



Turismo Cultural y Accesibilidad

Rogelio Martínez Cárdenas
(Coordinador)



Servicio Editorial
de Accesibilidad Universal · La Ciudad Accesible



La Ciudad Accesible
Accesibilidad Universal, Usabilidad y Diseño para Todos

TURISMO CULTURAL Y ACCESIBILIDAD

Rogelio Martínez Cárdenas
(Coordinador)

QUEDA PROHIBIDA SU VENTA. SE RUEGA LA MÁXIMA DIFUSIÓN GRATUITA
Documento pdf accesible según el programa Adobe Acrobat X Pro

Este libro debería ser indexado con los siguientes términos: turismo, turismo accesible, turismo cultural, turismo espiritual, turismo religioso, accesibilidad, patrimonio,

La cita bibliográfica sugerida es:

Martínez Cárdenas, R. (coord.) et al. (2015). Turismo Cultural y Accesibilidad. Colección iAccessibility Vol. 1. La Ciudad Accesible.

Coordinación:

Rogelio Martínez Cárdenas

Comité Científico:

Dra. Carmen Minguez García / Universidad Complutense de Madrid
Dr. Carlos Alberto Hiriart Pardo / Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dr. Agustín Lanuza / Universidad de Guanajuato

Equipo editorial de La Ciudad Accesible:

Antonio Tejada Cruz, Antonio Espinola Jiménez, Mariela Fernández-Bermejo

Para información sobre este libro y las actividades de LA CIUDAD ACCESIBLE:

www.laciudadaccesible.com
<https://www.facebook.com/laciudadaccesible>
<https://twitter.com/LaAccesibilidad>
<https://www.youtube.com/user/laciudadaccesible>



La Ciudad Accesible

Accesibilidad Universal, Usabilidad y Diseño para Todos

Primera edición: Diciembre 2015

D.R. Copyright © 2015

Edición, diseño, maquetación y conversión a PDF accesible:

ASOCIACIÓN ACCESIBILIDAD PARA TODOS - LA CIUDAD ACCESIBLE. La entidad ha realizado estos trabajos de forma gratuita y sin financiación externa.

Depósito Legal: GR 195-2016

I.S.B.N.: 978-607-9450-13-7

Promueve: Universidad de Guadalajara, Jalisco, México.

Portada: Reproducción de la portada y contraportada de la versión impresa en México.



La versión impresa de este libro se financió parcialmente con recursos del PROFOCIE 2014. Todos los derechos reservados conforme a la ley. Las características de la edición impresa, así como su contenido no debe reproducirse o transmitirse bajo ninguna forma o por ningún medio, electrónico ni mecánico, incluyendo fotocopiadora y grabación, ni por ningún sistema de almacenamiento y recuperación de información sin permiso por escrito del Titular del Derecho de Autor.

La presente publicación electrónica pertenece a la Universidad de Guadalajara, Jalisco, México y está bajo una licencia Reconocimiento-No Comercial 3.0 España de Creative Commons, y por ello está permitido copiar, distribuir y comunicar públicamente esta obra bajo las condiciones siguientes:

Reconocimiento: El contenido de este libro se puede reproducir total o parcialmente por terceros, citando su procedencia y haciendo referencia expresa tanto a su coordinador Rogelio Martínez Cárdenas y autores, como a la Universidad de Guadalajara (entidad promotora) como a LA CIUDAD ACCESIBLE (entidad editora). Dicho reconocimiento no podrá sugerir en ningún caso que la UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA o LA CIUDAD ACCESIBLE presta apoyo a dicho tercero o apoya el uso que hace de su obra.

Uso no comercial: El material original y los trabajos derivados pueden ser distribuidos, copiados y exhibidos mientras su uso no tenga fines comerciales.

Al reutilizar o distribuir la obra, es preciso que estos términos de la licencia sean claros. Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso de la UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA y LA CIUDAD ACCESIBLE como titulares de los derechos de autor. Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales de la entidad editora LA CIUDAD ACCESIBLE y la entidad promotora UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA que además no se responsabilizan de la autoría de las imágenes utilizadas en este libro.

Texto completo de la licencia:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/es/>

Prólogo

Para La Ciudad Accesible publicar un libro de actas de varios congresos y encuentros internacionales sobre turismo religioso y cultural teniendo presente la accesibilidad universal y el diseño para todos, es una apuesta estratégica y prioritaria, más si cabe cuando es la Universidad de Guadalajara, Jalisco, México, la entidad que promueve esta línea de investigación que coordina de manera magistral el Profesor Dr. Rogelio Martínez Cárdenas desde hace unos años. Además, es miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel I y desarrolla docencia e investigación en el Centro Universitario de Los Altos de la Universidad de Guadalajara.

Esta publicación de 232 páginas forma parte de la colección científica sobre accesibilidad universal de La Ciudad Accesible llamada *iAccessibility*. Es un primer volumen que aglutina once artículos científicos además una versión íntegra en francés de uno de ellos, más la presentación del Coordinador de la publicación.

Los quince autores que se recogen en esta recopilación de artículos de investigación bajo el título de 'Turismo Cultural y Accesibilidad', tienen diferentes nacionalidades ya que participan investigadores de Costa Rica, España, Eslovaquia, Francia y México. De esta manera, esta publicación tiene un carácter internacional y aporta conocimiento al turismo espiritual y cultural accesible.

