>\$10,200,000,000</b>	<b>\$739,130,435</b>

Fuente: Elaboración propia

## Promoción y Difusión

Las nuevas tecnologías propician múltiples cambios en la forma en que se promocionan los lugares de alta devoción donde se realiza el turismo religioso. Hasta hace poco este conocimiento se basaba en la difusión del calendario de actividades de las parroquias durante los arreglos para emprender las peregrinaciones hacia los santuarios, o en el boca a boca de los mismos romeros. Las parroquias continúan a la cabeza de la organización, pero ahora también se cuenta con varias páginas electrónicas que promueven estos desplazamientos.

El canal de televisión María Visión cumple también un papel destacado en hacer pública la información sobre las peregrinaciones e, incluso, ha hecho coberturas en vivo de algunas de ellas.

La Ruta Cristera, en Los Altos de Jalisco, es uno de los proyectos pioneros del turismo espiritual en México; no obstante, a su alrededor se han generado diversos conflictos tanto del orden organizativo, como ideológico o político, y que se han superado poco a poco.

## Conclusiones

Se estima que el turismo espiritual desplaza alrededor del mundo aproximadamente a 300 millones de

personas, con un gasto total que asciende a los 18 mil millones de dólares. En el caso de México, los once santuarios más importantes mueven una cantidad cercana a los 34 millones de peregrinos, con una derrama económica calculada en 739 millones de dólares.

A la fecha, no se ha desarrollado en México una oferta turística complementaria que aproveche todo el potencial de esta clase de turismo. En muchos de los sitios de fe no existen los servicios mínimos o con la calidad necesaria para que el visitante sea atraído a permanecer en la localidad por un periodo que le permita introducirse en aspectos de la cultura, la historia y las tradiciones de la región.

El país posee un rico patrimonio arquitectónico, artístico y cultural asociado a la religiosidad, lo que posibilita la integración de productos que incluyan una variedad de factores para generar turistas cuyo interés no se centra sólo en el aspecto religioso.

Es de destacar el hecho que en México existen una gran cantidad de sitios y rutas de fe muy arraigados, los cuales pueden ser reorientados hacia el turismo.

# Geografía del turismo religioso, el santuario de Nuestra Señora de Juquila, Oaxaca

**Leticia Macedo Martínez**

Universidad Nacional Autónoma de México

## Introducción

Una de las necesidades básicas del ser humano es la comunicación con un conocimiento supremo, una comunión con la deidad que le permitirá desarrollarse íntegramente como persona. Desde siempre, el hombre ha buscado establecer esa relación con las potencias espirituales a través de ritos, prácticas y costumbres construidas a lo largo del tiempo.

En este contexto, la peregrinación es una de las manifestaciones más importantes para lograr este fin. Durante las peregrinaciones el ser humano tiende a consagrar un espacio temporal dedicado a ofrendar su total atención a un elemento de culto, ya sea un santo, una deidad o un objeto sagrado, en un intento por crear el vínculo con esa entidad suprema.

Esta práctica, enmarcada por lo común en un fuerte sincretismo religioso, suele responder a muchos y variados motivos: agradecer por un favor recibido, o solicitarlo, o fomentar una devoción de manera individual o en grupo.

Pueden referirse como ejemplo las peregrinaciones que se realizaban en el ámbito de civilizaciones antiguas como la griega, de tendencia politeísta, en donde se realizaban las fiestas de los Juegos Olímpicos en honor a Zeus; los Juegos Píticos, consagrados a Apolo; o los Juegos Ístmicos, en los que se veneraba a Poseidón (Bonilla, 1965).

En nuestro país existen evidencias de importantes prácticas de peregrinaje durante el periodo prehispánico. Bonilla (1965:221), en su libro *Historia de las peregrinaciones*, menciona que:

*“...La más famosa meta de peregrinación era sin duda el Pozo de los Sacrificios en Chichen Iza (SIC). Se trataba de una depresión en la roca caliza del Yucatán*

*[...]En tiempo de sequía o de calamidades públicas iban representantes de los poblados, incluso de los más alejados, para hacer sacrificios que consistían en arrojar hombres o mujeres al pozo. Otras veces acudía algún peregrino para intentar resolver sus inquietudes personales...”*

Así también las grandes peregrinaciones de mexicas y purépechas, guiados por sus dioses, buscaron a lo largo de varias generaciones la tierra prometida que, una vez encontrada, favoreciera la consolidación de su pueblo.

Las peregrinaciones hacia lugares de culto son una manifestación cultural que ha pervivido hasta nuestros días en distintos lugares del mundo. Los musulmanes, por ejemplo, están obligados por sus preceptos religiosos a asistir por lo menos una vez en la vida a La Meca, el centro del Islam; en el hinduismo, el río Ganges recibe una afluencia de miles de peregrinos que se desplazan con el único fin de sumergirse en sus aguas como símbolo de purificación.

En el cristianismo, las más grandes peregrinaciones se practican hacia tres destinos, cada uno con características específicas y distintivas: Roma, Jerusalén y Santiago de Compostela.

Roma representa uno de los principales centros del cristianismo occidental al ser considerado como un lugar de peregrinación penitencial, de obtención de indulgencias y absolución; allí se ubican, además, varias tumbas apostólicas. Jerusalén, en tanto, es el sitio más santo del mundo para los fieles de esta religión al asociarse con la actividad del Salvador.

La visita a Santiago de Compostela, lugar donde se encuentra la tumba de Santiago apóstol, ofrece

a las peregrinos la posibilidad de la salvación del alma a través de los durísimos sacrificios del viaje (Caucci, 1999).

Por lo que respecta a México, país en que la religión católica cristiana se encuentra fuertemente arraigada, las peregrinaciones han sido una práctica frecuente que motiva el desplazamiento de una multitud de personas hacia puntos de adoración tanto de santos, de diferentes deidades relacionadas con el cristianismo y hasta de espacios “santificados”.

Entre las más conocidas se cuentan las peregrinaciones al Cerro del Tepeyac, en la Ciudad de México, para visitar a la Virgen de Guadalupe; al Santuario de la Virgen de San Juan de los Lagos en el occidental estado de Jalisco; el viaje hacia el Santuario del Santo Niño de Atocha en el estado de Zacatecas y, en la región suroriental del territorio mexicano, al Santuario de la Virgen de Juquila en el estado de Oaxaca.

### **Importancia económica de las peregrinaciones**

Las peregrinaciones son un elemento clave para el desarrollo del turismo religioso, entendido éste como la oferta de viajes dirigida, en especial, a visitantes animados por un espíritu de veneración propio del sentir religioso, cuyos destinos son principalmente los lugares de culto religioso (*Turismo religioso: antecedentes y perspectivas*. Publicado en el Boletín digital de la UNCOMA, marzo de 2006).

Uno de los aspectos más relevantes del turismo religioso es la derrama económica directa que impacta en las regiones donde se encuentran los centros de culto devocional. En algunos casos, estos beneficios superan a los obtenidos en los destinos de ocio, ya que la demanda creada por el desplazamiento de personas hacia los lugares de peregrinación más concurridos es mayor. La Basílica de Guadalupe, por ejemplo, recibe un promedio anual de catorce millones de visitantes, en tanto que el Santuario a la Virgen de San Juan de los Lagos - el segundo más visitado en el país - atrae a cuatro millones de personas en promedio cada año (Maldonado, 1999: 9).

Las peregrinaciones en México han alcanzado tal importancia como materia de análisis turístico que la Iglesia Católica creó la “Pastoral turística”, institución encargada de la promoción y el estudio de los destinos de peregrinación no sólo de este país, sino de todo el mundo católico.

([http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/migrants/doc\\_20010711\\_pastorale-turismo\\_sp.html#\\_ftnref23](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/migrants/doc_20010711_pastorale-turismo_sp.html#_ftnref23)).

Estos empeños han logrado canalizar la inversión hacia proyectos turísticos como la construcción del santuario dedicado a los Santos Mártires de la Guerra Cristera en el estado de Jalisco.

Tanto las instituciones educativas y de investigación como los organismos de gobierno - el sector turístico en particular - han mostrado también un interés creciente por este tema. Basten como ejemplos el proyecto *Turismo religioso en México*, gestionado por investigadores de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y coordinado por el Doctor Enrique Propín, aprobado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) para el bienio 2008-2009, y la publicación de *El dimensionamiento del turismo espiritual en México*, coordinado por el Doctor Rogelio Martínez, investigador del Centro Universitario de los Altos de la Universidad de Guadalajara, y en el que se presenta un acercamiento a la dinámica del turismo religioso en once santuarios distribuidos a lo largo del territorio nacional.

El atractivo del tema es resultado de la visión estratégica para impulsar este tipo de turismo en un país que, según datos de 1999, cuenta con 280 centros religiosos cuya importancia turística radica tanto en el desplazamiento de personas como en las redes que se entretajan en torno a éstos. (Maldonado, 1999:5)

En el presente trabajo se aborda el turismo relacionado con la veneración a la “Virgen de Juquila”, localizada en Santa Catarina Juquila, Oaxaca, lugar de culto que ha logrado traspasar las fronteras locales, regionales y estatales para configurarse como un sitio sobresaliente en la geografía del turismo religioso de México al poseer una dinámica susceptible de ser investigada a profundidad por su importancia económica, cultural, social y religiosa.

### **Objetivo del trabajo**

Este trabajo tiene como objetivo la presentación de los planteamientos de un proyecto de investigación doctoral que se desarrolla en el área de Geografía de la UNAM, cuyo tema es el turismo religioso asociado con el culto a la Virgen de la Concepción de la localidad de Santa Catarina Juquila, en el estado de Oaxaca, y que tiene como propósito conocer los componentes de la estructura territorial de la actividad turística motivada por las visitas al santuario de la “Virgen de Juquila”.

### **Geografía, turismo y peregrinación**

El turismo es una actividad abordada desde las diversas disciplinas de las ciencias sociales. En el campo de la geografía, es innegable el interés que suscita esta actividad, la cual tiene un componente territorial intrínseco expresado por la movilidad espacial de los

desplazamientos que realizan las personas para llegar al destino turístico.

La elaboración del presente estudio se sustenta en los planteamientos de la Geografía del Turismo como marco de referencia para el desarrollo teórico y conceptual de la geografía del turismo religioso.

En particular, la peregrinación ha sido analizada desde el enfoque de la antropología, donde destacan las aportaciones de Víctor Turner (1969), quien fue el primero en considerarla objeto de estudio científico y en elaborar una teoría al respecto. El interés de esta disciplina es examinar el fenómeno desde la visión de los peregrinos, reconociendo esta acción como un reflejo de un orden social que se manifiesta en la posición de jerarquías, el reforzamiento de vínculos económicos, la expresión de colectividad y la transmisión en el uso de un lenguaje simbólico.

La peregrinación es un acto humano que también despierta el interés de los estudiosos del turismo. Su particularidad radica en que, a diferencia de otros, la razón principal que motiva el desplazamiento de las personas es el fervor y la devoción religiosa hacia lugares considerados como sagrados.

Aún hay controversia sobre si se debe considerar o no a las peregrinaciones como una práctica turística; sin embargo, si se atiende a la definición de turismo, aquellas cumplen con las condiciones relativas al tiempo de estancia fuera del domicilio habitual (superior a 24 horas pero inferiores a un año), por lo que refiriéndose a las peregrinaciones resulta apropiado de hablar de turismo religioso (Porcal, 2006).

Una definición menos acotada se encuentra en Cánoves (2006) quien menciona que el turismo religioso debe considerarse como un viaje donde el elemento religioso constituye uno de los objetivos principales. A los motivos tradicionales para hacer turismo - como el deseo de moverse, el descanso, la curiosidad por conocer un nuevo paisaje - se le añaden cualitativamente nuevos elementos. Se entiende que el religioso es un turismo que se emprende por motivos religiosos y culturales. Entendido de esta manera, el turismo potencia el conocimiento del patrimonio cultural así como las visitas a los sitios con significación religiosa.

El tema de las peregrinaciones no ha sido ajeno al campo de la Geografía del Turismo. Su interés resulta de considerarlas como un hecho que motiva el fenómeno turístico.

Autores como Barrado (2001) y Alonso (2002) consideran a la religión y las peregrinaciones como elementos que intervienen en la localización del turismo.

Mencionan que la visita a lugares sagrados genera importantes flujos de turistas, en tanto que estos sitios son considerados turísticos porque suponen un viaje, es decir, un desplazamiento y una residencia en los destinos finales.

Sin las peregrinaciones, Fátima, Lourdes, Jerusalén o La Meca, no serían lo que hoy son, carecerían de actividad, no dispondrían de infraestructura hotelera ni del boyante comercio del que gozan en la actualidad.

Aunque desde la perspectiva de la Geografía del Turismo no es nueva la atracción que ejercen los temas religiosos, es hasta épocas recientes que los geógrafos han comenzado a interesarse por desarrollar investigaciones al respecto. Se trata particularmente de profesionales de los países que cuentan con una larga tradición en peregrinaciones y visitas a los santuarios que congregan a una multitud de fieles procedentes de prácticamente todo el mundo, como es el caso del santuario de Santiago de Compostela, en España, o el santuario de la Virgen de Lourdes, en Francia.

El estudio de esta firme tradición católica y de peregrinaje ha permitido afinar precisiones teóricas y compilar trabajos empíricos que sin duda sirven de marco de referencia para guiar los estudios sobre este tema. Vale la pena mencionar a Sarasa y Espejo (2006), Cánoves (2006) o Perles (2006).

En el caso de México, el trayecto recorrido en el segmento del turismo religioso es todavía corto, pues son muy pocos los geógrafos que se han internado en el estudio del turismo que inspiran los distintos santuarios del país. Este estudio intenta ser, por tanto, una contribución al fomento de la investigación en esta área desde el punto de vista de la geografía, particularizando en el santuario de la "Virgen de Juquila".

La metodología utilizada en la investigación apunta al análisis de la organización territorial que resulta de la actividad turística religiosa en la localidad de Santa Catarina Juquila, Oaxaca.

La noción de *estructura territorial* surge originalmente del planteamiento de Konstrowiki (1986), quien expuso que el hombre organiza su territorio con base en la actividad económica, donde se distinguen dos procesos: los procesos territoriales, que comprenden la evolución histórica del espacio que soporta la actividad económica, y las estructuras territoriales, que son elementos físicos que posibilitan la actividad económica.

Hiernaux (1989) retoma estos fundamentos aplicándolos a la actividad turística y propone un modelo para interpretar la organización territorial del turismo denominado *turismo reticular*, en el que se sugiere

que la estructura territorial del turismo está dada por tres componentes: un núcleo, los canales espaciales que lo articulan al exterior, y los flujos ocurridos (Gallegos y López, 2004). El núcleo turístico corresponde al sitio donde se intensifica la infraestructura turística así como todo tipo de servicios de apoyo a esta actividad; los canales espaciales de articulación corresponden a las rutas de transporte y vías de comunicación que conectan el núcleo con el exterior, en tanto que los flujos ocurridos son los elementos que transitan por los canales, tales como turistas, mercancías o capital, entre otros.

A continuación se muestran, de manera esquemática, los tres elementos del modelo del turismo reticular de Hiernaux:



Figura 1: Elementos del modelo reticular de Hiernaux, 1989.

En el siguiente apartado se expondrá el uso de la metodología aplicada a la actividad turística de carácter religioso en la localidad de Santa Catarina Juquila, Oaxaca.

### El santuario de la Virgen de Juquila

El santuario de la Virgen de la Concepción, mejor conocida como la “Virgen de Juquila”, se ubica en Santa Catarina Juquila, municipio enclavado en la Región de la Costa de Oaxaca, en la Sierra Sur de México, a 270 kilómetros de la capital del estado, y en cuyo trayecto se emplean alrededor de cinco horas, pues la mitad del camino se realiza por una carretera secundaria, complicada y peligrosa por ser una zona con una orografía muy accidentada.

En lo referente a la construcción del mito religioso, las fuentes históricas relatan que se inició a partir de la llegada de un fraile español, a quien la tradición oral identifica como Fray Jordán. Como agradecimiento por los servicios prestados, el fraile regaló a un sirviente indígena una imagen de la Virgen de la Purísima Concepción que había traído con él desde su lugar de origen. Muy pronto la imagen comenzó a dar muestras de su poder al salvarse de la destrucción, sin daños considerables, de un incendio ocurrido en jacal del ayudante de su propietario.

La figura comenzó a congregarse a una partida importante de adoradores, lo que favoreció la decisión de trasladarla a un templo católico ubicado en el pueblo de Amialtepec, Oaxaca.

En 1633 sucede un hecho trascendental para el incremento de la devoción de la Virgen de la Purísima Concepción, al preservarse de nuevo tras de que ahora ardiera en llamas el templo donde se encontraba custodiada.

Este acontecimiento suscitó el reclamo de los curas de Santa Catalina Juquila por los derechos sobre la imagen, hasta lograr su traslado a esta población. Ello ocasionó una disputa eclesiástica promovida por Amialtepec, y que se resolvió en 1719 mediante un

decreto episcopal que ordenó su colocación definitiva en el lugar donde ahora se encuentra.

Ya que su fama se había extendido por toda la región ocasionando gran simpatía de la gente de los alrededores, a fines del siglo XVIII y principios del XIX se promovió la construcción de su santuario.

La devoción por esta imagen se ha consolidado de tal manera que el culto y las prácticas de peregrinación a su santuario han trascendido el ámbito local para posicionarse como un destino de veneración nacional y hasta internacional, ya que suele ser frecuentado por los migrantes oaxaqueños que laboran en Estados Unidos.

La mayor cantidad de visitantes se congrega entre el 6 y el 8 de diciembre, ya que esta última fecha corresponde a la celebración anual de la Virgen de la Concepción. Se estima que durante estos días la población recibe a alrededor de 400 mil fieles que llegan a pie, en caravanas motorizadas o hasta en bicicleta. (<http://mx.noticias.hispavista.com/estados/20081208112600010/veneran-virgen-juquila-oaxaca>).

## Estructura territorial del turismo religioso en Santa Catarina Juquila

Como se mencionó con anterioridad, la metodología del presente estudio se basa en el examen de la estructura territorial del turismo religioso, cuyo objetivo consiste en revelar los componentes territoriales - núcleo turístico, canales espaciales de articulación y flujos - de la actividad económica asociada a las visitas al santuario de la "Virgen de Juquila" por motivo de veneración.

Los componentes se muestran en la siguiente figura:



Figura 2: Elementos del modelo reticular de Hiernaux aplicado a la zona de estudio. / Fuente: Elaboración propia tomando como referencia el modelo reticular de Hiernaux, 1989.

Para el análisis de los componentes territoriales de la actividad turística en la zona de estudio resulta imprescindible recopilar información de campo. Dada la etapa en que se encuentra la investigación, en este documento sólo se expondrá su estructura metodológica, complementándola con algunos datos empíricos obtenidos en visitas previas a la zona de estudio, pero sin mostrar aún resultados concluyentes.

La metodología para abordar la estructura territorial se basará, en primer lugar, en el análisis de las características territoriales del núcleo. Mediante un recorrido por la localidad se identificará la ocupación de uso de suelo asociado con la actividad turística religiosa, como el destinado al servicio de hospedaje para la pernocta de los visitantes, ya sean hoteles o cuartos en renta. Se registrarán además otro tipo de servicios como el alquiler de regaderas o los restaurantes y fondas.

En esta misma caracterización se incluirán aquellos establecimientos asociados directamente con el producto turístico, tales como museos o comercios de artesanías u objetos religiosos.

La caracterización territorial de Santa Catarina Juquila como núcleo turístico será registrada en un mapa de uso de suelo de la localidad, que dará cuenta del alcance y distribución de las actividades económicas asociadas al turismo religioso.

Los canales espaciales de articulación, es decir, las redes de transporte y comunicación que conectan a la localidad con el exterior - ya sea este territorio regional, estatal o internacional -, también serán registrados mediante el apoyo cartográfico.

El flujo turístico, último componente de la estructura territorial, será abordado a través del análisis de los flujos de visitantes que acuden al santuario de la "Virgen de Juquila".

Resulta prioritario conocer el lugar de procedencia

de los fieles, ya que esta información permitirá determinar tanto la trascendencia local, regional, estatal o internacional del santuario de la "Virgen de Juquila" como la conexión entre Santa Catarina y los sitios de origen de los turistas.

Los pormenores relativos a los flujos de visitantes serán necesariamente obtenidos de la interlocución con las personas que se encuentren en la localidad, así como mediante una encuesta que facilitará un variado registro de datos como características sociodemográficas del visitante, su lugar de residencia o aspectos generales sobre el viaje y su estancia en la localidad.

De manera específica, la encuesta proveerá los insumos para la construcción de una tipología del viajero que practica turismo religioso, y que contendrá los siguientes aspectos:

- *Perfil del turista.* Características demográficas de los visitantes; edad, sexo, estado civil, procedencia, nivel de estudios, etcétera
- *Motivaciones del viaje.* Las razones que originaron el desplazamiento.
- *Características del viaje.* Información relativa a cómo se organiza el viaje, dónde o con quien se informa, cuál es la frecuencia de las visitas, en qué temporada se efectúan, con quién se viaja (solo, en pareja, con la familia), qué transporte utiliza, en dónde se aloja, cuál es el número de

pernoctaciones, qué tipo de actividades realiza en la localidad, cuál es su grado de satisfacción, así como el gasto promedio invertido en el viaje.

- *La imagen de la oferta.* Valoración de los turistas sobre los aspectos más representativos del viaje.

Un punto importante en el desarrollo de la presente investigación se conforma a partir del examen de los flujos de visitantes que se traducen en peregrinaciones a este lugar de adoración, ya que a partir de su estudio se pueden configurar las redes que han dado proyección al culto a la “Virgen de Juquila” dentro y fuera del país.

Estas redes, que articulan las relaciones grupales de las diferentes peregrinaciones, pueden ser cartografiadas y convertirse en la base para el monitoreo del comportamiento de las peregrinaciones, lo que posteriormente puede traducirse en una mayor organización de los flujos por el territorio y el mejoramiento de servicios básicos como alimentación, hospedaje, asistencia médica, así como de la infraestructura carretera; esto es, una mejor planeación territorial enfocada al desarrollo regional y municipal de Santa Catarina Juquila.

## Conclusiones

En México, el turismo religioso es un fenómeno social poco estudiado a pesar de que el escenario cultural del país se presenta como un campo fértil para el desarrollo de investigaciones sobre este tema; así lo evidencian la extendida tradición católica y la existencia de numerosos santuarios que, ubicados a lo largo del país, hacen las veces de espejo histórico de la etapa de evangelización y que perduran hasta nuestros días convertidos en centros de culto nacional.

Sin embargo, a últimas fechas diversas instituciones eclesiales, gubernamentales, docentes y privadas han vuelto la mirada hacia este nicho de oportunidades en materia turística tras percatarse que, en regiones donde lo han adoptado como su actividad principal, este quehacer han llegado a constituirse en el factor estratégico de su crecimiento (Villa, 2006:152).

El presente estudio busca revalorar un elemento cultural de la población oaxaqueña de Santa Catarina Juquila- la devoción al santuario de la Virgen de la Concepción - como un ingrediente susceptible de ser aprovechado con fines turísticos cuyos objetivos se enfoquen a la diversificación de ocupaciones que faciliten el crecimiento económico, siempre desde una planificación adecuada que coadyuve a proteger, consolidar y difundir la riqueza interétnica de la región.

En este documento se establecen las bases de la metodología para el examen de la estructura territorial

constituida por el culto y el peregrinaje hacia la imagen de la mejor conocida como “Virgen de Juquila”.

La indagación tiene el propósito de revelar la estructura territorial, de sus flujos y las redes que hacen posible este fenómeno.

Se hace necesaria, por tanto, una descripción de los componentes de la estructura territorial. En primer lugar, de Santa Catarina Juquila, localidad a la que corresponde el núcleo turístico; en segundo término, de los medios de comunicación o la infraestructura que hacen posible la práctica de la actividad turística en dicha población; por último, de las características de los visitantes, lo que permitirá conocer sus lugares de procedencia así como la elaboración de tipologías que aproximen a las constantes motivacionales y las finalidades de los implicados en este hecho social.

El culto a la “Virgen de Juquila” comenzó en el siglo XVI; ha pervivido hasta nuestros días manifestando una clara tendencia al crecimiento paulatino, por eso es que puede considerársele como el factor para el desarrollo económico de una zona enclavada en uno de los estados más pobres del país.

# Potencialidades del turismo cultural asociado a lo religioso en Costa Rica; el caso de la ruta de las iglesias en San José

**Víctor Julio Baltodano Zúñiga**  
Universidad Nacional, Costa Rica.

**Merlyn Gutiérrez Cruz**  
Universidad Nacional, Costa Rica

## Introducción

El desarrollo del turismo en Costa Rica se aceleró a partir de la década de los años noventa. La llegada de turistas internacionales creció de manera acelerada hasta llegar a dos millones en el 2008. Esta expansión ha estado asociada a una marca país que privilegia el ecoturismo.

El turismo de sol y playa es muy importante, mas no es el único atractivo en esta nación. En el presente artículo se presenta la propuesta de una ruta de las iglesias para mostrar las potencialidades del turismo cultural asociado a lo religioso.

Siendo Costa Rica un país mayoritariamente católico, se cuenta con muchos templos de gran belleza arquitectónica y con un legado cultural relevante. Alrededor de lo religioso se congregan diversas actividades tales como celebración de fiestas patronales y peregrinajes que datan de cientos de años.

La fiesta religiosa cumbre es la celebración del 2 de agosto, día de la Virgen de Los Ángeles, Patrona de Costa Rica y conocida como “La Negrita”. Los costarricenses, a los que se suman viajeros originarios de varios países latinoamericanos, hacen una caminata desde diversos puntos del país, en lo que se conoce como la romería, hasta la Basílica de la Virgen de Los Ángeles, ubicada en la ciudad de Cartago, Costa Rica.

## Adendum metodológico y objetivo del trabajo

En la elaboración de este trabajo se siguieron cuatro etapas.

En la primera se realizó una recopilación bibliográfica mediante la consulta de todas las fuentes disponibles que abordan este tema. El análisis documental (libros, revistas, periódicos, informes, recursos de hemeroteca, entre otros) se complementó con información de la red cibernética (internet). Los documentos revisados hacen énfasis en los temas de: patrimonio histórico – arquitectónico en la provincia de San José, planificación del espacio turístico, turismo urbano y turismo cultural, entre otros.

Durante la segunda etapa, consistente en la elaboración de instrumentos, se diseñó una ficha técnica conformada por siete ítems que facilitarían la sistematización de las particularidades de cada sitio. El inventario de atractivos turísticos se consolidaría a través de trabajo de campo (entrevistas a turistas, aplicación de fichas de inventario así como guías de observación). La red cibernética (internet) permitió el conocimiento de los atractivos turísticos que se ofrecen actualmente en el área de estudio.

Los instrumentos se emplearon en la tercera etapa. El levantamiento del inventario mediante la ficha técnica permitió determinar cuáles de los atractivos turísticos

se utilizarían en el diseño de las rutas, así como la información relevante que podría ser agregada en una guía de turismo cultural y religioso. La aplicación de la ficha técnica se materializó con la visita a las iglesias, donde además se hizo un recorrido para tomar fotografías y completar la información correspondiente.

Finalmente, en la etapa cuatro se hicieron la sistematización y el análisis de la información. A partir de los resultados obtenidos tras el acopio de la literatura relacionada y el examen de las fichas de inventario se procedió a determinar la ruta turística relacionada a las iglesias.

El objetivo del presente trabajo es mostrar las potencialidades del turismo cultural asociado a lo religioso en Costa Rica, específicamente en la ciudad de San José, mediante el diseño de una ruta de las iglesias.

### Breve referencia a Costa Rica como país

Costa Rica es una pequeña nación de 4.5 millones de habitantes ubicada en la América Central. Constituyen la mayoría de extranjeros avocados en el país los casi 500 mil emigrantes nicaragüenses, seguidos en número por los colombianos. Limita al Norte con la República de Nicaragua, al Sur con la República de Panamá, al Este con el Mar Caribe y al Oeste con el Océano Pacífico. Su vida independiente comenzó en 1821, cuando se separa de España. La Constitución Política actual data de 1949.

Costa Rica está dividida en siete provincias, siendo la más destacada San José, su capital. Es el único país de América Latina incluido en la lista de las 22 democracias más antiguas del mundo.



Mapa de la República de Costa Rica por provincias.

Fuente: [http://www.losmejoresdestinos.com/destinos/costa\\_rica/mapa\\_provincias\\_costa\\_rica.gif](http://www.losmejoresdestinos.com/destinos/costa_rica/mapa_provincias_costa_rica.gif)

De acuerdo a un estudio de dos universidades estadounidenses, Costa Rica se encuentra en el tercer lugar mundial en el manejo de los recursos naturales y el ataque a la contaminación, según el Índice de Actuación Medioambiental. “Este documento es producido bianualmente por expertos

de las universidades de Yale y Columbia (Estados Unidos), con información obtenida del sistema de Naciones Unidas o solicitada a cada país. La edición 2010 del índice se presentó ayer en el Foro Económico Mundial en Davos, Suiza” (La Nación, 29 enero 2010).

Entre los países de América Latina, Costa Rica ocupa el primer lugar en la clasificación del Índice de Competitividad Turística (Agüero y Fallas, La Nación, Costa Rica, 04-03-2009), y el lugar 42 a nivel mundial. El Índice de Desarrollo Humano es el sexto mejor del área latinoamericana.

Se resumen a continuación algunas cifras para 2008:

**PIB:**  
29,828 millones de dólares  
Crecimiento real : 2.5%  
Ingreso per cápita: 6,579 dólares

**Cuadro 1: Entrada de turistas internacionales vs. salidas de nacionales, 2000-2008**

AÑO	LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES	SALIDAS DE COSTARRICENSES	DIFERENCIA	RAZÓN % LLEGADAS / SALIDAS
2000	1`088,075	381,445	706,630	285.3
2001	1`131,406	361,391	770,015	313.1
2002	1`113,359	364,032	749,327	305.8
2003	1`238,692	372,866	865,826	332.2
2004	1`452,926	424,635	1`028,291	342.2
2005	1`679,051	487,102	1`191,949	344.7
2006	1`725,261	484,585	1`240.676	356.0
2007	1`979,789	576,716	1`403,073	343.3
2008	2`089,174	519,140	1`570,034	402.4

Fuente: ICT. Anuarios Turísticos 2008. Cuadro 47.

#### **Fuerza laboral:**

Total: 1,957 millones (Nota: esta estimación no incluye a los nicaragüenses que viven en el país).

#### **Por ocupación:**

Agricultura 15%

Industria 21%

Servicios 64%

**Tasa de desempleo:** 5.6%

**Población bajo la línea de pobreza:** 22%

**Tasa de inflación (precio al consumidor):** 14%

#### **Exportaciones**

9,675 millones de dólares

Principales productos: café, banano, azúcar, piña, textiles, componentes eléctricos, equipo médico.

#### **Países de exportación:**

Estados Unidos 25.7%

China 14.1%

Países Bajos 10.9%

Reino Unido 6.3%

México 5%

#### **Importaciones**

15,370 millones de dólares

Principales productos: materias primas, bienes de consumo, petróleo.

#### **Países de importación:**

Estados Unidos 41%

México 6.1%

Venezuela 5.7%

Japón 5.4%

China 5.1%

Brasil 4.3%

Durante los últimos años Costa Rica ha tenido un crecimiento económico aceptable. Sus exportaciones se han centrado en microprocesadores producidos por la transnacional Intel. Pero también destacan las exportaciones tradicionales como el café y el banano. La balanza comercial ha sido deficitaria.

#### **La importancia del turismo**

El turismo resulta de gran importancia para Costa Rica ya que los flujos son positivos, lo que permite tener un balance favorable a esta nación. Debe considerarse, además, su aporte a la generación de divisas que, como se verá más adelante, son muy significativas para la economía.

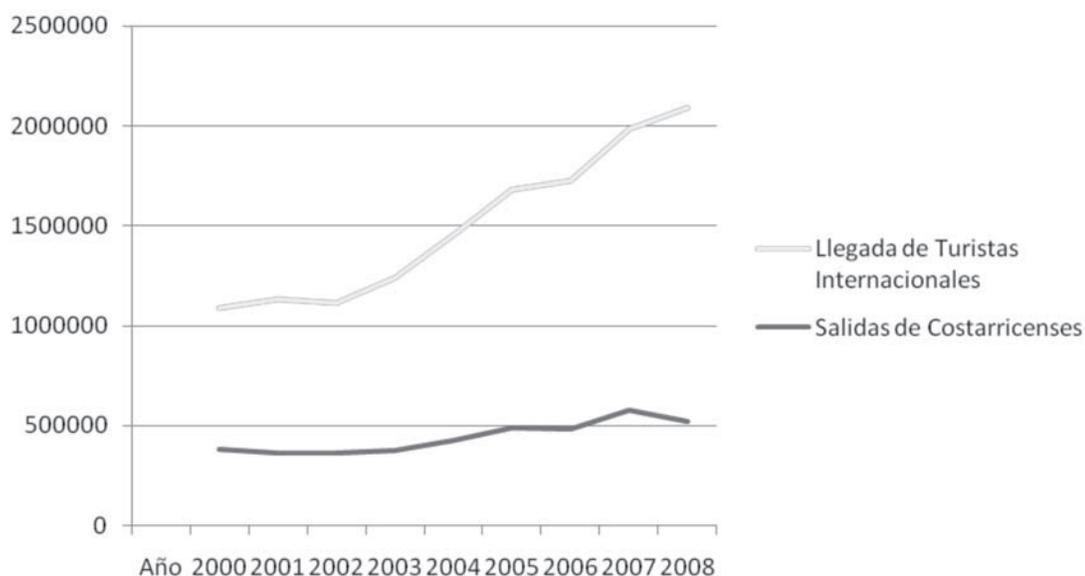
En los últimos nueve años el incremento en el ingreso de turistas extranjeros al país prácticamente se ha duplicado. Mientras que en el 2000 ingresaron a Costa Rica un millón de turistas, para el 2008 ya se había registrado un poco más de dos millones de visitantes, ello a pesar de los efectos de los atentados del 11 de setiembre del 2001.

Las entradas de turistas internacionales casi cuadruplican la salida de costarricenses, generando una razón de llegadas a salidas de 402.4 para el 2008 (Gráfico 1).

El Cuadro 2 ilustra el origen de los turistas internacionales que arriban a Costa Rica.

América del Norte continúa como el principal mercado para Costa Rica con un aporte de alrededor del 50% de los turistas; dentro de esa zona, los turistas estadounidenses representan la gran mayoría. Es así como este pequeño país depende de ese mercado.

**Gráfico 1.**  
**Llegadas de turistas internacionales a Cosa Rica y salidas de costarricenses, 2000-2008.**



Fuente: Elaboración propia con base a datos del Instituto Costarricense de Turismo, 2009.

**Cuadro 2:**  
**Llegadas de turistas internacionales a Costa Rica, según zonas y países, 1999-2008**

ZONAS PAÍSES	AÑO									
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>GRAN TOTAL</b>	1`031,585	1`088,075	1`131,406	1`113,356	1`237,948	1`452,926	1`679,051	1`725,261	1`979,789	2`089,174
<b>América del Norte</b>	469,996	515,853	518,595	509,253	611,520	754,982	895,370	875,959	953,812	976,561
Canadá	45,565	52,696	52,661	49,168	54,656	74,212	86,906	88,304	102,061	109,854
E.U.A.	392,556	429,725	429,093	422,215	510,751	633,640	758,134	731,236	790,315	807,162
México	31,875	33,432	36,841	37,870	46,113	47,130	50,330	56,419	61,436	59,545
<b>América Central</b>	310,661	286,466	320,277	320,615	312,936	359,979	415,464	478,147	592,840	648,586
Guatemala	33,677	33,191	32,574	33,150	35,174	40,166	37,771	41,057	43,864	40,840
El Salvador	28,572	31,149	35,054	33,531	33,892	38,264	44,873	46,414	48,976	46,837
Belice					744	655	659	826	901	928
Honduras	26,400	24,338	27,174	23,705	23,004	25,540	27,719	32,550	35,673	31,714
Nicaragua	168,447	143,142	171,583	174,455	163,632	191,398	231,712	281,086	379,222	455,412
Panamá	53,565	54,646	53,892	55,774	56,490	63,956	72,730	76,214	84,204	72,855
<b>Caribe</b>	9,327	9,450	9,298	8,836	9,639	11,696	12,412	11,935	15,129	15,289
<b>América del Sur</b>	73,340	95,612	103,917	88,805	83,736	87,127	88,394	90,906	108,770	114,110
<b>Europa</b>	141,331	151,393	150,796	157,990	192,099	208,222	232,889	234,681	271,631	289,379
<b>Otras Zonas***</b>	26,930	29,301	28,523	27,860	28,018	30,920	34,522	33,633	37,607	45,248

\*\*\*/ Incluye la categoría Asia-Oriente Medio, África y "NO INDICA" / Fuente: ICT. Anuarios Turísticos 2008. Cuadro 11.

**Cuadro 3:**  
**Ingreso y egreso de divisas por concepto de turismo en Costa Rica, 1999-2008**  
**(Cifras en millones de dólares estadounidenses)**

AÑO	INGRESO DE DIVISAS (\$)*	EGRESO DE DIVISAS (\$)	SALDO(\$)	RAZÓN \$ INGRESOS / EGRESOS
1999	1,036.1	445.9	590.2	2.3
2000	1,229.2	482.2	747.0	2.5
2001	1,095.5	361.1	734.4	3.0
2002	1,078.0	343.5	734.5	3.1
2003	1,199.4	351.9	847.5	3.4
2004	1,358.5	404.1	954.4	3.4
2005	1,570.1	468.1	1,102.0	3.4
2006	1,620.9	483.7	1,137.2	3.4
2007	1,927.4	632.0	1,295.4	3.0
2008	2,144.2	680.3	1,463.9	3.2

\*/ Estas cifras NO incluyen cruceros / Fuente: ICT. Anuarios Turísticos 2008. Cuadro 48.

El segundo mercado en importancia se encuentra en América Central, y dentro de ella, Nicaragua envía como turistas a casi 500 mil personas. Sin embargo, este es un mercado de bajos ingresos, además de que muchos de ellos llegan a Costa Rica, más que para hacer turismo, en busca de trabajo.

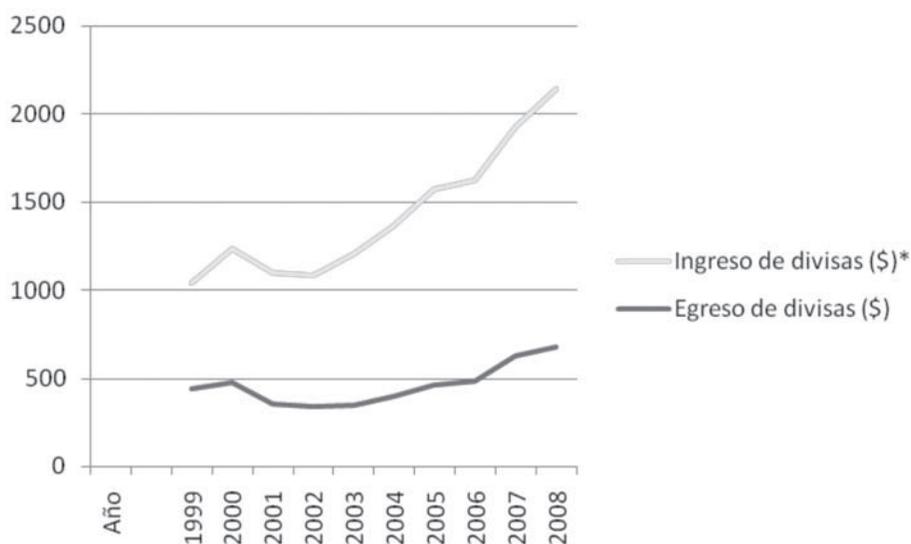
El turismo tiene un efecto benéfico sobre la economía costarricense. El Cuadro 3 lo demuestra en cuanto a la generación de divisas.