Hay diez universidades representadas como son la Universidad de las Antillas y Guyana francesas, la Universidad Nacional de Costa Rica, la Universidad de los Santos Cirilo y Methodio en Trnava de Eslovaquia, las universidades españolas de Granada y la Complutense de Madrid, así como las universidades mejicanas del Caribe, la Nacional Autónoma de México (UNAM), la Michoacana de San Nicolás de Hidalgo o la de Guadalajara, entre otras filaciones no universitarias de los autores.

Los investigadores españoles Antonio Tejada y Mariela Fernández-Bermejo fundadores de La Ciudad Accesible, participaron en el año 2013 en el 4º Encuentro Internacional de Turismo Espiritual 'Una alternativa de desarrollo para las poblaciones' y al año siguiente en el 5º Encuentro Internacional de Turismo Espiritual, 'Planificación, gestión y estrategias de promoción de sitios turísticos'. Estos encuentros tienen lugar en el Centro Universitario de Los Altos de la Universidad de Guadalajara en Tepatitlán de Morelos, estado de Jalisco.

Es importante destacar que La Ciudad Accesible es el primer Laboratorio-Observatorio de investigación y acción a nivel internacional sobre Accesibilidad Universal, Usabilidad, Diseño Inclusivo y Atención a la Diversidad, donde la persona es el verdadero protagonista en los procesos donde participa e interacciona en su día a día, ya sea en entornos, servicios, bienes o productos.

Por este motivo y por lo que supone el turismo de peregrinación para el colectivo de personas con discapacidad así como personas mayores, la accesibilidad debe estar implementada desde el origen del diseño. Esta premisa ha llevado a estos encuentros internacionales de turismo espiritual a estar considerados como los más importantes en la materia de análisis y estudio, de un modo riguroso y científico. En su primer lustro de vida ha conseguido afianzarse como el máximo exponente y referente en un turismo emergente a nivel internacional.

En este contexto, la accesibilidad se convierte en una cuestión fundamental y transversal dentro de este enfoque turístico que mueve a millones de personas en el mundo durante todo el año, sin estacionalidades ni épocas determinadas. Este desarrollo social de diferentes zonas y ciudades que son lugares de peregrinación, suponen un estímulo económico a la región y espacio en el que se desarrollan.



Antonio Tejada
Director General de La Ciudad Accesible



Investigadores asistentes al 4º Encuentro de Turismo Espiritual celebrado en la Universidad de Guadalajara.

Índice

- 9** Presentación
Martínez Cárdenas, Rogelio
- 13** Autre vision du tourisme spirituel: le patrimoine et le tourisme culturel (Les sites industriels de Beauport et agricole de la Gravelière en Guadeloupe)
Jean-Marie Bretón
- 35** Transformación en la cultura del sabanero y turismo en Guanacaste, Costa Rica
Víctor Julio Baltodano Zúñiga, Cecilia Badilla Alvarado
- 55** Tendencias investigativas sobre turismo rural
José Francisco Domínguez Estrada
- 81** ¿Por qué llamarlo turismo religioso cuando queremos decir turismo cultural?
M^a. del Carmen Mínguez García
- 97** Del viaje espiritual al tour cultural. Características territoriales del turismo religioso en la Basílica de Santa María de Guadalupe
Carlos Said Martínez Fuentes
- 119** El pulso comercial en una hierópolis mexicana: San Juan de los Lagos, Jalisco.
José Juan Puebla Rodríguez
- 133** Fiesta de la Virgen de Guadalupe en un pueblo nahua (ejemplo de Santa Clara Huitziltepec, Puebla)
Radoslav Hlúšek
- 145** El Turismo religioso en Jalisco como mercancía
*José Luis Cornejo Ortega
Edmundo Andrade Romo
Rodrigo Espinoza Sánchez*

161 El diagnóstico y la propuesta para el impulso del turismo sustentable en el Plan de Manejo del Centro Histórico de Morelia (2012)

Carlos Alberto Hiriart Pardo

183 Turismo en Andalucía: relación entre la falta de accesibilidad en los centros históricos, la degradación urbana de los mismos y el descenso de su interés turístico. Importancia de la planificación urbana y territorial

*Fernández-Bermejo, Mariela
Tejada Cruz, Antonio*

197 Accesibilidad y hospedaje en los sitios de turismo religioso de los Altos de Jalisco

Martínez Cárdenas, Rogelio

209 Otra visión del turismo espiritual: el turismo patrimonial y cultural (El lugar industrial de Beauport y el agrícola de La Gravelière)

Jean-Marie Bretón

Presentación

A lo largo de once capítulos que integran el libro de Turismo Cultural y Accesibilidad el lector se va adentrando en estudios que muestran cómo es que han sido aprovechados distintos recursos naturales, materiales y sociales en pro del turismo. mediante una recopilación de experiencias de autores procedentes de distintas nacionalidades, donde se abordan aspectos que incluyen el patrimonio tanto en su ámbito material como inmaterial, el turismo religioso y la accesibilidad en ciudades históricas y sitios religiosos.

La primer parte del libro la conforman los cuatro primeros capítulos donde el eje principal es el patrimonio cultural. El primero de ellos escrito por Jean-Marie Breton versa sobre dos tipos de recursos que se han utilizado en Isla Guadalupe para desarrollar productos turísticos.

Breton narra como es que a través la implementación de una política de rescate y preservación del patrimonio y mediante el uso turístico se lograron rescatar y convertir por una parte el plantío agrícola «La Grive-lière» y por otro lado «Beauport» sitio industrial en desuso en sitios que hoy pueden ser disfrutados tanto por la población local como por los visitantes.