Del cuadro anterior se deduce que de 1999 a 2008 el ingreso de divisas se ha duplicado al pasar de

cerca de mil millones de dólares estadounidenses a un poco más de dos mil millones. En promedio cada turista gasta alrededor de mil dólares por estancia. En cambio los gastos de los costarricenses que salen del país no crecieron al mismo ritmo, por lo que se generó una razón de ingresos/egresos de alrededor de 3.2 (Gráfico 2).

El turismo prácticamente duplica las exportaciones de los productos tradicionales. (Cuadro 4). La venta al exterior de productos como el café, el banano y la piña está por debajo del turismo. Asimismo, en 2008 esta actividad representó 7.2% del Producto Interno

**Gráfico 2. Ingreso y egreso de divisas a Costa Rica por concepto de turismo, 1999-2008.**



**Cuadro 4. Ingresos por turismo vs. fuentes de divisas para Costa Rica, 2001-2008**

RUBRO	AÑO							
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Llegadas de turistas internacionales a Costa Rica</b>	1`131,406	1`113,359	1`237,948	1`452,926	1`679,051	1`725,261	1`979,789	2`089.174
Exportaciones de productos tradicionales (millones de \$)	728.6	689.8	793.9	801.1	769.4	915.1	1,001.7	1,059.3
Café (millones de \$)	161.8	165.1	193.6	197.6	232.7	225.8	251.9	305.0
Banano (millones de \$)	505.8	477.5	553.1	543.4	481.2	620.3	673.0	689.2
Piña (millones de \$)	133.8	156.2	198.5	256.2	324.7	432.8	484.9	572.9
Productos farmacéuticos (millones de \$)	81.0	90.1	103.0	11.0	103.2	113.8	120.0	125.7
<b>TURISMO (millones de \$)</b>	<b>1,113.4</b>	<b>1,099.2</b>	<b>1,225.6</b>	<b>1,390.3</b>	<b>1,599.0</b>	<b>1,634.7</b>	<b>1,941.5</b>	<b>2,160.6</b>
Total de Exportaciones (millones de \$)	5,021.4	5,263.5	6,102.2	6,301.5	7,026.4	8,207.3	9,352.7	9,503.7
PIB(millones de dólares)	16,403.6	16,844.4	17,517.7	18,595.6	19,961.0	22,528.7	26,267.3	29,834.5
Relación turismo/PIB (%)	6.8	6.5	7.0	7.5	8.0	7.3	7.4	7.2
Relación Turismo/exportaciones (%)	22.2	20.9	20.1	22.1	22.8	19.9	20,8	22,7

\*/Incluye la información de los cruceros / Fuente: ICT. Anuarios Turísticos 2008. Cuadro 45.

Bruto costarricense, porcentaje que se ha mantenido estable desde el último lustro. Salta a la vista el peso del turismo respecto de las exportaciones totales.

### Turismo cultural vinculado a lo religioso en Costa Rica

Costa Rica cuenta con tres grandes grupos religiosos; a saber: los católicos, que representan el 69% de la población; los protestantes que suman alrededor del 13% y los budistas con el 2%. El resto de la población se declara agnóstica o atea.

De acuerdo con Wikipedia ([http://es.wikipedia.org/wiki/Costa\\_Rica](http://es.wikipedia.org/wiki/Costa_Rica)), "Costa Rica es un país que en materia de religión tiene un comportamiento similar al de los países desarrollados, esto por ser un país que recibe una masiva inmigración por parte de personas de muy variado origen étnico: europeos, asiáticos y otros latinoamericanos desde hace muchas décadas, lo que ha provocado una gran diversidad cultural y religiosa, y en parte el desarrollo urbano siendo un país mayoritariamente urbanizado (usualmente hay una correlación entre el urbanismo y la secularización de la sociedad como ocurre en los países industrializados)."

Costa Rica es uno de los países que recibe más inmigrantes, lo que ha contribuido a una diversidad cultural y religiosa. La gran mayoría de los inmigrantes proceden del vecino país de Nicaragua.

"Costa Rica por su tamaño e inmigración, es uno de los países con mayor cantidad de inmigrantes per cápita del mundo, lo que ha contribuido a su diversidad religiosa. Casualmente, los judíos, que emigraron de Europa a principios y mediados del siglo XX generaron una nutrida comunidad judía mayoritariamente askenazí. Los emigrantes de Medio Oriente, libaneses, palestinos, iraquíes y otros árabes, también generan una de las más nutridas comunidades musulmanas de América Central. Sumado a esta variedad se cuenta la presencia de hinduistas, bahais, wiccans, rastafaris y los propios indígenas que preservan sus creencias religiosas (religión bribri), entre otros." ([http://es.wikipedia.org/wiki/Costa\\_Rica](http://es.wikipedia.org/wiki/Costa_Rica)).

De acuerdo a la Constitución Política, la religión oficial es la católica, dentro de la cual se dan concentraciones de peregrinajes de hasta dos millones de personas. El mejor ejemplo se observa durante la celebración del 2 de agosto, día de la Virgen de los Ángeles,

patrona de Costa Rica, y la principal fiesta religiosa del país; tanto que ha trascendido las fronteras y a la que también asisten personas de otros países. En ésta se incluye a todos los pueblos que lleven por nombre Los Ángeles, ya que es común que allí se asienten santuarios que reciben peregrinos.

## Potencialidades de una ruta de las iglesias en San José

Durante la Edad Antigua, los primeros viajes que se realizaron fueron con propósitos de exploración, conquista y religión. Quesada (1999) afirma que con el advenimiento de la religión cristiana y su propagación por el Imperio Romano, se originaron las peregrinaciones a Tierra Santa y surgió de este modo el turismo religioso. Asimismo, en la Edad Media se realizaban peregrinaciones a Jerusalén, Roma y Santiago de Compostela, dándole a esta época una identidad turístico-religiosa.

Aún se conserva la costumbre de realizar peregrinaciones por motivaciones diversas, tales como la tradición, la devoción, el cumplimiento de una promesa, dar una ofrenda, agradecer o pedir un favor.

Sin embargo, los turistas visitan las iglesias atraídos también por los diversos estilos arquitectónicos que éstas poseen, tales como el neogótico, el neoclásico o el ecléctico, entre otros. En Costa Rica aún se conservan variedad de iglesias construidas en el siglo XIX y que han sido declaradas patrimonio histórico costarricense y forman parte de nuestra cultura y tradición.

En el casco central de la provincia de San José, capital de Costa Rica, se identificaron seis iglesias de valor histórico que se rescatan a través de la propuesta de una ruta cuyo recorrido total abarca alrededor de cuatro kilómetros. Éstas son la iglesia de Nuestra Señora de las Mercedes, la Catedral Metropolitana, la iglesia de Nuestra Señora de la Soledad, la iglesia de Nuestra Señora del Carmen, la iglesia de Nuestra Señora de la Dolorosa y la iglesia Santa Teresa del Niño Jesús (Santa Teresita). El más antiguo de los edificios que componen la ruta es la Catedral Metropolitana, mientras que el de construcción más reciente es la Iglesia Santa Teresita.

Todas las iglesias católicas costarricenses son propiedad de la entidad jurídica Temporalidades de la Iglesia Católica de Costa Rica.

## Iglesia Nuestra Señora de las Mercedes

Se ubica en las avenidas 2 y 4, calles 12 y 10; en el distrito Hospital del cantón de San José. Su construcción inició en el año 1894. Fue diseñada y erigida por el ingeniero Lesmes Jiménez Bonnefiel, al que asistió el arquitecto Jaime Carranza Aguilar e inaugurada en 1907.

Una característica sobresaliente de la influencia del estilo neogótico en su diseño son sus torres de aguja y la forma ojival de vanos de sus puertas y ventanas. (Figura 1)



Figura 1. Fachada Iglesia Nuestra Señora de las Mercedes / Fuente: Gutiérrez, M., 2008.

Conserva imágenes religiosas y objetos de gran valor, entre ellas el Cristo de la Misericordia, tallado por el escultor Manuel Zúñiga, quien se colgó él mismo de una cruz para estudiar la disposición de los músculos de una manera realista; la imagen del Niño Jesús de Praga y de Nuestra Señora de La Merced; los vasos sagrados: cálices y copones; el reloj alemán y las campanas originales localizadas en la torre; entre otros.

El altar está hecho de maderas de ébano, cenízaro y caoba; sus paredes originales estaban recubiertas de estucos venecianos y decoradas con frescos pintados en 1920 por el artista italiano Adriano Arié.

Desde la torre de la iglesia, de 27 metros de altura, se puede apreciar una vista panorámica de la ciudad de San José.

Fue declarada patrimonio histórico arquitectónico y monumento histórico arquitectónico del país en 1996, según Decreto Ejecutivo N° 25177-C, publicado en La Gaceta N° 110. Debido a que su estructura se encontraba dañada, en el 2001 se iniciaron trabajos de restauración que finalizaron a inicios del año 2010. (Centro de Conservación del Patrimonio Cultural)

## Catedral Metropolitana

Se localiza entre las calles 0 y 1, avenidas 2 y 4 y pertenece al distrito Catedral. Es un edificio de estilo neoclásico. (Figura 2)

En 1776 se construyó una ermita de adobe con techo de paja, y en 1853 se reconstruyó con piedra y lava. En 1871, el arquitecto español José Quirce diseñó el actual edificio. De 1993 a 1998 se reforzó y restauró debido a los daños causados en su estructura por varios sismos.

El interior de la catedral está dividido en tres naves de elevada bóveda. El altar mayor, de estilo románico, y en mármol blanco, se ubica en la nave central. El altar de la nave Sur está dedicado al Sagrado Corazón de Jesús y el de la nave Norte a San José, patrono de la ciudad.

Su valor histórico se encuentra relacionado con el desarrollo de la actual capital, pues a su alrededor se empezó a formar el núcleo urbano que corresponde a la actual ciudad. Fue declarada de interés histórico arquitectónico en 1998 según Decreto Ejecutivo Nº 26936-C, publicado en La Gaceta Nº 97. (Centro de Conservación del Patrimonio Cultural)

Entre la imaginería y objetos religiosos que alberga se encuentran el Cristo Yacente, tallado por Lico Rodríguez; el órgano Schyven traído de Alemania en 1890, restaurado en el 2008, y que mide cuatro metros de ancho por siete de alto; el monumento a Juan Pablo II acompañado de una niña y de una mujer que se apoya en él para levantarse, ubicado en el costado Noroeste y elaborado por el escultor costarricense Jiménez Deredía en mármol blanco de Carrara, mide cuatro metros de alto, 2.35 de ancho y 1.75 de fondo; un fresco de la Santísima Trinidad pintado en 1929 aproximadamente y que se ubica en la cúpula, entre otros.



Figura 2. Catedral Metropolitana / Fuente: Gutiérrez, M., 2008.

### ***Iglesia Nuestra Señora de la Soledad***

Se encuentra ubicada en la calle 9, avenidas 4 y 6, en el distrito Catedral.

Construida en calicanto a mediados del siglo XIX, es una edificación con influencia del estilo barroco (Figura 3). Fue decretada parroquia en 1909. Funcionó como eje desarrollador de población en la parte sureste de la ciudad. Según el Centro de Conservación del Patrimonio Cultural, esta iglesia constituye uno de los pocos inmuebles representativos de la ciudad del siglo XIX que aún se conservan.

En 1934 se consagran sus campanas, importadas de Europa, con el nombre de Fe, Esperanza, Caridad y Ave María. Una de las joyas religiosas que actualmente conserva este templo es el Vía Crucis, obra del escultor Ferdinand Stuflesser.

En 1999, fue declarada Patrimonio Histórico Arquitectónico de Costa Rica, según Decreto Ejecutivo Nº 28286-C, publicado en La Gaceta Nº 238.

Su nombre se debe a la veneración que tenía el pueblo por la Virgen María de la Soledad. La imagen original, que mide 130 centímetros, data de 1858 y aún se conserva; fue donada por una de las vecinas más adineradas del barrio, María Soledad Esquivel, quien encargó su talla al guatemalteco Pedro Gallardo.



Figura 3. Iglesia Nuestra Señora de la Soledad  
Fuente: Gutiérrez, M., 2008.

### ***Iglesia Nuestra Señora del Carmen***

Se encuentra en las avenidas 1 y 3, calle 0, pertenece al distrito El Carmen.

Es una de las edificaciones más antiguas de la ciudad de San José, de estilo neoclásico, construida por el Ingeniero Lesmes Jiménez en calicanto y ladrillo, actualmente con repello de cemento. El frente tiene tres arcos de medio punto que corresponden a tres puertas dobles. (Figura 4)

El terreno donde se localiza la iglesia fue donado en 1830 por las hermanas Jerónima y María Concepción Quirós y Castro para el establecimiento de un oratorio a la Virgen del Carmen. La iglesia se erigió en 1845; fue reconstruida y ampliada durante las décadas de 1860 y 1870. A su alrededor se asentó la población que conformó el barrio del mismo nombre.

Fue declarada e incorporada al patrimonio histórico arquitectónico de Costa Rica en 1998 según Decreto

Ejecutivo N° 27494-C, publicado en La Gaceta N° 245. (Centro de Conservación del Patrimonio Cultural)



Figura 4. Iglesia Nuestra Señora del Carmen / Fuente: Gutiérrez, M., 2008.

### **Iglesia Nuestra Señora de la Dolorosa**

Localizada en la Calle Central, avenidas 10 y 12, pertenece al distrito Catedral. El templo original, de características neoclásicas, fue diseñado por Hugh G. Tonkin. Su construcción inició en la década de 1850 y se terminó en 1896. (Figura 5) Se inauguró como parroquia en 1909. En la década de 1940 se transformó la fachada al sustituir el frontón y las torres por una sola torre de dos niveles, en el centro del inmueble; dicha transformación estuvo a cargo del arquitecto José María Barrantes Monge.

El edificio fue construido en calicanto. Posee un cuerpo principal de 17.40 metros de frente por 44.70 metros de fondo. Varias estructuras en su interior fueron hechas con mármol, tal es el caso del zócalo, las escaleras que acceden a la sección del altar, el altar mayor y los camerinos donde se ubican las imágenes de Nuestra Señora de la Dolorosa, San José y Santo Domingo.

Su construcción contribuyó a la formación de las poblaciones del sector Sur de la ciudad como son el barrio La Dolorosa y los barrios aledaños. El desarrollo religioso del templo estuvo ligado a la Orden de los Dominicos, quienes actualmente se encuentran a su cargo.

Declarada patrimonio histórico- arquitectónico, según Decreto Ejecutivo N° 33660-C, publicado en La Gaceta N° 61 en el año 2007. (Centro de Conservación del Patrimonio Cultural)

### **Iglesia Santa Teresa del Niño Jesús (Santa Teresita)**

Ubicada en la avenida 9, calle 23 en el distrito El Carmen.



Figura 5. Iglesia Nuestra Señora de la Dolorosa / Fuente: Gutiérrez, M., 2008.

Es un inmueble de estilo neoclásico construido en 1920 por el arquitecto José María Barrantes utilizando concreto armado y una estructura importada de Bélgica. (Figura 6) Sus características más destacadas son la planta basilical de tres naves, las columnas de orden corintio y jónico así como las ventanas con tímpanos. A sus alrededores se formó el barrio Aranjuez.

Fue declarada patrimonio histórico arquitectónico en 1999, según Decreto Ejecutivo N° 27643-C, publicado en La Gaceta N° 34. (Centro de Conservación del Patrimonio Cultural)



Figura 6. Iglesia Santa Teresita / Fuente: Gutiérrez, M., 2008.

## **Conclusiones**

1. El potencial turístico con que cuenta la ciudad de San José es diverso. Sin embargo, este no ha sido aprovechado adecuadamente. Dentro de este potencial se cuenta a las iglesias que, con sus riquezas arquitectónicas y obras de arte, se convierten en atractivos turísticos. A la par de lo

anterior, la religiosidad de la población costarricense y el peregrinaje a los que está acostumbrado un segmento de la población, posibilitan el impulso de una ruta asociada a las iglesias.

2. La mayoría de las iglesias que abarracaría la ruta han sido declaradas patrimonio histórico de Costa Rica, lo que les añade un atractivo adicional. Este reconocimiento es de mucha importancia, ya que es garantía de lo invaluable que es el inmueble para el estado.
3. El turismo cultural ligado a lo religioso es una veta que el país debe aprovechar para promover un turismo diferente que puede convertirse en un nicho de mercado.
4. A la par de lo anterior, puede impulsarse el desarrollo de un turismo religioso en razón de la religiosidad de la población costarricense. Caso concreto, puede fortalecerse en la ciudad de Cartago que es la que mayor tradición tiene en este sentido.

# Religión y cultura, elementos potenciales de desarrollo económico; el caso de Tepeaca de Negrete en Puebla

**Gizelle Guadalupe Macías González**  
Universidad de Guadalajara

## Introducción

Ubicado a 35 kilómetros de la ciudad capital de Puebla, el municipio de Tepeaca de Negrete recibe anualmente la visita de alrededor de dos millones y medio de fieles de la imagen del Santo Niño Jesús Doctor de los Enfermos.

La importancia del tianguis o mercado de los viernes, el comercio de sus plantas medicinales, las artesanías de hierro forjado, la tradicional gastronomía y los dulces poblanos, la talavera, el papel amate, las danzas y bailes folklóricos, además de sus sitios culturales, tales como la Plaza de Armas, la Torre Virreinal, La Parroquia, los conventos antiguos y los edificios coloniales como El Rollo, la Casa de Cortés y la Excolegiatura del Diezmo, entre otros, son elementos potenciales en el crecimiento económico de la región.

## Objetivo

Esta investigación pretende dar cuenta de las tradiciones religiosas y culturales así como de los sitios turísticos de Tepeaca de Negrete con miras a ser valorados como la base de la consolidación del desarrollo del municipio.

## Perfil demográfico

El municipio de Tepeaca de Negrete se encuentra ubicado en el centro del estado de Puebla, México. Limita al Norte con Nopaluca, y al Sur con Cuapiaxtla de Madero, Tecali de Herrera y Santo Tomás Hueyotlipán; al Oriente colinda con Acatzingo y al Poniente con Acajete, Cuautinchán y Tecali de Herrera.

La organización del municipio comprende un total de diez Juntas Auxiliares, once Insectorías Auxiliares y diecisiete barrios <sup>1</sup>.

Conforme al Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI, Tepeaca (como se denomina comúnmente) tiene un total de 67,157 habitantes distribuidos en 58 localidades. La población está distribuida en el área urbana y rural. Del total de los habitantes del municipio, 25,136 personas (37%) viven en la zona urbana, dedicados en su mayoría a actividades comerciales (Plan de Desarrollo Municipal de Tepeaca de Negrete, Puebla 2008), en tanto que otro 37% de sus habitantes se encuentra en seis localidades de más de dos mil habitantes, 16% en siete localidades con más de mil personas y el 10% de personas en localidades menores a mil habitantes. El Municipio de Tepeaca tiene una densidad promedio de 373.34 hab/km<sup>2</sup>.

De acuerdo con el perfil sociodemográfico, se trata de población mayoritariamente indígena, con presencia de algunas familias del grupo nahua.

La edad de la población es predominantemente joven, pues 30,639 personas se encuentran en el rango de entre 5 y 24 años, en contraste con las 4,480 personas que se agrupan en la categoría de 60 años o más.

- 
1. Aspectos socio demográficos de Tepeaca de Negrete. <http://www.tepeacadenegrete.gob.mx/>
  2. Plan De Desarrollo Municipal De Tepeaca De Negrete, Puebla 2008 – 2011

El 93% de los habitantes del municipio de Tepeaca practican la religión católica, mientras que los protestantes y evangélicos representan el 5% de la población y el resto está conformado por testigos de Jehová, Mormones, y otros.

La migración en la comunidad alcanza el 1.2% de la población, el 0.2% se encuentra dentro de lo no especificado y el 98.6% de los lugareños permanece en el municipio<sup>3</sup>.

La mayoría de las viviendas de Tepeaca son casas independientes en las que habita el 97% de las personas.

Según el XII Censo General de Población y Vivienda 2000<sup>4</sup>, en Tepeaca 18,374 de las personas mayores de doce años desempeñan algún tipo de actividad económica. De ellos, sólo el 23% está dedicada a actividades comerciales o turísticas, ya sea laborando en restaurantes o en hoteles. Sin embargo, un 15% de esta población no recibe remuneración alguna. La gran mayoría (69%) tiene ingresos de menos de tres salarios mínimos.

El Plan de Desarrollo Municipal 2008-2011 de Tepeaca presenta datos que se confrontan con la realidad, resaltando la participación de sus habitantes en el sector comercio:

*En los años recientes, las actividades primarias, con el 17% de los trabajadores ocupados en el sector de servicios y comercio son la principal fuente de trabajo en el municipio; por su parte la industria y las artesanías siguen manteniendo su mismo nivel de empleo. Sin embargo, si consideramos que el (P. A. A) asciende a cuarenta mil personas, esto significa que la delegación del ISSTEP e IMSS apenas tiene la cobertura de atender el 12% de la población trabajadora en Tepeaca, a lo que explican estos datos que más de la mitad de los trabajadores son empleados en el sector del comercio.*

La permanencia en el mercado de este tipo de empleos es sumamente importante. Así mismo estos

empleos permiten elevar la calidad de vida de los trabajadores de Tepeaca<sup>5</sup>.

Esto permite deducir que los comerciantes representan la mayoría de la población y que su contribución al desarrollo económico del municipio es relevante.

## Los atractivos culturales

En el año 2006 se reconocen como patrimonio cultural<sup>6</sup> de los Estados Unidos Mexicanos 155 zonas arqueológicas. En el periodo comprendido entre 2003 y 2006 dichas zonas recibieron un millón 98 mil 530 visitantes.

El estado de Puebla concentró en este mismo periodo el 4.19% del total de visitas realizadas a los diversos sitios asentados en el territorio nacional, al registrar 45,993 visitas a seis zonas arqueológicas.

Para rescatar los atractivos culturales de la comunidad es necesario remitirnos a algunas características tradicionales del estado, sin dejar de hacer énfasis en las tradiciones típicas de Tepeaca de Negrete.

## La gastronomía

Como el resto del país, la gastronomía del estado de Puebla es importante por su tradición y variedad. Los platillos típicos de esta región incluyen la cemita poblana<sup>7</sup> - un panecillo tipo torta que se prepara con la cema elaborada por las panaderías de la localidad - y la chalupa, preparada con una tortilla de maíz frita en abundante manteca de cerdo.

Los chiles en nogada son muy representativos al mostrar el colorido asociado a la nación mexicana. En este plato se mezclan sabores dulces y salados, logrando un extraordinario agasajo para cualquiera que se aventure a disfrutar su intensidad. Integra chiles verdes finamente cocidos con un relleno de suave carne molida aderezada con los ingredientes más diversos, bañados en la salsa blanca de la nogada y decorados con rojos granos de granada. Se ofrecen en los restaurantes todo el año, pero la tradicional temporada para comerlos es entre agosto y septiembre.

El mole poblano es uno de los más suculentos platillos del estado. Una gran cantidad de ingredientes se utilizan en la elaboración de una salsa espesa que se vierte sobre el guajolote-pavo o pollo. Es un platillo representativo no sólo del estado, sino de México.

Así se rescata la gastronomía poblana en el 1er. Congreso sobre Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural en América Latina y El Caribe:

3. Ibidem.

4. Martínez C., R. (2008) Dimensionamiento del Turismo espiritual en México.

4- Martínez C., R. (2008) Dimensionamiento del Turismo espiritual en México.

5. Op. Cit. Plan De Desarrollo Municipal De Tepeaca De Negrete, Puebla 2008 – 2011

6. <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/soc/sis/sisept/default.aspx?t=mcu06&s=est&c=3133> Zonas arqueológicas - visitantes promedio - 2003-2006 - entidad federativa Información estadística > Temas > Sociodemografía y género > Cultura y recreación > Patrimonio cultural >

7. Martínez A., L. A. (2010) en: [http://www.puebla.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=38&Itemid=62](http://www.puebla.gob.mx/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=38&Itemid=62)

México cuenta con más de 300 variedades de moles, entre los que se cuenta el pepián elaborado con pepitas tostadas y molidas, salsa que los aztecas utilizaban para aderezar el pato lacustre. La cocina de los conventos jugó un papel fundamental en la gastronomía poblana. Fue en un convento donde nacieron los chiles en nogada para honrar a Iturbide y en conmemoración de la Independencia. El chile poblano relleno de picadillo de carne, condimentado con frutas, canela, clavo y piñones, es capeado y servido en frío para cubrirlo de la blanca salsa de nuez de Castilla de la huerta de Huejotzingo, y salpicado con granos de granada roja. Este platillo se acostumbra comer en los meses de agosto y septiembre, porque es cuando la nuez se encuentra fresca y lechosa.

Los mercados de Puebla ofrecen las famosas chalupitas, de salsa roja o verde, con carne deshebrada, o los gusanos de maguey con tortillas para hacer tacos, o los cuiltacoches cocidos al vapor y aromatizados con epazote o cilantro. Las tortillas blancas y azules se conservan en grandes canastos al igual que las cemitas y los pambazos. En los puestos del mercado se sirven suculentos platos de chilaquiles de cazuela, caldosos y espolvoreados con queso panela que se utiliza mucho en esta región. Otro orgullo de los poblanos son los dulces encurtidos y los camotes. Cerca de la capital poblana, Cholula, la ciudad de los 365 altares, se puede disfrutar del mercado de los miércoles, rico en productos de la sierra<sup>8</sup>.

Específicamente en Tepeaca de Negrete la comida típica la integran "... las tradicionales carnitas, los cueritos, el chicharrón, tamales, cecina, la barbacoa y el mole poblano. Buñuelos, dulce de calabaza, higo, jamoncillo de semilla y en Todos Santos se hacen figuras de pepita en dulce vidriado. Se sirve pulque de maguey, el chocolate y el atole de masa."<sup>9</sup>

## Los dulces

Una tradición gastronómica que viene desde la Colonia es, precisamente, la elaboración de dulces típicos: muéganos, alfeñiques, alegrías, mazapanes, tortitas de santa clara, borrachitos, "... polvorones, alfajores en figurillas (pasta de maíz molido con panela y canela), pepitorias, obleas con miel, pepitas de calabaza, buñuelos, suspiros de monja, muñecos de almendra, soletas, cubiletes, borrachos, gaznates, tortas de piñón, frutos de cristal, natillas, jamoncillos de pepita de melón, turrón de cacahuete, macarrón, tortitas del cielo, y demás, pero sin lugar a duda, el dulce más conocido es el camote"<sup>10</sup>

La antropóloga Ivon Encinas menciona las características de los dulces poblanos:

*Es curioso cómo la elaboración de algunos manjares azucarados tiene relación con la producción de arte virreinal; por ejemplo, se dice que se utilizaba tanta clara de huevo para pegar las laminas de oro de un retablo, que los poblanos se las ingeniaron para utilizar la yema en algo más; es así que surgen dulces elaborados con yemas de huevo, como los huevos reales, uno de los postres más tradicionales de la época<sup>11</sup>.*

## Las danzas

Los bailes típicos del municipio de Tepeaca se pueden apreciar en el carnaval de febrero, que se celebra en el barrio de San Miguel, donde se realiza la danza de los "Huehues".

## Las artesanías

Entre las artesanías que se realizan en esta población destacan los trabajos de hierro forjado. Se rescata la forja del hierro para la "elaboración de escaleras, puertas, ventanas, hoces, machetes, bancas para parques con figuras decorativas en hierro y una gran diversidad de figuras para decorar"<sup>12</sup>.

## El tianguis de los viernes

Los viernes en Tepeaca son conocidos por su tradicional mercado. Se trata de un tianguis semanal que data de la época del emperador Moctezuma Ilhuicamina al que concurren los vendedores no establecidos y en donde predomina el trueque.

Allí se comercian productos agrícolas, artesanales e industriales.

También conocido como mercado, ha sido objeto de estudios profundos. En 1973 el INAH publicó un artículo de Longmate en su boletín denominado: "El sistema de mercados en Tepeaca"<sup>13</sup> y se encuentra clasificado como uno de los mercados semanarios de México en el estudio denominado "Bibliografía sobre mercados con especial referencia a la comercialización de productos agrícolas" de Verónica Veerkamp<sup>14</sup>.

8 Quintana, P. Panorama gastronómico de México., <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf/cuaderno1.pdf>

9 Gobierno municipal de Tepeaca de Negrete 2008-2011. Cultura y turismo en Tepeaca de Negrete <http://www.tepeacadenegrete.gob.mx/cultura.html>

10 <http://www.elkiosco.gob.mx/puebla.html>

11 Explica la investigadora del INAH Ivon Encinas Hernández, en: [http://dti.inah.gob.mx/index.php?option=com\\_content&task=view&id=3017&Itemid=329](http://dti.inah.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=3017&Itemid=329)

12 Enciclopedia de los Municipios de México. Puebla Tepeaca [http://www.e-mexico.gob.mx/work/EMM\\_1/Puebla/Mpios/21164a.htm](http://www.e-mexico.gob.mx/work/EMM_1/Puebla/Mpios/21164a.htm)

13 Nueva Antropología, Año VI, No. 19, México 1982 <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/IndArtRev.jsp?ICveNumRev=4734&iCveEntRev=159&institucion=>

14 <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/nuant/cont/19/cnt/cnt8.pdf>

Así también existen documentales como el de Luis Acevedo (1992) donde la intención es rescatar “la riqueza cultural e histórica que tiene el tianguis de Tepeaca en donde la comercialización directa y el trueque físico de mercancías puede desaparecer, ya que en el momento de la realización de este documental había un proyecto de reubicar este mercado rural luego de 526 años de permanecer en el mismo lugar”<sup>15</sup>.

Este mercado y/o tianguis de los viernes fue considerado el más grande de México<sup>16</sup>.

## Las plantas medicinales

En un estudio realizado en el año 2006, denominado “Plantas medicinales de cuatro mercados del estado de Puebla, México”<sup>17</sup>, se hace énfasis sobre esta actividad en el mercado de Tepeaca. Allí se encontraron 33 diferentes especies de plantas que se venden indistintamente en forma fresca o seca para curar diferentes enfermedades.

La mayoría de estas plantas se encuentran durante todo el año, salvo el alampepe, el berro y la gobernadora. El uso de las especies es para curar diferentes enfermedades.

## El ballet folklórico

El Instituto Tecnológico Superior de Tepeaca<sup>18</sup>, cuenta con un ballet folklórico<sup>19</sup> que lleva a cabo presentaciones tanto en la población como en los distintos estados de la República Mexicana y de Estados Unidos de Norteamérica.

## La talavera

La talavera de Puebla es una de las tradiciones alfareras de mayor reconocimiento en la cerámica nacional, una de las más importantes por ser reflejo del arte mexicano.

*Los inicios de la Talavera se remontan a los Dominicanos, quienes la elaboraban en su monasterio de Talavera de la Reina en Toledo, España. Cuando los*

*monjes se establecieron en México durante el período colonial trajeron vasijas con ellos o quizás alguien imitó los diseños, convirtiéndose el arte sumamente popular. Para 1550, la ciudad de Puebla producía Talavera de alta calidad, y en 1580 fue el centro de la producción de cerámica en México.*

*A fines del siglo XVIII y principios del XIX, la Talavera Poblana sufre un cambio trascendental al sustituir el decorado en azul por la rica policromía de influencia italiana y así a través de los siglos, la Talavera Poblana se ha enriquecido con diversas influencias, como la Árabe, Española, Portuguesa entre otras... hoy en día las piezas de Talavera recrean los estilos y diseños de la antigua Talavera poblana y española, así como motivos indígenas y de art nouveau; alegoría de formas y colores extraordinarios, fruto de la imaginación de los alfareros poblanos y así convirtiéndose en el producto con más distribución en el Nuevo Mundo.*

*La Talavera azul cobalto se relaciona con lo chinesco, un estilo que pertenece a la dinastía Ming. La auténtica Talavera se reconoce por lo siguiente: El color de fondo debe ser blanco u ostras. El diseño del color o los colores de la pieza se realizan con las reglas tradicionales. La parte de debajo de la pieza, aquella que toca la mesa, se llama silla; este componente es rosa o terracota, es decir, con poca pintura. Además se requiere que tenga una inscripción con la siguiente información: el logo de la casa que la produjo, las iniciales del artista que la pintó y la localización geográfica de la casa (Puebla)<sup>20</sup>.*

## El papel amate

El papel amate es otra de las tradiciones representativas del estado. Oportunidad de rendir tributo a los dioses de las distintas religiones que se practican, encierra las creencias y tradiciones de los poblanos. Puede adquirirse en plazas y mercados.

Martínez Álvarez define al papel amate:

*Las representaciones antropomorfas de espíritus y deidades, recortadas por el hechicero en el papel amate, adquiere un significado mágico asociado al bien cuando el recorte es en el papel blanco y al mal cuando el papel es oscuro. Estas figuras se utilizan en todo tipo de ritos y curaciones. Pero si el recorte de las figuras lo hace cualquier otra persona éstas se destinan exclusivamente a la venta, pues pierden su carácter de reverencia y respeto. Como es el caso de los cuadernillos de amate en forma de códices elaborados por el curandero Alfonso García Téllez, que narran historias o ceremonias para ayudar a sanar a los enfermos o propiciar buenas cosechas<sup>21</sup>*

15 <http://en.scientificcommons.org/45934238>

16 <http://www.puebla.gob.mx/puebla/turismoDoc.jsp?id=15991> y <http://www.tepeaca.com/turismo.php>

17 Martínez-Moreno, David, et. Al. (2006) Plantas medicinales de cuatro mercados del estado de Puebla, México. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/577/57707908.pdf>

18 <http://transparencia.puebla.gob.mx/phocadownload/itsepeaca/fraccion-vi/planes-y-programas/its%20tepeaca.pdf>

19 [http://sic.conaculta.gob.mx/lista\\_mv.php?table=&disciplina=&estado\\_id=21&municipio\\_id=&paso=100&offset=150](http://sic.conaculta.gob.mx/lista_mv.php?table=&disciplina=&estado_id=21&municipio_id=&paso=100&offset=150)

20 Martínez A., L. A. (2009) [http://www.puebla.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=165](http://www.puebla.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=165)

21 Martínez, L. (2010) [http://www.puebla.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&catid=35%3AArtesan%C3%ADas&id=166%3Aapapel-amate&format=pdf&option=com\\_content&Itemid=59](http://www.puebla.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&catid=35%3AArtesan%C3%ADas&id=166%3Aapapel-amate&format=pdf&option=com_content&Itemid=59)

## Los sitios turísticos

De Tepeaca se dice que “es un pueblo más desarrollado que otros cercanos, rodeado de un cerro bajo que expone una pequeña cantera de mármol muy bonita a la vista...el zócalo particularmente es muy pintoresco. Su plaza es amplia y está decorada de unos macetones de Talavera y una torre virreinal ... rodeada por el Palacio Municipal, la iglesia y el antiguo convento, además de varios edificios coloniales, y el cerro a lo lejos, brindan un entorno de paseo muy agradable”<sup>22</sup>.

Tepeaca también cuenta con otros edificios: el exconvento de San Francisco, la construcción virreinal de El Rollo, así como la Casa de Cortés (que actualmente alberga el museo local), la Casa de los Virreyes, la Capilla de la Tercera Orden, la Excolegiatura del Diezmo (hoy Casa de la Cultura)<sup>23</sup>.

También se dice que “no parece recibir mucho turismo más que el peregrino en las fiestas religiosas, y sin embargo tiene varios atractivos para visitar al menos a lo largo de un día”.

Pero se propone visitar los edificios mencionados líneas arriba, además de subir el pequeño cerro y apreciar la vista panorámica. Lo más interesante son las visitas a los mercados del día viernes, reconocidos por su magnitud: el tianguis de ganado, donde los rancheros de los alrededores acercan mulas, vacas, cebúes, ovejas, para comprar y vender o intercambiar; y el ya mencionado tianguis donde prevalece el trueque y se comercializa de todo, desde comida, frutas y verduras, gallinas y guajolotes, hasta ropa nueva y usada, muebles o chatarra<sup>24</sup>.

Así también existen interesantes sitios para visitar como: “... el Algibe (depósito de agua) y el balneario María Isabel, el cual forma parte de las instalaciones del hotel que lleva el mismo nombre y cuenta con dos albercas y tres chapoteaderos de agua cristalina; además de amplias áreas verdes, estacionamiento, canchas de basquetbol, tenis, fútbol, ping pong y bádminton. Por último, en la localidad de San Lorenzo existe un lugar llamado la Joya donde se tienen áreas verdes, aptas para el día de campo”.<sup>25</sup>

## Los atractivos religiosos

Durante todo el año Tepeaca recibe visitantes que recorren sus atractivos turísticos. Uno de los más importantes es la parroquia de San Francisco. Dentro de esta iglesia se encuentra la imagen del Santo Niño Doctor de los Enfermos.

La imagen de devoción del Santo Niño Jesús Doctor de los Enfermos es una escultura del Niño Dios que

se encuentra en una capilla lateral de la Parroquia de San Francisco en Tepeaca, Puebla. Esa imagen fue traída por unas monjas de la orden de las Josefinas, en la que destaca la Reverenda Madre María del Carmen Barrios Báez”.<sup>26</sup>

La gente narra que:

*En la época de la Colonia en el Ex convento de San Francisco de Asís habitaban las monjas de la orden de las Josefinas, en la que destaca la Reverenda Madre María del Carmen Barrios Báez quien todos los días vestía la figura de un Niño Jesús, hasta que un día misteriosamente el niño tenía sus zapatitos sucios, como era época de lluvia, estaban llenos de lodo, sin embargo, las religiosas, creyeron que sólo se trataba de una broma o simplemente alguien había ensuciado los zapatos, posteriormente dicha figura fue llevada a Tehuacán por la hermana que fue trasladada a esa ciudad en un municipio también de Puebla, muy cerca de Tepeaca, dicha figura sólo permaneció ahí por poco tiempo ya que extrañamente apareció en la Parroquia de San Francisco de Asís igualmente con sus zapatitos sucios, a partir de este suceso algunas personas que anteriormente habían estado enfermas relatan que durante su sueño veían que la imagen del Niño Jesús los visitaba y que posteriormente habían sanado sus enfermedades. A partir de ese entonces todos los días llegan al Pueblo de Tepeaca miles de feligreses con la intención de venerar al Santo Niño Doctor de los Enfermos. Cabe mencionar que la veneración a éste es en una pequeña capilla que se encuentra en la Parroquia de San Francisco de Asís, la cual mide aproximadamente 12 mts<sup>2</sup> y todos los domingos le ofrendan a éste Santo innumerables arreglos florales y juguetes. La fecha de su fiesta anual es el 30 de abril. En la iglesia se reciben peregrinaciones procedentes de diversas partes del Estado de Puebla y del país, que visitan a la imagen<sup>27</sup>.*

La feria patronal en advocación al Santo Niño Doctor de los Enfermos (30 de abril) es de gran trascendencia regional. Cada año aproximadamente dos millones y medio millones de fieles visitan su santuario<sup>28</sup>.

22 <http://www.trotamexico.com/es/articulo/puebla/tepeaca/general/lu/tepeaca/>

23 <http://www.puebla.gob.mx/puebla/turismoDoc.jsp?id=15991> y <http://www.tepeaca.com/turismo.php>

24 <http://www.trotamexico.com/es/articulo/puebla/tepeaca/general/lu/tepeaca/>

25 <http://www.tepeacadenegrete.gob.mx/cultura.html>

26 <http://devocionaldivinonino.blogspot.com/2009/12/santo-nino-jesus-doctor-de-los-enfermos.html>

27 Ibidem.

28 Plan de Desarrollo Municipal de Tepeaca de Negrete, Puebla 2008 – 2011

En ese municipio se celebran también fiestas tradicionales como la de San Francisco (4 de octubre) y la Virgen de Guadalupe (12 de diciembre); fiestas que se celebran con misas, cohetes, procesiones, juegos mecánicos y antojitos mexicanos. En las fiestas patronales tocan las bandas y orquestas con instrumentos de viento.

En el carnaval de febrero en el barrio de San Miguel se realiza la danza de los "Huehues" y en Semana Santa se llevan a cabo las procesiones <sup>29</sup>.

La celebración religiosa del Día de Muertos (1 y 2 de noviembre) es otro de los atractivos religiosos de Tepeaca. Presenciar las actividades y rituales de "Día de Muertos en la entidad poblana es comprender lo que significa fundir el alma con el viento, caminar de la mano de los espíritus y saber que somos parte de la historia y las leyendas" <sup>30</sup>.

Como una manifestación de las tradiciones religiosas de los poblanos, la celebración del Día de Muertos brinda la oportunidad de admirar las espectaculares ofrendas que se realizan en el altar al muerto. Los altares permiten convivir con las ánimas de los difuntos en una vivencia de espiritualidad en que además se disfruta de los deliciosos platillos que se preparan en honor de los muertos.

29 [http://www.emexico.gob.mx/work/EMM\\_1/Puebla/Mpios/21164a.htm](http://www.emexico.gob.mx/work/EMM_1/Puebla/Mpios/21164a.htm)

30 Cortés P., L. 2009 [http://www.puebla.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=227](http://www.puebla.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=227)

31 <http://www.oem.com.mx/elsoldepuebla/notas/n250723.htm>

Los asistentes se llegan a perder "en la fugacidad del tiempo" para comprender que "después de esto ya no serán los mismos, porque al marcharse los muertos se habrán llevado algo de ellos, pero también les habrán dejado parte de su eternidad".

## El desarrollo económico de Tepeaca de Negrete a partir de la visita turística a los atractivos culturales y religiosos

### Los visitantes

La información turística de esta entidad señala que de seis millones 254 mil visitantes que recibe el estado, el 86.24% reside en el territorio nacional y 13.76% reside fuera de México.

El Cuadro 1 ilustra el porcentaje de visitantes de Puebla de acuerdo a su procedencia.

Respecto a los motivos por los cuales visitan la ciudad de Puebla, los turistas resaltan atractivos arquitectónicos, gastronómicos, religiosos y de negocios. De acuerdo a los indicadores básicos de la actividad turística en Puebla (2007), la afluencia de visitantes a la Región Mixteca, -de la que forma parte Tepeaca- fue de 97,915 personas.

El diario El Sol de Puebla publicó que se esperaban del 21 de abril al 4 de mayo de 2007 una afluencia de más de 400 mil visitantes y unos 3 mil vehículos, en la fiesta de Santo Niño Doctor de los Enfermos <sup>31</sup>.

PROCEDENCIA RESIDENTES			
Edo de Méx./ D.F	14.40%	Tlaxcala	3.30%
Veracruz	13.00%	Jalisco	5.64%
Oaxaca	7.10%	Puebla (Interior)	6.90%
Morelos	4.80%	Nuevo León	4.80%
PROCEDENCIA NO RESIDENTES			
USA	23.40%	Canadá	6.70%
Francia	9.60%	Alemania	8.60%
Centro/Sudamérica	11.00%	Italia	8.10%
España	14.80%	Holanda	6.20%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del Gobierno de Puebla 2005-2011, Secretaría de Turismo.

## **La promoción turística**

El gobierno de Puebla, a través de la Secretaría de Turismo, promueve distintas rutas turísticas. Una de éstas es la Ruta de la Sierra Mixteca, que en uno de sus varios recorridos propone la Ruta del Ónix, que contempla la visita a Tepeaca, sumada a los siguientes sitios: Africam Safari, Cuauhtinchan, San Salvador Huixcolotla, Tecali de Herrera y Tecamachalco<sup>32</sup>.

El gobierno municipal de Tepeaca de Negrete resalta la importancia de apoyar a la actividad turística del municipio como un pilar fundamental de desarrollo de la población. Desde su punto de vista, la afluencia de visitantes se verá incrementada por los motivos religiosos y culturales que son parte de la población, el más importante entre ellos la imagen del Santo Niño Doctor de los Enfermos. El Plan Municipal de Desarrollo 2008-2011 de Tepeaca de Negrete, señala:

*Por lo que se refiere al turismo y por su gran potencial económico y social, por su contribución a la generación de empleos, el turismo es un sector fundamental para detonar el desarrollo del municipio. La promoción de la actividad turística en Tepeaca es una acción vital para lograr la visión turística propuesta en este Plan Municipal de Desarrollo 2008-2011.*

*La actividad turística es fundamental para el desarrollo económico, para estimar su importancia, baste mencionar que la Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado ha realizado proyecciones que indican que el total de turistas nacionales que habrán de movilizarse el municipio se duplicará en los próximos cinco años. De ahí la importancia de incrementar nuestras acciones que permitan interesar a los turistas nacionales que viajen a nuestro estado y que visiten a nuestro municipio.*

*Para ello, pondremos especial atención para aumentar los recursos y mejorar la infraestructura de nuestros servicios públicos es decir, estamos alentando a los empresarios del turismo en Tepeaca sobre la necesidad de mejorar la calidad de los servicios y trabajar de manera coordinada, no sólo en el aspecto de la promoción y difusión, tan necesario para consolidar a Tepeaca como un destino turístico cultural, sino para generar servicios que posibiliten tomar decisiones para el turismo local.*

## **Los proyectos de desarrollo**

Existen inquietudes de la iniciativa privada por establecer proyectos que impulsen el desarrollo económico de Tepeaca, entre ellos se encuentra el Tepeyacatl. El arquitecto Carlos Ruiz manifiesta al explicarlo que “no sólo debemos conformarnos en recibir a los peregrinos una vez al año e improvisar una feria, debemos ofrecer un destino turístico de

calidad, con más atractivos para atraer no sólo al turismo religioso (peregrinos) sino a otras muchas personas con diversos intereses, dándoles una gran variedad de actividades culturales (museo), científicas (un aviario, el invernadero o una “granja las Américas” - pero en pequeño - donde puedan observarse las especies en vías de extinción), y de ecoturismo (cabañas y campismo, ciclovías).

Tepeyacatl contempla una Iglesia del Pedimento para dos mil feligreses, además de espacios para artesanos y comerciantes de toda la región, una laguna artificial, etc.

Y, tratándose de una obra que involucra a los sectores turístico y religioso, no podía faltar la opinión del Párroco Salomón Mora: “Ahora creo que esto es una realidad, así que me sumo a todo este grupo para ayudar en lo que yo pueda.”

Aclaró, respecto del proyecto cultural, ecoturístico y religioso descrito por el arquitecto Ruiz que, contrario a lo que muchos fieles católicos tepeaquenses piensan, la figura religiosa representativa de Tepeaca no se llevará a ningún barrio: “No es trasladar la parroquia a ese lugar, es el pedimento, como hay en otros lugares, el Santo Niño Doctor seguirá estando en la parroquia porque el título del santo niño doctor es el Santo Niño Doctor que se venera en la parroquia de Tepeaca (...).”<sup>33</sup>

Tepeyacatl aún ha comenzado a construirse, pero desde el punto de vista de los turistas es necesaria la existencia de este tipo de proyectos. Refiriéndose a Tepeaca, una viajera de la Ciudad de México opinó que se tiene una arquitectura “maravillosa” así como paisajes naturales, “es muy bonito por su arquitectura y costumbres pero si me da tristeza ver que el gobierno no hace nada por preservar esos lugares; vi varias zonas arquitectónicas pintadas por gente que no aprecia su cultura.”

## **A manera de conclusión**

En este análisis se han presentado las tradiciones culturales y religiosas de Tepeaca de Negrete, Puebla. Se ha apuntado el valioso inventario cultural de la población y se ha mostrado con cifras la afluencia de visitantes a estos sitios. Así mismo se ha hecho hincapié en las inquietudes de gobierno y empresarios por potenciar estos aspectos a fin de apoyar el desarrollo económico del municipio.

32 <http://www.puebla.gob.mx/puebla/turismoMenu.jsp?id=15220>

33 <http://tepeaca.net/blog/colosal-proyecto-en-tepeaca-de-realizarse-llevaria-al-desarrollo-metropolitano.html>

Resalta como prioridad la atención tanto de los fieles de la imagen del Santo Niño Doctor de los Enfermos como de los visitantes del tianguis de los viernes y de los edificios culturales.

La propuesta de la iniciativa privada ha sido plasmada en el complejo cultural, ecoturístico y religioso Tepeyacatl, integrada por un área en que convergen los centros turísticos, comerciales y religiosos.

El sector gubernamental estatal considera a Tepeaca parte integrante de sus rutas turísticas, incluyéndola en la Ruta del Ónix, y el gobierno municipal prioriza al turismo por su gran potencial económico y social, por su contribución a la generación de empleos, y como detonador del desarrollo del municipio.

Definitivamente la contribución de la religión y la cultura al desarrollo económico de Tepeaca ha marcado su historia y debe proponerse estratégicamente como detonante de esta población.

# María Virgen, esculturas de los siglos XVI y XVII en el Occidente de México

Francisco Javier Martín del Campo Orozco

## Introducción

El estudio de las esculturas de María Virgen, que datan de los siglos XVI y XVII y aún se encuentran en el Occidente de México, es posible gracias a su permanencia en los sitios en que fueron depositadas por los frailes de la Orden de Franciscanos Menores y la Orden de San Agustín durante el proceso de evangelización de los indígenas de esta zona del país.

El clero secular - es decir, los religiosos que conviven con la sociedad y administran sacramentos - tuvo un lugar secundario en el desarrollo de esta tarea, ya que durante este periodo se dedicó a brindar servicios religiosos únicamente a las personas de origen español.

Sin embargo, este orden de cosas cambió en el último tercio del siglo XVI, cuando los pueblos indígenas pasaron en su mayoría a manos del mismo clero secular.

Hasta antes de 1773-4 en la Nueva Galicia sólo los franciscanos adoctrinaban a los pueblos aborígenes. En aquel año, aunque con una presencia un tanto limitada, llegaron los agustinos a la región.

Se asentaron en poblados de Ayotlán, Ocotlán, Atonilco, La Barca, Tonalá, Tlaquepaque y Guadalajara, en donde fundaron doctrinas y hospitales, generalmente consagrados a la veneración de María Virgen de la Soledad.

Es precisamente en estos lugares en donde se depositan, en forma tardía, imágenes de María Virgen.

## Objetivo del estudio

El objetivo de este estudio es ampliar el conocimiento sobre la mayoría de las imágenes de María Virgen que tienen asiento en diversos sitios del Occidente de México, así como profundizar en la historia de la evangelización primaria en esta región del país.

## Estudio

Por espacio de más de diez años he buscado en casi cada poblado del Occidente de México (estados de Michoacán, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí, Guanajuato, Aguascalientes, Zacatecas, Nayarit y Colima), imágenes de María Virgen cuyo origen se remonte a los siglos XVI y XVII.

A la fecha he logrado localizar 114 de estas figuras.

Al hacer la recopilación de datos comprobé que estas imágenes, la mayoría elaboradas en pasta de caña de maíz, guardan una estrecha relación con los hospitales en que fueron depositadas por franciscanos y agustinos.

Muy pocas de ellas fueron depositadas por el clero secular.

A raíz de esta asociación, y para comprender en forma más amplia la historia de dichas imágenes, me di a la tarea de estudiar tanto la pasta de caña de maíz como todo aquello relativo a dichos hospitales.

## *Pueblos Hospital*

Como él mismo lo declaró, los Pueblos Hospital fueron una institución cuya idea fue tomada por Vasco de Quiroga de la Utopía de Tomás Moro. El que fuera primer Obispo de Michoacán fundó y redactó las Ordenanzas para el funcionamiento de los hospitales de la Santa Fe en la ciudad de México y de La Laguna, en Uayámeo (hoy Santa Fe de la Laguna), en las inmediaciones del lago de Pátzcuaro. (Landa, 1965).

Tras el éxito de este par de experiencias, la fundación de los Pueblos Hospital con sus respectivas capillas dedicadas a la Virgen María se generalizó en casi cada poblado de Michoacán y de la Nueva Galicia, de donde se expandieron a Zacatecas y algunas otras zonas del Poniente del país.

Es así que para 1563 tuvieron una total fundación (Tello, 1978) por parte de las órdenes de frailes franciscanos y agustinos.

### **La pasta de caña de maíz**

Se sabe por los cronistas antiguos que los pueblos indígenas asentados en las cercanías del lago de Pátzcuaro fabricaban ídolos para ser usados en sus guerras, y que estaban hechos de un material muy liviano.

Con la llegada de los primeros frailes de la Orden de Franciscanos Menores o de la Observancia, en 1525, se procede a la destrucción de estas figuras. Fray Francisco Mariano de Torres y las Crónicas de Michoacán de Fray Diego de Basalenque cuentan que Fray Martín de la Coruña invitó a los indígenas de la región a que llevaran aquellos ídolos a su presencia para luego proceder a destruirlos; unos los incineró y otros los arrojó al fondo de lago de Pátzcuaro.

Desde la época prehispánica estos ídolos o Tivimes estaban confeccionados con una mezcla de caña de maíz y un engrudo preparado con los bulbos de una orquídea, llamada Tatzingueni, que crecía en las orillas del lago; pero no se sabía nada más.

Al conocer los elementos con que los indígenas hacían aquellos ídolos, los franciscanos decidieron fabricar sus imágenes religiosas con base en esa técnica, pero con ideas y acabados europeos, es decir, españoles.

Así comenzaron a construirse las primeras esculturas de María Virgen.

La primera de estas imágenes de que se tiene noticia es la de la Virgen de Zapopan, que en 1531 fue traída a la Nueva Galicia por el franciscano Fray Antonio de Segovia y que en 1542 fue donada al pueblo de Tzapopan - lugar donde permanece hasta nuestros días - una vez pasada la guerra del Mixtón.

A su arribo en 1538 como Obispo de Michoacán, Vasco de Quiroga supo de la confección a la manera indígena de imágenes religiosas bajo la dirección franciscana, por lo que determinó darle un carácter más formal mediante la invitación al español Matías de la Cerda para que creara el primer taller de imágenes religiosas católicas en pasta de caña de maíz de Pátzcuaro.

Poco tiempo después los talleres ya se encontraban trabajando en los hospitales de la Santa Fe de México y de la Laguna.

De estos talleres salieron las primitivas esculturas de María Virgen que los miembros de las órdenes de

Franciscanos Menores y de San Agustín llevaron a cada capilla de los Pueblos Hospital. Éstas son las imágenes de que se ocupa mi estudio.

A fines del siglo XX varios investigadores, patrocinados por el gobierno del Estado de Michoacán, realizaron estudios formales sobre la pasta de caña de maíz. Así se logró saber algo más sobre la composición de las piezas realizadas con este material.

La pasta de que están hechas estas imágenes es una mezcla de dos partes de pulpa de caña de maíz molida, lavada y secada, por cinco partes un aglutinante producto de la orquídea denominada *Catleya Citrina* llamada Tatzingueni, Oráracua o Arórocuca en lengua purépecha; aunque el mismo resultado se obtiene con la flor Itzúmacua o Flor de Corpus y con la Flor de Todos los Santos o Lirio de San Francisco. A esta pasta se agregaba un extracto de la flor de Tijerilla que funcionaba como veneno contra las polillas.

Con la pasta se estructuraba el núcleo de la figura de María Virgen, que comprendía la cara y el busto. El cuerpo estaba compuesto de una estructura manufacturada con cañas de maíz secas atadas con cintas de pita, o bien por un tronco de madera de colorín o de un qurote de maguey, a los que se les daba la forma final mediante la aplicación y el moldeado de una capa de la pasta antes descrita.

Una vez que la figura estaba seca, se procedía a darle una delgada capa de yeso aglutinado con cola de origen animal a manera de aislante.

Las manos de la imagen se hacían por separado, y se pintaban junto con la cara para luego “encarnarlas” al cuerpo. Era también el momento de proceder a los estampados.

Seguramente para obtener un acabado brillante, la pieza se frotaba a mano con maque, un compuesto de aceites de chía y de axe - que se extraía del hemíptero *Coccus Axin* - mezclados con un polvo fino y blanco (tierra blanca) llamado Dolomía o Tepútzclautla. (Gobierno de Michoacán, folleto sin fecha).

Con el paso del tiempo las figuras de María Virgen comenzaron a elaborarse sobre un armazón de tiros de madera forrados con tela o papel amate o europeo. Algunas de estas imágenes se rellenaban con trozos de pulpa de caña de maíz previamente puestos a secar. Bonafit comprobó que para consolidar el cuerpo de las hojas de maíz se usaban aglutinantes y luego se forraban con tela o papel (Stransky, 1966)

## **Conclusiones**

La evangelización primaria en el Occidente del país fue realizada casi exclusivamente por los frailes de la Orden de Franciscanos Menores y la Orden de San Agustín.

Esta evangelización se hizo en forma exclusiva sobre los pueblos indígenas.

La gran mayoría de las imágenes de María Virgen tienen una relación con las capillas de los Hospitales de la Concepción, que por regla fueron instituidos por los franciscanos en cada poblado.

La mayoría de las imágenes de María Virgen están fabricadas con pasta de caña de maíz.

El papel que desempeñó el clero secular se centró en brindar servicios religiosos dentro de las iglesias de culto público. Fue hasta el último tercio del siglo XVI que pasan gradualmente al clero secular la gran mayoría de los pueblos evangelizados por los frailes franciscanos y agustinos. (Orozco 1554)

En la Nueva Galicia la evangelización primaria corrió, casi en su totalidad, a cargo de la Orden de Franciscanos Menores. Los miembros de la Orden de San Agustín llegaron tardíamente y sólo en una zona limitada. A partir de 1573-4 fundaron Doctrinas en Ayotlán, Ocotlán, Atotonilco, La Barca, Tonalá, Tlaquepaque y Guadalajara.



# Turismo religioso, el caso de San Juan de los Lagos

José Juan Puebla Rodríguez

Universidad Nacional Autónoma de México

## Introducción

Desde la más remota antigüedad el hombre ha tratado de establecer relaciones permanentes con quien ha definido como Dios; estas relaciones se han manifestado esencialmente en la dedicación de sitios destinados al culto y la adoración de su divinidad, mismos que han sido elegidos por ser objeto de manifestaciones más o menos inexplicables y atribuidas a un ser todopoderoso. Estos lugares sagrados para las diferentes religiones del planeta han sido motivo de veneración y resultan dignos de visitarse.

Los desplazamientos hacia los lugares sagrados comenzaron casi al mismo tiempo que el propio culto religioso en los mismos. Estos traslados pronto derivaron en rutas de peregrinaje y favorecieron la creación y establecimiento de servicios que cubrieran las necesidades del peregrino, tales como el hospedaje.

En la actualidad, un considerable número de personas muestran su fe en la práctica del peregrinaje a los emplazamientos que consideran son un punto de contacto con un ser supremo y donde, a través de imágenes u objetos consagrados a él o a sus más cercanos representantes (santos, profetas, etcétera), consideran recibir bendiciones espirituales o materiales.

En el orbe cristiano occidental son de sobra conocidos destinos como Jerusalén, el Vaticano, Fátima, Lourdes o La Sallette, en tanto que La Meca es para el mundo del Islam el punto más importante de su peregrinaje: Todos estos sitios han desarrollado una amplia variedad de servicios anexos y creado un comercio permanente con la devoción de los peregrinos.

Un fenómeno similar se presenta en varios santuarios católicos de México, para ejemplo baste mencionar la Basílica de Guadalupe, en el Distrito Federal; San Juan de los Lagos, Jalisco; Plateros, Zacatecas; Chalma, Estado de México o Izamal en Yucatán.

Para la realización del presente estudio se revisaron los aspectos del turismo religioso en la ciudad de San

Juan de los Lagos, en el municipio de la misma denominación, por ser una urbe cuyo centro religioso tiene importancia a escala nacional y es considerado la base de la economía de la localidad; su tamaño espacial y desarrollo socioeconómico permiten observar de manera muy clara la influencia que el santuario católico ejerce en los factores geográfico-económicos de la localidad; componentes que no resultan tan fácil de detectar o deslindar del resto de la economía en metrópolis grandes y complejas como la Ciudad de México, donde se ubica el santuario de Nuestra Señora de Guadalupe.

## El turismo desde la geografía

Ana García Silberman anota que:

*“De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), tras la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Turismo (Roma, 1963), el viaje turístico comporta una estancia de al menos veinticuatro horas pasadas fuera del domicilio habitual, y a este criterio se atiene en la publicación de sus repertorios estadísticos” (García, 1970:18).*

Sin embargo, el geógrafo francés Michud (citado en García, 1970:19) ofrece una definición más ajustada a la perspectiva espacial:

*“El turismo agrupa al conjunto de actividades de producción y consumo, a las que dan lugar determinados desplazamientos seguidos de una noche, al menos, pasada fuera del domicilio habitual, siendo el motivo del viaje el recreo, los negocios, la salud (termalismo, talasoterapia) o la participación en una reunión profesional, deportiva y religiosa.”*

Pocas disciplinas se relacionan tanto con el turismo como la ciencia del análisis espacial, la geografía; su campo de acción versa sobre la identificación, análisis e interpretación de la distribución espacial del fenómeno, elementos que le otorgan un carácter prioritario en el análisis de este campo (Rafferty, 1993)

Donde se presenta, la actividad turística produce un impacto espacial importante tanto en el medio natural como en aspectos económicos, sociales, políticos o culturales. Respecto al medio físico, es conocido que la mayoría de los espacios turísticos se desarrollan a partir de un recurso natural (paisaje, montañas, playas) que es transformado a corto o largo plazos en razón de las prioridades que el propio turista establece. El uso de suelo también se ve afectado de manera directa al modificarse totalmente la mayoría de las veces; el cambio más representativo se presenta cuando las áreas agrícolas o ganaderas se convierten en zonas turísticas.

Cierto es que el turismo crea más empleos indirectos que otras actividades secundarias. Regularmente el crecimiento del empleo -directo e indirecto- en este sector ocurre principalmente a expensas de la población activa agrícola (Carrascal, 1975), además de que la mano de obra resulta explotada al percibir sueldos muy bajos y su ocupación es predominantemente estacional. Los empleos generados se enfocan principalmente a cubrir plazas como guías, servidores domésticos, jardineros, afanadores, cocineros, o en el sector restaurantero, en bancos o en la oferta de servicios profesionales de todo tipo.

En los espacios urbanos, el turismo puede producir una alteración de la red de asentamientos debido a la demanda y expansión territorial de bienes y servicios suministrados a esta actividad (hoteles, campos de golf, condominios de tiempo compartido, etcétera.) como fue el caso en Acapulco. Este espacio turístico surgió como centro internacional en forma prácticamente espontánea y careció de un programa urbanístico previo, lo que trajo por consecuencia que el asentamiento y la estructura económica previos fueran alterados (Carrascal, 1987).

El turismo tiene importantes efectos sobre las actividades agropecuarias, pero afecta fundamentalmente a los sectores secundario y terciario de la economía (Callizo, 1991). Influye también en la balanza de operaciones corrientes, la balanza de capitales y la balanza de pagos; y en la inflación, al aumentar el precio de diversos productos por su creciente demanda.

Además, modifica la cultura local, ya que las zonas turísticas reciben un fuerte impacto de aculturación al transformar hábitos y costumbres con la llegada de los visitantes (Díaz, 1993).

### **Los santuarios desde la óptica de la geografía de las religiones**

De acuerdo con Royston (1966), la religión puede llegar a definirse como:

*“Un complejo de doctrinas, prácticas e instituciones. Es la afirmación de la creencia en los dioses o en un Dios único, en un mundo espiritual y en otro mundo o mundos que existen más allá del que habitamos”.*

De aquí que la geografía pueda estudiar los sistemas religiosos organizados y culturalmente moldeados y la conducta religiosa institucionalizada (Sopher, 1967).

Dentro del espacio habitado, algunos lugares se asocian con una manifestación de poder sagrado. Lo sagrado se representa simbólicamente mediante árboles, rocas, montañas, lagos, grutas, o puede aparecer específicamente en lugares que guardan relación con algún evento o persona considerada como sagrada. Estos sitios funcionan como puntos de enlace entre el mundo material y el espiritual; asimismo, son el germen de ulteriores centros religiosos o santuarios.

Para William A. Christian (1976), los santuarios son espacios donde se guarda una imagen o reliquia que propician una devoción particular; no son definidos por una característica histórica o artística inherente a un edificio o institución, sino por la devoción de la gente. En lenguaje común, el santuario es un lugar de peregrinación, como lo son Fátima, Lourdes, la Basílica de Guadalupe o a la de Nuestra Señora de San Juan, al que se acude desde distancias más o menos largas.

Así pues, los santuarios son emplazamientos específicos, que contienen una imagen o reliquia, que son objeto de devoción para la gente y son metas de peregrinación.

En cuanto a su alcance geográfico, la atracción centrípeta de un santuario genera líneas de flujo y tráfico de peregrinos y comerciantes; esta circulación religiosa promueve, a su vez, intercambio cultural, mezcla social e integración política.

La recurrencia a los santuarios de todo el mundo ha propiciado el establecimiento de una infraestructura turística que cubra las necesidades del viajero, lo que ha llevado a las peregrinaciones a convertirse conceptualmente en flujos turísticos (Sopher, 1967). Al respecto Fernández Fuster (1978: 64) aclara:

*“Si la motivación del viaje podría ser considerada como no turística, el viaje en sí y sus efectos en el núcleo receptor son práctica y teóricamente iguales que cualquier otra motivación. Hotelería, agencias de viajes, transportes, comercio en general, guías, etc., son movilizados; y el cliente se comporta de idéntica manera, abonando los servicios y adquiriendo los bienes que necesita.”*

## San Juan de los Lagos, origen y área de influencia de su santuario

El origen de San Juan es impreciso al encontrarse envuelto en el mito y la leyenda propios de los tiempos de la conquista del Occidente de México. Lo cierto es que la fundación de la localidad se produjo tras finalizar la Guerra del Mixtón hacia 1542.

La tradición popular menciona que fue Fray Miguel de Bolonia quien fundó la población con naturales de San Gaspar provenientes de Nochistlán, dándole el nombre de San Juan Bautista Mezquititlán.

El religioso proyectó la construcción de una pequeña ermita con título de hospital bajo la advocación de la Inmaculada Concepción, ya que por acuerdo de los frailes misioneros ella debía ser la titular de todos los hospitales fundados (Santoscoy, 1903). Él mismo donó a la capilla la imagen con esta advocación, la cual después de un tiempo de estar expuesta a veneración fue retirada por encontrarse en mal estado (Ruezga, 1995).

Hacia 1623, San Juan Bautista Mezquititlán contaba con seis chozas además de la capilla y hospital. En ese mismo año se inició la veneración a la imagen de Nuestra Señora de San Juan, después de producirse el “primer milagro”, que consistió en revivir a la hija de un cirquero que había caído sobre una daga.

En 1624 el Presbítero Bachiller Diego de Camarena comenzó la construcción, sobre la antigua ermita, del primer santuario dedicado a la virgen de San Juan, concluido en 1641. El 23 de octubre de 1633, y por petición del mismo Diego de Camarena, cura de Jalostotitlán, la Real Audiencia del Nuevo Reino de Galicia autorizó por cédula real el asentamiento de españoles en San Juan Bautista Mezquititlán, que a partir de entonces se llamó San Juan de los Lagos (De la Cruz, 1991).

Para 1653 se terminó el segundo santuario, edificado por orden del Obispo de Guadalajara, Juan Ruiz Colmenero. Este templo corresponde a la actual parroquia de San Juan Bautista.

El 30 de noviembre de 1732, el Obispo de Guadalajara, Nicolás Carlos de Cervantes, colocó la primera piedra de la actual Basílica; su dedicación se hizo en 1769. La coronación pontificia de la imagen de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos se efectuó el 15 de agosto de 1904 en la festividad de la Asunción de María.

El 25 de marzo de 1972 fue erigida la diócesis de San Juan de los Lagos, sufragánea de la arquidiócesis de Guadalajara, por bula *Qui Omniun* del papa Paulo VI.

El desarrollo demográfico de San Juan de los Lagos se vio favorecido por la atracción de su santuario. En el primer censo eclesiástico de 1679, se registró un total de 655 habitantes. Cerca de doscientos años después, el 27 de marzo de 1824, se le concedió el título de Villa. Para 1838 la población había ascendido aproximadamente a seis mil habitantes y el 3 de noviembre de 1869 la Villa se elevó al rango de Ciudad. Hacia 1900 la población disminuyó a 4,849 habitantes debido a los diversos procesos sociales y políticos en que se vio envuelto el país, pero en 1921 la población de la localidad había aumentado a 5,224 habitantes, en tanto que el municipio registró una población total de 12,970 habitantes (Ruezga, 1995). A partir de 1940 la población se incrementó constantemente pasando de 18,244 a los 55,305 habitantes en el año 2000 en el municipio (INEGI, 2000).

La afluencia de visitantes al santuario de Nuestra Señora de San Juan fue en aumento conforme creció la fama de los milagros de la imagen. Al principio la mayor afluencia de peregrinos se presentaba en la celebración de la Inmaculada Concepción, el 8 de diciembre. En 1630 la asistencia a esta festividad fue de aproximadamente dos mil personas. En 1736 se contó con la visita de diez mil personas y de alrededor de 35 mil peregrinos en 1792 (Ruezga, 1995).

Ese año las festividades contaron con 60 tiendas de ropa de Europa y China, diez de mercería y 31 vinerías, lo que pone de manifiesto la importancia de la celebración para el comercio del momento.

La inestabilidad política y social, así como la inseguridad provocadas por la Guerra de Independencia (1810-1821), trajeron un descenso en el número de peregrinos y la suspensión de la entrada de efectos comerciales (Santoscoy, 1903). Pero entre 1835 y 1844 acudieron a la feria un promedio de 100 mil visitantes. Su mayor apogeo, sin embargo, se registró durante el periodo que va de 1846 a 1856, en que la afluencia anual de visitantes llegó a ser de 150 mil (Ruezga, 1995).

La Guerra de los Tres Años obligó a suspender la feria de 1857 a 1861; se restableció en 1862 con una afluencia de aproximada de 100 mil peregrinos.

A partir de este año, y debido a diversos motivos, entre los que destacan aquellos relacionados con la política, la inseguridad, las malas comunicaciones y la petición del Obispo de León, Guanajuato, Jesús Díaz de Sollano, para que los peregrinos de su diócesis trasladaran su fecha de visita al 2 de febrero, celebración de la Candelaria, provocaron el constante baja en la cantidad de visitantes. Poco a poco la celebra-

ción de la Candelaria se iría arraigando en la costumbre y religiosidad de los peregrinos (Ruezga, 1995)

En los años que van de 1880 a 1907 el santuario registró el mínimo de afluencia durante la feria al descender hasta los 50 mil visitantes, cifra que sólo aumentó a 150 mil en el último año del periodo.

Entre 1910 a 1917 el movimiento revolucionario obligó a suspender la feria nuevamente, reanudándose en 1918 para suspenderse otra vez en 1920, situación que se prolongó hasta terminada la Cristiada, en 1926. La recuperación fue lenta y sólo hasta 1970 se alcanzó la cifra de 200 mil peregrinos.

A partir de 1984 son las hermandades organizadas de Zacatecas y Coahuila, principalmente, quienes dan vida a la festividad de la Inmaculada Concepción (Ruezga, 1995).

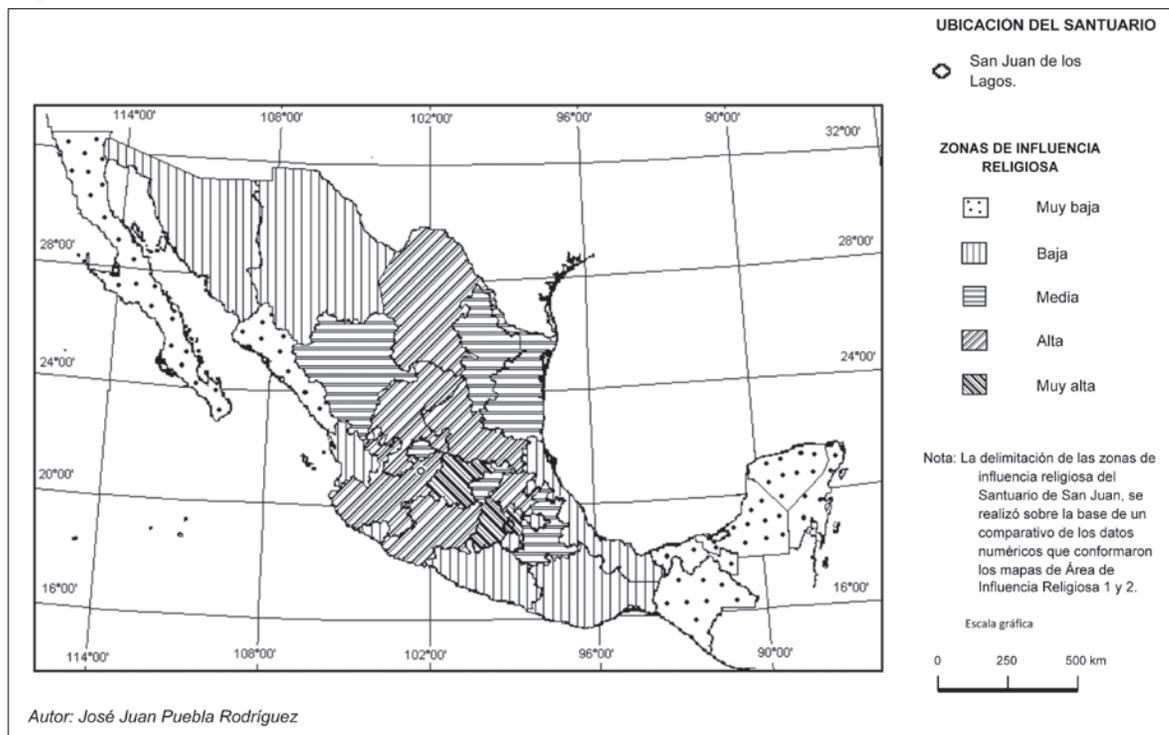
Actualmente la festividad más importante, y en la que registra la mayor asistencia de peregrinos, es la del 2 de febrero, día de la Candelaria; se encuentra en segundo término la de la Inmaculada Concepción (8 de diciembre) y poco a poco se ha ido destacando también el festejo de la Asunción de María (15 de agosto), celebración que siempre se había considerado de carácter local pero que ya cuenta con peregrinos foráneos. A estas tres fechas principales se agregan la Semana Santa, el mes de mayo - dedicado a la Virgen María - la Navidad, las fiestas de las diferentes iglesias locales y los conmemoraciones cívicas de la ciudad.

Colaboran al desarrollo de las nuevas fiestas y al aumento de visitantes los periodos vacacionales de las instituciones educativas y burocráticas en Semana Santa (marzo-abril), verano (julio-agosto) y fin de año (diciembre-enero).

A fin de corroborar el área de influencia del santuario se realizó un comparativo de datos en diferentes rubros, entre ellos: una encuesta aplicada durante las fiestas de la Candelaria de 1996, la revisión de 114 exvotos ofrecidos por visitantes de origen nacional, acopio de cifras reportadas por la Secretaría de Turismo de Jalisco correspondientes a 2005 y la encuesta levantada por la misma SETUJAL en las fiestas de la Candelaria 2007.

A partir del análisis de la información anterior se concluyó que el área de influencia del santuario corresponde en mayor medida al Bajío guanajuatense, los Altos de Jalisco y los estados del centro y Noreste del país con mayor arraigo de la religión católica; un área periférica a ésta, que comprende el resto de las entidades del país; una tercera que corresponde a diversas regiones de Estados Unidos que cuentan con presencia de migrantes mexicanos, y finalmente un área difusa que aglutina a Canadá, Sudamérica y a algunos países europeos como Alemania, Francia y España, lo que en forma incipiente podría denotar como una internacionalización del santuario de San Juan de los Lagos (Figura 1).

**Figura 1:ÁREA DE INFLUENCIA RELIGIOSA DEL SANTUARIO DE SAN JUAN DE LOS LAGOS**



## Aspectos socioeconómicos de San Juan de los Lagos

### Estructura de la población

De conformidad con el patrón demográfico nacional, según el XII Censo General de Población y Vivienda, INEGI 2000, la mayor cantidad de habitantes se concentró en la única localidad urbana del municipio y que al mismo tiempo es su cabecera política; de esta manera la ciudad de San Juan de los Lagos aglutinó en su espacio a 42,411 personas, cifra que representó el 76.7% del total de la población municipal, mientras que las localidades rurales solo alcanzaron los 12,894 habitantes, el 23.3% de la población del municipio.

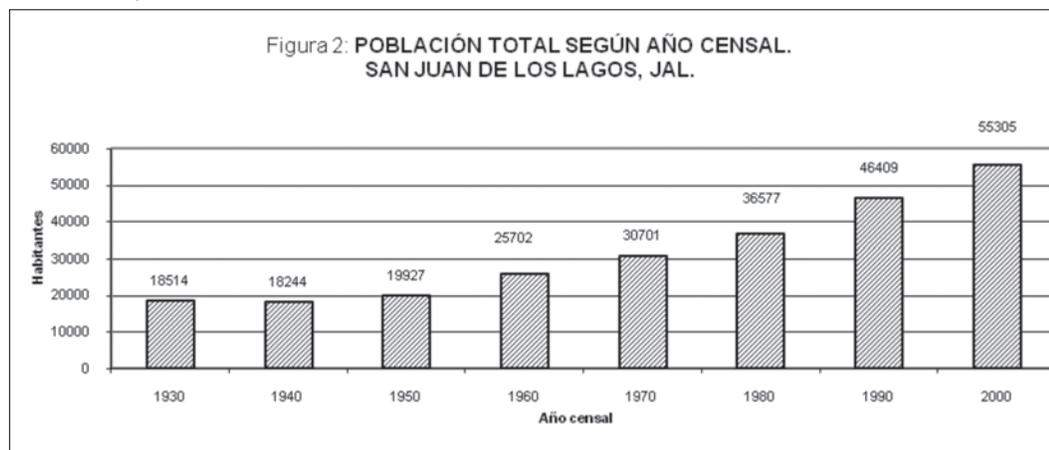
Este hecho determina, como se verá más adelante, la proporción de personas dedicadas a cada tipo de actividad económica, ya que al registrarse una mayor concentración poblacional en la urbe existirá por lo tanto un mayor número de personas dedicadas a actividades económicas relacionadas con el sector secundario y terciario.

alcanzó los 38,531 habitantes; sin embargo sólo poco más de la mitad (51.9%) se encontraba ocupada, es decir, laborando en alguna actividad económica. La cifra en términos reales se ubicó en los 19,994 trabajadores. Del total de la PEA ocupada (PO) 13,508 eran trabajadores y sólo 6,486 trabajadoras.