En el capítulo dos Víctor Julio Baltodano y Cecilia Badilla analizan cómo ha sido que la cultura del sabanero guanacasteco, que alcanzó un reconocimiento y posicionamiento social mediante la “fierra”, fiesta que incluía competencia, ritos y castigos donde se demostraban las habilidades de los sabaneros con los animales, ha tenido que enfrentar un proceso de transformación debido a la fragmentación de la hacienda, espacio donde realizaban su trabajo, además la decadencia de la actividad ganadera.

Esta transformación de la actividad social, ha llevado a los sabaneros guanacastecos a incursionar en la actividad turística como una manera de supervivencia lo que ha dado como resultado el surgimiento de lo que se ha denominado “turismo sabanero”.

José Francisco Domínguez en el tercer capítulo de esta sección dedicada al turismo cultural aborda el turismo rural y sus relaciones con el desarrollo socioeconómico de las zonas rurales, mostrando diferentes perspectivas teóricas y conceptuales desarrolladas, desde diversas ópticas para explicar el fenómeno del turismo rural, sus impactos en el medio natural y las regiones involucradas.

En el capítulo por qué llamarlo turismo religioso cuando queremos decir turismo cultural, Carmen Mínguez reflexiona acerca de las diferencias conceptuales entre lo que sea denominado turismo religioso y lo que se conoce como turismo cultural, para lo cual utiliza como elemento central de su análisis los criterios de la UNESCO sobre el patrimonio material e inmaterial.

La segunda parte del libro la componen artículos que tratan el tema del turismo religioso.

En el capítulo cinco Carlos Said estudia el caso de la Basílica de Santa María de Guadalupe, sitio con la mayor carga simbólica y espiritual en México, gran movilizador de peregrinos desde la época prehispánica hasta nuestros días.

En su texto analiza las características de los visitantes tanto nacionales como extranjeros que acuden a la Basílica de Santa María de Guadalupe, así como el fenómeno de mercantilización que se ha hecho de la imagen y el recinto.

Por su parte, José Juan Puebla habla de las "ciudad-santuario" o "hierópolis" y para ello, aborda el caso de la población de San Juan de los Lagos para ejemplificar como es que muchos de los espacios urbanos actuales en el caso mexicano surgieron en estrecha relación con el espacio sagrado representado en forma concreta por el templo.

Rado Hlúšek estudia la fiesta de la Virgen de Guadalupe que se lleva a cabo en un pueblo nahua de Santa Clara Huitziltepec, Puebla la sierra de Puebla. A través de las páginas de este séptimo capítulo del libro no muestra como es que se realiza y la importancia y significado que tiene la fiesta guadalupana para la comunidad, festividad que abarca cinco días durante las cuales el centro religioso y la vida social del pueblo se traslada del centro a la periferia, de la plaza y iglesia de Santa Clara a la capilla consagrada a la Virgen de Guadalupe que está construida sobre la cima del cerro arriba del pueblo llamado analógicamente Tepeyac.

En el capítulo titulado el turismo religioso en Jalisco como mercancía, los autores realizan un interesante trabajo de campo para identificar la percepción de los visitantes en seis sitios de turismo religioso ubicados en el estado de Jalisco, pero diferenciando dentro del estudio los santuarios dedicados a mártires y los consagrados a Vírgenes.

La tercera y última sección esta compuesta por tres trabajos cuyo enfoque principal es el patrimonio histórico y el turismo accesible.

Por su parte Carlos Hiriart en el capítulo nueve muestra cómo ha sido el proceso de conformación de la creación del plan de manejo del Centro Histórico de Morelia ciudad patrimonio de la humanidad, y que cuenta una grandiosa Catedral centro de atracción turística por su valía arquitectónica, artística e histórica. Este instrumento se vuelve de suma relevancia debido a la falta de política pública de planificación del territorio y como elemento para establecer estrategias turísticas que respeten el patrimonio material.

Por otra parte, nos muestra algunos de los problemas y retos que enfrenta el centro histórico de Morelia para atender al turismo accesible y sus habitantes que tienen algún tipo de discapacidad principalmente motriz.

Mariela Fernández-Bermejo y Antonio Tejada realizan una aproximación a la relación entre la falta de accesibilidad en los centros históricos, tanto en su entramado urbano como en sus edificios, y la degradación urbana progresiva que los mismos sufren y como consecuencia el descenso progresivo de su atractivo turístico. Así como la importancia que en este punto tienen la planificación urbana y la planificación estratégica turística para conseguir potenciar y dinamizar los destinos turísticos con el desarrollo que esto supone para las poblaciones.

Finalmente en el capítulo Accesibilidad el tema olvidado en los sitios de turismo religioso de los Altos de Jalisco, presenta los resultados de una investigación cuyo objetivo era determinar las condiciones de accesibilidad con que cuentan los dos principales santuarios católicos de los Altos de Jalisco (San Juan de los Lagos y Santo Toribio Romo), así como los hoteles de las poblaciones donde éstos se encuentran ubicados.

Una de las principales relevancias de este capítulo es el aportar datos, producto del trabajo de campo en un tema en cual existe una gran carencia de información real y confiable.

Estos once trabajos logran mostrar con distintos matices, voces y ángulos de visión algunas de las distintas caras de un mismo objeto de estudio todavía en construcción, el turismo

Rogelio Martínez Cárdenas

Octubre de 2015



Rogelio Martínez Cárdenas junto a Mariela Fernández-Bermejo y Antonio Tejada.