### PEA por sector de actividad:

Desde 1970 la PEA ocupada ha presentado una tendencia al aumento en el sector terciario. En el evento censal del 2000 este sector alcanzó el 59.95% de la PEA ocupada, en tanto que los otros dos sectores disminuyeron sus porcentajes, el primario llegó a 18.85% y el secundario a 21.61% (Figura 3). De esta manera la población empleada en el año 2000 en actividades primarias alcanzó las 3,690 personas, en actividades secundarias las 4,230 y en las actividades terciarias las 11,658 personas.

Al analizar los datos de la PEA ocupada por sector de actividad se encontró que la PO en las actividades secundarias es mayoritaria en la industria de la construcción (42%) y en la industria manufacturera (56%).



Fuente: Censos Generales de Población 1930-2000.

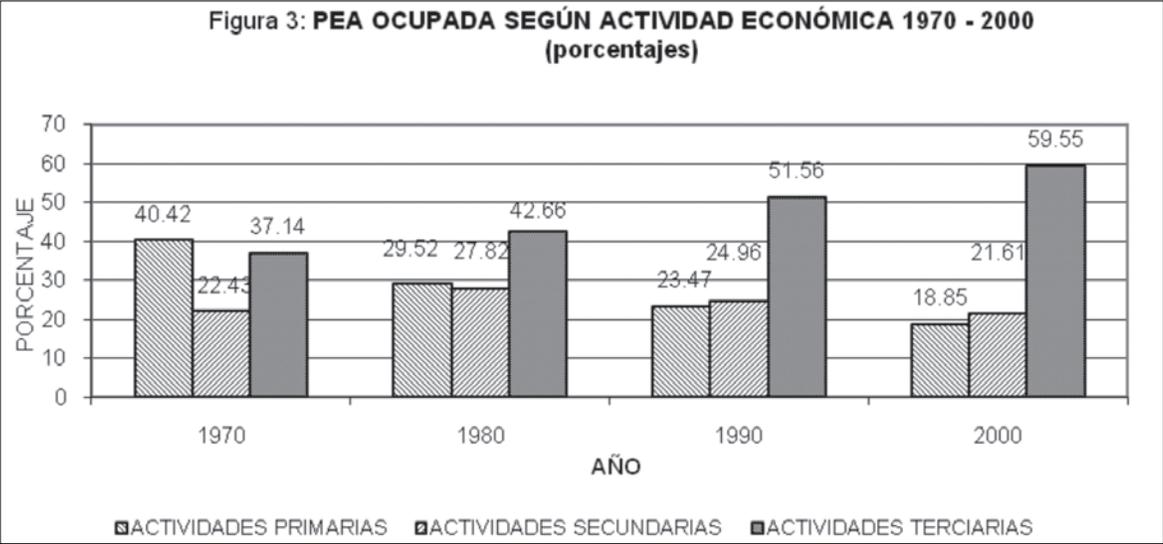
Del examen de la pirámide de población municipal se desprende que los habitantes de San Juan de los Lagos son mayoritariamente jóvenes, y que del total, aproximadamente dos de cada tres se encuentran en edad laboral, de ahí que la fuerza de trabajo tenga un soporte muy amplio. El mayor porcentaje del resto de los habitantes estaba compuesto por población infantil - que a la fecha estará incrementando rápidamente la Población Económicamente Activa -, y por una porción muy pequeña de ancianos que a futuro se reflejará en el aumento de la población adulta.

### Población Económicamente Activa (PEA):

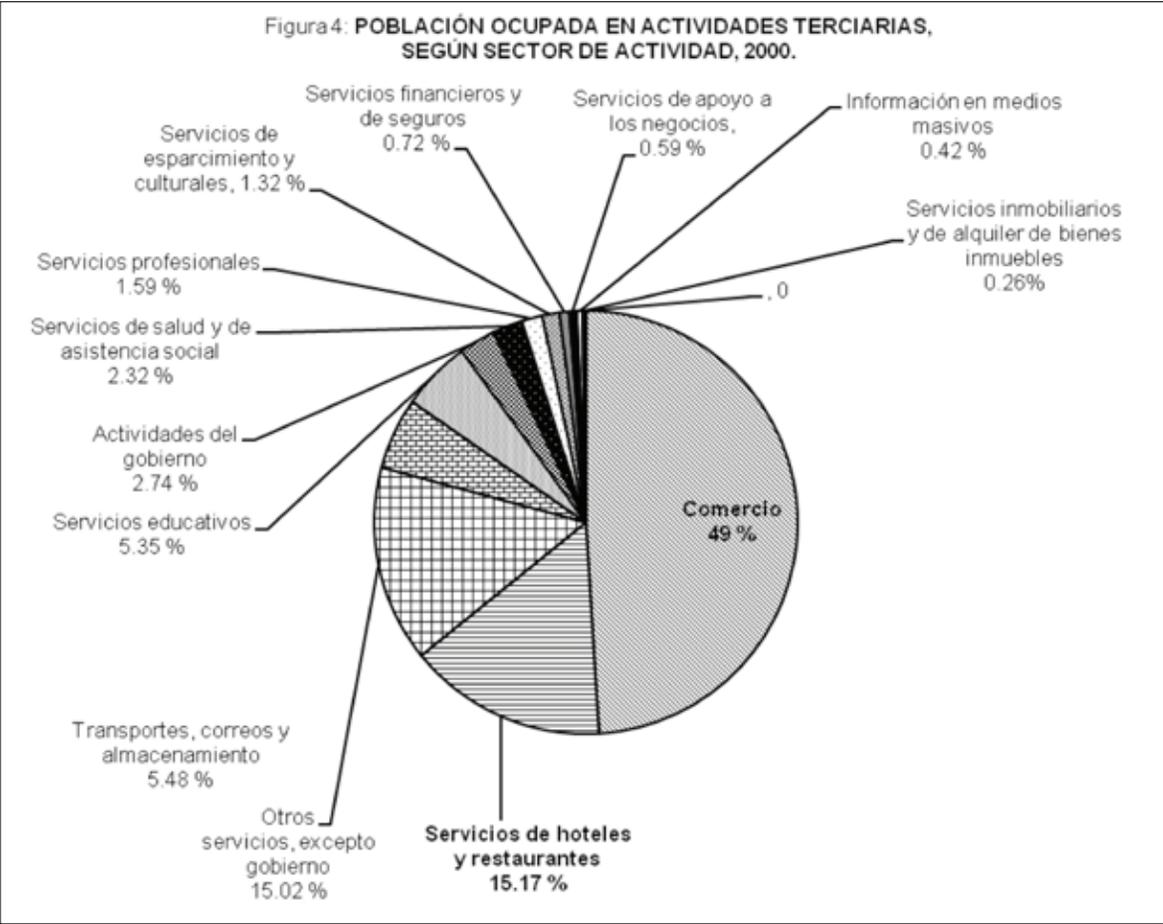
En el caso de San Juan de los Lagos la población de doce años y más, para el evento censal de 2000,

El comercio concentra casi la mitad de la población que labora en el sector terciario (Figura 4); esta actividad se ha mantenido con una reducción menor al 2.88% desde 1970 en que contaba con el 51.88% por el 49% registrado en 2000.

Del resto de las actividades terciarias destaca la correspondiente al personal ocupado en servicios de restaurantes, bares y hoteles, que pasó de 977 empleados en 1990 a 1,769 trabajadores en el año 2000, cifra que representa el 15.17% del total de población ocupada en actividades terciarias. En términos relativos, este rubro se ha mostrado estable en su participación porcentual, con un incremento mínimo del 0.02% de 1990 al 2000.



Fuente: Censos Generales de Población y Vivienda 1970-2000.



Fuente: INEGI, XII Censo General de Población y Vivienda 2000. En línea. Consulta: marzo 2007.

### **Ingresos de la población ocupada:**

A grandes rasgos, se puede afirmar que el 52.34% de la PEA ocupada recibe entre uno y menos de tres salarios mínimos, lo que significa que más de la mitad de la PO percibe sueldos que no satisfacen las necesidades básicas de la población. Si a lo anterior se suman los trabajadores que no reciben salario alguno y los que reciben menos de un salario mínimo (20.86%), se colige que casi tres cuartas partes de la PO (73.2%) vive bajo condiciones salariales muy deficientes.

Sólo un poco más de la cuarta parte de la población trabajadora tiene un nivel salarial de regular a bueno: 14.4% recibe entre tres y cinco salarios mínimos y el 12.4% recibe más de cinco salarios mínimos.

Respecto a la situación en el trabajo el mayor porcentaje lo ocupa el rubro de empleados y obreros (57.57% de la PO), le siguen el grupo de personas que trabajan por su cuenta (24.89% de la PO), los trabajadores familiares sin pago (4.64%), y los jornaleros y peones (4.47%), mientras que el rubro de patrones con respecto Los patrones son apenas el 5.82% del total de la PEA. (2.61% no especificado).

De acuerdo con información del Censo Económico 2004 del INEGI, la mayoría de las unidades económicas eran pequeñas, ya que el promedio de personal ocupado por unidad económica (UE) fue de 3.6 trabajadores.

A partir de los datos del censo económico se deduce que predomina el tipo de unidad económica relacionada al comercio al por menor, lo que indica su importancia y la estrecha relación que tiene con el tipo de turismo que se desarrolla en la localidad. Es destacable, asimismo, el porcentaje reportado para los servicios de alojamiento y preparación de alimentos y bebidas.

### **Escolaridad:**

En San Juan de los Lagos más de dos tercios de la población en edad productiva no llegó más allá de la instrucción primaria, según el Censo de Población del 2000. Sumando a aquellos que cuentan con estudios secundarios se alcanza el 86.55% del total de la PEA, Ello pone al descubierto que en San Juan el bajo nivel de escolaridad en la mayoría de la población trabajadora le impide acceder a mejores empleos.

Las referencias arriba mencionadas permiten inferir que la fuerza de trabajo en el municipio es amplia, joven, no calificada y con opciones laborales locales ofrecidas por una amplia gama de pequeñas empresas de servicios, especialmente en el rubro de comer-

cio al por menor, con un número de plazas reducido y bajos salarios.

## **El turismo en el estado de Jalisco y en San Juan de los Lagos**

Durante 2005 el estado de Jalisco recibió a casi veinte millones y medio de turistas, lo que significó una derrama económica de poco más de 22,662 millones de pesos (SETUJAL, 2006), cantidades que hablan de la importancia del turismo para la entidad. En aquel año, el 83% de los visitantes fue de origen nacional mientras el 17% restante correspondió al turismo extranjero; sólo el 32% se hospedó en sitios destinados a alojamiento, mientras que el 35% lo hizo en casa particular y el 33% se mantuvo en tránsito.

El 56% de la derrama económica total provino del turismo nacional y el 44% al extranjero. El 50% de la derrama correspondió a turistas que se hospedaron en sitios destinados a alojamiento, el 44% a turistas que arribaron a casas particulares y solo el 6% al turismo en tránsito.

La Secretaría de Turismo de Jalisco (SETUJAL), reportó que en 2005 el estado contaba con un soporte para hospedaje de 1,231 establecimientos (hoteles en sus diferentes categorías) y 51,471 unidades rentables (habitaciones). Los municipios con mayor número de establecimientos fueron Puerto Vallarta, Guadalajara, Cihuatlán, San Juan de los Lagos y Zapopan, en tanto que el mayor número de unidades rentables se encontraban en Puerto Vallarta, Guadalajara, Zapopan, San Juan de los Lagos y Tlaquepaque. (Cuadro 1)

En ambos casos San Juan de los Lagos se ubicó en el cuarto lugar a nivel estatal, sólo abajo de los destinos turísticos de playa (Puerto Vallarta y sus alrededores) y de los municipios que componen la Zona Metropolitana de la Ciudad de Guadalajara (ZMCG).

Es pertinente mencionar que Puerto Vallarta es un desarrollo planeado específicamente como destino turístico y la ZMCG posee relevancia propia por ser el centro político e industrial del estado y del Occidente del país.

En términos relativos, San Juan cuenta con el 6.74% de los establecimientos de todo el estado, contra el 15.84% de Guadalajara y el 17.22% de Puerto Vallarta; en tanto que en unidades rentables alcanza el 5.44%, mientras que Guadalajara concentra el 23.67% y Puerto Vallarta el 35.59% del total del estado.

La SETUJAL ha clasificado al estado en siete zonas turísticas: Zona Metropolitana de la Ciudad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Ribera de Chapala, Zona de

**Cuadro 1: Municipios con mayor capacidad de hospedaje en el estado de Jalisco, 2005**

MUNICIPIO	No. DE ESTABLECIMIENTOS		MUNICIPIO	No. DE ESTABLECIMIENTOS	
	TOTAL	PORCENTAJE		TOTAL	PORCENTAJE
Estado de Jalisco	1,231	100.00	Estado de Jalisco	51,471	100.00
Puerto Vallarta	212	17.22	Puerto Vallarta	18,316	35.59
Guadalajara	195	15.84	Guadalajara	12,182	23.67
Cihuatlán	121	9.83	Cihuatlán	3,302	6.42
San Juan de los Lagos	83	6.74	San Juan de los Lagos	2,801	5.44

Fuente: SETUJAL, Anuario Estadístico del Estado de Jalisco 2006. En línea. Consulta marzo 2007.

los Altos (que incluye el municipio de San Juan de los Lagos), Sur de Costa Alegre, Sur del Estado y Resto del Estado. En 2005 la ZMCG captó el 43.48% de la derrama económica, Puerto Vallarta el 42.22%, y la Zona de los Altos se colocó en tercer sitio al captar el 7.19%; el resto de las zonas alcanzaron en conjunto el 7.11%.

De las siete zonas turísticas de Jalisco, la Zona de los Altos ocupó el segundo lugar en concurrencia (21.84%), superada únicamente por la ZMCG con el 45.04%, y por arriba de Puerto Vallarta, que registró una asistencia del 18.27% del total de visitantes al estado.

La ZMCG y Puerto Vallarta generan en conjunto el 85.7% de la derrama económica por concepto del turismo. Sin embargo, y sin ser una zona eminentemente turística como es el caso de las anteriores, la Zona de los Altos adquiere importancia por su captación económica a pesar de que sus atractivos no son en nada comparables, ya que no cuenta con playa, ni es centro político-administrativo y cultural como la capital de Jalisco. Aunque en forma más modesta, la derrama económica por la actividad turística es mayor que en las restantes cuatro zonas turísticas del estado, incluida la Ribera de Chapala.

### **Características turísticas de la Zona de los Altos**

Es necesario destacar que, desgraciadamente para el proyecto que nos ocupa, la SETUJAL no cuenta con datos relativos a la ciudad de San Juan de los Lagos; pero es un hecho indiscutible que el principal atractivo de la Zona de los Altos es la Basílica-Catedral de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos, ubicada en la ciudad y municipio del mismo nombre. A continuación se analizarán algunas de las cifras disponibles:

### **Establecimientos de hospedaje:**

La Zona de los Altos contó en 2005 con 187 establecimientos (hoteles en sus diferentes categorías) y 5,328 unidades rentables (habitaciones), lo que representó el 15.19% y el 10.35% respectivamente del total estatal. (Cuadro 2).

El cuarto lugar en el estado y el primero a nivel zona turística en cuanto establecimientos de alojamiento reflejan la importancia turística de San Juan de los Lagos (Figuras 5 y 6). Las categorías de los establecimientos definen el tipo de turista que se hospeda en su visita a San Juan: la mayor concentración de establecimientos y unidades rentables se encuentra en la categoría de una estrella, en segundo y tercer lugar se hallan los de dos y tres estrellas; la operación de hoteles de cuatro y cinco estrellas denota que el turismo que visita San Juan no sólo va en aumento sino que el nivel económico de los visitantes ya no se restringe únicamente a las clases más populares.

Según datos de la propia SETUJAL en 1984 aún no se contaba con hoteles de cuatro estrellas y en 1994 todavía no existían los de cinco, lo que demuestra que en los últimos 20 años la demanda turística con mayor poder adquisitivo ha aumentado. (Cuadro 2)

### **Establecimientos de preparación de alimentos y bebidas:**

La Zona de los Altos concentra el 17.88% de los establecimientos de alimentos y bebidas del estado (Cuadro 3.8), aunque en el caso particular de San Juan de los Lagos el porcentaje sea únicamente de 2.35% del total estatal.

Como en otras ciudades del país, y como en todo centro religioso, es común encontrar por las calles del centro de San Juan puestos informales de alimentos

populares como tacos, tortas, gorditas y quesadillas, o vendedores ambulantes de café, atole, tamales, pan y tacos de canasta, entre otros, y que suman su oferta alimenticia a los puestos de comida del mercado municipal y establecimientos diversos como las roscerías de pollo que en la mayoría tienen un espacio disponible para que el comensal pueda degustar el producto en el mismo sitio. Lo anterior matiza la apariencia de que Tepatitlán y Lagos de Moreno cuentan con mayor proporción de servicios de alimentos y bebidas.

### Número de visitantes, estancia y derrama económica:

En 2005 el estado de Jalisco registró una afluencia de visitantes de 20 millones 447 mil 195 turistas, de los cuales 16 millones 893 mil 81 se identificaron como nacionales y tres millones 554 mil 114 como extranjeros. La Zona de los Altos recibió el 21.84% del total de turistas que arribaron a la entidad y el 25.92% de turistas nacionales, ubicándose en segundo lugar de la entidad en ambos rubros; en cuanto al turismo extranjero únicamente recibió al 2.47% ubicándose en cuarto lugar a nivel entidad, después de Puerto Vallarta, la ZMCG y la Ribera de Chapala.

Para la Zona de los Altos, el turismo significó en 2005 una derrama económica de aproximadamente un mil 600 millones de pesos, ocupando el tercer lugar a nivel estatal con el 7.19% de la derrama total por esta actividad.

La importancia del santuario de Nuestra Señora de San Juan para el movimiento turístico de región queda de manifiesto al observar los meses en que se reportó la mayor afluencia de visitantes en 2005: febrero, mes de la fiesta principal de San Juan de los Lagos; abril, mes de las celebraciones de Semana Santa; agosto y diciembre, meses las fiestas menores de la Virgen, y la festividad de Navidad. (Figura 7)

La estancia promedio del turista en la Zona de los Altos alcanza apenas 1.59 días, estancia promedio mucho menor que Puerto Vallarta y Guadalajara, en las que es mayor a cuatro días.

El gasto promedio por turista asciende a los 320.39 pesos diarios, cantidad menor que lo que un turista gasta diariamente en Puerto Vallarta, la Ribera de Chapala o el sur de Costa Alegre, pero mayor que el realizado en la ZMCG y el resto del estado.

Figura 5: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN LA ZONA DE LOS ALTOS, 2005

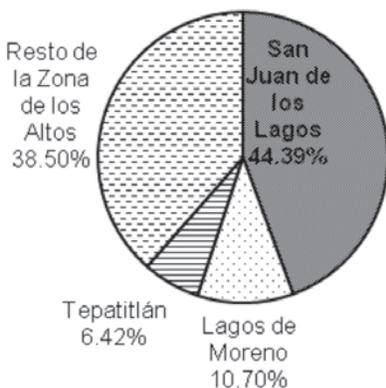
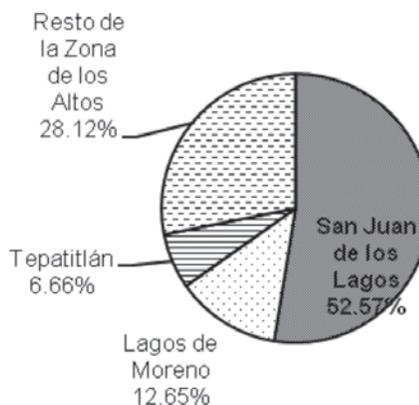


Figura 6: UNIDADES RENTABLES EN LA ZONA DE LOS ALTOS, 2005



La composición en porcentajes según tipo de turismo que arribó a la Zona de los Altos arrojó 98.03% turismo nacional y 1.97% de turismo extranjero. De estas cifras se deduce que la Zona de los Altos no es un área en la que el turismo permanezca un tiempo suficiente como para tomar la decisión de hospedarse, ya que de los cuatro millones 466 mil 365 turistas que arribaron a la zona, únicamente el 22.88% se hospedó en establecimientos destinados a alojamiento, mientras que el 15.31% lo realizó en casas particulares y el 61.81% del total de visitantes no se hospedó (Cuadro 3).

En el caso particular de San Juan de los Lagos, el gasto de los visitantes se realiza principalmente en compras (56.9%), alimentos (26.67%) y hospedaje (11.74%), datos que se encuentran en correspondencia con las características de los visitantes, pues el peregrino gasta más en recuerdos, artesanías o ropa y en menor medida en hospedaje por ser mayoritariamente un turismo en tránsito.

### Perfil del visitante:

La mayoría de los visitantes manifestaron ser casados (80.56%), seguidos por los que dijeron ser solteros

**Cuadro 2: Capacidad de hospedaje en San Juan de los Lagos según categoría, 2005**

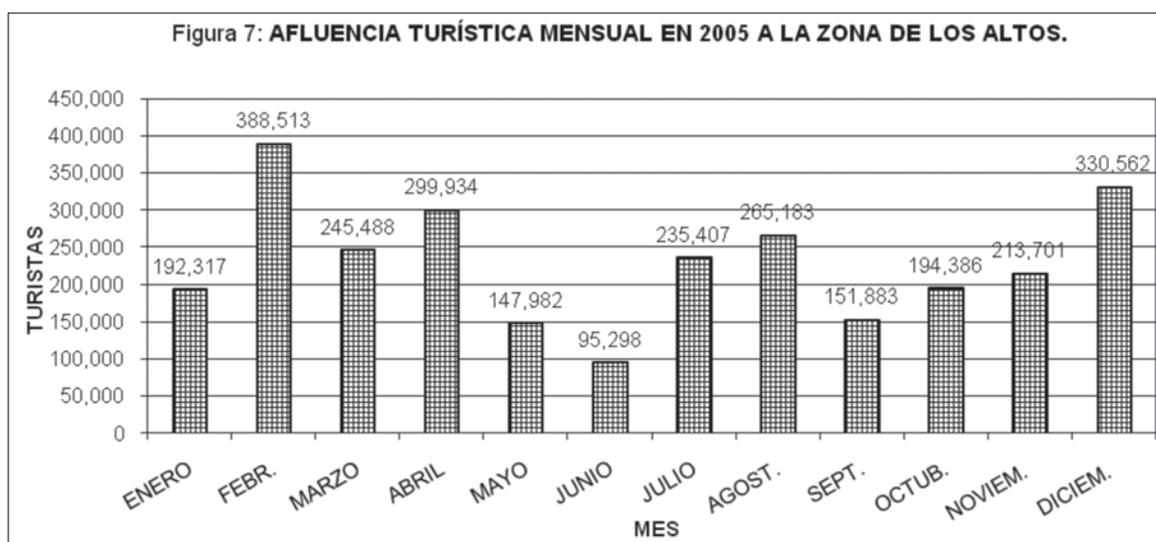
CATEGORÍA	ESTABLECIMIENTOS	UNIDADES RENTABLES
5 Estrellas	4	262
4 Estrellas	4	270
3 Estrellas	13	511
2 Estrellas	14	532
1 Estrella	32	908
C/Económica	15	301
Bungalows	1	17
Total	83	2,801

Fuente: SETUJAL, Anuario Estadístico del Estado de Jalisco 2006. En línea. Consulta: marzo 2007.

**Cuadro 3: Turismo que visitó la Zona de Los Altos, según tipo de hospedaje y lugar que ocupa a nivel estatal**

TIPO DE HOSPEDAJE	TURISMO NACIONAL		TURISMO NACIONAL		AFLUENCIA TOTAL	
	Porcentaje del total estatal	Lugar que ocupa a nivel estado	Porcentaje del total estatal	Lugar que ocupa a nivel estado	Porcentaje del total estatal	Lugar que ocupa a nivel estado
En hotel	20.22%	3°	0.88%	5°	15.77%	3°
En casa particular	11.02%	3°	2.93%	4°	9.45%	3°
No hospedado	44.91%	1°	5.11%	3°	41.03%	1°
Total	25.92%	2°	2.47%	4°	21.84%	2°

Fuente: SETUJAL, Anuario Estadístico del Estado de Jalisco 2006. En línea. Consulta: marzo 2007.



Fuente: SETUJAL, Anuario Estadístico del Estado de Jalisco 2006. En línea. Consulta: marzo 2007.

(14.92%), y una mínima porción (4.52%) afirmó vivir la unión libre, ser viudo o divorciado.

Los viajeros llegan a San Juan acompañados de la familia (59.1%) de familiares y amigos (19.25%) o con amigos (13.19%), solos (6.93%) o con compañeros de trabajo (1.54%).

A partir de estos porcentajes se puede caracterizar el tipo de servicios que demanda el turismo a la localidad, donde han de privilegiarse los servicios de preparación de alimentos y bebidas de tipo popular y familiar sobre la oferta de bares, centros nocturnos o de diversión, más numerosos en los sitios de playa.

La forma de arribo a la localidad fue principalmente por autobús (47.06%) o automóvil (41.77%) y en pequeña proporción (3.56%) manifestó haber llegado caminando, de ahí que el transporte público y las vías terrestres de comunicación tengan gran importancia para el traslado de los turistas a la zona.

En cuanto a la escolaridad de los turistas, predominan los que cuentan con estudios de nivel secundaria (30.32%); le siguen los del nivel preparatoria (25.12%), profesional (18%) y primaria (14.73%); sólo una pequeña porción (1.83%) manifestó no tener algún grado de estudio. Por tanto, la Zona de los Altos, y en particular a San Juan de los Lagos, reciben la visita no sólo del grupo de población más rezagada educativamente, como podría esperarse, ya que se reportaron elevados porcentajes en los niveles de escolaridad medio superior y superior, y que el porcentaje de turistas analfabetas es mínimo. No obstante, hay que subrayar que estos datos podrían estar matizados en función de la metodología utilizada por SETUJAL.

## **Aspectos espaciales del turismo en San Juan de los Lagos**

### **Vías de comunicación y transporte:**

Para el desarrollo de las actividades económicas de una localidad, y en particular del turismo, resulta de la mayor importancia que el sitio cuente con vías de acceso rápidas y seguras, y con un transporte adecuado y eficiente, requisitos con los que cuenta San Juan de los Lagos.

San Juan se encuentra comunicado vía terrestre con las localidades de Lagos de Moreno, Jalostotitlán, Valle de Guadalupe, Zapotlanejo y Guadalajara, a través de la carretera No. 80, que comunica a la capital del estado con San Luis Potosí.

Paralela a ésta, corre la autopista de cuota que conecta directamente a la ciudad de San Juan con Guadalajara y Lagos de Moreno. Antes de llegar a Lagos,

esta vía entronca con la autopista de cuota 45 que une a las ciudades de León y Aguascalientes.

A través de estos accesos, y de la red carretera del centro del país, San Juan se enlaza con las ciudades del Bajío guanajuatense, Querétaro, la Ciudad de México, Morelia, Guadalajara, Aguascalientes, Zacatecas y San Luis Potosí.

De hecho, es una ciudad de fácil acceso terrestre desde cualquier punto, por situarse entre los ejes carreteros México-Tijuana, México-Ciudad Juárez y Guadalajara-Tampico.

En lo referente al transporte terrestre, la ciudad alteña cuenta con una central de autobuses con servicios Ejecutivo, Primera Clase, Clase Regular y Clase Económica. En forma local, el servicio de transporte público comunica a las diferentes colonias de la ciudad; operan además de dos sitios de taxi, ubicados a un costado de la Basílica Catedral y en la propia central de autobuses.

El uso del transporte aéreo se encuentra concentrado estadísticamente en el turismo extranjero, del que 3.13% llegó por ese medio. Aunque no cuenta con aeropuerto local, la ciudad se ve beneficiada por la relativa cercanía a los aeropuertos de Guadalajara, Aguascalientes y el del Bajío que, aunados a las compañías de renta de vehículos y las centrales de autobuses, posibilitan los arribos.

### **Localización del santuario dentro de la estructura urbana y organización comercial:**

Por el origen mismo de la tradición religiosa de la imagen y por la fecha de fundación de la localidad, el santuario de Nuestra Señora de San Juan fue establecido en el centro de la comunidad de San Juan Bautista; en 1732 se inició la construcción de la actual Basílica también en el centro de la ciudad, ya denominada para entonces como San Juan de los Lagos.

Ello derivó en que la traza urbana más antigua gire en torno al santuario, que las calles que conducen a la Basílica-Catedral desde la carretera federal sean también las que alberguen el mayor número de comercios al por menor y en general; y que los locales comerciales, tianguis y comercios ambulantes, y los hoteles y restaurantes establecidos aumenten su densidad con respecto a las casas habitación conforme las manzanas se ubican más cercanas o contiguas a la que ocupa el santuario.

Partiendo del centro, el eje de crecimiento urbano de la ciudad ha sido desde hace tiempo la carretera federal; sin embargo, actualmente la mancha urbana

Figura 8

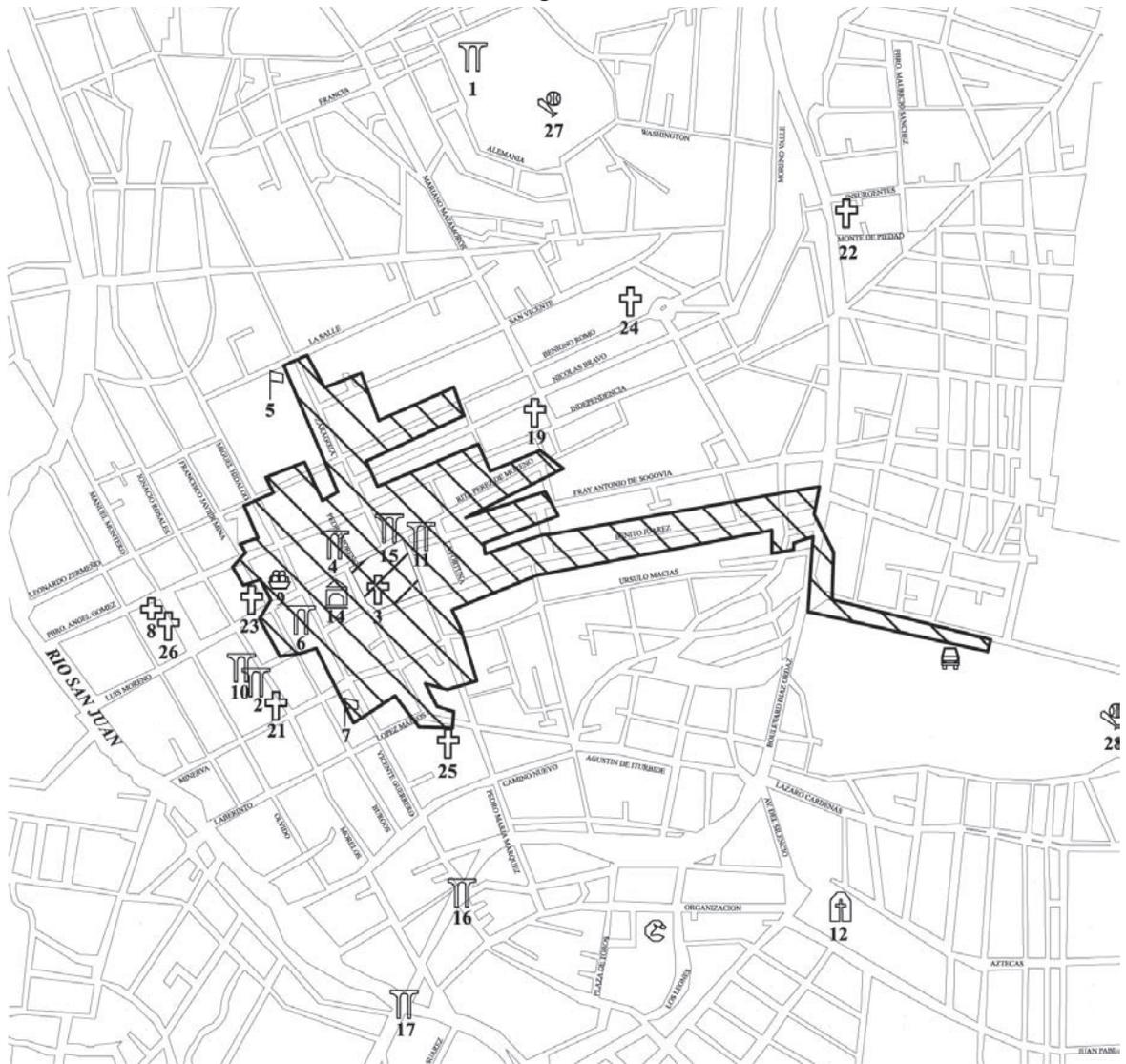


Figura 4.1: PLANO DE LOCALIDAD URBANA  
SAN JUAN DE LOS LAGOS (CENTRO)

-  Área de mayor concentración comercial
-  Santuario de Ntra. Sra. de San Juan de los Lagos

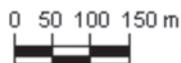
Notas:

Solo se incluyen los nombres de las calles de acceso a los lugares de interés.  
El listado numérico corresponde al cuadro 4.2

Fuentes:

- ❖ INEGI, 2004. San Juan de los Lagos. Plano de Localidad Urbana. Dirección Regional Occidente, Esc. 1:5000.
- ❖ Ruezga Gutiérrez, Silvano (1995), San Juan de los Lagos. Ciudad Colonial. Jalisco, México.
- ❖ SIEM, Empresas de San Juan de los Lagos. En línea. Consulta: mayo 2007.
- ❖ Levantamiento del autor.

ESCALA 1:10 000



SITIOS DE INTERES

-  Templo
-  Arquitectura civil
-  Servicio médico histórico
-  Plaza
-  Mercado
-  Escuela
-  Cementerio
-  Unidad Deportiva
-  Plaza de Toros
-  Lienzo Charro
-  Central de Autobuses

tiende a crecer por un segundo eje configurado por la vía de acceso que entronca con la autopista de cuota, y que es también la vía de comunicación con la delegación de Mezquitic ubicada a cuatro kilómetros al Sureste de la ciudad.

Los servicios al turismo y el comercio se han establecido en las calles aledañas al santuario y en las vías de acceso al centro de la ciudad. Los comercios al menudeo, tanto los establecidos como los ambulantes, se encuentran en las calles que rodean la Basílica-Catedral, la Plaza Principal *Rita Pérez de Moreno* y en las manzanas circundantes; el corredor comercial más largo se despliega desde el santuario hasta la central de autobuses, extendiéndose por la calle Juárez con rumbo al Este-Noreste hasta la carretera federal, continuando por ella al sur y de nueva cuenta al Sureste por la Avenida Central (Figura 8).

### Turismo en crecimiento

En el lapso que va de 1984 a 2005, la afluencia de turistas a la Zona de los Altos se ha incrementado en más de 750%, según estadísticas de SETUJAL, lo que obliga a pensar que la tendencia a la alza continuará para la zona y para San Juan.

Actualmente ya no sólo visitan el santuario los fieles de Nuestra Señora de San Juan, sino también los que siendo católicos, pero no devotos de la venerada imagen, desean conocerla; los que por cultura tienen interés en saber de un lugar con los antecedentes históricos de San Juan, y los que, lejos de ser fieles a la religión, lo son de las manifestaciones culturales del pueblo de México, de sus tradiciones, y se allegan al lugar para estudiarlos.

Algunos problemas que debe afrontar la localidad en el presente son:

- La cantidad de basura, que se prevé irá en aumento proporcionalmente al crecimiento del número de visitantes.
- El desabasto de agua, ya que al consumo propio de los habitantes de la ciudad se suma el consumo del turismo.
- La inseguridad pública, ya que en los puntos y fechas de mayor aglomeración los visitantes suelen ser víctimas de los carteristas, además de que durante las fiestas principales una gran cantidad de los peregrinos pernocta en el atrio de la Basílica-Catedral, requiriendo de protección policial.
- La invasión de comercios no establecidos en las principales calles de acceso al santuario.
- La demanda de servicios sanitarios en los días de mayor afluencia.

De ahí que resulte necesario un reordenamiento integral del centro de la ciudad cuyo objetivo sea renovarlo eficientemente para dar acceso total y seguro al peregrino y fomente un mejor intercambio comercial.

### Conclusiones

En general, la población del Municipio de San Juan de los Lagos se encuentra concentrada en la ciudad del mismo nombre, y está conformada predominante por jóvenes y adultos jóvenes; la PEA, por tanto, responde a una composición similar.

La fuerza de trabajo está conformada mayoritariamente por el sexo masculino y sus condiciones laborales son insatisfactorias en lo referente al empleo y el salario. A ello se agregan el alto índice de dependencia y las bajas aspiraciones a mejores puestos laborales, resultado tanto de sus niveles de escolaridad como de las condiciones de las propias empresas.

Los empleos se generan en su mayoría dentro de las actividades terciarias relacionadas directamente con el comercio y los servicios que se prestan al turismo: hospedaje o preparación de alimentos y bebidas. Estos empleos ofrecen bajas remuneraciones, aunque constantes, lo que hace la diferencia al compararlos con otros sitios turísticos masivos, en los que se depende netamente de las temporadas altas de vacacionistas.

Aunque hay fechas determinadas en que el número de peregrinos aumenta de manera considerable, el santuario de San Juan de los Lagos goza de un flujo constante durante todo el año, conjugando así opciones de trabajo que permiten niveles mínimos de subsistencia para empleados de bajos niveles de escolaridad con oportunidades de trabajo para aquellos que se benefician de la cercanía relativa de Lagos de Moreno y Guadalajara, ciudades a las que no necesariamente se migra, estableciendo a cambio una relación pendular al regresar a la localidad de origen diariamente o cada fin de semana.

Como se ha mencionado, la atracción que ejerce San Juan de los Lagos ya no es privativa de un nivel socioeconómico o educativo; el espectro del perfil del visitante es amplio y variado, por lo que los servicios y el comercio tendrán que adaptarse a las características de esta nueva demanda ampliando sus categorías y productos de acuerdo al tipo de consumidor que deseen captar en busca de la mayor rentabilidad de sus negocios. Si esta reconfiguración no sucede en forma paralela al creciente aumento de los visitantes, se corre el riesgo de un estancamiento en las captaciones monetarias y de una caída en un círculo vicioso que no permita reactualizar, modernizar o desarrollar el comercio y los servicios a otros niveles.

Recordemos, para finalizar, que San Juan de los Lagos ha tenido épocas de florecimiento muy importantes intercaladas con periodos de decadencia de las festividades y el comercio, siempre en relación directa con el incremento o el descenso de los flujos de peregrinos. De acuerdo con las estadísticas consultadas, al parecer estamos en presencia de uno de esos periodos de florecimiento económico de la ciudad; sin embargo, después de una temporada de fuerte empuje siempre viene otra de recesión económica.

San Juan de los Lagos tiene que estar preparada para ambos, deberá obtener el mayor provecho y tratar de extender cuanto le sea posible este momento de bonanza, disponiendo desde ahora las opciones económicas que pueda requerir en un futuro.

# El turismo por motivación religiosa en los Altos de Jalisco

**Silvano Ruezga Gutiérrez**

Universidad de Guadalajara

Creo importante contextualizar el término *turismo por motivación religiosa*. Independientemente de la religión que se profese, considero que esta noción es la apropiada para definir las corrientes de visitantes a los santuarios del mundo por motivos de fe, concepto usado sólo como *turismo religioso* en varios de los países europeos beneficiados con éste fenómeno de movilidad.

Difiero, por lo tanto, de la óptica oficial, que últimamente lo ha catalogado como “Turismo espiritual”.

Si se reconoce que, al referirse al tema durante una de sus intervenciones en la Conferencia Mundial del Turismo, realizada en octubre de 2007, Luigi Cabrini, representante para Europa de la Organización Mundial del Turismo (OMT), señaló: “(...) y se siguiera trabajando en los aspectos de turismo religioso avanzando en el análisis de este sector y en los principios del código ético del turismo(...)”, no entiendo por qué en México no se dimensiona al personaje y al evento referido para comenzar a considerar a este tipo de desplazamiento bajo esa lógica.

Tampoco logro comprender por qué, si en la nueva *Ley General de Turismo*, cuyo decreto se publicó el 17 de junio de 2009, en su Título Primero, Artículo 3°. Inciso XX, *Sobre las Disposiciones Generales*, define a los turistas como “las personas que viajan temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilizan alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta Ley”. Aún no se considera efectivamente como verdaderos turistas, como ya lo hacen en España y otros países europeos, a las personas que se desplazan por motivación religiosa, pues lo son legalmente con todas las prerrogativas, derechos y obligaciones que señala el estatuto; independientemente de que las autoridades eclesiásticas se refieran a ellos como peregrinos, fieles, visitantes o romeros.

Este *Primer Encuentro Internacional de Turismo Espiritual* motiva, además, para insistir - como se ha hecho desde hace quince años -, en la solicitud a los Diputados Federales, representantes de nuestra región, sobre la conveniencia de trabajar para que este fenómeno religioso sea considerado y aprovechado integralmente por los gobiernos y prestadores de servicios.

Sabemos de antemano que, en su intento por legislar sobre esta materia, encontrarán reticencias en razón de las diferentes maneras de pensar e intereses políticos a que da cabida la conformación del Poder Legislativo, por lo que se antoja necesario extirpar de una vez por todas los tabúes que sus colegas puedan tener sobre el tema, utilizando el debate y el convencimiento sobre las bondades para el país que acarrea el turismo por motivación religiosa, y privilegiando el aspecto socioeconómico de la actividad.

El tema acumula ejemplos negativos. Uno de ellos quedó registrado el 16 de noviembre del 2000 en el *Diario de Debates* de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, cuando el Diputado panista Iván Reynaldo Manjarrez Meneses presentó una iniciativa de ley para el aprovechamiento económico de los catorce millones de peregrinos que al año visitan en santuario de la Virgen de Guadalupe y poco faltó para que lo lincharan, acusándolo de “mocho” y otras lindezas. O bien, lo sucedido en Jalisco en 2009, cuando el Ejecutivo, tal vez mal asesorado, no supo encaminar la discusión hacia la importancia socioeconómica que este tipo de turismo representa para el estado, convirtiéndose en blanco fácil de la crítica y el canibalismo político.

Está abierta la oportunidad de gestionar que éste término se considere en el Reglamento a la *Ley General de Turismo*, promulgada el 16 de junio de 2009 y que estableció un plazo de 180 días para la elaboración

de esta normatividad, que se encuentra detenida luego de que el Ejecutivo Federal propusiera la desaparición de la Secretaría de Turismo.

Ahora intentaré compartir las vivencias que me ha dejado mi modesta experiencia sustentada en 23 años de participación, ya sea de manera directa o mediante acciones de investigación, en el quehacer turístico en la región de los Altos, lo que me ha permitido concretar - en un trabajo que llevó más de un lustro - una serie de indicadores turísticos inexistentes hasta entonces, y que de alguna manera permiten la valoración de su importancia socioeconómica regional.

Concentro mi atención en San Juan de los Lagos al considerarlo el ejemplo principal de un polo turístico beneficiado con la recepción de este tipo de afluencia tan singular.

Esta ciudad recibió a sus primeros dos mil visitantes en 1633 y de golpe se convirtió en el primer destino turístico de Jalisco. Para 1809 ya recibía a alrededor de 35 mil personas, una cantidad sin parangón en toda la Nueva España.

Como en otros polos de atracción del país, el actual "boom" turístico comenzó en la década de los años cincuenta del siglo XX, cuando factores como la construcción de mejores carreteras y modernos medios de transporte, así como las reformas laborales y el incremento en el poder adquisitivo de los trabajadores mexicanos influyeron positivamente en el despegue de la actividad en este municipio, cuya población no rebasaba los 15 mil habitantes y su oferta hotelera rondaba las 300 habitaciones repartidas entre 15 establecimientos.

En la actualidad, el mercado potencial de este tipo de turismo abarca, del total de 110 millones de mexicanos, al 85% que manifiesta ser católico o profesar esta creencia, independientemente del significativo número de México-americanos radicados en Illinois o a lo largo de la frontera Sur de Estados Unidos.

Por naturaleza, la humanidad muestra una marcada tendencia a peregrinar hacia los santuarios, y son más de 250 nada más en México. Empujadas por esta motivación, durante el 2000 - año del último Jubileo - se desplazaron por el territorio nacional casi 34 millones de personas.

Tan sólo en cuatro de sus santuarios, Jalisco recibió entonces alrededor de 11.5 millones de peregrinos, más del 33% del total de estos desplazamientos! en tanto que la región de los Altos captó ocho millones de visitantes.

(No olvidemos que la entidad cuenta con otros dos importantes santuarios marianos como el de la Virgen de Zapopan, conocida también como "La Generala", con ubicación dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara, o el de la Virgen de Talpa, a 180 kilómetros de la capital del estado. Por sus similitudes físicas, históricas y milagrosas, son conocidas, junto con la Virgen de la Inmaculada Concepción, o Virgen de San Juan, como "las tres hermanas").

En diez años estas cifras se han incrementado a raíz de dos factores: el crecimiento natural de la población y el surgimiento de nuevos polos de atracción turística de perfil religioso.

Sin embargo, en los últimos nueve años la región alteña ha sufrido un descenso en la cantidad de turistas. Analicemos el comportamiento, durante este periodo, de los tres destinos de interés religioso más importantes:

- En San Juan de los Lagos casi seis millones de personas se postraron ante la imagen de la Virgen de la Inmaculada Concepción, también llamada Virgen de San Juan, "la Chaparrita" o la Cihualpilli" (y que además es venerada en las advocaciones de la Virgen de la Candelaria, la Virgen María o la Virgen de la Asunción).
- Del total de peregrinos, una considerable proporción se trasladó a la capilla del Niño del Cahuatito, localizada en el área conurbada de la ciudad, aunque perteneciente a la Delegación Municipal de Mezquitic de la Magdalena.
- Santa Ana de Guadalupe, ubicado en Jalostotitlán, sitio donde se venera al santo Toribio Romo, recibió por su parte 600 mil visitantes.
- Un millón 400 mil visitantes fueron captados por el templo a Cristo Rey de Cañada de Islas, en el Municipio de Yahualica de González Gallo; por el templo de los Mártires Cristeros, en San Diego de Alejandría o, en una menor cantidad, por la Delegación de Teocaltitán de Guadalupe, también en el Municipio de Jalostotitlán, lugar en donde fue ejecutado San Pedro Esqueda.
- Completan la cifra las visitas a varios municipios alteños con motivo de las festividades patronales.
- Teocaltiche, con San Atilano Cruz; San Julián, con San Julio Álvarez; Cuquío, con San Justino Orona; Yahualica, con San Román Adame; Tepatitlán, con San Tranquilino Ubiarco, y Tototlán, con San Sabás Reyes, son otros seis lugares de interés religioso aún no consolidados y que forman parte de lo que ha dado por llamarse desde hace doce años la "Ruta Cristera".

Sobre el perfil del turismo que acude a los Altos se puede afirmar que en 1977 predominaban personas

adultas con una edad promedio de 45 años, en tanto que al día de hoy la edad promedio de los visitantes es de 36 años.

Contrario a lo que comúnmente se cree, el peregrino urbano gana en número al peregrino rural. Ya no sólo peregrina la persona de pocos recursos económicos y bajo nivel académico; y al romero nacional se le ha sumado una buena cantidad de México-americanos.

Tanto la estancia como el gasto promedio de los turistas son aún menores a los registrados en los destinos de playa, montaña o lago; y a los relacionados con actividades ecológicas, culturales o de negocios. Sin embargo, por su magnitud, representa una significativa derrama económica, en muchos casos equiparable a otros centros turísticos.

En San Juan de los Lagos estos recursos económicos han representado durante casi 400 años la subsistencia de una gran cantidad de familias, beneficiando de paso, de manera directa o indirecta, a personas y municipios de la región, además de proveedores de los estados circunvecinos que comercian en este mercado significativos porcentajes de su producción agrícola, industrial y artesanal, lo que redundará en una importante captación fiscal que, para los tres niveles de gobierno.

### La oferta de servicios turísticos en los Altos

Hace 30 años en Los Altos se contaba con poco más de 60 establecimientos de hospedaje entre hoteles, moteles y casas de huéspedes. El mejor, en cuanto a categoría, no rebasaba las tres estrellas.

**Gráfico 1. Oferta de hospedaje por municipio en la región de Los Altos, Jalisco en 2002**

AÑO 2002	HOTELES	CUARTOS	MOTELES	CUARTOS	CASA DE HUÉSPEDES	CUARTOS	BUNGALOWS	CUARTOS
MUNICIPIOS								
ACATIC								
ARANDAS	7	209	1	20				
ATOTONILCO	5	116						
AYOTLÁN	2	45						
CAÑADAS DE OBREGÓN								
CUQUÍO	1	9						
DEGOLLADO								
ENCARNACIÓN DE DÍAZ	4	104					1	16
JALOSTOTITLÁN	4	73						
JESÚS MARÍA	1	6						
LAGOS DE MORENO	10	339	2	80				
MEXTICACÁN	1	10						
OJUELOS	5	61						
SAN DIEGO DE ALEJANDRÍA	1	19						
SAN JUAN DE LOS LAGOS	59	1954	2	74	1	45	1	16
SAN JULIÁN	2	31						
SAN MIGUEL EL ALTO	3	63						
TEOCALTICHE	5	61						
TEPATITLÁN	8	235	2	40				
TOTOTLÁN	2	20			1	12		
UNIÓN DE SAN ANTONIO	2	27						
VALLE DE GUADALUPE	1	25						
VILLA HIDALGO	7	166						
YAHUALICA	3	58						
<b>TOTAL</b>	<b>133</b>	<b>3631</b>	<b>7</b>	<b>214</b>	<b>2</b>	<b>57</b>	<b>2</b>	<b>32</b>

Fuente: Delegación Regional para los Altos de la Secretaría de Turismo de Jalisco

**Gráfico 2. Oferta de hospedaje por municipio en la región de Los Altos, Jalisco en 2009**

AÑO 2009	HOTELES	CUARTOS	HACIENDAS	CUARTOS	MOTELES	CUARTOS	CASA DE HUÉSPEDES	CUARTOS	BUNGALOWS	CUARTOS
MUNICIPIOS										
ACATIC	2	20			1	53				
ARANDAS	9	293			1	35				
ATOTONILCO EL ALTO	8	179								
AYOTLAN	4	75							1	3
CAÑADAS DE OBREGÓN	1	14								
DEGOLLADO	2	39								
ENCARNACIÓN DE DÍAZ	6	127								
JALOSTOTITLÁN	6	128								
JESÚS MARÍA	1	20					2	16		
LAGOS DE MORENO	13	534	3	29	3	94	2	33		
MEXTICACÁN	1	10								
OJUELOS DE JALISCO	6	123	1	9						
SAN DIEGO DE ALEJANDRÍA	2	92					2	31		
SAN IGNACIO CERRO GORDO	2	24								
<b>SAN JUAN DE LOS LAGOS</b>	<b>90</b>	<b>3060</b>					<b>57</b>	<b>473</b>	<b>1</b>	<b>17</b>
SAN JULIÁN	2	93								
SAN MIGUEL EL ALTO	4	94								
TEOCALTICHE	4	63								
TEPATITLÁN DE MORELOS	15	469								
TOTOTLÁN	2	25					1	12		
UNIÓN DE SAN ANTONIO	2	32								
VALLE DE GUADALUPE	1	25								
VILLA HIDALGO	12	302	1	4	1	15				
YAHUALICA DE GONZALEZ GALLO	5	112								
ZAPOTLANEJO	6	139								
<b>TOTAL NOVIEMBRE DE 2009</b>	<b>206</b>	<b>6092</b>	<b>5</b>	<b>42</b>	<b>6</b>	<b>197</b>	<b>64</b>	<b>565</b>	<b>2</b>	<b>20</b>

Fuente: Delegación Regional para los Altos de la Secretaría de Turismo de Jalisco

Hace 20 años, la oferta de hospedaje regional se había incrementado a 133 establecimientos - un crecimiento de más del 100% -, proporcionando al turista la posibilidad de elegir servicios hasta de cuatro estrellas. Tan sólo en San Juan de los Lagos, la disponibilidad de hospedaje pasó de 39 a 59 establecimientos.

Para 2009, los servicios de hospedaje se habían incrementado en casi 50% al sumarse a la oferta 73 nuevos establecimientos - algunos de ellos con categoría de cuatro y cinco estrellas - hasta llegar un total de 206 hospederías en la región, y de los cuales 90 se localizan en San Juan de los Lagos. (Gráfico 2)

En un periodo de siete años, el sector hotelero de esta ciudad creció a razón de 4.5 establecimientos por año, con sus correspondientes inversiones y nue-

vos empleos, y sin contar la gran cantidad de casas de huéspedes o el albergue gratuito con capacidad para albergar a varios miles de peregrinos, único en su género en todo el país.

De acuerdo con estos datos, los Altos rebasan a Aguascalientes en cuanto a sus servicios de hotelería, ya que aquel estado ofrece 3,742 cuartos en sus 43 hoteles. Hay que reconocer, desde luego, que esta entidad supera a la región jalisciense en lo que a la cantidad de cuartos de cuatro y cinco estrellas se refiere, al sumar 1,878 habitaciones de estas categorías.

### Los servicios complementarios

En 2002 operaban en los municipios alteños 685 negocios relacionados con el turismo, de los cuales 290 eran restaurantes, 73 restaurant-bar, 94

**Gráfico 3.**

**Oferta de servicios turísticos por municipio en la región de Los Altos, Jalisco en 2002**

AÑO 2002	RESTAURANTES	RESTAURANTE-BAR	BARES	DISCOTECAS	CAFÉS	FONDAS	TAQUERÍAS	FUENTES DE SODAS	LONCHERÍAS	PIZZAS	CENTROS NOCTURNOS	AGENCIAS DE VIAJES	BALNEARIOS
ACATIC	2		1		1							3	
ARANDAS	23	3	10	1	1	1	1					4	1
ATOTONILCO	29	4	12	3	2	2		1	1	1		3	
AYOTLÁN	10		3							1		1	
CAÑADAS DE OBREGÓN	5					3			1			3	
CUQUÍO	2											3	
DEGOLLADO	4	1			1								
ENCARNACIÓN DE DÍAZ	12	1	7			2	1		2	1		4	4
JALOSTOTITLÁN	11	6	6	4	2	1	1	1		1		7	
JESÚS MARÍA	2											1	
LAGOS DE MORENO	35	21	16	6		5		1	2	4		6	6
MEXTICACÁN	3											1	
OJUELOS	16				1								
SAN DIEGO DE ALEJANDRÍA	3	1	2			1						1	
SAN JUAN DE LOS LAGOS	49	11	13	4	5	4	1		4	4	1	12	1
SAN JULIAN	9		4		2					1		4	1
SAN MIGUEL EL ALTO	6	3	1	1	2					2		3	
TEOCALTICHE	6	2	6	4	3	1			1	2	2	2	
TEPATITLÁN	36	14	9	4	6	2	3	2	1	3		11	1
TOTOTLÁN	3	1				2				1		1	
UNIÓN DE SAN ANTONIO	4	2				1		1		1		1	1
VALLE DE GUADALUPE	2		1		1							1	
VILLA HIDALGO	11	2	3	1		1			1	1		3	
YAHUALICA	7	1		1					1			3	
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>73</b>	<b>94</b>	<b>29</b>	<b>27</b>	<b>26</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>23</b>	<b>3</b>	<b>78</b>	<b>15</b>

Fuente: Delegación Regional para los Altos de la Secretaría de Turismo de Jalisco

bares, 29 discotecas, 78 agencias de viajes y 15 balnearios. (Gráfico 3)

En 2009 sumaron 1,028 los negocios dirigidos al turismo; entre estos se encontraban 385 restaurantes, 98 restaurante-bar, 120 bares, 19 discotecas, 121 agencias de viajes, 32 balnearios y dos campos de golf. (Gráfico 4)

¡343 nuevos negocios en siete años! ¡Casi 50 por año!

Hasta ese año las autoridades turísticas habían autorizado a 15 personas para que se desempeñaran como guías de turistas, pero la mayoría se encuentra sin ejercer como tales.

### El mercado particular

En general, el turista nacional proviene de 16 entidades del país, mientras que el considerado extranjero (principalmente México-Americano) tiene como origen cinco estados de la Unión Americana. Un número muy reducido de visitantes procede de Europa, Asia o Centroamérica.

### La promoción

La visita que responde a una tradición familiar o el comentario de boca a boca han sido los motores más efectivos del turismo que acude a los Altos.

En los últimos años, las labores de difusión han corrido a cargo de algunos prestadores de servicios, del Consejo de Promoción y Fomento Turístico de los Al-

**Gráfico 4. Oferta de servicios turísticos por municipio en la región de Los Altos, Jalisco en 2009**

AÑO 2009	RESTAURANTES	RESTAURANTBAR	BARES	DISCOTECAS	CAFÉS	FONDAS	TAQUERÍAS	LONCHERÍAS	PIZZAS	AGENCIAS DE VIAJES	BALNEARIOS	CAMPO DE GOLF	GUIAS DE TURISTAS
ACATIC	13	3	2		1	1		2	1	3			
ARANDAS	30	5	6		1				2	11	1		
ATOTONILCO EL ALTO	12	2	11			2		1	1	6	4		
AYOTLAN	11	2	5	1				3	1	3	2		
CAÑADAS DE OBREGÓN	4		4							1	2		
DEGOLLADO	14	1				1			2	5	1		
ENCARNACIÓN DE DÍAZ	13	4	7		1	2	4	8	2	6	5		1
JALOSTOTITLÁN	21	3	9	3	4	2	1	5	4	7	1		3
JESUS MARÍA	2	1	3				2	1	1	4			2
LAGOS DE MORENO	40	13	17	1	8	5	3	4	7	15	6	1	1
MEXTICACÁN	3					1		1		2	2		1
OJUELOS DE JALISCO	11	3	3			1		1					
SAN DIEGO DE ALEJANDRÍA	10	1	2	2	1		1	2	1	2			
SAN IGNACIO CERRO GORDO	4	2	1					1		1			
<b>SAN JUAN DE LOS LAGOS</b>	<b>53</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>23</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>1</b>		<b>2</b>
SAN JULIÁN	16	2	2	1			2		1	5			
SAN MIGUEL EL ALTO	24	3	3	1	1		1	3	1	4			1
TEOCALTICHE	8	1	9	2	1	1		1	3	4	1		
TEPATITLÁN DE MORELOS	45	30	16	4	8	14	8	27	8	22	5	1	2
TOTOTLÁN	12		1					2	1	3			
UNIÓN DE SAN ANTONIO	3	5	2				1		3	2	1		
VALLE DE GUADALUPE	6	2	3		3	1	4	3	2	3			1
VILLA HIDALGO	17	3	4	1		2	1	6	3	1			1
YAHUALICA DE GLEZ GALLO	12		2			4	3	5	1	4			
ZAPOTLANEJO	1									1			
<b>TOTAL NOVIEMBRE DE 2009</b>	<b>385</b>	<b>98</b>	<b>120</b>	<b>19</b>	<b>33</b>	<b>60</b>	<b>38</b>	<b>85</b>	<b>47</b>	<b>121</b>	<b>32</b>	<b>2</b>	<b>15</b>

Fuente: Delegación Regional para los Altos de la Secretaría de Turismo de Jalisco

tos, fundado hace casi 30 años, y del Fideicomiso de Turismo de San Juan de los Lagos.

Lamentablemente, la promoción de las entidades públicas, tanto federales como estatales, siempre ha sido insuficiente al privilegiarse a destinos más consolidados en detrimento de un mercado potencial formado por personas cuyas peculiares formas de pensar y actuar están sustentadas en sus creencias religiosas.

### La problemática turística en los Altos

Uno de los principales problemas que impiden el cabal aprovechamiento del potencial del turismo por motivación religiosa radica en que aún no estamos convencidos de sus bondades, de su nobleza

y lealtad, de su delicadeza y susceptibilidad; de que un turismo movido por motivos religiosos no es tan fluctuante ni volátil como el que se aleja de un centro turístico ante escenarios negativos como la inseguridad pública o la inestabilidad política, los conflictos bélicos o los atentados guerrilleros, las crisis económicas, los desastres naturales o a la mera información dolosa sobre el sitio.

El peregrino, por el contrario, continuará asistiendo a los santuarios de la región para solicitar a la imagen venerada favores relacionados con la salud, la economía, materiales o espirituales; o bien para agradecer todo tipo de protecciones. Para dar cuenta de ello, ahí están los millares de exvotos que penden, como un atractivo más, de las paredes de la sacristía de la

Basílica de San Juan de los Lagos, en Mezquitic de la Magdalena o en Santa Ana de Guadalupe, como en muchos otros sitios.

Reafirman esta idea las concentraciones multitudinarias que atraen las fiestas patronales o los simples fines de semana, cuando la oferta de servicios se ve rebasada.

## Algunas deficiencias en la consideración de esta clase de turismo

Pese a las facultades que le confiere el Artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los gobiernos municipales no disponen todavía de una reglamentación que fomente y proteja el turismo por motivación religiosa.

Descuido inadmisibles que no se subsanaría con la única aprobación de un Cabildo, sino que requeriría también de la toma de conciencia de toda la población.

Considero que la *Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco* presenta fallas u omisiones. Un ejemplo: en ninguno de los 24 incisos del Artículo 34, sobre las facultades de la Secretaría de Turismo, del decreto 14,780 del 22 de febrero de 1993, aparece el término *turismo religioso o por motivación religiosa*.

## Conclusiones

Se han subestimado los retos y oportunidades que encierra el potencial turístico por motivaciones religiosas.

Es de suma importancia fijar objetivos y metas en la medida que permitan atender deficiencias y prioridades como:

- Superar la apatía o desconocimiento de algunas autoridades locales, estatales y hasta federales sobre esta motivación turística.
- Propiciar un cambio entre los prestadores de servicios a fin de que dejen atrás la concepción del visitante como un turista que realiza un bajo gasto promedio y comiencen a apreciarlo por su magnitud y consecuente derrama.
- Que en su pensamiento y participación dejen de ser localistas y pugnen por un efectivo regionalismo.
- Prevalece el centralismo en la toma de decisiones así como la descoordinación, la improvisación y el desconocimiento entre los diferentes niveles de autoridad en materia de turismo, que no consideran la actividad turística por motivación religiosa en su justa dimensión.

- A excepción de algunos casos en el ámbito turístico o religioso, se carece de suficientes datos estadísticos o de seguimiento que colaboren en la evaluación, proyección y programación de estos significativos desplazamientos humanos hacia los santuarios de los Altos de Jalisco.
- No se ha practicado el aprovechamiento en bloques - esto es, mediante alianzas entre prestadores de servicios turísticos, municipios, regiones o hasta entidades vecinas - de los atractivos regionales a través de eficientes rutas para el turismo.

## Recomendaciones y propuestas finales

1. Recurrir a la planeación y la concientización turísticas adecuadas que permitan establecer un método sistemático que identifique e implemente las capacidades de la región desarrollando, mejorando o actualizando la oferta turística.
2. Posicionarse regionalmente como punto de partida para iniciar un replanteamiento integral basado en un mayor y mejor conocimiento de nuestro destino. De no hacerlo, tarde o temprano será remplazado por otros que si hayan potencializado sus ventajas competitivas creando un destino marca congruente con la vocación de su propio espacio. Albert Einstein decía que "en tiempos de crisis sólo la creatividad es más importante que el conocimiento".
3. Es necesaria una supervisión continua con el fin de que se provea a los polos de atracción de una indispensable infraestructura de servicios adecuada a las necesidades de esta clase de turismo.
4. El estudio y la aprobación de una reglamentación eficiente que regule el comercio informal en los entornos de los santuarios, respaldando el establecimiento de operativos de salubridad, seguridad y atención al peregrino.
5. Contemplar y/o diversificar la oferta turística de los polos de atracción que ofrezcan al visitante alternativas que alarguen su permanencia en el lugar, y en consecuencia su gasto promedio.
6. Promocionar los santuarios de manera adecuada, planeada, respetuosa y profesional, proponiendo alianzas entre municipios y estados vecinos que consoliden las rutas o circuitos a explotar.
7. Intercambiar y analizar permanentemente la información de y entre los centros turísticos nacionales cuyas similitudes permitan esa coordinación.
8. Pero, sobre todo, gestionar el apoyo e interés gubernamental para las acciones eficientes y efectivas que emprendan los diversos prestadores de servicios turísticos y autoridades locales.

Para concluir, pongo a consideración los acertados conceptos que Óscar de la Torre Padilla, ex Secretario de Turismo de Jalisco, formulara refiriéndose a esta materia:

“No debe atemorizarnos la posibilidad de cometer errores, porque siempre es posible rectificar, sobre todo en algo tan nuevo y que día a día se está creando; pero por ningún motivo debemos permitir la improvisación o el desarrollo anárquico de una actividad que, como el turismo, trasciende con tan amplias repercusiones sociales, económicas y culturales”.

“En materia de turismo, lo que hoy es una solución, mañana será sólo un antecedente, por ser un fenómeno tan dinámico y cambiante como el hombre mismo”.

# Inventario de recursos turísticos para el diseño de rutas turísticas en Quintana Roo

**José Francisco Domínguez Estrada**  
Universidad del Caribe

## Resumen

Los cambios de los últimos años en la actividad turística de Quintana Roo conducen a la incorporación de nuevas ofertas, en particular aquellas interconectadas con los inmuebles locales y/o regionales a partir de recursos naturales, culturales e históricos.

El presente artículo tiene como objetivo analizar el patrimonio natural /cultural como medio para establecer rutas turísticas que permitan, en algunos casos, recuperar espacios -muchos de ellos abandonados - o incorporar comunidades a este tipo de propósitos. La creación de rutas o nuevos productos puede facilitar la reactivación de las economías locales, generando un desarrollo local sustentable.

Los recursos turísticos forman el conjunto de elementos de interés de un área específica, por ello se presenta una metodología para evaluar el potencial de las comunidades de la zona Norte del estado, tomando en consideración el balance entre las preferencias expresadas por los visitantes y la oferta turística, evaluada sobre la base de un criterio común a cualquier atractivo en esta materia.

**Palabras clave:** Turismo, Planificación, Inventario Turístico, Demanda Turística, Rutas Turísticas.

## Introducción

Quintana Roo cuenta con dos áreas receptoras de viajeros bien definidas: Cancún y la Riviera Maya, polos de referencia a nivel estatal, nacional e internacional. Ambas conceden una enorme ventaja competitiva para la expansión del turismo rural en los poblados de los municipios de Lázaro Cárdenas, Solidaridad y Tulum. Bajo el cobijo de estos polos, algunas localidades se benefician de su infraestructura, la demanda

generada, el posicionamiento de la región y la experiencia previa, evolucionando el recurso y captando segmentos de turismo complementarios.

En poblaciones del interior del estado el quehacer turístico se incrementa día a día, y se reconoce su posicionamiento y su diversificación. Sin embargo, el panorama no se presenta tan favorable, ya que estas comunidades no han logrado incorporarse en su totalidad a los beneficios de esta tarea.

Su emplazamiento, los recursos naturales y su salida al mar son en sí mismas características propicias para el desarrollo turístico de Quintana Roo. Una propuesta que incluya servicios complementarios a los que ya se encuentran en los destinos principales del estado ampliaría la oferta a algo más que sol y playa; y puede concretarse mediante programas de excursionismo y/o el diseño de circuitos turísticos que incorporen a las localidades del interior, bajo un contexto alternativo de contacto directo con la naturaleza y actividades diversas de ecoturismo, aventura y turismo rural.

La historia del área, que ostentan sus vestigios arqueológicos, así como su cultura viva, son altamente explotables. Así, el sector turístico abriría la posibilidad de un empleo adicional a las actividades económicas primarias, preponderantes en el estado, o una alternativa para los habitantes que no estén incorporados a alguna ocupación productiva. La complementariedad acercaría al uso pleno del capital humano, la mejora en los ingresos y el autoempleo de personas con bajos niveles de educación.

Estos propósitos obligan al estudio y la creación de estrategias concretas para planificar y conducir el

desarrollo turístico, vinculadas principalmente a los temas de la inversión y el beneficio local.

El impacto del turismo rural en las comunidades deberá atenuar el alto grado de marginación en Quintana Roo; al tiempo que se conserva el equilibrio ecológico de las reservas de flora y fauna,<sup>1</sup> se rescata la cultura y se preserva la estructura social; se generarán oportunidades de desarrollo en las propias comunidades, revistiendo la emigración de sus jóvenes hacia los grandes centros turísticos.

## Objetivo

El objetivo del Inventario de Atractivos Turísticos es identificar, caracterizar, valorar y jerarquizar un atractivo turístico; y ofrecer un catálogo que proporcione las bases para planear, organizar y desarrollar o innovar un producto turístico en determinada zona turística o con potencial de serlo.

## Turismo en Quintana Roo

Al igual que en muchas otras entidades federativas del país, en Quintana Roo las empresas turísticas comunitarias - cooperativas y sociedades de producción rural en su mayoría - animan proyectos carentes de un enfoque de conservación de los recursos naturales y culturales. Atienden, como lo han hecho siempre, a un modelo basado en los principios del turismo convencional, con tendencias ecoturísticas mal planteadas.

La progresión de estas tendencias podría hacerse de una manera más inteligente, fomentando la generación de empleos permanentes y una derrama hacia las economías locales.

Con base en el análisis del turismo rural y el desarrollo comunitario existentes en Quintana Roo, es pertinente afirmar que en los grupos que operan un servicio turístico con preponderancia de la promoción de la realidad local se encuentra la clave para dotar

a las empresas, comunidades o cooperativas rurales de los recursos básicos para un desempeño que les permita competir con un criterio de sustentabilidad en sus productos y servicios, así como el acceso a opciones económicas alternativas a las tradicionales.

Los distintos procedimientos metodológicos utilizados para el conocimiento de tales variables presentan una serie de puntos en común, en el sentido de que la revisión del estado del sector turístico local comprende el examen de las cuatro categorías básicas: oferta, demanda, competencia y tendencias del mercado. Por tanto, la complejidad y la multidisciplinariedad del proceso planificador de un inventario turístico son constantes que deben o debieran considerarse a partir de la evaluación del potencial turístico territorial.

Los mercados emisores de turistas hacia Quintana Roo - con datos de la Secretaría de Turismo (SECTUR) al 2008 - están muy definidos desde hace varios años: 45% proviene de los Estados Unidos, 20% corresponde a un turismo nacional que va en aumento, 16% es europeo, 2% llega desde de Centro y Sudamérica; 8%, de Canadá y 9% del resto del mundo.

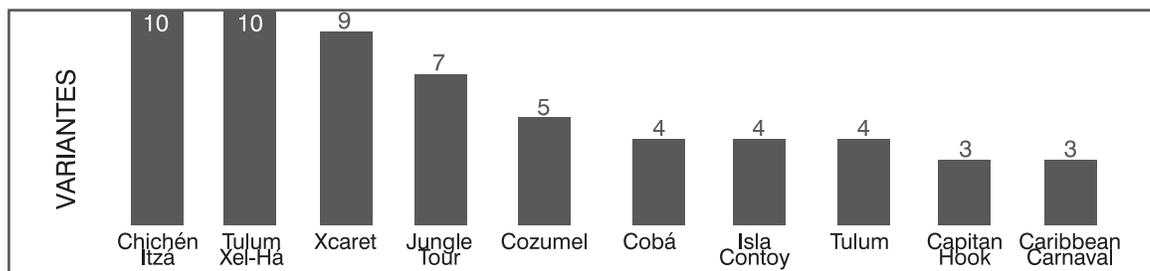
La afluencia de visitantes se caracteriza por su concentración: 50% en Cancún y 30% en la Riviera Maya; en tanto que el 6% arriba a Cozumel; 5% a Chetumal y 3% a Isla Mujeres.

La proximidad de la zona turística maya a estos dos polos de atracción presenta como ventaja competitiva la movilidad de los turistas. El 67% de los visitantes se desplaza uno o más días alrededor de su destino principal y las agencias de viajes operan 27 excursiones básicas que cuentan con 25 distintos tipos de actividades (Cuadro 1).

Relacionadas con el turismo alternativo, 34% de las excursiones ofrecen como su actividad principal el turismo de aventura, 6% se vincula al turismo rural y 10% al ecoturismo. La visita a los sitios arqueológicos se calculó por separado debido a la incidencia mostrada, ya que representa el atractivo más relevante en 23% de las excursiones; la visita a las islas

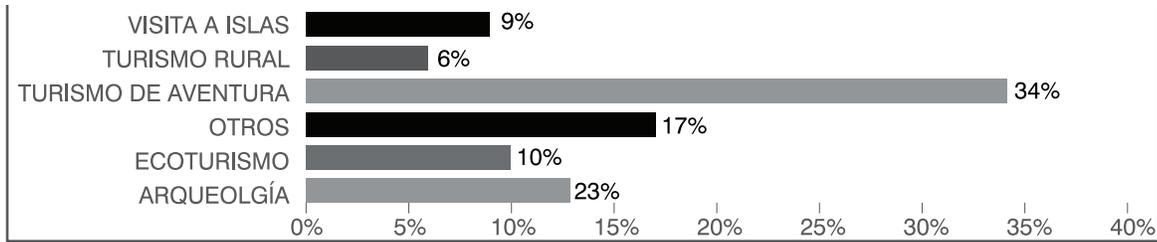
<sup>1</sup> Según la CONANP, al 2008 Quintana Roo cuenta con 17 Áreas Naturales protegidas: 11 federales, con 1,003,496 ha y 6 estatales, con 284,944 ha. Esto hace un total de 1, 288, 440 ha, que equivalen al 25% del territorio.

**Cuadro 1. Excursiones con más variantes**



Fuente: Moncada, 2006. Estudios de factibilidad de inserción de productos y servicios turísticos. Universidad del Caribe. SEDESOL

**Cuadro 2. Actividades principales**



Fuente: Moncada, 2006. Estudios de factibilidad de inserción de productos y servicios turísticos. Universidad del Caribe. SEDESOL

se presenta como un atractivo adicional en 9% de los casos. (Cuadro 2).

La tendencia expansiva hacia el interior del estado del turismo en Quintana Roo urge a las comunidades a una actitud proactiva que logre insertarlos en los proyectos turísticos en condiciones favorables, dejando así de ser espectadores marginales del desarrollo.

Saber de los mecanismos de operación del mercado turístico, y de las posibilidades de incorporar a éste sus productos y servicios, se vuelve necesario para los grupos de cada zona en toda la entidad (Cuadro 3).

Las consecuencias de una planificación deficiente o, de plano, de su inexistencia, suelen traducirse en una serie de problemas para el destino turístico, tales como degeneración del medio natural, deficiencias en la vialidad (exceso de tráfico vehicular y carencia de estacionamientos), pérdida de identidad cultural, mala formación de los trabajadores, conflictos entre las comunidades locales y los turistas y pocas o nulas atracciones en el catálogo turístico. Un escenario como éste trae consigo la decadencia del destino.

Para evitar la declinación o, en el mejor de los casos, prolongar el ciclo de vida del destino turístico, resulta decisivo contar con una planificación que incorpore

un esquema de monitoreo y evaluación permanentes que controlen con efectividad las constantes vitales del sitio turístico, alerte de posibles disfunciones y evalúe su desempeño.

En definitiva, se trata de que el destino turístico rural se configure de un modo dinámico que le permita adaptarse a las oscilaciones del flujo, y responda, lo más rápido posible, a los cambios del entorno y a las preferencias del mercado.

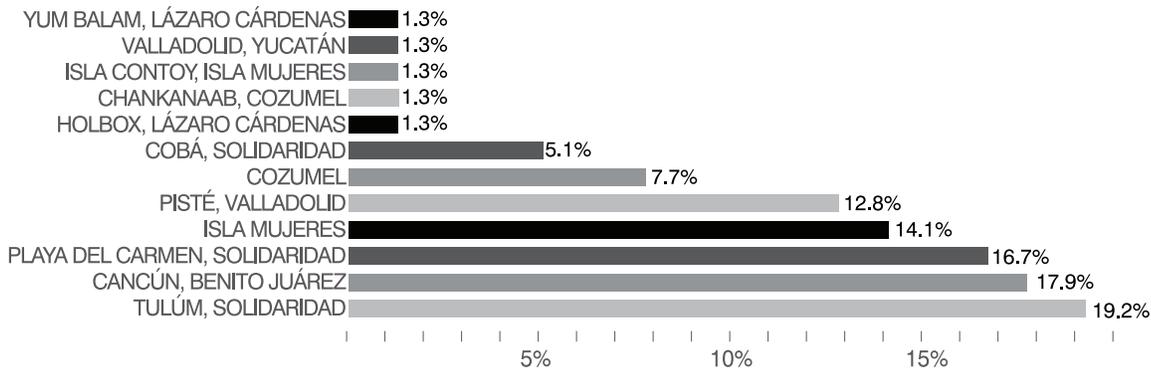
En el caso del turismo rural, esto es indispensable, dado su carácter de tarea “especializada”, su relativa “novedad” y la constante afluencia al mercado de nuevas zonas productoras de esta modalidad del turismo.

### La planificación del turismo rural

Para que el fenómeno turístico exista es fundamental que se produzca un desplazamiento de personas a un determinado lugar; para que esto suceda se requiere de una motivación clara originada en el propio sitio de destino, de manera que se cierre el proceso de compra. De ahí que se entiendan como recurso o atractivo turístico aquellos elementos que provocan, incentivan o motivan el desplazamiento turístico (Leno, 1993).

Es clásica la distinción realizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1999) entre patrimonio tu-

**Cuadro 3. Principales destinos de las excursiones**



Fuente: Moncada, 2006. Estudios de factibilidad de inserción de productos y servicios turísticos. Universidad del Caribe. SEDESOL

rístico y recurso turístico. El patrimonio turístico de un área territorial determinada es el conjunto potencial de bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que puede utilizarse, mediante un proceso de transformación, para la satisfacción de sus necesidades turísticas. Los recursos turísticos son, por su parte, todos aquellos bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda mediante la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta.

Entonces, el patrimonio deviene un recurso a través de la actividad humana, que lo hace utilizable desde una óptica turística.

Leno (1993) considera que un recurso sólo es tal cuando favorece a compensar una insuficiencia humana; en el contexto del turismo, el recurso lo es si está vinculado a la motivación de un potencial consumidor, actuando como incentivo al desplazamiento. Por ello, el autor considera los recursos y las motivaciones como los dos pilares esenciales del fenómeno turístico.