Autre vision du tourisme spirituel: le
patrimoine et le tourisme culturel (Les
sites industriels de Beauport et agricole
de la Grivelière en Guadeloupe)

Dr. Jean-Marie BRETON

*Profesor Emerito-Universidad de las
Antillas y Guyana francesas (Guadalupe)*

Investigador CEREGMIA EA 2440

Miembro de la Academia de las Ciencias de Ultramar (París)

Resumen

El turismo « científico » aún relativamente marginal no fue objeto hasta ahora que de una apre-hension conceptual relativamente poco documentada y de un desarrollo operativo aún limitado. Los ejemplos no son mas que notables, a través de la salvaguardia y de la valorización de los sitios históricos como arquitecturales propuestos al descubrimiento tanto como a la educación de los visitantes.

Los recursos patrimoniales y culturales de origen agrícola e industrial de Guadalupe (como de las otras provincias francesas de las Antillas) suscitaron, por demasiado tiempo, solo una consciencia colectiva y por lo tanto implicaron una voluntad y una política de salvaguardia y de protección, o incluso de rehabilitación a la vez tardías y parciales, al precio de la degradación, sino de la pérdida irreversible de una parte importante de este patrimonio.

La valorización cultural y la explotación económica del sitio agrícola de «La Grive-lière» y del sitio industrial de «Beauport» son de allí más notables y significativas, y constituyen en efecto ejemplos privilegiados de los impactos y contribuciones de la puesta en turismo del patrimonio local, en su dimensión «científica», a un desarrollo sostenible.

Palabras clave

Turismo espiritual - Historia - Cultura - Patrimonio - Identidad

1. Les thèmes problématiques du développement durable, comme de la gestion intégrée des espaces, des ressources naturelles et du patrimoine tant matériel qu'immatériel, sont aujourd'hui largement médiatisés et débattus, sans exclure, pour le premier tout au moins, des critiques parfois iconoclastes bien que souvent justifiées. Ils ne sauraient en effet échapper à la règle empirique qui veut que toute notion, en se vulgarisant et en faisant l'objet d'une inévitable récupération par les non spécialistes, tend à perdre en rigueur (séméiologique et scientifique) ce qu'elle gagne en extension (logomachique et populaire).

Les questions afférentes à la préservation et à l'exploitation durable du patrimoine culturel, a fortiori du patrimoine *scientifique*, au service d'activités de loisirs et de découverte, en relation avec les nouvelles formes de tourisme « alternatifs » qu'à la fois il suscite et sur lesquelles il s'appuie, ont jusqu'à présent été, elles, moins fréquemment et systématiquement analysées, conceptuellement, et, partant, moins « exploitées », opérationnellement.

C'est une réflexion relativement originale qui est proposée, dès lors que l'on entend, à travers une relation dialectique spécifique, mettre la gestion touristique intégrée du patrimoine, au sens large, au service d'un développement durable et viable, en priorité au profit des communautés et des populations locales.

2. En Guadeloupe, le concept de sauvegarde du patrimoine par le biais du tourisme a trouvé une expression originale par la mise en valeur et l'exploitation de sites ayant un potentiel historique et économique, comme le montreront les deux exemples ci-après.

L'archipel¹ dispose de multiples ressources naturelles et d'origine anthropique, dans le domaine de la biodiversité, surtout,

¹ La Guadeloupe, qui fait partie, dans la zone caraïbe, des « Petites Antilles », se compose, outre l'île principale (Grande-Terre et Basse-Terre), des îles de La Désirade, Marie Galante, les Saintes, Saint Barthélémy et (pour partie) Saint Martin.

mais également dans celui des sites et des vestiges histo-riques, architecturaux et archéologiques. Mais la prise de conscience de la dimension cultu-relle et de la valeur patrimoniale de ces derniers ne s'y est révélée que tardivement, de manière aussi lente que progressive, sans que l'on ait pu parler, jusqu'à une période récente, d'une véritable appréhension ni, a fortiori, appropriation de ceux-ci par la population.

Ce constat explique que, d'une part, nombre de ces ressources se soient considérablement dégradées, voire aient été quasi totalement détruites, au fil du temps, au point de ne plus pouvoir être sauvegardées, et donc protégées et valorisées ; et, d'autre part, la vision que peuvent en avoir les Guadeloupéens reste aujourd'hui encore aussi « sélective » que réduc-trice, s'agissant en particulier du patrimoine immobilier, architectural ou monumental, qu'il soit urbain, industriel et/ou agricole, lié aux productions locales traditionnelles (canne, café, cacao, etc).

3. Les deux sites retenus ci-dessous n'en sont que plus remarquables, en raison, notam-ment, de la signification symbolique et de la valeur emblématique qui se sont attachées à leur sauvegarde, à leur réhabilitation, à leur valorisation au profit d'un tourisme en partie original, à dimension « scientifique », mis au service d'un développement local voulu durable et viable.

Après un bref rappel de la signification et de la portée du concept même de tourisme scientifique (I), en l'état de la littérature documentée, on s'attachera à présenter successi-vement les conditions de mise en tourisme, et la nature de l'offre correspondante, des sites manufacturiers de *Beauport* (usine sucrière) (II) et de *La Grivelière* (« habitation » caféière) (III), témoins préservés de l'histoire et de la mémoire de l'île et de sa mise en valeur par ses premiers habitants depuis les années de la colonisation.