Sin embargo, hay que considerar otros dos incentivos: el tiempo y el dinero; en última instancia, ambos determinan la decisión de realizar el viaje.

La identificación de los recursos turísticos se efectúa mediante un inventario o catálogo en el que se enlistan detalladamente las localizaciones con potencialidad y posibilidad de explotación en un área territorial determinada.

Al constituir la materia prima del sector, el recurso turístico - elemento esencial de la oferta - asume una importancia estratégica tanto en la determinación de la aptitud de un territorio como en la configuración del perfil turístico del mismo. De ahí que identificar y evaluar los activos turísticos sean tareas fundamentales en la fase de diagnóstico de cualquier planificación.

El examen de los recursos que plantea la metodología la Organización de Estados Americanos (OEA) orientada hacia la actividad turística en el medio rural expone como su elemento más interesante la síntesis, en una matriz relacional, de su clasificación y de una primera valoración; e introduce variables tales como el nivel de explotación actual, donde define cinco niveles que abarcan desde la sobreexplotación hasta la no explotación y las posibilidades de ser utilizados. Puntualiza, además, las acciones necesarias para optimizar la funcionalidad de cada uno de estos recursos y evitar posibles conflictos.

Las cuatro grandes categorías definidas son:

1. Recursos o atractivos naturales;
2. Recursos históricos monumentales o artísticos;
3. Recursos gastronómicos y artesanales;
4. Folklore, fiestas, eventos y acontecimientos programados.

En dicho esquema, cada municipio obtiene un número índice producto de la cantidad y calidad de sus recursos turísticos; número que deberá ponderarse tomando en cuenta una serie de factores que inciden directamente en la funcionalidad de los recursos como elementos del sistema turístico local: accesibilidad (que incluye la facilidad de la demanda), equipamiento (comercial, turístico y recreativo deportivo) y preferencias de la demanda.

La decisión de promover el turismo como la herramienta del desarrollo socioeconómico en comunidades desfavorecidas de Quintana Roo es complicada.

A pesar de su gran potencial, el turismo rural no es la gran solución a la problemática de los espacios rurales en los que, en muchas ocasiones, se copian modelos repetitivos sin innovación alguna.

Asimismo, el impacto positivo que produce el turismo desencadena, de manera simultánea, efectos desfavorables en aquellas comunidades donde el desarrollo turístico se guía por un plan que no contempla al propio sector rural.

La planificación sobre el inventario de recursos naturales y culturales es parte de los instrumentos que posibilitan los efectos fructíferos y minimizan los nocivos, determinando el éxito y la permanencia de cualquier área territorial receptora. Debe considerarse, por lo tanto, el esfuerzo de contemplar el inventario como un recurso destinado a integrarse como inversión inicial.

La sustentabilidad, como rectora del desarrollo turístico en el medio rural, implica el uso de las metodologías de planificación existentes, evaluando de forma significativa los impactos sociales y ambientales de las prácticas turísticas de tal manera que éstas se adecuen a la filosofía de un turismo de bajo impacto que explote los recursos sin degradarlos (Del Reguero, 1994).

Para tal efecto, Del Reguero distingue cuatro etapas en el proceso planificador:

1. Inventario de recursos,
2. Listado de impactos ambientales negativos,
3. Estudio de impacto ambiental y social del proyecto turístico, y
4. Zonificación del territorio.

La planificación aparece como un referente inevitable en el proceso de desarrollo turístico.

Como establece Gunn (1994), la planificación consta de dos fases básicas: el diseño y la elaboración del plan y la implementación y aplicación del mismo. Siguiendo a Crosby (1996), la planificación turística en el espacio rural debe responder a una doble finalidad: la definición, desde una perspectiva territorial, de los objetivos y prioridades de desarrollo socioeconómico de la localidad, teniendo siempre en cuenta el contexto ambiental, y la descripción de los medios necesarios para conseguirlos.

Una vez establecida la zonificación, se debe proceder al estudio de la potencialidad turística en las zonas seleccionadas - así como a la caracterización de la línea que separa las áreas de visita restringida y de visita intensiva - de tal manera que pueda evaluarse detenidamente el valor turístico del sitio, ponderando los recursos naturales y humanos existentes. En esta labor es necesaria la participación de un grupo de expertos en turismo rural con un enfoque multidisciplinario.

Antes de emprender cualquier proyecto es pertinente una evaluación con criterios económicos, culturales, históricos y sociales, tomando como un costo para el futuro las consecuencias que actividades económicas acarrearán el medio ambiente.

## Implementación de un inventario turístico

El inventario turístico es una memoria ordenada de zonas, objetos o sucesos de interés turístico de un país o región, cuyo objetivo es identificar, caracterizar, valorar y jerarquizar un atractivo turístico que dé las bases para planear, organizar y desarrollar un producto turístico dentro de determinada zona turística o con potencialidades en este ámbito.

Para su elaboración se necesita tener conocimientos básicos de materias específicas como Teoría Turística, Administración Hotelera, Administración del Turismo, Patrimonio Cultural, Geografía Turística, Sociología Turística, arquitectura, antropología, gastronomía, entre otras.

---

2 Dominguez, F. Investigación sobre la Organización Comunitaria, autodiagnósticos, inventario de recursos turísticos de las comunidades en área de influencia de los CEC Ignacio Zaragoza (Ignacio Zaragoza, El Ideal, El Pocito, Cristóbal Colon, El Naranjal, San Cosme y San Juan de Dios); CEC Kantunilkín (Holbox, Chiquilá, Solferino, San Ángel, Vicente Guerrero y El Cedral); CEC Nuevo Xcan (Nuevo Xcan, Pacchen, Nuevo Durango y Guadalupe); localidades del Municipio de Lázaro Cárdenas, Quintana Roo, México. Proyecto de investigación no publicado. Universidad del Caribe, SEDESOL 2006

El uso del inventario involucrará al interesado en una investigación de enfoque turístico.

El turismo es una empresa que, por su dinámica y complejidad, posee un alto grado de poder de transformación del territorio. La consulta del inventario en el ordenamiento territorial lo convierte en un eficaz instrumento para preservar el medio ambiente y el patrimonio cultural de los municipios o regiones.

El inventario turístico es la base de cualquier plan de desarrollo regional.

Son pocas las zonas que han intentado evaluar la disponibilidad y la eficacia de su territorio en función de sus mercados turísticos. Involucrarse en los problemas turísticos conlleva la identificación de un producto turístico y su evaluación en el mercado. Como ejemplo, en mi estudio de caso<sup>2</sup> se examinó la zona Norte de Quintana Roo, sector donde se ubican Cancún y la Riviera Maya. Ambos polos turísticos, de referencia internacional, dan una ventaja competitiva en el desarrollo del turismo rural a las comunidades de los municipios de Lázaro Cárdenas, Solidaridad y Tulum.

Se cuentan entre sus atractivos turísticos tanto recursos naturales (zonas de litoral, de selva, cuerpos de agua y áreas naturales protegidas), como recursos culturales (patrimonio, comunidades tradicionales y expresiones contemporáneas), equipamiento, infraestructura, instalaciones y mercado.

## El método de evaluación

Para llevar adelante el estudio se requería encontrar un modelo de evaluación que permitiera identificar los recursos turísticos de tal manera que pudieran ser comparables entre sí en cuanto a su capacidad de atracción.

Por considerarlo un procedimiento pertinente para tales efectos, se retomó el No. 8: *Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios*, de la serie de documentos técnicos en competitividad, desarrollados por la SECTUR.

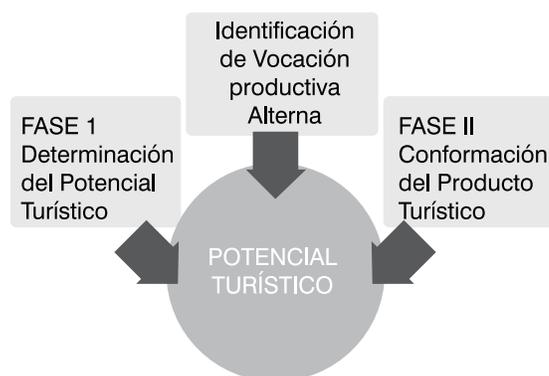
Con base en la metodología integral utilizada, se pretende responder claramente a la identificación de lugares o regiones aptas para un desarrollo turístico potencial.

La investigación se compone de dos fases y una conclusión intermedia para la toma de decisiones (Cuadro 4).

### Fase 1

La Fase I valida el potencial turístico de cada uno de los proyectos comunitarios. La determinación se fundamenta en las condiciones de la zona para desarrollar productos que puedan satisfacer la demanda

**Cuadro 4. Metodología integral de evaluación**



Fuente: Elaboración propia con base en Sectur, 2003.

de los turistas que actualmente arriban al estado. En caso de dictaminar la inoperancia de potencial turístico, el quehacer de la comunidad podrá dirigirse hacia otros rubros complementarios.

La evaluación tiene cuatro componentes:

1. Descripción del sitio,
2. Diagnóstico del sitio,
3. Evaluación del potencial turístico, y
4. Determinación de potencialidades turísticas.

El tercer componente incorpora las tendencias del mercado, en tanto que en el último se determina la vocación turística de la región o municipio (Cuadro 5).

### 1.1. Descripción del sitio

La descripción de la localidad presenta un reconocimiento panorámico de los factores que sustentan la actividad en la región. Permite ubicar geográficamente el sitio de estudio, identificar el inventario de recursos naturales y culturales, el tipo de ecosistema, así como detectar los rasgos principales de las zonas colindantes.

Adicionalmente, en este apartado se realiza un recuento tanto de los recursos naturales (flora y fauna, tipo de ecosistema y clima prevaleciente en el sitio), como de los recursos culturales e históricos (sitios arqueológicos, museos, edificios, entre los más importantes), y de los grupos étnicos con sus comunidades y sus expresiones artísticas, religiosas, formas de vida y costumbres.

### 1.2. Diagnóstico del sitio

Aquí se analizan las condiciones actuales en que se encuentran los agentes de la oferta (recursos naturales y culturales, equipamiento, instalaciones e in-

fraestructura) y de la demanda turística del sitio en estudio. En cada uno de los agentes se identifican sus principales limitaciones, la calidad que ofrece, su distribución y disponibilidad en la región considerada y las dificultades que enfrentan para integrar un producto turístico.

### 1.3. Evaluación del potencial turístico

La evaluación cuantitativa se basa en cuatro instrumentos:

1. Un cuestionario que permite recopilar en forma práctica y ordenada la información del sitio,
2. Los criterios de evaluación que fundamentan la calificación de la disponibilidad o carencia de los elementos de oferta y demanda,
3. Un sistema de medición cuantitativa derivado de la calificación que a cada concepto asigne quien aplique el cuestionario, y
4. Un mapa conceptual que permite visualizar las potencialidades turísticas de la región.<sup>3</sup>

#### 1.3.1 El cuestionario

Contiene los componentes de la oferta - de acuerdo con la definición integral del producto turístico - así como la demanda - considerando los componentes principales del mercado. Por ello, este instrumento consta de seis secciones (Cuadros 6 y 7).

#### 1.3.2 Los criterios de evaluación

Para calificar en forma estandarizada los componentes del producto turístico se han establecido criterios de evaluación. Su propósito es generar una escala de medición acotada que especifique rangos de calificación fácilmente identificables por todos los participantes en la actividad turística de un municipio o región.

En términos generales, son tres los criterios básicos (Cuadro 8).

#### *Resultados del inventario de la Zona Norte de Quintana Roo. Diagnóstico preliminar*

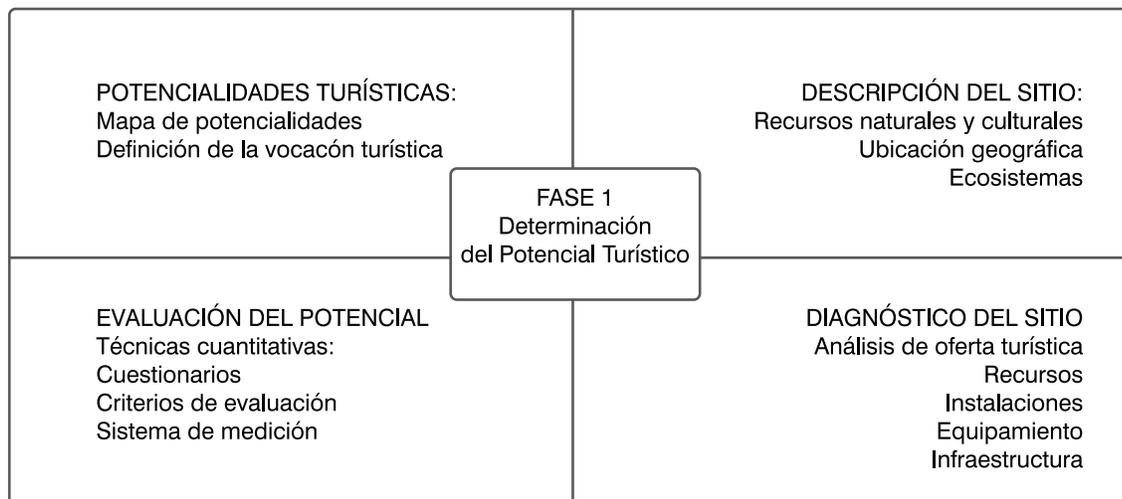
Reporta el estado actual de los recursos, equipamiento y servicios, instalaciones e infraestructura con que cuenta la Zona Norte de Quintana Roo. Su objetivo principal es identificar los principales requerimientos para el desarrollo de productos turísticos considerando su situación actual. (Cuadro 9).

### Evaluación del Potencial Turístico

Presenta los resultados de la evaluación de los recursos, la infraestructura, las instalaciones y el equipa-

<sup>3</sup> El cuarto instrumento se desarrolla en el siguiente apartado de este artículo.

**Cuadro 5. Fase I: determinación del potencial turístico**



Fuente: Elaboración propia con base en Sector, 2003.

**Cuadro 6. Secciones de evaluación**

SECCIONES DE EVALUACIÓN		
<b>IA RECURSOS NATURALES</b>	<b>IB RECURSOS CULTURALES</b>	<b>II EQUIPAMIENTO TURÍSTICO</b>
Zonas de litoral Zonas de montaña, selva Áreas naturales protegidas Cuerpos de agua	Patrimonio Artístico Monumental Comunidades tradicionales Expresiones contemporáneas	A Negocios    H Cinegético B Cultural    I Sol y playa C Salud       J Religiosos D Náutico    K Gastronómicos E Aventura    L Estudiantil F Ecoturismo M Arqueológico G Rural
<b>III INSTALACIONES TURÍSTICAS</b>	<b>IV INFRAESTRUCTURA</b>	<b>V MERCADO</b>
A Negocios    H Cinegético B Cultural    I Sol y playa C Salud       J Religiosos D Náutico    K Gastronómicos E Aventura    L Estudiantil F Ecoturismo M Arqueológico G Rural	General Turística	Afluencia turística actual Publicidad Comercialización

Fuente: Elaboración propia con base en Sector, 2003.

miento de la zona Norte de Quintana Roo, determinando la existencia del potencial turístico.

Los resultados de la evaluación muestran una potencialidad turística aceptable en el componente de recursos naturales y culturales. Se trata, sin embargo, de un producto turístico repetitivo en relación con las comunidades costeras, por lo que se presentaría competencia entre éstas.

Se reporta la existencia de instalaciones y servicios turísticos en las localidades, pero es necesario reforzar el equipamiento y los servicios turísticos de la zona a fin de crear un valor de atracción para los visitantes potenciales.

Por otra parte, hay que hacer hincapié en la conservación de los sitios naturales para su aprovechamiento en las actividades turísticas.

Los resultados de la información recopilada reportan una oferta turística semicompleta, ya que sólo los recursos naturales y culturales aportan un valor mayor a la unidad.

La infraestructura general, equipamiento y servicios turísticos sufren de ciertas carencias y pueden resultar obsoletos para el desarrollo del quehacer turístico. La evaluación del mercado muestra la existencia de una demanda ya establecida para los atractivos turísticos en la zona Norte de Quintana Roo.

El componente relativo a la publicidad y comercialización requiere fortalecerse a fin de elevar el reconocimiento de la región como destino turístico en toda la Nona Norte.

Con base en lo anterior, se puede afirmar que esta área geográfica cuenta con potencialidad turística, pero en-

**Cuadro 7. Secciones de evaluación**

I A RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES			
ZONAS DE LITORAL	ZONAS DE MONTAÑA, SELVA	ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS	CUERPOS DE AGUA
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Playas</li> <li>■ Arrecifes</li> <li>■ Cuevas, grutas, cenotes y cavernas</li> <li>■ Flora</li> <li>■ Fauna</li> <li>■ Áreas desérticas</li> <li>■ Áreas deforestadas</li> <li>■ Áreas para la realización de actividades acuáticas diversas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Montañas</li> <li>■ Sierras</li> <li>■ Cuevas, grutas, cenotes y cavernas</li> <li>■ Cañadas</li> <li>■ Cañones</li> <li>■ Géisers</li> <li>■ Volcanes</li> <li>■ Valles</li> <li>■ Selva</li> <li>■ Flora</li> <li>■ Fauna</li> <li>■ Áreas desérticas</li> <li>■ Áreas deforestadas</li> <li>■ Áreas para la realización de actividades diversas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Reservas de la biósfera</li> <li>■ Parques nacionales</li> <li>■ Áreas de protección de recursos</li> <li>■ Monumentos naturales</li> <li>■ Áreas de protección de flora y fauna</li> <li>■ Otras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lagos</li> <li>■ Lagunas</li> <li>■ Cascadas y caídas de agua</li> <li>■ Termas</li> <li>■ Esteros</li> <li>■ Ríos y arroyos</li> </ul>

I B RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES		
PATRIMONIO ARTÍSTICO MONUMENTAL	COMUNIDADES TRADICIONALES	EXPRESIONES CONTEMPORÁNEAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Zonas arqueológicas</li> <li>■ Fósiles</li> <li>■ Pinturas rupestres</li> <li>■ Ciudades coloniales</li> <li>■ Centros históricos</li> <li>■ Edificios y monumentos históricos y/o religiosos</li> <li>■ Cascos de hacienda</li> <li>■ Pueblos antiguos</li> <li>■ Sitios patrimonio de la humanidad</li> <li>■ Santuarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Grupos étnicos</li> <li>■ Expresiones artísticas folklóricas</li> <li>■ Música y danza</li> <li>■ Gastronomía</li> <li>■ Artesanía y artes populares</li> <li>■ Carnavales</li> <li>■ Ferias y mercados tradicionales</li> <li>■ Eventos históricos y/o religiosos</li> <li>■ Fiestas anuales</li> <li>■ Eventos folklóricos</li> <li>■ Peregrinaciones</li> <li>■ Representaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Obras de arte</li> <li>■ Centros científicos y técnicos</li> <li>■ Explotaciones mineras</li> <li>■ Plantaciones agropecuarias</li> <li>■ Complejos industriales</li> </ul>

II EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS TURÍSTICOS			
ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	ESPARCIMIENTO	OTROS
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Hoteles</li> <li>■ Cabañas</li> <li>■ Bungalós</li> <li>■ Condominios</li> <li>■ Desarrollos inmobiliarios</li> <li>■ Refugios</li> <li>■ Albergues</li> <li>■ Casas de huéspedes</li> <li>■ Unidades ligeras (Tiendas de campaña)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Restaurantes</li> <li>■ Establecimientos de comida rápida</li> <li>■ Establecimientos de antojitos</li> <li>■ Servicios de venta de paquetes de alimentos para excursión y expedición</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Centros comerciales</li> <li>■ Clubes deportivos</li> <li>■ Centros SPAs</li> <li>■ Parques temáticos</li> <li>■ Parques de diversión</li> <li>■ Clubes nocturnos</li> <li>■ Discotecas</li> <li>■ Casinos</li> <li>■ Bares</li> <li>■ Visitas a atractivos culturales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Servicios de negocios</li> <li>■ Avituallamiento de embarcaciones</li> <li>■ Educación ambiental</li> <li>■ Guías especializadas (manuales)</li> <li>■ Guías especializados</li> <li>■ Agencias de viaje</li> <li>■ Información especializada</li> <li>■ Primeros auxilio</li> </ul>

III INSTALACIONES Y SERVICIOS TURÍSTICOS			
TURISMO			
DE NEGOCIOS	CULTURAL	DE SALUD	NÁUTICO
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Inmuebles especializados en eventos empresariales</li> <li>■ Congresos</li> <li>■ Convenciones</li> <li>■ Cursos</li> <li>■ Seminarios</li> <li>■ Exposiciones</li> <li>■ Muestras</li> <li>■ Ferias</li> <li>■ Foros</li> <li>■ Conferencias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Museos</li> <li>■ Centros Culturales</li> <li>■ Galerías de arte</li> <li>■ Bibliotecas</li> <li>■ Hemerotecas</li> <li>■ Plantaciones</li> <li>■ Minas</li> <li>■ Fábricas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Temazcales</li> <li>■ Jacuzzis</li> <li>■ Salas de vapor</li> <li>■ Tinas de hidromasaje</li> <li>■ Cascadas</li> <li>■ Mesas de gravedad</li> <li>■ Gimnasios</li> <li>■ Albergas</li> <li>■ Aguas termales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Escalas náuticas</li> <li>■ Marinas</li> <li>■ Paraderos</li> <li>■ Puntos de abastecimiento de combustible</li> <li>■ Muelles</li> <li>■ Rampas para botado</li> <li>■ Talleres de reparación</li> <li>■ Centros distribuidores de insumos</li> </ul>

TURISMO				
DE AVENTURA	ECOTURISMO	RURAL	CINEGÉTICO	SOL Y PLAYA
<ul style="list-style-type: none"> <li>─ Zonas de campamento</li> <li>─ Trailer parks</li> <li>─ Refugios</li> <li>─ Miradores</li> <li>─ Circuitos de recorrido</li> <li>─ Teleféricos</li> <li>─ Funiculares</li> <li>─ Caballerizas</li> <li>─ Muelles marinos y fluviales</li> <li>─ Pared escalada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>─ Zonas de campamento</li> <li>─ Senderos</li> <li>─ Miradores terrestres</li> <li>─ Miradores submarinos</li> <li>─ Circuitos de recorrido</li> <li>─ Inmuebles para la impartición de temas ambientales</li> <li>─ Proyectos de investigación biológica</li> <li>─ Rescate de flora y fauna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>─ Invernaderos</li> <li>─ Módulos de producción agrícola</li> <li>─ Granjas</li> <li>─ Establos</li> <li>─ Corrales</li> <li>─ Colmenas</li> <li>─ Mercados locales</li> <li>─ Talleres de artesanía</li> <li>─ Vivencias místicas</li> <li>─ Aprendizaje de dialectos</li> <li>─ Fotografía rural</li> <li>─ Talleres gastronómicos</li> <li>─ Medicina tradicional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>─ Circuitos básicos de recorrido</li> <li>─ Zonas de campamento</li> <li>─ Stands de tiro</li> <li>─ Talleres de mantenimiento y reparación de armas</li> <li>─ UMA</li> <li>─ Safari fotográfico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>─ Asoleaderos</li> <li>─ Palapas</li> <li>─ Canchas deportivas de playa</li> <li>─ Albercas</li> <li>─ Toboganes</li> <li>─ Juegos mecánicos</li> <li>─ Acuarios</li> <li>─ Muelles marinos</li> </ul>

TURISMO			
RELIGIOSO	GASTRONÓMICO	ESTUDIANTIL	ARQUEOLÓGICO
<ul style="list-style-type: none"> <li>─ Peregrinaciones</li> <li>─ Participación en retiros espirituales</li> <li>─ Conmemoraciones religiosas</li> <li>─ Contemplaciones artístico</li> <li>─ Celebraciones evangélicas</li> <li>─ Visitas a iglesias, templos y santuarios</li> <li>─ Conventos</li> <li>─ Antiguos monasterios</li> <li>─ Capillas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>─ Visitas a restaurantes</li> <li>─ Mercados populares</li> <li>─ Fiestas locales</li> <li>─ Adquisición de productos típicos</li> <li>─ Ferias y jornadas gastronómicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>─ Intercambio estudiantil, de investigación local, nacional e internacional</li> <li>─ Competencias deportivas, de aventura, culturales; locales, nacionales e internacionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>─ Observación</li> <li>─ Conservación</li> <li>─ Rescate</li> <li>─ Investigación</li> <li>─ Excavaciones</li> <li>─ Exploraciones</li> <li>─ Patrimonio cultural</li> <li>─ Museos</li> <li>─ Sitios arqueológicos</li> <li>─ Arqueología submarina</li> <li>─ Faros</li> <li>─ Construcciones portuarias</li> <li>─ Restos humanos</li> <li>─ Restos de ciudades</li> <li>─ Restos de embarcaciones</li> </ul>

IV A. INFRAESTUCTURA GENERAL			
TRANSPORTES		COMUNICACIÓN, SERVICIOS URBANOS, ENERGÍA Y SALUD	
<b>TERRESTRE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>─ Vías carreteras</li> <li>─ Vías de ferrocarril</li> <li>─ Red de calles</li> <li>─ Terminales ferroviarias</li> <li>─ Terminales de autobuses</li> <li>─ Señalización</li> <li>─ Servicios: Transporte</li> <li>─ Abasto de combustible</li> <li>─ Talleres mecánicos</li> <li>─ Cafeterías</li> <li>─ Auxilio Vial</li> </ul>	<b>AÉREO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>─ Aeropuerto</li> <li>─ Aeródromos</li> <li>─ Servicios: Hangares</li> <li>─ Taller de reparación</li> <li>─ Comercio</li> <li>─ Cafeterías</li> <li>─ Sanitarios</li> </ul> <b>ACUÁTICO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>─ Puertos marinos</li> <li>─ Servicios: Diques de reparación</li> <li>─ Cafeterías</li> <li>─ Sanitarios</li> </ul>	<b>COMUNICACIONES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>─ Oficinas de correo</li> <li>─ Oficinas de telégrafos</li> <li>─ Centrales telefónicas</li> <li>─ Centros de transferencia electrónica</li> <li>─ Servicios: Distribución de cartas</li> <li>─ Telefonía</li> <li>─ Internet</li> <li>─ Transferencia electrónica de comunicación</li> </ul> <b>SALUD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>─ Hospitales</li> <li>─ Clínicas</li> <li>─ Centros de salud</li> <li>─ Servicios: Médicos</li> <li>─ Paramédicos</li> <li>─ Ambulatorios</li> </ul>	<b>SERVICIOS URBANOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>─ Abasto de agua</li> <li>─ Red de drenaje</li> <li>─ Recolección de basura</li> </ul> <b>ENERGÍA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>─ Red eléctrica: Abasto doméstico</li> <li>─ Alumbrado público</li> <li>─ Abasto de combustible: Gasolineras</li> <li>─ Estaciones de gas</li> </ul>

IV B. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA TRANSPORTES / SERVICIOS		
TERRESTRE	AÉREA	ACUÁTICA
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Accesos especiales a destinos turísticos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Montaña</li> <li>Litoral</li> <li>Áreas naturales protegidas</li> <li>Cuerpos de agua</li> </ul> </li> <li>■ Accesos a espacios para la de paraderos carreteros</li> <li>■ Módulos de información</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Servicios especiales de transporte aéreo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Servicios especiales transporte acuático</li> </ul>

V MERCADO TURÍSTICO			
AFLUENCIA TURÍSTICA	ESTADÍA ESTIMADA PROMEDIO	GASTO ESTIMADO PROMEDIO	PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Turistas locales</li> <li>■ Turistas nacionales</li> <li>■ Turistas internacionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Por origen del turista:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Un día</li> <li>Dos días</li> <li>Tres días</li> <li>Más</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Por origen del turista:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Entre 100 y 300 pesos</li> <li>Entre 400 y 600 pesos</li> <li>Entre 700 y 1000 pesos</li> <li>Más</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Organismo promotor</li> <li>■ Publicidad regional</li> <li>■ Publicidad nacional</li> <li>■ Publicidad internacional</li> <li>■ Comercialización</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia con base en Sectur, 2003.

\*Nota: Estas cuatro corrientes turísticas no están siendo tomadas en cuenta para el ejemplo presentado, son incorporaciones nuevas.

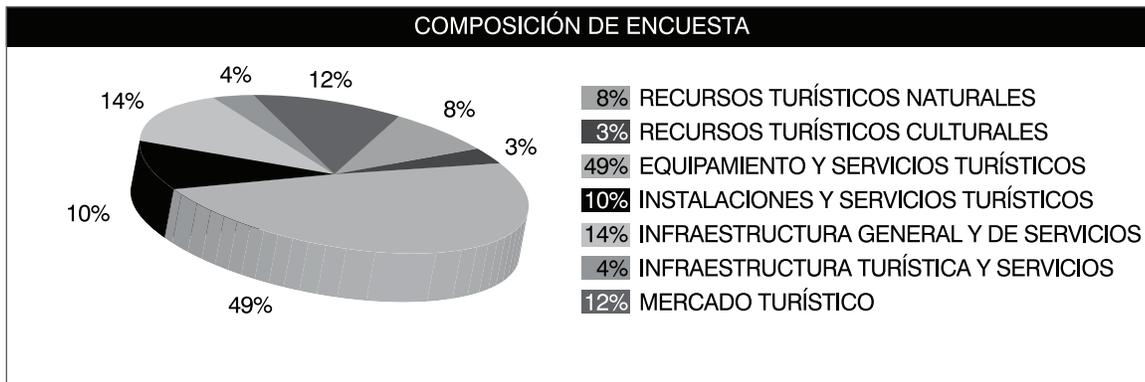
**Cuadro 8. Criterios de evaluación del potencial turístico**

ROJO: 0	AMARILLO: 1	VERDE: 2
<p>La calificación roja significa la ausencia de recurso natural o cultural, equipamiento, instalaciones, infraestructura de apoyo en la localidad o visita de los turistas.</p> <p>Calificación roja = 0</p>	<p>El amarillo implica un fuerte deterioro, descuido, pérdida o contaminación, así como un alta fragilidad y riesgo en los recursos naturales y culturales, o bien, fuertes carencias y deficiencias en los servicios del equipamiento, las instalaciones y la infraestructura que obstaculizan el crecimiento del turismo, asimismo, llegadas de turistas ocasionales o de paso.</p> <p>Calificación Amarilla= 1</p>	<p>El verde refleja que el recurso natural o cultural, el equipamiento, las instalaciones o bien la infraestructura de apoyo se encuentran en condiciones de ser aprovechadas para el desarrollo de la actividad turística y la llegada de turistas en forma específica al sitio en evaluación.</p> <p>Calificación Verde = 2</p>

Fuente: Sectur, 2003.

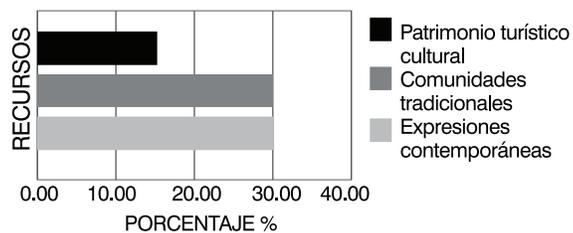
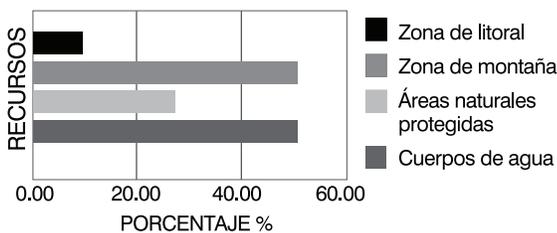
**Cuadro 9. Zona Norte del estado de Quintana Roo**

ZONA NORTE DE QUINTANA ROO					
TÓPICO	% INDIVIDUAL	% GENERAL	% APORT	PUNTUACIÓN	PUNT MAX
Evaluación Ideal	100.00	17.00	100.00	223	398
Recursos Turísticos Naturales	33.33	4.52	8.07	18	54
Recursos Turísticos Culturales	20.59	1.76	3.14	7	34
Equipamiento y Servicios Turísticos	62.50	27.64	49.33	110	176
Instalaciones y Servicios Turísticos	40.38	5.28	9.42	21	52
Infraestructura General y de Servicios	76.19	8.04	14.35	32	42
Infraestructura Turística y Servicios	75.00	2.26	4.04	9	12
Mercado Turístico	92.86	6.53	11.66	26	28
TOTAL		47.24	100.00		



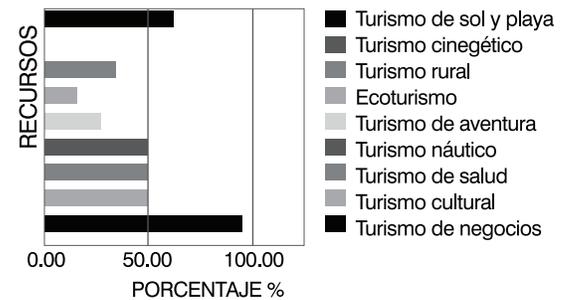
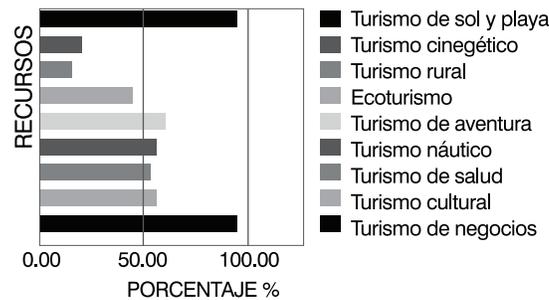
RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES			
TÓPICO	TOTAL	PUNTUACIÓN	%
Zona de litoral	10	5	50.00
Zona de montaña	22	6	27.27
Áreas naturales protegidas	12	6	50.00
Cuerpos de agua	10	1	10.00

RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES			
TÓPICO	TOTAL	PUNTUACIÓN	%
Patrimonio turístico cultural	14	2	14.29
Comunidades tradicionales	10	3	30.00
Expresiones contemporáneas	10	2	30.00



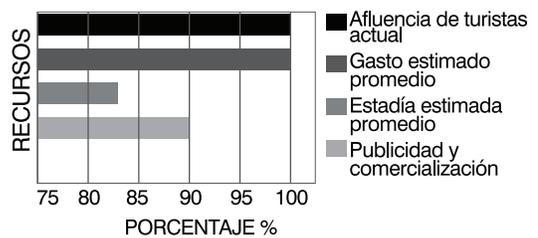
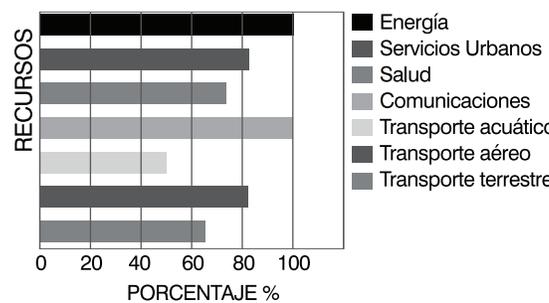
EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS TURÍSTICOS			
TÓPICO	TOTAL	PUNTUACIÓN	%
Turismo de negocios	28	27	96.43
Turismo cultural	14	8	57.14
Turismo de salud	20	11	55.00
Turismo náutico	28	16	57.14
Turismo de aventura	18	11	61.11
Ecoturismo	18	8	44.44
Turismo rural	6	1	16.67
Turismo cinegético	16	3	18.75
Turismo de sol y playa	28	25	89.29

EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS TURÍSTICOS			
TÓPICO	TOTAL	PUNTUACIÓN	%
Turismo de negocios	2	2	100.00
Turismo cultural	10	5	50.00
Turismo de salud	8	4	50.00
Turismo náutico	2	1	50.00
Turismo de aventura	6	2	33.33
Ecoturismo	4	1	25.00
Turismo rural	6	2	33.33
Turismo cinegético	8	0	0.00
Turismo de sol y playa	6	4	66.67



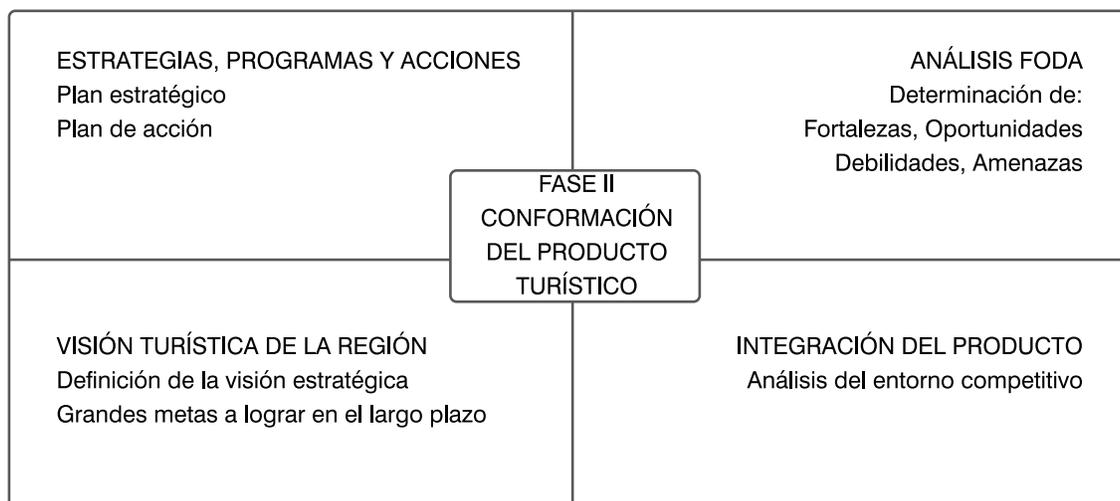
INFRAESTRUCTURA GENERAL Y DE SERVICIOS			
TÓPICO	TOTAL	PUNTUACIÓN	%
Transporte terrestre	14	9	64.29
Transporte aéreo	6	5	83.33
Transporte acuático	4	2	50.00
Comunicaciones	4	4	100.00
Salud	4	3	75.00
Servicios urbanos	6	5	83.33
Energía	4	4	100.00

MERCADO TURÍSTICO			
TÓPICO	TOTAL	PUNTUACIÓN	%
Afluencia de turistas actual	6	6	100.00
Estadía estimada promedio	6	5	83.33
Gasto estimado promedio	6	6	100.00
Publicidad y comercialización	10	9	90.00



Fuente: Elaboración propia

**Cuadro 10. Fase II. Conformación del producto turístico**



Fuente: Elaboración propia con base en Sector, 2003.

frenta una cantidad limitada de recursos turísticos y deficiencias en otros componentes de la oferta, en los que se ve la necesidad de un rediseño del producto ofrecido a fin de fortalecerlo en su competitividad.

### Fase 2

En consecuencia, en la Fase II se establecen los pasos a seguir dentro de un proceso de planeación para definir la visión y las estrategias y acciones que conformarían un producto turístico.

Este sector marca los alcances e integra cuatro etapas de planeación:

1. El análisis FODA,
2. La integración del producto turístico,
3. La determinación de la visión turística de la región, que es la guía estratégica para diseñar los planes de desarrollo en la región, y
4. El diseño de estrategias, programas y acciones de desarrollo del turismo (Cuadro 10).

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante el inventario, a los organizadores locales - cada uno de ellos con limitaciones y condiciones diferentes - se les presenta un gran reto: crear, en el proceso de conformación del producto turístico, un atractivo, ruta o circuito.

El desarrollo de los productos turísticos demanda un profundo conocimiento de las corrientes turísticas y de cada uno de los segmentos que conforman el mercado a fin de desarrollar el equipamiento, las instalaciones, los servicios e infraestructura acordes con los gustos y preferencias de los visitantes potenciales; de esta forma lograrán diseñarse las rutas o circuitos que mejor le convengan a la región.

### La demanda turística en los mercados globales. Estilos de vida y turismo

El turismo remite por lo común a personas que acuden a contemplar lugares de interés, visitan amigos o familiares, están de vacaciones, se divierten, se relajan; gente que dedica su tiempo de descanso a la práctica de diversos deportes, a asolearse, conversar, cantar, ir de excursión, salir de paseo, leer o, sencillamente, disfrutar del entorno.

La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores. En el concepto de actividad turística se distinguen cuatro piezas básicas a tomar en cuenta para el diseño de circuitos o rutas: la demanda, formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos; la oferta, compuesta por la totalidad de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística; el espacio geográfico, base física donde tiene lugar el encuentro entre la oferta y la demanda, y en la que se sitúa la población residente - que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, puede recibir un impacto de disgregación, según se le haya tomado en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística -, y los operadores del mercado, conformados por aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. <sup>4</sup>

Producto de las nuevas tendencias a niveles cultural, científico, tecnológico y demográfico, en los últimos

<sup>4</sup> Entrán en esta consideración las agencias de viaje, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

años han ocurrido profundos cambios en la actividad turística. Los individuos han evolucionado hacia nuevos valores y nuevos modelos de viaje.

El conjunto de creencias, actitudes y prácticas racionales o emotivas habituales en un individuo y en el grupo social al que pertenece, configuran un determinado estilo de vida con sus valores respectivos. Un número variable de personas con similares valores, e integrados en grupos o segmentos, se identifica con cada estilo de vida.

Hay, por ejemplo, personas con valores relacionados con la conservación de la naturaleza, o con las prácticas deportivas, que realizan visitas a parques naturales o exploran de cavernas submarinas, actividades que exigen entrenamiento físico y preparación psicológica.

La segmentación tradicional, sin embargo, se concentra en las siguientes variables: localización geográfica, capacidad de gasto y la dualidad motivación/ actividades. Esta división facilita el reconocimiento de los valores y estilos de vida en los que se basa una segmentación del mercado. También permite saber más acerca de gustos y preferencias o de las moti-

vaciones, emociones y fantasías que comprenden un viaje vacacional.

El hecho de dirigirse a un mercado segmentado a partir de un perfil del turista incrementa las posibilidades de satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes. Vendrá con ello la productividad, la calidad y los altos rendimientos financieros.

En pocas ocasiones se consideran los valores o los estilos de vida de los turistas, y mucho menos su edad, al tiempo de segmentar el mercado para el diseño de productos de calidad. Es frecuente encontrarse con un producto generalizado, no clasificado, y que, ante la oportunidad de explotar la especialización, se prefiere evitar el fomento de las motivaciones, los gustos o la aptitud para cada mercado en específico.

Este es el motivo por el que se propone la siguiente clasificación, según edad, demanda turística (Cuadro 11) y, sobre todo, nivel de esfuerzo físico - tema muchas veces olvidado y que impide al propio turista imponerse retos, inclusive en una misma actividad.

A partir de esta clasificación, una misma actividad podría ser clasificada en 26 diferentes posibilidades de

**Cuadro 11. Edad y demanda turística**

EDAD Y DEMANDA TURÍSTICA	
INFANCIA:	En esta fase otras personas toman las decisiones, aunque, por supuesto, los niños tienen cierta influencia sobre sus padres.
ADOLESCENCIA:	Los viajes sin los padres comienzan hacia los 15 años, con poco dinero pero sin ningún tipo de responsabilidades y con todo el tiempo del mundo.
SOLTEROS:	Grupo de personas que a su vez contratan un recorrido sin acompañantes, y están dispuestos a conocer nuevos lugares y a relacionarse con otras personas. Viajan solos, y no creen que esta circunstancia sea impedimento para disfrutar de la vida y viajar. El viajero "single" suele rondar los treinta años, se halla en cenit profesional, tiene una renta per cápita superior a la media, acostumbra a viajar fuera de temporada y eso eleva la oferta de viajes disponibles.
MATRIMONIO:	Antes de la llegada de los niños, las parejas suelen tener dinero y pocas ataduras, por lo que tienen una alta propensión a viajar, generalmente en desplazamientos internacionales. Con la llegada de los niños, llegan las responsabilidades y menos tiempo y dinero para viajar. Las vacaciones suelen ser un territorio nacional, visitando parientes y amigos.
NIDO VACÍO:	Cuando los hijos se van, los padres empiezan a hacer su propia vida, tienen otra vez dinero y tiempo libre. Es normalmente un sentimiento de una segunda luna de miel y viajan inclusive por largos períodos.
TERCERA EDAD:	La jubilación alrededor de los 55 años está creando un grupo de personas activas que realizan viajes internacionales y nacionales. Aunque a más avanzada edad, llegan los problemas de salud y dinero, a veces la muerte del cónyuge, por lo que la propensión a viajar disminuye.
PERSONAS CON CAPACIDADES DIFERENTES:	Las personas con discapacidad, es decir aquellas personas afectadas por un alto grado de minusvalía (especialmente física), que no les impida desempeñarse por sí mismos, esto es, en los que no concurren las causas de incapacitación. Estos sujetos son los destinatarios más directos de la norma, en el sentido de que por su minusvalía, pero manteniendo intacta su capacidad de autogobierno, pueden ser los que mayor atención requieran para realizar alguna actividad turística.

Fuente: Elaboración propia

**Cuadro 12. Tipología del visitante**

TIPOLOGÍA DEL VISITANTE							
MERCADO	Nivel de esfuerzo físico						
NIÑOS							
JÓVENES							
SOLTEROS							
MATRIMONIO							
NIDO VACÍO							
TERCERA EDAD							
ACCESIBILIDAD							

Fuente: Elaboración propia

ejecución, según el mercado y la tipología del visitante (Cuadro 12). El mismo criterio podría aplicarse a cualquier ruta turística.

Las empresas deben estar en capacidad de identificar las tres fases fundamentales en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los turistas:

Producto – Servicio – Experiencia

Cada una de éstas posee una estructura y unos principios que deben ser comprendidos y administrados.

El marketing tradicional segmenta mercados con base en las variables socioeconómicas y geográficas. Este procedimiento sólo satisface los requerimientos del consumo y no las necesidades integrales del individuo.

El marketing moderno se dirige a satisfacer las necesidades y expectativas de las personas al apreciarlas de manera integral. Se trata de un enfoque más orientado a la segmentación que a la masificación.

La fortaleza de los productos turísticos actuales radica en el conocimiento profundo de la tipología del visitante; ésta es la única vía que conduce a la calidad y a la permanencia del negocio.

Una gran cantidad de compañías realiza segmentaciones globales típicas de los productos/servicios, tales como: turismo arqueológico, turismo ecológico, turismo de sol y playa, turismo de salud, turismo de deporte o turismo de congresos y convenciones.

### Rutas turísticas

Los circuitos turísticos, según Chan (2005), son la base para la creación de visitas guiadas, rutas y pa-

quetes turísticos. Permiten organizar la oferta, aprovechar mejor los recursos y atraer a mayor número de turistas. Para Novo (1977), son:

*“Recorridos turísticos con regreso o no al punto de partida, pero sin pasar dos veces por el mismo lugar”.*

Según la SECTUR, estos circuitos son:

*“Una oferta conjunta de productos turísticos diferenciados y que generalmente se ubican en regiones distantes”.*

Los circuitos turísticos tienen atributos propios: son recorridos que ofrecen productos y servicios con fines de recreación, aventura o aprendizaje que van a caracterizar el lugar visitado; la ruta no debe pasar dos veces por el mismo lugar y abarcan el espacio geográfico necesario en función de la temática y el tiempo de recorrido. Un circuito debe ser organizado para poder tener un buen desarrollo y permitir un recorrido sistematizado. Estos circuitos son prefijados y pueden o no terminar en el mismo punto donde comenzaron.

Los recursos turísticos son la base del desarrollo turístico y, en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino, la duración de la prestación del servicio, la temática - que puede ser especializada o general -, la localización de los atractivos naturales o culturales.

Los productos de los circuitos turísticos comprenden aspectos como: el espacio geográfico, el patrimonio natural o cultural de la región, la temática (cuando se trate de un circuito especializado), la programación (itinerario y mapas), la innovación

de la oferta, la operación, las medio físico y la posibilidad de ser recorrido, las modalidades del desplazamiento, las actividades a realizar y la tecnología empleada.

La SECTUR asegura que un buen producto turístico está compuesto por:

*“Todos los atractivos (cosas que ver), actividades (cosas que hacer) equipamientos y servicios (facilitadores para el disfrute de los atractivos), así como las infraestructuras de acceso y transporte que unen al destino con los mercados”.*

Para que un producto turístico lo sea, debe incorporar: atractivos (recursos naturales y culturales), autenticidad (aspectos únicos que constituyen una ventaja competitiva), singularidad (identificación de recursos a través de inventarios), multiplicidad de actividades y calidad en función del precio.

En la elaboración de una ruta/circuito es importante tener en cuenta factores tales como la conveniencia de realizar una investigación previa de la zona, inventarios, entrevistas y visitas de campo. Deben considerarse las variaciones climatológicas de la región, jerarquizar sus recursos y determinar la oportunidad de incluirlos en el programa, además de localizarlos en el mapa correspondiente.

En el trazado de las rutas es pertinente calcular las distancias para fijar los puntos de partida y finalización del circuito. El diseño debe incluir el nombre del circuito, la ubicación geográfica y orientación, las áreas protegidas (si es que cuenta con ellas), el espacio geográfico que recorre, los puntos a visitar, los servicios ofrecidos, las actividades a realizar, la señalización y las distancias.

Antes de su apertura, debe realizarse un recorrido de prueba a fin de medir tiempos, afinar detalles y evaluar las facilidades turísticas.

Las rutas turísticas pueden clasificarse por el espacio que abarcan, por la temática, por el diseño y el recorrido; incluso pueden formar parte de otro producto turístico ya desarrollado, como paquetes o viajes programados. Sin embargo, dadas sus características y prácticas, pueden ser una mezcla de estas clasificaciones (Cuadro 13).

El circuito turístico es una amalgama de productos y servicios ofrecidos al turista para satisfacer sus motivaciones de viajero; es una ruta prefijada con diferentes actividades a realizar y que puede prolongarse de unas horas a varios días. En muchos destinos se desarrollan como complemento del paquete turístico.

Es una forma de romper con la estandarización de los paquetes al convertirse en el motivo del viaje.

## Conclusión

Durante las últimas décadas se ha desarrollado en Quintana Roo una amplia gama de opciones turísticas, transformando la región en uno de los destinos más importantes del planeta.

Sin embargo, el soporte del turismo masivo, que ha sido la base de este crecimiento, comienza a presentar grandes limitaciones.

Desde hace años, las excursiones y los circuitos ofertados son insuficientes y monótonos al mantenerse sin innovación; por tanto, no cubren las expectativas de la demanda. Esta oferta se encuentra concentrada en dos o tres empresas que, en la mayoría de los casos, no involucra a las localidades. Ya que el 93% de las actividades tienen al inglés como idioma principal, los miembros de las comunidades quedan excluidos.

Las excursiones más importantes están relacionadas con la naturaleza. El precio promedio es de 80 dólares estadounidenses para las excursiones, y 132 dólares estadounidenses por día en los circuitos, con una duración aproximada de nueve horas.

Las comunidades involucradas sólo perciben 10 pesos por cada turista que ingresa a su región y alrededor de 10 mil pesos mensuales por concepto de renta mensual.

Recientemente ha comenzado a emerger como una opción válida y necesaria el denominado turismo rural, cuya expresión más conocida es el desarrollo de actividades en contacto con la naturaleza, aunque con un impacto menor en los ecosistemas que el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural (caso mexicano).<sup>5</sup>

Si bien existe una importante demanda - generada por la movilidad que practican los turistas que acuden a la región - en la cual podrían insertarse los pro-

---

5 En la tipología del turismo rural se han estudiado tres tendencias. El turismo rural europeo comprende el Turismo verde, Agroturismo, turismo cultural, turismo de aventura, turismo deportivo y ecoturismo. Para el caso de América Latina, las modalidades comprenden agroturismo, ecoturismo, turismo cultural, de aventuras, deportivo, técnico-científico, educativo, de eventos, de salud, gastronómico, étnico, religioso, esotérico; y de comunidades de recreación y retiro. Mientras que el turismo rural en el caso mexicano incluye etnoturismo, agroturismo, talleres gastronómicos, vivencias místicas, aprendizaje de dialectos, eco-arqueología, preparación y uso de medicina tradicional, talleres artesanales y fotografía rural.

**Cuadro 13. Tipología de rutas**

TIPOLOGÍA DE RUTAS	
Turismo de negocios:	Incluye los segmentos de reuniones, convenciones viajes de incentivo, ferias y exposiciones, mueven cada vez más visitantes debido, sobre todo, a la internacionalización de las empresas.
Turismo deportivo:	Derivado de los acontecimientos deportivos que atraen numerosos visitantes, tales como los juegos olímpicos, los mundiales de fútbol, los campeonatos, etc.
Turismo de aventura:	Basado en la participación en actividades normalmente al aire libre o en relación con la naturaleza o el deporte, tales como escalada, senderismo, montañismo, mountain bike, etc. que en sí mismas suponen una experiencia por su diferenciación con respecto a las actividades cotidianas. Suelen implicar un riesgo y normalmente la motivación consiste en la experiencia de nuevas sensaciones.
Turismo religioso:	El compromiso principal de viaje es cumplir con una promesa, acudir a una peregrinación o romería a lugares que ya gozan de prestigio dentro del campo de la fe; este turismo es de baja permanencia y de gasto muy reducido, pues no permite establecer un programa de desarrollo de actividades. Actividad turística a través de la cual quienes la realizan pretenden alcanzar gracias espirituales, buscando la proximidad, la inmersión o el contacto con lo sagrado. Busca vivir sobre todo una experiencia religiosa.
Turismo cultural:	Basado en las atracciones culturales que posee el destino, ya sean permanentes o temporales, tales como museos, actuaciones teatrales o musicales, orquestas, etc. O basado en las características culturales o sociales de una población que dispone de un estilo tradicional de vida o de unas características propias.
Turismo científico:	Está compuesto de visitantes de alta preparación intelectual: historiadores, literatos, arqueólogos, sociólogos, economistas y demás profesiones, que viajan con el objetivo principal de analizar con profundidad el país extranjero o el interior de su propio país.
Turismo estudiantil:	En la actualidad el intercambio estudiantil internacional va en aumento, aspecto que ha incrementado el turismo.
Turismo de congresos:	Se viene incrementando con el fin de intercambiar ideas de índole científica, ha sido uno de los mercados que más ha solucionado las fluctuaciones estacionales turísticas, debido a que se fomentan en épocas de baja temporada.
Turismo familiar y de amigos:	Los desplazamientos se realizan a casa de familiares y de amigos, razón por la cual quedan fuera de los estudios de demanda de alojamientos y de los servicios de las agencias de viajes.
Turismo de salud o medicinal:	Se basa en los viajes a instalaciones o destinos con la intención de obtener cuidados médicos, realizar una rehabilitación, hacer cura de salud o un tratamiento de belleza.
Ecoturismo:	Tiene su base en el medio ambiente y en su conservación, normalmente en áreas remotas, donde el equilibrio entre la vida animal y vegetal en relación con la presencia humana debe de ser cuidadosamente sustentable.
Turismo rural:	Referido a las actividades que tiene lugar en un ambiente natural, con las costumbres y actividades que se viven en los ambientes lejos de las ciudades y áreas industrializadas, tales como pueblos, granjas, etc.
Turismo gastronómico:	Se refiere a aquellas personas que viajan para deleitarse con los buenos platos de la cocina internacional. Es una nueva opción de aventura, no sólo dirigida a personas que gusten del arte del buen comer, como chefs o gourmets, sino que se enfoca a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria. Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar al paladar y conocer los platos típicos de las regiones.
Históricas:	Los hechos históricos son sus bases.
Arqueológicas:	En las que los yacimientos arqueológicos constituyen el eje central de las visita vacacional.
Artísticas:	Definidas por los diferentes estilos y períodos artísticos.
Museográficas:	Su principal interés es admirar las obras que se han concebido a lo largo de los diferentes estilos artísticos, periodos históricos.
Arq. industrial:	Las fábricas y antiguos procedimientos laborales, hoy en desuso, retoman su importancia.
Arq. popular:	El descubrir las distintas formas de vivir y el hábitat de cada región o territorio determinan el circuito.
De artesanía:	El descubrimiento e interés por los oficios y actividades artesanales de antaño configuran el itinerario.
Interés folklórico:	Las celebraciones festivas populares centran el viaje.
Literarias:	Algún personaje (poeta, escritor, dramaturgo, etc...) o corriente literaria constituyen el eje del itinerario.
Enológicas:	Donde la degustación de los vinos propios de una localidad o región, son su atractivo fundamental.
Acontecimientos:	Los espectáculos teatrales, los festivales de música, y las danzas son la principal motivación del viaje.

Fuente: Elaboración propia

ductos y servicios turísticos de las comunidades ya involucradas, éstas se enfrentan a un grave problema de desigualdad en las condiciones competitivas, derivadas del control del mercado por parte de las empresas privadas establecidas en Quintana Roo desde hace varios años.

Es más, algunas localidades se han visto obligadas a ceder sus derechos para la construcción de la infraestructura y los recursos suficientes para el desarrollo de sus actividades.

Al no tener el control de sus recursos, tampoco han tenido la posibilidad de acrecentar sus habilidades técnicas, financieras, de servicios y, por ende, de capacidad de comercialización o de diseño de productos. Deficiencias que se traducen en bajos ingresos y derrama hacia las economías locales y poca competitividad.

Algunas comunidades se dedican a la explotación de la madera; en consecuencia, existen zonas deforestadas en su totalidad o devastadas por los huracanes, lo que les otorga un valor muy diferente al tiempo de clasificar el grado de atractivos tanto naturales como culturales de los cuales disponen, y que podrían enfocarse para el diseño de nuevos productos.

El motivo esencial de esta investigación radica en conocer la manera en que el turismo comunitario de la zona Norte del estado de Quintana Roo puede generar ingresos altamente necesarios para la economía regional y local; en cómo generar una mayor conciencia acerca de la importancia de la conservación de los recursos naturales y en el establecimiento métodos para que los gobiernos y los habitantes - dentro y cerca de las áreas naturales - las preserven.

# La catedral de Guadalajara

Héctor Antonio Martínez González

## La Nueva Galicia

El 13 de julio de 1548, Pablo III expidió la bula de erección del obispado “*Súper speculam militantis Ecclesiae*”<sup>1</sup> con el título de Compostela. Fue la penúltima de las siete diócesis establecidas en el suelo mexicano durante el siglo XVI: Cozumel-Tlaxcala-Puebla, México, Michoacán, Antequera de Oaxaca, Ciudad Real de Chiapas, Guadalajara y Mérida.

Pronto se advirtió que el lugar escogido no era el apropiado y en 1560, Pío IV trasladó la sede de la Nueva Galicia a la ciudad de Guadalajara, asentada ya definitivamente en el Valle de Atemajac.

## La catedral provisional

Hubo en la ciudad dos primitivas iglesias que sirvieron de catedral: la “iglesia chica” o parroquia de San Miguel, levantada en 1542, de adobe y paja, con dos capillas - de Santa Ana y del Agua Bendita - y altar del perdón; y el “xacal grande de tres naves” de 1565, obra de Alonso Rubalcava, con cimientos de piedra, muros de adobe, de siete tramos, columnas de madera, cubierta de paja, piso de tabla, sacristía y torre. Fue dotada con todo lo necesario para el culto. La sillería del coro la trabajó Rodrigo Pineda y el retablo de madera dorada, Pedro de Yuste. Del pincel de Francisco Zumaya fueron las dos imágenes de Nuestra Señora y San Miguel; la decoración al fresco, de Juan Ibáñez. En la fiesta del Espíritu Santo del año 1574, un incendio destruyó el inmueble y casi toda la totalidad de sus objetos.

Estos edificios se localizaron en el sitio que después ocupó la enfermería del convento de Santa María de Gracia, frente a San Agustín y las Casas Consistoriales, hoy Palacio de Justicia del Estado.

## La catedral definitiva

Fray Pedro de Ayala, de la orden de Frailes Menores, segundo Obispo de la Nueva Galicia, bendijo la primera piedra de la catedral nueva el 31 de julio, probablemente de 1568.

La obra original tiene una superficie aproximada de dos mil ochenta metros cuadrados, midiendo treinta y dos metros de frente por sesenta y cinco de fondo.

La Caja Real, los encomenderos y los vecinos del lugar costearon tripartitamente su fábrica. La traza, aunque primeramente solicitada a la Península por el Obispo, debió haberse ideado en la ciudad de México por alguno de esos maestros mayores con formación renacentista que edificaron catedrales como las de México, Puebla y Mérida, y que innovaron definitivamente la arquitectura de los frailes evangelizadores.

En Guadalajara la planta de la catedral es rectangular, de solución gótica y alzado manierista. Recoge con exactitud los usos arquitectónicos del momento: las modas flamencas de Carlos I y la tendencia tridentina de Felipe II. Sus tres naves de igual altura se remontan a los templos-salón del gótico alemán de finales de siglo XIV. La esbeltez, armonía y elegancia de las nervaduras de sus bóvedas, de terceletes las centrales y de crucería las colaterales, las mejores en su género en América, que arrancan de un entablamento sobre la cornisa de las columnas, denotan influencia de Bernardo Gambarelli, llamado Rossellino, arquitecto catedralicio de la ciudad ideal del Renacimiento italiano, Pienza, año de 1462, cuna de Pío II.

Las ventanas, en juego de tres: rectangular la del centro, redondas las de los lados, toman ejemplo de la catedral de Málaga. Fue Diego de Siloé quien introdujo en España el molde de catedrales como las de Guadalajara y Mérida, cuyo prototipo es la de Granada.

## Orientación

Las naves longitudinales tapatías corren de Este a Oeste; esto es, el altar mayor se localiza hacia el Oriente y las puertas de ingreso por el Occidente. Esta ubicación fue adoptada desde antiguo por la liturgia católica en memoria del dogma fundamental cristiano: la Resurrección del Señor. San Pablo enseñaba con la fuerza de la palabra que le caracterizó que si Cristo no hubiese resucitado, vana resultaría la fe en él. Si, por el Oriente se levanta el lucero matutino, figura del Salvador resucitado; por el Oriente también nace el astro rey, símbolo de Jesús Sol de justicia y de verdad. Por eso, el templo cristiano al congregar a los fieles cada domingo, todos los días, en cualquier función, da testimonio con su propio espacio de los misterios que contiene.

1 “Colocados sobre la sima de la iglesia militante”

De igual manera, bien cuidaron los constructores de catedral que la fachada principal no fuese limítrofe a la plaza de armas. Les importaba que desde ese lugar de vida pública sobresaliera majestuoso el cuerpo del edificio con sus durables y fuentes sillares de cantería que repitiesen la catequesis del apóstol Pedro: Jesucristo piedra angular...vosotros, piedras vivas edificadas como casa espiritual para un sacerdocio santo. Bella forma de remarcar el misterio del Cuerpo Místico de Cristo. Con este sentido se levantaron los monumentos catedralicios de Morelia y Puebla; los parroquiales de Zacatecas, Tepatitlán, Yahualica y tantos otros que conservan su orientación del primer siglo virreinal.

Poco después de dedicada la catedral, Martín Casillas sugería desahogar la fachada principal debido a la estrechez de la calle de su ubicación. Fue hasta el mes de julio de 1666, cuando el Cabildo eclesiástico, previa la cédula real correspondiente, ordenó iniciar el derrumbe de los inmuebles de las Cajas Reales, fronteros al edificio, para la construcción de la plazuela que subsistió hasta la apertura de la actual avenida Alcalde.

Más de cien años después, en julio de 1781, el Cabildo acordó echar abajo el antiguo Colegio Seminario para levantar en su lugar la plazuela de La Soledad, ubicada frente a la puerta norte de la catedral.

A mediados del siglo XX, durante el gobierno del Lic. José de Jesús González Gallo, se demolieron cuatro manzanas para formar la gran cruz del centro histórico de la ciudad y exentar en definitiva, la catedral y el sagrario metropolitanos.

## Las Portadas

Con la edificación del Escorial se iniciaron para la arquitectura caminos de austeridad y simbolismo teológico. En esta línea se levantaron los ingresos de la catedral tapatía. Su imafrente tiene tres portadas herrerianas, dóricas las laterales y corintia de columnas pareadas y con estrías, la principal; su segundo cuerpo con tres nichos que originalmente remataba con el escudo de armas de los Austria, está ornamentado con tres esculturas de igual tamaño, labradas en cantera: La Virgen María flanqueada por los apóstoles San Pedro y San Pablo. Cada almena de este pórtico está formada por tres esferas de piedra sobrepuestas de mayor a menor y coronadas por tres pequeñas flamas en forma de potencia. Los frontones de las portadas laterales sostienen tres almenas de tres elementos cada una; como remates de las de en medio, lucen unos óculos enrejados, hoy orientados en línea transversal, que guardan proporción con el segundo cuerpo del ingreso principal. Todas estas repeticiones compositivas triples y relacionadas con la circunferencia, símbolo medie-

val de lo perfecto, significan el misterio de la Trinidad que así quedó exaltado en el templo mayor de la ciudad. Este imafrente organizado en tres grandes paños verticales, de pilastras dóricas y entablamiento corrido, una de las obras de más fino diseño y más delicada realización de la arquitectura manierista mexicana, según el sentir de Jorge Alberto Manrique, se vino abajo en parte durante el sismo de 1750, pero fue reconstruido fielmente a su original.

De las entradas laterales sólo subsiste la del costado norte, elegante, como buen recuerdo renacentista. Es de orden dórico, pilastras lisas, ingreso de medio punto, jambas, dovelas y enjutas almohadilladas, tímpano con circunferencia al centro que remata en tres airoas almenas apoyadas en tres bases apilastradas. La portada del costado sur que miraba a la plaza, se perdió en la segunda mitad del siglo XIX; repetía la solución formal del paño central del imafrente. En su primer nivel tuvo columnas pareadas con estrías, capiteles jónicos y casetones en el arco de entrada. El segundo cuerpo también fue jónico. Los tres nichos cobijaban las imágenes del santo Santiago al centro, San Clemente y San Martín a los costados. La hornacina de enmedio terminaba en un frontón sobre el que se abría la ventana del templo, rectangular y con marco labrado en cantera. Las almenas, en número de cinco, lucieron esferas de piedra soportadas por pilastras pequeñas.

## El interior

Los apoyos cruciformes del interior de la catedral son estriados y de orden dórico. Resultan singulares las medias cañas de sus costados<sup>2</sup> que con el venir de los días inspiraron los tradicionales balcones de esquina tapatíos.

La influencia de la iglesia principal de Guadalajara fue definitiva en la arquitectura religiosa y civil de la ciudad y en su momento, el barroco quedó marcado con la sobriedad y purismo catedralicios.

No obstante que los idearios renacentistas pugnar por espacios unitarios, el interior de la catedral se resolvió a la usanza toledana, con espacios compartidos. No pudo haber sido de otra manera. En la iglesia matriz deberían tener cobijo todas las estructuras sociales del virreinato. En el presbiterio o lugar de presidencia, estaba la cátedra episcopal - de ahí el nombre de catedral - desde donde el Obispo enseñaba y conducía a sus diocesanos. Detrás de él, respaldando su autoridad, venía el poder temporal, el rey, cuya capilla y retablo ocupaban el testero central de la iglesia. Del presbiterio arrancaba la crujía

2

Medias cañas que originalmente fueron rollizas; hoy estriadas.

que llevaba al coro. A los lados de la crujía se encontraban los asientos de los principales. El coro lo utilizaban los canónigos y capellanes. Los primeros formaban el cabildo eclesiástico, cuerpo colegiado que ayudaba al Obispo en sus funciones espirituales y administrativas y que, junto con los segundos, a diario como hasta hoy día lo hacen, celebraban la Liturgia del rezo de las Horas. Detrás del coro, a los pies de la nave del centro, se levantaba el altar del Perdón, sitio de expiación de las faltas públicas. Los gremios de trabajadores y cofradías se distribuían los altares de las naves colaterales, donde practicaban sus devociones y festividades propias. Frente a los altares, incluyendo al de los reyes y el del Perdón, alrededor de las naves, existía el pasillo procesional tan usado en las ceremonias de aquellas épocas y que también se destinaba para alojar al pueblo en general. Los sacramentos y la cura de almas se realizaban en el lugar anexo conocido como la parroquia de El Sagrario. Ésta fue la función que por varias centurias prestó el edificio. Con las reformas neoclásicas de principios del siglo XIX, la catedral perdió sus espacios compartidos y con su nueva unidad ambiental, se adecuó a las necesidades religiosas y sociales del México independiente.

## Martín Casillas

Fue hasta después de 1585<sup>3</sup>, cuando llegó de la capital del Virreinato el alarife Martín Casillas para hacerse cargo de las obras de la catedral, y no desde sus comienzos, como erróneamente sostiene Mota Padilla. Efectivamente, el 4 de septiembre de 1593, se nombró obrero o director de la iglesia nueva que se estaba construyendo a Martín Casillas, con cien pesos de oro común de sueldo, en la misma forma que hasta ese día lo había sido el maestro Diego de Espinoza. Tiempo después, en 1599, cuando ya bien conocía la fábrica, Casillas señalaba a la Audiencia “las faltas y errores que había en la obra” y proponía el cerramiento del templo con bóvedas góticas, cubierta que se adoptó en definitiva<sup>4</sup>, no sin antes conocer la otra solución, de corte renacentista como en Mérida, propuesta para Guadalajara por Diego Aguilera, también alarife de la catedral metropolitana.

El 19 de febrero de 1618, a pesar de la sede vacante del séptimo obispo Fray Juan del Valle Arredondo, Orden de San Benito, el Cabildo Eclesiástico efectuó la solemne dedicación de la catedral nueva a la Asunción de Nuestra Señora.

3 M. Toussaint demostró documentalmente que en esa fecha Casillas trabajaba en la Catedral de México.

4 En la resiente restauración de las cubiertas, 1983-84, se comprobó que las nervaduras no son estructurales. Las bóvedas se fraguaron con el primitivo cimbrado de tierra y paja.

El 22 de octubre de 1726, el Obispo franciscano Fray Manuel de Mimbela consagró la santa Iglesia Catedral de la Nueva Galicia. Sólo fueron tres las catedrales consagradas durante el Virreinato: en el siglo XVII, la de Puebla por el Obispo Palafox; a principios del XVIII, la de Guadalajara y a finales, la de Mérida, por Fray Antonio Alcalde.

Asimismo, durante la Colonia, sólo hubo un metropolitano: el Arzobispado de México. Después de la Independencia, la primera sede elevada a esa dignidad fue la de Guadalajara por su santidad Pío IX, en enero de 1863. Pío XII concedió a la catedral tapatía el título basilical, en mayo de 1939.

## Las torres

En los proyectos del siglo XVI no se pensaron torres para la catedral. Quizá el edificio remataría con una balastrada por sus cuatro vientos, tal como hoy se puede ver por el Norte y Sur, sobresaliendo los contrafuertes del contorno que terminan en cinco óculos para que al mirarlos de cualquier ángulo se puedan apreciar tres de ellos y seguir así remarcando el mensaje trinitario del conjunto. En el siglo XVII se construyeron las primeras torres, parecidas a la de San Francisco, de cuatro lados el primer cuerpo, que aún perdura en parte, y de ocho el segundo, rematadas por medias naranjas sobre las que había unas imágenes de piedra emplomadas de San Miguel y santo Santiago, patronos de la ciudad.

La torre más antigua es la que se localiza por el viento sur del inmueble; para marzo de 1621 ya había sido concluida y fue ésta la dedicada al señor San Miguel. Las obras iniciales para el levantamiento de la torre norte datan de finales del año de 1686. A partir de entonces, son muchas las noticias al respecto. En 1773 fue preciso reedificar la torre de San Miguel, la cual se echó abajo por amenazar ruina a causa de los desplomes y abras que le ocasionaron los temblores. En marzo de 1807 se tuvo el acuerdo de fabricar torres nuevas de conformidad al estilo neoclásico del momento, de dos cuerpos, procurando uniformar en todas sus partes la de San Miguel con la del apóstol Santiago. Este proyecto cuyos costos se aprobaron en febrero de 1810, quedó sin ejecutar debido a la guerra de Independencia. En las postrimerías del siglo XIX, los ingenieros Gabriel Castaños y Domingo Torres propusieron la remodelación exterior del edificio con lineamientos eclécticos y fríos, plan que afortunadamente quedó sin realización.

Al final, las viejas torres barrocas se destruyeron por el temblor del 30 de mayo de 1818. Se sustituyeron por otras que tal vez recogieron las aspiraciones académicas tan deseadas en la última década, pero también se cayeron durante el sismo de 1849. Las

actuales, neogóticas, románticas, construidas por el arquitecto Manuel Gómez Ibarra, se terminaron en 1854. Miden sesenta y cinco metros y noventa y un centímetros de altura la del Norte y sesenta y cinco con cincuenta y cinco su compañera del Sur. Hay en ellas dieciséis campanas, la más antigua fundida en 1661. El peinetón que remata y minimiza la clásica fachada, igualmente procede de la administración del obispo Aranda y Carpinteiro y en su decoración le sirvió de ejemplo el remate de la iglesia de San Felipe Neri; en su centro, también fue esculpido un relieve de la Virgen Asunta, pero en vez de ángeles la rodean los doce apóstoles. La caseta del reloj y la cruz calada son de época posterior.

# Referencias bibliográficas

## Patrimoine culturel y turismo

- Allix, G. 2006. Le double défi du patrimoine, *Le Monde*, 2 novembre 2006, p. 21
- Babelon, J. P. & Chastel, A. 1994. La notion de patrimoine, Paris, coll. « Opinion/art », Liana Levi, 142 p.
- Bensard, E., Flouquet, S., & Picone, S. 2004. Notre patrimoine de proximité : un héritage à reconquérir. Paris, Le Cherche Midi, 160 p.
- Bessière, J. 1998. Local Development and Heritage : Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, vol. 38, n°1, pp. 21-34
- Breton, J. M. 2001a. (dir.). L'écotourisme, un nouveau défi pour la Caraïbe ?. Série Iles et pays d'Outre Mer, vol.1, Karthala-CREJETA, Paris, 454 p.
- Breton, J. M. 2001b. L'écotourisme : une problématique conflictuelle pour des politiques innovantes. En: J. M. Breton (dir.). L'écotourisme, un nouveau défi pour la Caraïbe ?. Série Iles et pays d'Outre Mer, vol.1, Karthala-CREJETA, Paris, pp. 13-32.
- Breton, J. M. 2004 (dir.). Tourisme, environnement et aires protégées. Série Iles et pays d'outre mer, vol. 4. Karthala-CREJETA, Paris, 486 p.
- Breton, J. M. 2006. Tourisme, culture et environnement. Une problématique identitaire ? En: Ch. Gagnon & S. Gagnon (dir.). L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce. Presses de l'Université du Québec, Québec, pp. 43-71
- Breton, J.M. 2007. Tourisme alternatif et développement durable dans la Caraïbe. Problématique socio-culturelle et stratégies politiques. *Téoros.*, vol. 236, n° 1, printemps 2007, 46-51
- Breton, J.M. 2009a (dir.). Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe-Afrique-Caraïbe-Amériques). Série Iles et pays d'outre mer, vol. 6. Karthala-CREJETA, Paris, 416 p.
- Breton, J. M. 2009b. Les enjeux et les outils d'une gestion touristique intégrée du patrimoine culturel au service d'un développement durable et viable. En: J. M. Breton, J.M. (dir.). Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe-Afrique-Caraïbe-Amériques). Série Iles et pays d'outre mer, vol. 7. Karthala-CREJETA, Paris, pp. 367-397
- Breton, J.M. 2010 (dir.). Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe-Afrique-Caraïbe-Amériques). Série Iles et pays d'outre mer, vol. 7. Karthala-CREJETA, Paris, 436 p.
- Chastel, A. 1986. La notion de patrimoine. En: P. Nora. Les lieux de mémoire, t. II. La Nation. Gallimard, Paris, pp. 405-450.
- Chevrier, F.-G. & Clair-Saillant, M. 2006. Renouveau du tourisme culturel. Que reste-t-il du « touriste » ?. *Téoros*, vol. 24 , n° 2, été 2006, pp. 72-74
- Chevallier, D. 2000. Avant-propos. En: Rautenberg M., Micoud A., Bérard L. & Marchenay, Ph. (ed.). Campagnes de tous nos désirs. Patrimoines et nouveaux usages sociaux. Paris, MSH, Mission du Patrimoine Ethnologique (Ethnologie de la France. 16)
- Chevallier, D. 2004. Produits, pays, paysages entre relances et « labellisation ». En: D. Dimitrijevic (dir.). Fabrications des traditions, Invention de modernité. La Maison de l'Homme, Paris, pp. 275-288
- Chevallier, D. 2005. The Cow, the Chees, and the Anthropologist : The Revival of traditional Practice in Rural France. En: T. Otto & P. Pedersen (ed.). Tradition and Agency : Tracing Cultural Continuity and Invention. Langelandsgade : Aarhus University Presse, pp. 119-135
- Choay, F. 1999. L'allégorie du patrimoine, Paris, Seuil, pp. 9-24.
- Deperne, H. 2007. Le tourisme patrimonial dans la ligne du Grenelle de l'environnement. *Tourisme et Droit*, n° 92
- Drouin, M. 2007. Un vieux débat toujours ranimé autour de l'interprétation du patrimoine. *Téoros*. vol. 28, n° 3, automne 2007, pp. 72-75
- Frier, P. L. 1997. Droit du patrimoine culturel. *Droit fondamental*, Paris, PUF, 526 p.
- Frier, P. L. 2003. Synthèse. En: D. Alland & S. Rials, (dir.), Dictionnaire de la culture juridique. Paris, Lamy/PUF, v° Patrimoine, pp. 1132-1136.
- Guillot, Ph. 2006. Droit du patrimoine naturel et culturel. Paris, Ellipses, pp. 9-15.
- Henry, O. 2004. Les nœuds gordiens du Parc national de Guyane. En: J.M. Breton (dir.). Tourisme, environnement et aires protégées. Série Iles et pays d'outre mer, vol. 4, Karthala-CREJETA, Paris, pp. 341-370
- ICIP-ICOMOS. 2007. Charte ICOMOS pour l'interprétation et la présentation des sites culturels patrimoniaux. [On line] [http://icip.icomos.org/FR/groups\\_charter.html](http://icip.icomos.org/FR/groups_charter.html)
- Jégouzo, Y. 1986. (dir.). Droit du patrimoine culturel immobilier. *Economica Paris*
- Legal, P. Y. 2010. Patrimoine de proximité, un nouveau paradigme juridique. En: P. Le Louarn (dir.). Le patri-

- ne culturel au défi de la décentralisation. Presses de l'Université de Rennes. Rennes
- Le Louarn, P. 2009. Avant-propos. En: J. M. Breton (dir.). Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe-Afrique-Caraïbe-Amériques). Série Iles et pays d'outre mer, vol. 6. Karthala-CREJETA, Paris, pp. 9-13
- Le Louarn, P. 2010 (dir.). Le patrimoine culturel au défi de la décentralisation. Presses Université de Rennes. Rennes
- Le Prêtre, L. 2000. La conservation de la nature et des droits fonciers des Amérindiens. En: M. Rautenberger & al. (dir.), Campagnes de tous nos désirs. Patrimoines et nouveaux usages sociaux. Paris, MSH, Mission du Patrimoine Ethnologique (Ethnologie de la France. 16)
- Lequin, M. & Carrière, J. 2009. Innovation culturelle, tourisme et gouvernance régionale. En: J. M. Breton (dir.). Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe-Afrique-Caraïbe-Amériques). Série Iles et pays d'outre mer, vol. 6. Karthala-CREJETA, Paris, pp. 349-366
- Lutz J., 2005. Cultural tourism : Trends and Prospects, University of Birmingham. 10th november [On line] <http://www.artswales.org/publications/Keynote%20Cultural%20Tourism.ppt>
- MacKercher & Du Cros. 2002. Cultural tourism : the partnership between tourism and cultural heritage management. Haworth Hospitality Press, New York
- Martinez Cardenas, R. 2009. Dimensión del Turismo Espiritual en México. Secretaria de Turismo. México, D.F., 125 p.
- Martinez Cardenas, R. 2010. Tourisme spirituel. Le mystique comme patrimoine touristique. En: J. M. Breton (dir.). Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe-Afrique-Caraïbe-Amériques). Série Iles et pays d'outre mer, vol. 7. Karthala-CREJETA, Paris
- Nemery, J. C., Rautenberg, M & Thuriot, H. 2008. Stratégies identitaires de conservation et de valorisation du patrimoine. L'Harmattan, Paris, 144 p.
- Nora, P. 1986. Les lieux de mémoire, t. II. La Nation. Gallimard, Paris, pp. 405-450.
- Nora, P. 2006, L'explosion du patrimoine, Patrimoines, revue de l'INP, n°2/2006
- Planchet, P. 2009. Droit de l'urbanisme et protection du patrimoine, Enjeux et pratiques. Paris, Ed. Le Moniteur, pp. 77-79.
- Rautenberg, M., Micoud, A., Bérard, L. & Marchenay, Ph. 2000. (ed.). Campagnes de tous nos désirs. Patrimoines et nouveaux usages sociaux. Paris, MSH, Mission du Patrimoine Ethnologique (Ethnologie de la France. 16)

### **Turismo y magnetismo espiritual: la devoción al Santo Niño de Atocha en el santuario de Plateros, Zacatecas**

- Del Hoyo, B. 2004. El Santuario de Plateros, Zacatecas. Litográfica Central. Aguascalientes. México. 87 p.
- Del Rey, Annette 2000. Elegguá dentro de la práctica santera en Cuba. Su sincretismo con el Niño de Atocha. Fe, arte y cultura. Santo Niño de Atocha. Exvotos. Instituto Nacional de Bellas Artes, Museo Casa Estudio Diego Rivera y Frida Kahlo, Mexic-Arte Museum, Santuario de Plateros. México. pp. 131-134.
- Departamento de Pastoral de Santuarios 2009. Información de archivo. Conferencia del Episcopado Mexicano. Distrito Federal. México.
- Episcopales Latinos s/f. Santo Niño de Atocha [On line] [www.episcopaleslatinos.org](http://www.episcopaleslatinos.org).
- Fernández, A. M. 2009. De la salvación a la sobrevivencia: la religiosidad popular, devotos y comerciantes. Dimensión Antropológica Nº 36. [On line] [www.dimesnionantropologica.inah.gob.mx](http://www.dimesnionantropologica.inah.gob.mx).
- Garduño, B. 2000. Influencia del exvoto en la obra de Diego Rivera, Frida Kahlo y el arte contemporáneo. Fe, arte y cultura. Santo Niño de Atocha. Exvotos. Instituto Nacional de Bellas Artes, Museo Casa Estudio Diego Rivera y Frida Kahlo, Mexic-Arte Museum, Santuario de Plateros. México. pp. 31-60.
- Guido, P. 2000. Iconografía del Santo Niño de Atocha. Fe, arte y cultura. Santo Niño de Atocha. Exvotos. Instituto Nacional de Bellas Artes, Museo Casa Estudio Diego Rivera y Frida Kahlo, Mexic-Arte Museum, Santuario de Plateros. México. pp. 63-90.
- Hernández, A. y C. Rivera, coord. 2009. Regiones y religiones en México. Estudios de la transformación socioreligiosa. El Colegio de la Frontera Norte, CIESAS y el Colegio de Michoacán. México. 302 p.
- INEGI s/f. Archivo histórico de localidades Sistemas Nacionales Estadístico y de Información Geográficas [On line] <http://mapserver.inegi.gob.mx>.
- Isunza, A. 1980. Historia y tradiciones. Plateros y el Santo Niño de Atocha. Fresnillo, Zacatecas.
- Odgers, O. 2008. Construcción del espacio y religión en la experiencia de la movilidad. Los Santos Patronos como vínculos espaciales en la migración México/Estados Unidos. Migraciones Internacionales 4. Revista en línea. pp. 5-26.
- Parroquia Valle de Guadalupe s/f. Templo del Santo Niño de Atocha. La Devoción al Santo Niño. [<http://valledegpe.com/parroquia/templos04.html>].