I. De la valorisation du patrimoine au tourisme culturel et scientifique

A - Le tourisme culturel et scientifique

1. L'appréhension cognitive

Quelles approche et définition retenir et accréditer du « tourisme scientifique » (dans la perspective susévoquée) ? De nouvelles taxinomies ont été proposées, et des classifications factuelles et/ou subjectives, volontaristes ou intuitives, comportementales ou épiphénomé-nales, esquissées².

La question n'est pas tant, ici, celle d'une nouvelle typologie, qui procède d'un besoin intellectuel de rationalisation, que d'une nouvelle problématique, qui postule, elle, des choix, des décisions et des interventions qui relèvent plus du domaine de l'action que de la spécula-tion. Encore convient-il également de s'entendre, en amont, sur les enjeux comme sur les implications d'une approche polysémique de la notion de tourisme « scientifique », comme des formes qu'elle peut concrètement revêtir et des postulats qu'elle sous-tend, dès lors qu'elle s'avère plus complexe, diverse et (logiquement) polémique que celle de patrimoine.

Une étude pertinente et documentée, à paraître sous peu (Bourlon et Mao, 2012), distingue à cet égard, à travers une démarche qui se veut à la fois analytique, thématique et heuristique, quatre formes principales de tourisme qualifié de « scientifique », que l'on acceptera comme telles (sous bénéfice d'inventaire, qu'il ne nous appartient pas de conduire ici). Il s'agit respectivement : du « tourisme d'aventure à dimension scientifique », du « tourisme culturel à contenu scientifique

² Par exemple, et ad referendum, si l'on veut établir un parallèle avec le tourisme culturel en général, la typologie proposée par la Commission européenne du tourisme (CET), développée par McKercher et Du Cros (2002) (*Cultural tourism : the Part-nership between tourism and cultural heritage management*, New York, Haworth Hospitality Press), en retient cinq catégories : intentionnel, consciencieux, instinctif, amateur et accidentel (ibid., 72).

», de l' « éco-volontariat scientifique », et du « tourisme de recherche scientifique ».

2. L'approche retenue

Si, en l'état des recherches, on considère cette typologie comme pertinente, la catégorie qui se rapprocherait le plus des exemples présentés ci-après est celle qui correspond à l'objet, aux paramètres et au contenu du « tourisme culturel à contenu scientifique »

Elle évoque un tourisme culturel et patrimonial bénéficiant et/ou procédant d'un processus d'encadrement-médiation-interprétation scientifique. La dimension scientifique est, expressement ou non, partie intégrante de l'offre, ce qui la distingue de produits touristiques classiques. Les notions extensives de culture et de patrimoine y comprennent les environnements naturels et sociaux et les dimensions historiques et territoriales³.

En Europe, en France notamment, les auteurs précités rappellent que la science est fréquemment mobilisée pour valoriser d'un point de vue touristique des espaces du patrimoine industriel. Origet du Cluzeau (2005) associe ainsi le tourisme scientifique à la visite de sites « Sciences, Techniques et Industries » (S.T.I.). Il devient de fait une déclinaison du tourisme culturel même si diverses divergences persistent en terme de publics et d'offres (Cousin, 1998 et 2001).

En Amérique du Nord, la dimension scientifique s'applique plus particulièrement à la médiation d'espaces naturels et de leurs écosystèmes mais peut aussi s'étendre à des sites ou milieux d'intérêts archéologiques, historiques ou ethnologiques. Dans ce cas, le tourisme scientifique entretient une très forte parenté avec la notion d'écotourisme dont

³ Cette définition s'approche de celle proposé par le Comité régional en tourisme scientifique du Saguenay-Lac-Saint-Jean (CSL Saguenay-Lac St Jean, Québec, 2005) du « Tourisme d'Apprentissage Scientifique » (T.A.S.), qu'il distingue du « Tourisme de Recherche Scientifique » (T.R.S.), qui est mobilisé dans la troisième forme nommée écovolontariat scientifique.

il peut devenir une des déclinaisons (en tant que « form of ecotourism that helps to preserve the environment relatively undisturbed ») (Mieczkowski, 1995)⁴.

Dans cette même logique, on peut voir dans le « tourisme scientifique et culturel de découverte, d'exploration et de loisirs » un des paradigmes fondateurs de l'écotourisme, dès lors qu'il est « respectueux des exigences et/ou compatible avec les contraintes écologiques telles que définies et sanctionnées par les normes juridiques de protection et de conservation de l'environnement dans son acception patrimoniale extensive » (Breton, 2004).

Selon Bourlon et Mao (*supra*), on constate aujourd'hui une multiplication des produits de tour-opérateurs, tant d'un point de vue des agences spécialisées que généralistes proposant des séjours scientifiques/écotouristiques dans leurs catalogues⁵. D'autres auteurs (Morse, 1997) associent aussi cette forme aux voyages éducatifs ou d'études (*learning travels*) dans un cadre d'école ou d'université (voire de rencontres d'anciens élèves de promotions). Ce type de séjour est très développé en Amérique du nord et fait partie du cursus obligatoire ou facultatif de nombreux étudiants. En Amérique du Sud, les dénominations de *turismo científico/educativo*, et de *turismo científico y didáctico*, sont fréquemment utilisées⁶.

⁴ Mieczkowski (1995) définit le tourisme scientifique comme « a form of ecotourism that helps to preserve the environment relatively undisturbed ».