Propin, E. y Á. Sánchez 2008. Importancia regional del Santuario “Santo Niño de Atocha”, Plateros, Zacatecas. Ponencia presentada en el XVIII Congreso Nacional de Geografía Zacatecas 2008. Zacatecas, México.

Puebla, J. J. 2008. El turismo religioso eje de la economía en San Juan de Los Lagos, Jalisco. Tesis de Licenciatura en Geografía. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional autónoma de México. 110 p.

RAE s/f. Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [On line] <http://www.rae.es/rae.html>.

Ramírez, J. 2000. Sobre el sincretismo religioso en Cuba. Fe, arte y cultura. Santo Niño de Atocha. Exvotos. Instituto Nacional de Bellas Artes, Museo Casa Estudio Diego Rivera y Frida Kahlo, Mexic-Arte Museum, Santuario de Plateros. México. pp. 135-136.

Reygadas, Y. 2009. Alcance regional del Santuario Santo Niño de Atocha en Plateros, Zacatecas”. Tesis de Licenciatura en Geografía. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional Autónoma de México. México. 91 p.

Robledo, F. 2008. Infinitas gracias al Santo Niño de Atocha. Iconografía testimonial de la migración México-Estados Unidos. El Siglo Zacatecano Imagen. Zacatecas, México [26 de junio de 2008].

Romo, J. Á. 2001. El uso turístico del espacio religioso: el santuario de Loyola en la “Ruta de los Tres Tiempos”. Instituto de Estudios de Ocio. Universidad de Deusto. Bilbao, País Vasco. España. 173 p.

Sánchez, R. M. 2000. Niño peregrino, de los plateros y de las causas perdidas. Fe, arte y cultura. Santo Niño de Atocha. Exvotos. Instituto Nacional de Bellas Artes, Museo Casa Estudio Diego Rivera y Frida Kahlo, Mexic-Arte Museum, Santuario de Plateros. México. pp. 105-112.

Sloane, M. 2000. Nuestra Señora de Atocha y su hijo. Objetos de poder. Fe, arte y cultura. Santo Niño de Atocha. Exvotos. Instituto Nacional de Bellas Artes, Museo Casa Estudio Diego Rivera y Frida Kahlo, Mexic-Arte Museum, Santuario de Plateros. México. pp. 91-98.

Zacatecas en Tiempo Real s/f. En Plateros, una historia de fe y de milagros: Dios-Rey, Dios Peregrino [On line] <http://www.zacatecasentemporeal.com>.

## El turismo espiritual en México

### Advertencia

No se cuenta con estudios previos desde materias como la economía o el turismo; los trabajos existentes tienen una visión de tendencias antropológica o sociológica, situación por la cual no hay información sistematizada que permita hacer un estudio longitudinal de la evolución de este fenómeno turístico para el caso mexicano.

Aceves Gonzalez, J. L. (03 de diciembre de 2008). Capellan coordinador de la pastoral orgánica integral de la catedral basílica de San Juan de los Lagos. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Álvarez, X. (03 de febrero de 2001). Arriban 2 millones de “Sanjuaneros”. Recuperado el 12 de enero de 2009, de El Universal.com.mx: [http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_nota=28226&tabla=estados](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=28226&tabla=estados)

Andreatta, L. (02 de diciembre de 2008). La importancia del turismo religioso. Conferencia dentro de la Cátedra “Expertos en turismo”. Guadalajara, Jalisco, México: Secretaría de Turismo de Jalisco dentro del marco de Feria Internacional del Libro 2008.

Andreatta, L. (02 de diciembre de 2008). Vice presidente Opera Romana Pellegrinaggi. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Ayuntamiento de Colón. (18 de febrero de 2008). Reconocen a autoridades municipales los peregrinos a San Juan de los Lagos. Recuperado el 12 de enero de 2009, de Ayuntamiento de Colón: <http://www.colon.gob.mx/modules.php?name=News&file=article&sid=200>

Batllori Guerrero, A. (2005). Perspectiva educativa ambiental del turismo cultural y alternativo en México. Boletín de los Sistemas Nacionales Estadístico y de Información Geográfica, 52-65.

Chaspoul, C. (1993). *Tourisme religieux*. Paris, Francia: Touristiques Européennes.

EFE, A. (31 de Octubre de 2007). La OMT cree que el turismo religioso refuerza la Alianza de Civilizaciones. Córdoba, Córdoba, España.

El Universal México, Df. (13 de diciembre de 2008). Visitan millones a la Virgen de Guadalupe. Recuperado el 25 de diciembre de 2008, de El Sol de Torreón: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/400559.visitan-millones-a-la-virgen-de-guadalupe.html>

Espinoza García, B. A. (02 de diciembre de 2008). Presidenta de la Asociación Mexicana de Agencia de Viajes. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Figuroa García, H. M. (12 de diciembre de 2008). Encargado de los medios de comunicación social de la basílica de Zapopan. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Flores, Á. (27 de enero de 2008). Se congregan 30 mil en El Cubilete. Recuperado el 18 de noviembre de 2008, de Correo el diario del Estado de Guanajuato: <http://www.correo-gto.com.mx/notas.asp?id=55811>

García, J. C. (03 de agosto de 2005). Guadalajara recibirá a más de 300 mil fieles de la Iglesia Luz del Mundo. Recuperado el 17 de noviembre de 2008, de La Jornada: <http://www.jornada.unam.mx/2005/08/03/043n1soc.php>

González Orozco, J. C. (02 de diciembre de 2008). Historiador de la Basílica de San Juan de los Lagos. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

González Pérez, G. (03 de diciembre de 2008). Rector del Santuario de Santo Toribio Romo. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

González, E. (30 de noviembre de 2008). Operador de autobús. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Korstanje, M. E. (Noviembre de 2006). Lo religioso en el siglo XXI: transformación de creencias y prácticas. *Ciencias Sociales Online revista electrónica*, 28-55.

Landerreche, R. (1993). Conquista y evangelización. En M. A. Puente Lutteroth, *Hacia una historia mínima de la Iglesia en México* (págs. 51-67). D.F., México: Jus Cehila.

Macedo González, S. (07 de febrero de 2008). Espera Chalma millón y medio de vistantes. *El Sol de Toluca*, pág. s.p.

Maldonado Alcudia, M. C. (s.f.). El turismo religioso católico en México. Recuperado el 29 de enero de 2009, de Secretaría de Turismo: [http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/13580/1/MinervaC-MaldonadoAlcudia\\_UOccidente.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/13580/1/MinervaC-MaldonadoAlcudia_UOccidente.pdf)

Maldonado García, E. A. (19 de diciembre de 2008). Ex presidente del Consejo de turismo de los Altos y Director de Turismo del Ayuntamiento de Tepatitlán de Morelos. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Mariscal Galeano, A. (2007). A vueltas con el turismo cultural y religioso en Andalucía: El caso de la Romería del Rocío (Almonte-Huelva). *II Jornadas de Sociología. El fenómeno religioso. Presencia de la religión y la religiosidad en las sociedades avanzadas* (págs. 1-16). Sevilla (España): Centro de Estudios Andaluces.

Martínez Cárdenas, R. (2002). La gesta cristera. Fuente generadora del neoturismo alteño. En F. d. Jorge Alberto Trujillo Bretón, *Seminario de Estudios Regionales* (págs. 11-21). Tepatitlán de Morelos, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.

Martínez Cárdenas, R. (17 de abril de 2007). La religión como motor de la economía. Recuperado el 29 de diciembre de 2008, de Observatorio de la Economía Latinoamericana: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2007/rmc-rel.htm>

Maya Castro, A. (16 de enero de 2009). Director de comunicación social de la zona occidente de México. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Negocios.com. (29 de octubre de 2007). El turismo religioso es el producto "estrella" en la Feria de las Américas de Brasil. Recuperado el 23 de diciembre de 2008, de Negocios.com: [http://www.gaceta.es/negocios/29-10-2007+turismo\\_religioso\\_es\\_producto\\_estrella\\_feria\\_americas\\_brasil,noticia,10,12,2835](http://www.gaceta.es/negocios/29-10-2007+turismo_religioso_es_producto_estrella_feria_americas_brasil,noticia,10,12,2835).

Noticieros Televisa. (12 de octubre de 2004). Congrega peregrinación a más de 2 millones de personas en Guadalajara, quienes acompañaron a la Virgen de Zapopan de regreso a su Basílica. Recuperado el 06 de enero de 2009, de Es Mas: <http://www.esmas.com/noticierostelevisa/mexico/397690.html>

Organización Mundial del Turismo. (2008). *Tendencias de los Mercados Turísticos, edición 2006 – Panorama mundial y actualidad del turismo*. Madrid (España): Organización Mundial del Turismo.

Ortega Padilla, L. F. (03 de diciembre de 2008). Promotor turístico de Talpa de Allende. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Ramírez, C. (07 de octubre de 2007). Llegan diez mil jóvenes al Cerro del Cubilete. Recuperado el 11 de noviembre de 2008, de Correo el diario del Estado de Guanajuato: <http://www.correo-gto.com.mx/notas.asp?id=43133>

Reyes, M. A., & Reyes, J. M. (30 de octubre de 2008). Ciclistas. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Reyna Quiroz, J. (28 de mayo de 2008). Clases muy populares no dejarán el turismo religioso aunque se estén muriendo de hambre. Recuperado el 16 de diciembre de 2008, de La Jornada: <http://www.jornada.unam.mx/2008/05/28/index.php?section=economia&article=027n2eco>

Ricard, R. (2000). *La conquista espiritual de México*. D.F., México: Fondo de Cultura Económica.

Romo, P. e. (30 de noviembre de 2008). Visitante a Santa Ana de Guadalupe. (M. S. Ruezga Gutiérrez, Entrevistador)

Ruezga Gutiérrez, S., & Martínez Cárdenas, R. (2006). El turismo por motivación religiosa en México, el caso de San Juan de los Lagos. *Cuadernos de patrimonio cultural y turismo*, 167-176.

Ruiz Guerra, R. (1993). Historia del protestantismo 1870-1830. En M. A. Puente Lutteroth, *Hacia una historia mínima de la Iglesia en México* (págs. 121-128). D.F., México: Jus Cehila.

Salas Montiel, J. F. (12 de enero de 2009). Director general de Promoción y Desarrollo Regional. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Salcedo González, L. C. (30 de octubre de 2008). Danzante. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Sánchez González, G. (02 y 03 de diciembre de 2008). Presidente Municipal de Talpa de Allende. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Sánchez, J. A. (30 de octubre de 2008). Seminarista. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., y otros. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.

Santuario del Señor de Chalma. (s.f.). Santuario del Señor de Chalma. Recuperado el 13 de enero de 2009, de Santuario del Señor de Chalma: <http://www.santuariodechalma.org.mx/index.htm>

Sciamplicotti, R., & Álvarez, t. d. (7 de diciembre de 2008). Monseñor Marchetto: la acogida, clave del turismo religioso. Recuperado el 25 de diciembre de 2008, de Zenit el mundo visto desde Roma: <http://www.zenit.org/article-29450?l=spanish>

Siller, C. (1993). La religión indígena. En M. A. Puente Lutteroth, *Hacia una historia mínima de la Iglesia en México* (págs. 13-32). D.F., México: Jus Cehila.

Solis, R. (2008 de septiembre de 25). El atrio de la basílica de Zapopan albergará a la Orquesta Filarmónica de Jalisco. Recuperado el 08 de enero de 2009, de La Jornada Jalisco: <http://www.lajornadajalisco.com.mx/2008/09/25/index.php?section=cultura&article=012n2cul>

Terra / EFE. (08 de agosto de 2006). Iglesia Luz del Mundo reúne a 200.000 feligreses en Guadalajara. Recuperado el 17 de noviembre de 2008, de Terra noticias: <http://noticias.terra.com/articulo/html/act463692.htm>

Viale Josefe, D. L. (02 de diciembre de 2008). Directora del Consejo de promoción turística de México en Italia. (R. Martínez Cárdenas, Entrevistador)

Zenit. (16 de diciembre de 2008). Roma presenta el primer Festival Internacional de Caminos del Espíritu. Recuperado el 23 de diciembre de 2008, de Zenit el mundo visto desde Roma: <http://www.zenit.org/article-29545?l=spanish>

## **Geografía del turismo religioso, el santuario de Nuestra Señora de Juquila, Oaxaca**

Alonso, J. 2002. *Geografía turística: general y de España*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, España, 289 pp.

Barrado, D. y Calabuig, J. 2001. *Geografía mundial del turismo*. Editorial Síntesis, Madrid, España, pp. 508.

Bonilla, L. 1965. *Los peregrinos. Sus orígenes, rutas y religiones*. Editorial Biblioteca Nueva, Madrid España, pp. 252.

Canoves, G. 2006. "Turismo religioso en Montserrat: montaña de fe, montaña de turismo." *Cuadernos de turismo*, núm. 18, pp. 63-76.

Cauci, P. 1999. Pórtico. En: P. Caucci (ed.). *Roma, Santiago y Jerusalén. El mundo de las peregrinaciones*. Lunweg Editores, España, pp. 9-13.

Gallegos, O. y López, A. 2004. "Turismo y estructura territorial en Ciudad Juárez, México." *Investigaciones geográficas*, núm. 53, pp. 141-162.

Hiernaux, D. 1989. "El espacio reticular del turismo en México." *Geografía y desarrollo*. Año 2, vol. 2, núm. 3, México, pp. 31-39.

Kostrowicki, J. 1986. *Un concepto clave: organización espacial. Divulgación geográfica*. Instituto de Geografía, UNAM, pp.7-22.

Maldonado M.C. 1999. *La práctica del turista religioso católico*. Universidad de Occidente. Ponencia.

Perles, J. 2006. "Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística." *Cuadernos de turismo*, núm. 18, pp. 147-166.

Porcal, M.C. 2006. "Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las javieradas como caso de estudio." *Cuadernos de turismo*, núm. 18, pp. 103-134.

Saraza J. y Espejo, C. 2006. "Interacción mito religioso/producto turístico en la imagen de la ciudad: Caravaca de la Cruz." *Cuadernos de turismo*, núm. 18, pp. 7-61.

Turner, V. (1988). *El proceso ritual*. Editorial Taurus, Madrid, España.

Villa, A. 2006. "El Rocío y el turismo de peregrinación." *Cuadernos de turismo*, núm. 18, pp. 151-174.

### Sitios de Internet:

[http://www.turismoymercado.com/ver\\_items\\_descrip.asp?vVarItem=576](http://www.turismoymercado.com/ver_items_descrip.asp?vVarItem=576) Turismo religioso: antecedentes y perspectivas. Publicado en el Boletín digital de la UNCOMA de marzo del 2006.

[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/migrants/documents/rc\\_pc\\_migrants\\_doc\\_20010711\\_pastorale-turismo\\_sp.html#\\_ftnref23](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/migrants/documents/rc_pc_migrants_doc_20010711_pastorale-turismo_sp.html#_ftnref23)

<http://mx.noticias.hispavista.com/estados/20081208112600010/veneran-virgen-juquila-oaxaca>

## **Potencialidades del turismo cultural asociado a lo religioso en Costa Rica; el caso de la ruta de las iglesias en San José**

Agüero, M y Fallas, H (04-03-2009). «Costa Rica es líder en competitividad turística». La Nación (Costa Rica). Consultado el 15-04-2010.

Fonseca, P (29-01-2009). «Costa Rica es tercera del mundo en conservación ambiental». La Nación (Costa Rica). Consultado el 15-04-2010.

Instituto Costarricense de Turismo (ICT) (2008). Anuarios Estadísticos, 2008. San José, Costa Rica.

Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes (MCJD). Archivo de Inmuebles Patrimoniales. Expedientes Históricos. San José, Costa Rica: Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural.

Quesada, C. R. (1999). Elementos del turismo. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Wikipedia (15-4-2010). Costa Rica. [http://es.wikipedia.org/wiki/Costa\\_Rica](http://es.wikipedia.org/wiki/Costa_Rica). Consultado el 15-4-2010

Mapa de Costa Rica por provincias (2010) [http://www.losmejoresdestinos.com/destinos/costa\\_rica/mapa\\_provincias\\_costa\\_rica.gif](http://www.losmejoresdestinos.com/destinos/costa_rica/mapa_provincias_costa_rica.gif) Consultado el 15-05-2010.

## **Religión y cultura, elementos potenciales de desarrollo económico; el caso de Tepeaca de Negrete en Puebla**

Acevedo, L. 1992. De 550 años de tradición a una central de abasto. Puebla, México. Trabajo de Tesis. [On line]. <http://en.scientificcommons.org/45934238>

Bañez J. 2008. Colosal proyecto en Tepeaca, de realizarse llevaría al desarrollo metropolitano. 2008. Ego.pixel [On line] <http://www.tepeaca.net/>

Cortés, L. 2009. Día de muertos y altares de Huaquechula. Gobierno del Estado de Puebla 2005-2011 [On line] <http://www.puebla.gob.mx/>

Encinas I. 2009. Historia y dulces en Puebla. Boletines. Turismo cultural. Instituto Nacional de Antropología e Historia. [On line].

[http://dti.inah.gob.mx/index.php?option=com\\_content&task=view&id=3017&Itemid=329](http://dti.inah.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=3017&Itemid=329)

Gobierno del Estado de Puebla. 1999. Centro Nacional de Desarrollo Municipal, Enciclopedia de los Municipios de México. Puebla Tepeaca. [On line]

[http://www.e-mexico.gob.mx/work/EMM\\_1/Puebla/Mpios/21164a.htm](http://www.e-mexico.gob.mx/work/EMM_1/Puebla/Mpios/21164a.htm)

Gobierno del Estado de Puebla 2005-2011. Comité de Planeación para el desarrollo del estado de Puebla. Programa Institucional 2005-2011. Instituto tecnológico Superior de Tepeaca. [On line].

<http://transparencia.puebla.gob.mx/phocadownload/itstepeaca/fraccion-vi/planes-y-programas/its%20tepeaca.pdf>

Gobierno federal. Presidencia. 2009. Tradiciones. Puebla. [On line].

<http://www.elkiosco.gob.mx/puebla.html>

Gobierno municipal de Tepeaca de Negrete 2008-2011. Aspectos socio demográficos de Tepeaca de Negrete. [On line] <http://www.tepeacadenegrete.gob.mx/>

Cultura y turismo en Tepeaca de Negrete [On line]

<http://www.tepeacadenegrete.gob.mx/cultura.html>

Plan De Desarrollo Municipal De Tepeaca De Negrete, Puebla 2008 – 2011 [On line] [http://www.tepeacadenegrete.gob.mx/docs/pmd\\_tepeaca.pdf](http://www.tepeacadenegrete.gob.mx/docs/pmd_tepeaca.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [On line].

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/soc/sis/sisept/default.aspx?t=mcu106&s=est&c=3133>

Zonas arqueológicas - visitantes promedio - 2003-2006 - entidad federativa Información estadística > Temas > Sociodemografía y género > Cultura y recreación > Patrimonio cultural >

Martínez, D, et. al. 2006. Plantas medicinales de cuatro mercados del estado de Puebla, México. Boletín de la Sociedad botánica de México, diciembre, núm. 079, Sociedad botánica de México, A.C. Distrito Federal, México. [On line]. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/577/57707908.pdf>

Martínez, L. 2010. Turista. Puebla cultural. Gastronomía. Gobierno del estado de Puebla 2005-2011 [On line] <http://www.puebla.gob.mx/>

Martínez, R. 2008. Dimensionamiento del Turismo espiritual en México. Informe de asesoría a Secretaría de Turismo.

Quintana, P Panorama gastronómico de México I. 2004 Congreso sobre patrimonio gastronómico y turismo cultural en América Latina y el Caribe. Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. [On line]. <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf/cuaderno1.pdf>

Retazos y puntadas. Viviendo la aventura del Evangelio. Divino Niño. Santo Niño Jesús Doctor de los Enfermos. [On line].

<http://devocionaldivinonino.blogspot.com/2009/12/santo-nino-jesus-doctor-de-los-enfermos.html>

Secretaría de Turismo. 2009. Dimensionamiento del Turismo espiritual en México. Serie de Turismo Cultural, México, D.F.

Sistema de información cultural. Resultados en Puebla. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. [On line].

[http://sic.conaculta.gob.mx/lista\\_mv.php?table=&disciplina=&estado\\_id=21&municipio\\_id=&paso=100&offset=150](http://sic.conaculta.gob.mx/lista_mv.php?table=&disciplina=&estado_id=21&municipio_id=&paso=100&offset=150)

Trota Mexico. 2008. Tepeaca. [On line].

<http://www.trotamexico.com/es/articulo/puebla/tepeaca/general/lu/tepeaca/>

Univision Communications. Foro Univisión. Santo Niño Jesús Doctor de los Enfermos. Novena. [On line].

<http://foro.univision.com/univision/board/message?board.id=angelescelestiales&message.id=110917>

Vázquez, A. 2007. Invitan a las fiestas en honor el Santo Niño Doctor de los Enfermos, en Tepeaca. Municipios. El Sol de Puebla, Organización Editorial Mexicana. [On line]. <http://www.oem.com.mx/elsoldepuebla/notas/n250723.htm>

Veerkamp V. 1982. Bibliografía sobre mercados con especial referencia a la comercialización de productos agrícolas. CIDER/ONU. Nueva Antropología, Año VI, No. 19, México 1982 [On line].

<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/nuant/cont/19/cnt/cnt8.pdf>

[Online] <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/IndArtRev.jsp?iCveNumRev=4734&iCveEntRev=159&institucion>

## **Turismo religioso, el caso de San Juan de los Lagos**

Callizo Soneiro, Javier (1991), Aproximación a la geografía del turismo, Síntesis, Madrid, España.

Carrascal, I. Eurosia, "Actividad turística y asimilación territorial en la costa nayarita". Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, No 17, 1987, México.

Carrascal, I. Eurosia, "El turismo y el subdesarrollo en México", Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, Vol. 7, 1975, México.

De la Cruz, J. Silvestre, "Españoles en San Juan Bautista Mezquititlán", Entre amigos, Circulo Cultural Entre Amigos, Jalisco, Año 1, No 2, junio, 1991, México.

Díaz Álvarez, José R. (1993), Geografía del turismo, Síntesis, España.

Fernández Fuster, Luis (1978), Teoría y técnica del turismo, tomo I, Editora Nacional, España.

García Silberman, Ana (1970), "Clasificación de los recursos turísticos", Boletín del instituto de Geografía, UNAM, Vol. III, México.

INEGI, XII Censo General de Población y Vivienda, 2000., (On line) [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)

INEGI, Censo Económico 2004, (On line) [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)

Pike, E. Royston (1966), Diccionario de religions, Prentice-Hall, Inc. New Jersey, U.S.A.

Rafferty, Milton D. (1993) A geography of world tourism, Englewood Cliffs, New jersey, USA.

Rueza Gutiérrez, Silvano (1995), San Juan de los Lagos, ciudad colonial, Jalisco, México.

SETUJAL, Anuario Estadístico de la Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco, 2006, (On line) [www.setujal.gob.mx](http://www.setujal.gob.mx)

Sopher, David E. (1967), Geography of religions, Prentice-Hall, Inc., New Jersey, U.S.A.

William A., Christian (1976), "De los santos a María: panorama de las devociones a santuarios españoles desde el principio de la Edad Media hasta nuestros días", en Temas de antropología española, Akal, Madrid, p. 87.

Citado por Juan María Diez Taboada, (1989), "La significación de los santuarios", La religiosidad popular, T. III, Anthropos, Fundación Machado, España, p. 274.

## **Inventario de recursos turísticos para el diseño de rutas turísticas en Quintana Roo**

AEIDL (1997). European Association for information on local development. Comercializar un turismo rural de calidad. Recuperado el 14 de enero de 2009 de <http://www.rural-europe.aidl.be/rural-es/index.html>.

Barrios S., L. A. (2009). Elaboración de circuitos turísticos. Última consulta 08 de febrero del 2010 en <http://www.scribd.com/doc/18972548/Elaboracion-de-un-Circuito-Turistico>.

Bote G., V. (1988). Turismo en Espacio Rural. Madrid: Editora Popular.

Bote G., V. (1994). Conservación y desarrollo de los recursos turísticos del espacio rural. El Boletín, nº 14 Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

- Boullón, R. C. (1998). Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista. (3ª. ed.) México: Trillas (reimp. 1998). 199 p.
- Calatrava R. y Ruiz A. (1993). El turismo: una oportunidad para las zonas rurales desfavorecidas. *Leader Magazine* N°4 Recuperado el 25 de enero 2019 de <http://www.rural-europe.aidl.be/rural-es/biblio/touris/art02.html>.
- Cárdenas, F. (1991). Proyectos Turísticos. México: Editorial Trillas. pp.20-30.
- Carrascal I. (1975). El turismo y el subdesarrollo en México. *Boletín del Instituto de Geografía*, 7. México: Instituto de Geografía, UNAM. pp. 39-44
- Casasola, L. (1990). Turismo y ambiente. México: Editorial Trillas.
- Chan, N. (2005). Capítulo 5 Diseño de circuitos. *Circuitos turísticos, programación y cotización*. Buenos Aires: Ediciones turísticas, pp. 93-122.
- Comisión Europea, DG Enterprise, (2002). Usar el patrimonio natural y cultural para desarrollar el turismo sostenible *Studio Ecosystems*. Luxemburgo: Oficina de publicaciones de la UE. Tomado el 28 de enero de 2009 de <http://www.Europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/studies/ecosystems/>
- Crosby, A., y Moreda A. (1996). Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales y naturales. Madrid: CEFAT. pp 20-30
- Del Reguero O. M. (1994). Ecoturismo, nuevas formas de turismo en el espacio rural. Barcelona: Bosch. pp. 27
- Domínguez E., J. F. (2006). Investigación sobre la organización comunitaria, autodiagnósticos e inventario de recursos turísticos, de las comunidades en área de influencia de los CEC Ignacio Zaragoza (Ignacio Zaragoza, El Ideal, El Pocito, Cristóbal Colon, El Naranjal, San Cosme y San Juan de Dios), Localidades del Municipio de Lázaro Cárdenas, Quintana Roo, México. Proyecto de investigación no publicado. Universidad del Caribe, SEDESOL
- Domínguez E., J. F. (2006). Investigación sobre la organización comunitaria, autodiagnósticos e inventario de recursos turísticos, de las comunidades en área de influencia de los CEC Kantunilkin (Holbox, Chiquilá, Solferino, San Ángel, Vicente Guerrero y El Cedral), Localidades del Municipio de Lázaro Cárdenas, Quintana Roo, México. Proyecto de investigación no publicado. Universidad del Caribe, SEDESOL
- Domínguez E., J. F. (2006) Investigación sobre la organización comunitaria, autodiagnósticos e inventario de recursos turísticos, de las comunidades en área de influencia de los CEC Nuevo Xcan (Nuevo Xcan, Pacchen, Nuevo Durango y Guadalupe), Localidades del Municipio de Lázaro Cárdenas, Quintana Roo, México. Proyecto de investigación no publicado. Universidad del Caribe, SEDESOL
- Fernández, G. y Guzmán R., A. (2003). El patrimonio industrial como recurso para organizar rutas turísticas. *Actas del III Encuentro de Turismo Cultural Maya*. Buenos Aires
- Fernández Z., G. y Guzmán R., A. (2005). Patrimonio industrial y rutas turísticas culturales: algunas propuestas para Argentina. *Cuadernos de turismo*, Enero-junio, Nro. 015. España: Universidad de Murcia. pp. 97-112
- Gilbert, D., (1989). Turismo rural y marketing. *Tourism reports*. n. 1. Valencia: Instituto Técnico del País Valenciano (ITVA). pp 25-85
- Gómez P., J. y G.-Quijano Díaz, C. (1992). Rutas e itinerarios turísticos en España. Madrid: Ed. Síntesis, *Colec. Gestión Turística* (1ra. Reimpresión 1992)
- Grolleau, H., (1987). *Tourism in the 12 Member States of the EEC*, EEC tourism unit, DG XXIII. Bruselas
- Gunn, C. (1994): *Tourism planning*. New York: Taylor & Francis
- Haydt de Almeida, M. (1994). Amplitud histórica, social, económica y sus perspectivas del turismo en México: Cancún-Tulum. México: Ed. Policromía impresor S.A. de C.V. Segunda Edición
- Hiernaux Nicolas, D. (2002). ¿Cómo definir el turismo? Un repaso multidisciplinario. *Aportes y transferencias. Tiempo Libre Turismo y Recreación*. Año 6 Volumen 2. Universidad nacional de Mar de Plata, Argentina: pags. 11-28
- Inskeep, E., (1999). *Guía para administraciones locales: desarrollo turístico sostenible*, Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT)
- J.C. Holloway (1997). *El negocio del turismo*. México: Ed. Diana 1ra edición. 424 p.
- Jiménez M., A. (1998). *Desarrollo turístico y sustentabilidad: el caso de México*. México: Ed. Porrúa., 190 p.
- Kaiser, Ch. Jr. y Helbert, L. E. (1983). *Turismo, planeación y desarrollo*. México: Ed. Diana.
- Leno Cerro, F. (1993). *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Madrid: Ministerio de Industria Comercio y turismo, MICYT.
- Martín de la Rosa, B. (2003). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto. *El patrimonio cultural*. *Revista Pasos*. Vol. No.2 pp.155-160. Revisado el 4 de febrero de 2009 de <http://www.pasosonline.org>
- McIntosh, R.; Goeldner Ch. y Ritchie, J., (1999). *Turismo, planeación, administración y perspectiva*. México: Limusa-Wiley

Moncada, P. (2006). Estudio de factibilidad de inserción de los productos y servicios turísticos de las comunidades CEC del Municipio de Lázaro Cárdenas, en el norte de Quintana Roo, en la oferta de recorridos y excursiones turísticas en Cancún y la Riviera Maya. Proyecto de investigación no publicado. Universidad del Caribe, SEDESOL.

Muñoz E., F. (1994). Turismo rural integrado: una fórmula innovadora basada en un desarrollo científico. Estudios Turísticos, nº 121,. España. Ministerio de Economía: Instituto de Estudios Turísticos recuperado el 27 de marzo de 2009 de (<http://www.iet.tourspain.es/>) pp. 5-26

Novo V., G. (1977). Diccionario General de Turismo. México D.F: Editorial Diana. 275 p.p.

Organización Mundial de Turismo (1999). Guía para administradores locales: desarrollo turístico sostenible. Madrid: Autor

Pearce, D., (1988). Desarrollo turístico, planificación y ubicación geográficas. México: Ed. Trillas.

Pérez de las Heras, M. (2004). Manual del turismo sostenible. Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable. Castellonense de Cultura, serie estudios económicos. Castelló de la Plana. Madrid: Ed. Mundi-Prensa

Rodríguez A., M. (2002). El turista cultural y las ciudades históricas. En Boletín del IAPH. Andalucía. Secretaría de Turismo (SECTUR), (2003). Capítulo 1. El diseño y operación de circuitos. Producto del Taller de Desarrollo de Productos de Turismo Alternativo efectuado en Playa del Carmen, México: SECTUR. Pág. 8-13.

SECTUR. (2003). Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios. Serie de Documentos Técnicos en Competitividad (No. 8). México, D.F.: SECTUR

Villacorta T., M. (2003). Análisis DAFO. Revista digital Mercadeo nº 22 Revisado el 18 de febrero de 2009 de [http://www.mercadeo.com/22\\_dafo.htm](http://www.mercadeo.com/22_dafo.htm)

Viñals B., M. J. (2004). Turismo en espacios naturales y rurales II. Valencia: Ed. Universidad Politécnica de Valencia.

Wearing, S. y otros. (1999). Ecoturismo. Impacto, tendencias y posibilidades. Madrid: Ed. Síntesis.

WWF (2001). (World Wildlife Fund). Directrices para el Desarrollo del turismo comunitario. WWF Internacional Av. Du Mont Blanc 1196 Gland, Suiza. 25 pp.



# Directorio

**Mtro. Víctor Julio Baltodano Zúñiga.**

Director académico del Campus Nicoya de la Universidad Nacional en Costa Rica.

Tel (506) 26-85-32-80 ext. 141.

**vbaltoda@una.ac.cr**

**Dr. Jean-Marie Breton.**

Director del Centro de Investigaciones y Estudios Jurídicos sobre el Medio Ambiente, el Turismo y la Planificación, Facultad de Derecho y Economía de Guadalupe, Universidad de las Antillas y Guyana. B.P. 270-97157 Pointe-à-Pitre Cedex, Francia.

Tel: 590-590-83-00-14.

**j.m.breton@wanadoo.fr**

**jean-marie.breton@univ-ag.fr**

**Mtro. José Francisco Domínguez Estrada.**

Estudiante del Doctorado en Geografía por la UNAM; Profesor-Investigador de la Universidad del Caribe. Cancún, Quintana Roo, México.

**fdominguez@ucaribe.edu.mx**

**Mtra. Leticia Macedo Martínez.**

Doctorante en Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México. Tel. (55) 21-12-28-22.

**lmacedom@hotmail.com**

**Dra. Gizelle Guadalupe Macías González.**

Profesora del Departamento de Estudios Organizacionales del Centro Universitario de Los Altos de la Universidad de Guadalajara. Tel: (378) 7-82-80-33.

**ggmg261@yahoo.com. gmaciasg@cualtos.udg.mx**

**Dr. Francisco Javier Martín del Campo Orozco.**

Investigador independiente.

**Dr. Rogelio Martínez Cárdenas.**

Profesor-Investigador del Departamento de Estudios Organizacionales del Centro Universitario de Los Altos de la Universidad de Guadalajara.

zTel: (378) 7-82-80-33

**roy963@hotmail.com**

**Lic. Héctor Antonio Martínez González.**

Investigador independiente.

**Dr. Enrique Propin Frejomil.**

Investigador del Instituto de Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México. Tel. 56-22-43-33.

**propinfrejomil@yahoo.com**

**Lic. José Juan Puebla Rodríguez.**

Maestrante del Posgrado en Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México. Cel: 5511-510558.

**juan-chepe9195@yahoo.com.mx**

**Mtro. Silvano Ruezga Gutiérrez.**

Profesor-Investigador del Centro Universitario de Los Lagos y de la Preparatoria Regional de San Juan de la Universidad de Guadalajara.

**sruezga2001@yahoo.com.mx**





The background is a grid of six colored squares: teal (top-left), light teal (top-right), purple (middle-left), pink (middle-right), teal (bottom-left), and dark teal (bottom-right). The teal squares feature intricate floral and geometric patterns. The purple and pink squares have a fine, textured pattern. The text is located in the bottom-right dark teal square.

**Universidad de Guadalajara**  
**Centro Universitario de los Altos**