⁵ De grandes agences ou organisations de la recherche vont même jusqu'à labelliser certains opérateurs ou produits, à l'image du partenariat signé en 2008 entre le Centre National de Recherche Scientifique (C.N.R.S.) français et le tour opérateur Escursia. Les chercheurs C.N.R.S. participent à l'encadrement et à l'animation des séjours. Il peut s'agir de la découverte de la forêt amazonienne en Guyane, des ethnies du sud-Cameroun ou de la botanique à Madagascar (Bourlon et Mao, loc. cit.).

⁶ Le Ministério do Turismo (2010) du Brésil utilise indifféremment les termes de « tourisme d'université, de tourisme pour l'éducation, de tourisme scientifique et de tourisme étudiant ». Il définit ce concept comme un « tourisme d'étude et d'échange, basé sur la motivation pour

B - Science, patrimoine et culture

1. La valeur patrimoniale et culturelle des sites et des vestiges

La gestion, la valorisation et l'utilisation du patrimoine, culturel en particulier, animent un débat déjà ancien mais sans cesse renouvelé, qu'il s'agisse de son « interprétation » (Drouin, 2007) aussi bien que des « défis » (Allix, 2006.21) qu'il postule. Il interpelle notamment la réflexion identitaire, en même temps qu'il renvoie à des usages sociaux sujets à de profondes mutations (Breton, 2009).

a) Les raisons afférentes à l'interprétation et à la fréquentation du patrimoine, en tant qu'activité de loisir, « sont multiples et ne cadrent pas toujours avec les nobles déclinaisons du tourisme culturel » (Drouin, 2007.72). Le touriste est ce faisant confronté à des choix quant aux modalités d'accès à la connaissance du patrimoine à travers différents modes d'interprétation mis à sa disposition, et ce face à l'institutionnalisation de la technologie au service de l'interprétation du patrimoine.

Il a été ainsi créé, au cours de la décennie des années 2000, un Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS) sur l'interprétation et la présentation des sites culturels patrimoniaux (ICIP)⁷.

b) Il s'agit à tout le moins, pour les décideurs comme pour les gestionnaires, de faire « vivre » le patrimoine, notamment par une politique cohérente et rationnelle de décentralisation culturelle. L'objectif poursuivi est double, à travers des programmes de restauration et de développement *ad hoc*, en

les activités et programmes d'apprentissage qui peuvent favoriser le développement personnel et professionnel grâce à des expériences interculturelles » (Ibid.).

⁷ ICIP-ICOMOS, 2007 (cf. « Charte ICOMOS pour l'interprétation et la présentation des sites culturels patrimoniaux »). Cet organisme a entre autres contribué à la rédaction d'une charte pour l'interprétation et la présentation des sites culturels patrimoniaux, en vue de baliser les pratiques pour éviter des dérapages « quant aux finalités de la conservation et l'appréciation du public des sites patrimoniaux » (http://icip.icomos.org/FR/groups_charter.html).

déterminant à la fois l'affectation du patrimoine au regard de la justification des investissements dont il fait l'objet ; et son adaptation à cet usage en évitant la dénaturation, posant par là un double « défi » aux élus locaux qui en ont hérité.

Les instruments financiers y sont déterminants, car ils imposent des contraintes spécifiques, en matière de justification de l'utilisation des fonds publics eu égard à la légitimité des objectifs poursuivis, et à l'efficacité-rentabilité (« coûts-avantages ») des retombées au regard des résultats escomptés, que ce soit en termes d'éducation, de loisirs, d'activités touristiques, ou, plus généralement, de développement local et de durabilité socio-économique.

c) L'approche et la connotation identitaires ne sont pas absentes, de loin s'en faut, de la démarche patrimoniale et touristique (Breton, 2006). On les mentionnera pour mémoire, *ad referendum*. Dans certaines sociétés contemporaines (au sein des communautés traditionnelles et autochtones des pays émergents notamment), l'identité constitue en effet un élément essentiel et déterminant de la double problématique sociétale, et, partant, développementale. L'émergence d'une identité spécifique, dans le contexte des relations entre lesdites populations et/ou communautés et la société nationale, repose sur une triple composante historique, sémantique et écologique, dont procède sa compréhension souvent complexe.

Le risque est évidemment grand, dans ce cas, de manipulation et de mythification (mystification ?) de l'identité, en raison « du glissement d'un fait identitaire initialement atomisé vers des formes régionales d'organisation politique », et de constitution corrélative d'un « discours » (*ibid.*) spécifique. La conception, l'élaboration et la mise en œuvre d'« outils » aptes à en permettre une gestion optimale et durable des ressources écotouristiques des patrimoine concernés, appelle en tout état de cause une réflexion

approfondie sur la prise en compte et la place à cet effet de la référence et des valeurs identitaires.

Dans le même sens s'inscrivent la description et l'analyse des processus par lesquels une société produit son patrimoine, culturel et scientifique en l'occurrence ; ainsi que la définition de l'objet patrimoine à travers les catégories élaborées par les acteurs eux-mêmes. L'intérêt, tant conceptuel qu'opérationnel, qui s'attache à l'élaboration d'outils d'aide à la décision, dans ce secteur, est incontestable. Les exemples tirés des usages patrimoniaux des milieux considérés, en particulier des nouveaux usages sociaux du patrimoine rural, l'illustrent à suffisance, en mettant en exergue l'articulation entre biens économiques et valeurs culturelles.

La patrimonialisation des territoires (ou les impacts territoriaux du patrimoine) est pour sa part porteuse d'enjeux politiques, dans l'acception extensive du terme, qui place au premier plan les problématiques et enjeux identitaires. Les produits de terroir, qui relèvent aussi bien du patrimoine matériel (architectural, monumental, archéologique, etc) qu'immatériel (savoir-faire, musique, traditions culinaires, artistiques, etc), se situent ainsi au carrefour du culturel et de l'économique.

Dans tous les cas de figure, à travers différents exemples retenus ou observés, sont en cause des mutations sociétales essentielles, dont la nature et le rythme varient avec le lieu, le moment, les référents culturels et les niveaux comme les modes de développement. Elles interpellent par là les acteurs concernés (décideurs et gestionnaires, populations et utilisateurs) quant à la nature et à la pertinence des outils aptes à crédibiliser, ancrer et optimiser leur démarche.

2. Le tourisme scientifique, déclinaison du tourisme culturel et patrimonial

La question s'est posée, en France, à la suite du vaste forum de débats et de concertation qu'a constitué en 2007

le «Grenelle de l'environnement», de savoir quelles pourraient en être les conséquences et les implications envers le « tourisme patrimonial », autrement dit dans quelles mesure et conditions la valorisation du patrimoine touristique (culturel et technique, pour ce qui nous intéresse ici) serait ou non compatible avec le respect de l'environnement, plus précisément « comment les droits du patrimoine et de l'environnement se structurent-ils autour de ces problématiques » au regard des enjeux de la mutation qu'elles impliqueraient (Deperne, 2007).

a) Aujourd'hui, la vocation et les usages touristiques « alternatifs » du patrimoine culturel sont largement diversifiés et, bien qu'encore marginaux au regard du tourisme de masse, connaissent un développement régulier et constant, à la mesure de l'évolution de la demande pour des loisirs « autres », et de l'évolution corrélative, bien que quelque peu décalée dans un premier temps, de l'offre entendant y répondre. L'équation « demande accrue envers le patrimoine culturel □ restauration/réhabilitation de ses éléments », jusqu'alors trop négligés par l'Etat comme par les collectivités territoriales, s'avère ainsi plus prégnante et mobilisatrice. Cette démarche appelle un effort d'imagination des politiques publiques de valorisation d'un tourisme « de mémoire », au profit et sur l'assise d'un patrimoine archéologique, historique et architectural trop longtemps livré à l'érosion de l'oubli et à la dégradation du temps, faute d'intérêt manifesté à son endroit en raison d'une désaffection chronique et conjuguée des pouvoirs publics autant que des consommateurs de loisir et de tourisme.

La quête de durabilité socio-économique d'un tourisme puisant sa source dans des attentes et des comportements nouveaux et différents légitime ainsi, en termes d'objectifs comme de conditionnalités, celle d'un patrimoine culturel dûment redécouvert et valorisé.

b) Assisterait-on alors à un véritable «

renouveau du tourisme culturel » (Chevrier et Clair-Saillant, 2006), et, partant, à une promotion et à une valorisation, à ce titre, d'un tourisme scientifique en émergence, dont l'intérêt et l'attrait seraient à la mesure à la fois de l'originalité et de la « valeur » socio-culturelle intrinsèque ? L'un de ses moindres aspects ne serait pas de remettre en cause la vision classique et pérenne, mais de moins en moins respectueuse des sentiers balisés de la pensée unique, d'un tourisme enclin, par goût mais aussi par nécessité, à se dépouiller d'oripeaux trop longtemps imposés par la massification incontrôlée des loisirs, par l'irresponsabilité envers un développement purement quantitatif et spéculatif, et par les modèles et clichés complaisamment véhiculés par les voyagistes et tour-opérateurs. Et ce au profit d'un exotisme (négativement) « *a-culturé* » parce qu'artificiellement construit et bradé, au nom des exigences de retour sur investissement et de rentabilité maximale de l'actionnariat véhiculées par une globalisation « *environmental and cultural blind* » ?

En découlent directement, en termes de gestion, des choix stratégiques et des options méthodologiques qui s'expriment et se concrétisent in situ par des processus opérationnels dont la nature et le contenu procèdent de leur détermination. Leur portée et leur valeur se mesurent à l'aune de l'efficacité des outils qui en sont issus, aux niveaux normatif et institutionnel, mais également politique, économique et social.

Tourisme de mémoire, *ex ante*, vecteur de conscientisation du citoyen autant qu'outil de développement local⁸, tourisme cognitif, *ex post*, à travers des équipements structurants et des outils stratégiques *ad hoc*⁹: les pistes sont nombreuses, les champs divers, les modèles multiples. La démarche touristique patrimoniale culturelle et scientifique ne peut toutefois, en tout état de cause, être artificiellement octroyée, à

⁸ Tourisme de mémoire, Cahiers Espaces, 2003, n° 80.

⁹ Musées et tourisme, Cahiers espaces, 2005, n° 87.

peine d'artificialité et de disqualification. Elle doit au contraire procéder d'une approche consciente, évaluée, raisonnée et dynamique du patrimoine, à la mesure de la diversité des environnements et de la richesse des cultures.

Dans cette perspective, on s'attachera ci-après à présenter deux exemples (à la fois différents et complémentaires : industriel et agricole) de mise en tourisme, en Guadeloupe, de sites patrimoniaux à vocation culturelle et scientifique, qui sont respectivement ceux de Beauport et de *La Grivelière*.

II. Tourisme et patrimoine industriel : l'usine sucrière de Beauport

Au nord de la Grande Terre¹⁰, dans la campagne de Port Louis, dans le site réaménagé d'une ancienne usine sucrière, le Pays de la Canne ravive le souvenir du temps où le sucre était au cœur de l'économie des îles, l'industrie sucrière ayant longtemps contribué au développement de la région. En suivant un parcours ludique et pédagogique, le visiteur est initié aux mystères de la formation de la canne à sucre.

L'usine de *Beauport* est une des dernières à avoir fermé ses portes (1990). Outre les conséquences sur l'emploi dans toute la filière, ce sont aussi des années d'expérience, de connaissance et de tradition de la canne et du sucre qui s'en sont trouvées menacées.

Aussi, pour préserver cet héritage, le mettre en valeur et le transmettre, de nombreux partenaires, dont la Région¹¹ Guadeloupe ont rouvert le site de l'ancienne usine de Beauport, l'ont restauré et réaménagé pour en faire un

¹⁰ La plus grande île de l'archipel guadeloupéen est en réalité constituée de deux parties, la Basse-Terre, au sud, où se situe la dorsale volcanique du massif de la « Soufrière » et la Grande Terre, au nord, principalement constituée d'un vaste plateau calcaire, séparées par un étroit bras de mer, la « rivière salée ».

¹¹ En tant que collectivité territoriale (française) décentralisée.

véritable centre de culture, scientifique et technique, mais aussi de valorisation du patrimoine.

A - L'histoire du site¹²

L'histoire de Beauport -du nom de son second propriétaire- commence en 1732. À cette époque, propriété de Simon Babin, Beauport -qui d'ailleurs ne porte pas encore ce nom- n'est qu'une «habitation-sucrerie»¹³ comme il en existe des centaines d'autres en Grande-Terre, c'est-à-dire un ensemble de terres (champs de canne, cultures vivrières, «bois-debout»¹⁴, savanes), de bâtiments domestiques et industriels, d'esclaves, dont l'unique raison d'être est la production de sucre.

En 1813, elle est rachetée et entre dans le giron de la famille Ruillier-Beauport, Blancs créoles¹⁵ qui multiplient les mariages stratégiques pour maintenir un patrimoine familial constitué de nombreuses habitations-sucreries. Beauport comprend alors 96 hectares et 70 esclaves. La Révolution française et l'effondrement du système esclavagiste marquent le début du déclin des Ruillier, comme celui de la plupart des grands propriétaires blancs. Plus d'une vingtaine d'habitations-sucreries appartenant à la famille sont alors saisies.

En 1836, c'est le Dr Armand Souques, originaire des Hautes-Pyrénées, déjà à la tête de plusieurs domaines, qui se porte acquéreur de l'habitation. Vers 1840, la Guadeloupe compte 620 habitations-sucreries, dont 26 constituent l'actuel Beauport.

Quelques années plus tard commencera la « guerre des deux sucres » (betterave

¹² L'histoire du site et des activités qui s'y sont développées depuis le début de la période coloniale ont été reconstituées à partir des informations fournies à travers les sites internet qui y sont consacrés, auxquels on pourra se reporter.

¹³ Une « habitation » est, à l'époque coloniale, un ensemble de bâtiments et de terres destinés à une exploitation généralement à caractère agricole, organisé autour de la maison du « maître » propriétaire. Le terme a été conservé jusqu'à nos jours.

¹⁴ Halliers (en créole : haziers).

¹⁵ C'est-à-dire nés dans la colonie.

contre canne à sucre, car la production sucrière française se développe, et l'apparition du sucre de betterave met à mal la production antillaise. En effet, le blocus continental imposé par Napoléon 1er aux Anglais, alors maîtres des mers, a eu pour conséquence de multiplier par dix le prix du sucre qui se fait rare et dont la consommation s'est généralisée en Europe. Pour s'affranchir de ces importations coloniales, Napoléon ordonne la mise en culture de 32 000 hectares de betteraves. On assiste ainsi à un nouvel essor de la production sucrière en France qui compte bientôt 585 sucreries, réparties sur l'ensemble du territoire. Les Antilles doivent alors faire face à une concurrence acharnée entre les deux productions sucrières, qui durera tout au long du siècle. Pour résister, les producteurs antillais doivent se moderniser, d'autant plus qu'ils doivent faire face à un autre événement : en 1848, l'abolition définitive de l'esclavage augmente encore les coûts de production¹⁶, alors que la betterave continue à gagner du terrain.

En 1863, Armand Souque, conscient que le salut vient de la concentration des moyens de production, et pour faire face à la concurrence du sucre de betterave de plus en plus prisé en France et en Europe, fait de Beauport une usine centrale avec un PDG et un « usinier ». Le notable s'engage avec audace dans le progrès technique, en développant notamment à travers champs un réseau de voies ferrées pour le transport de la canne vers l'usine. C'est également le début de constitution du domaine foncier de Beauport par rachat et concentration des anciennes habitations sucreries du Nord Grande-Terre. Il fait alors de Beauport la première structure industrielle du pays.

Mais un autre événement inattendu va relancer la canne : la Première Guerre Mondiale, qui non seulement ravage les champs de betteraves, mais généralise

¹⁶ A la suite de l'affranchissement des anciens esclaves, les planteurs ont fait venir une importante main d'œuvre d'origine indienne, qui a depuis lors fait souche dans les Antilles françaises depuis plusieurs générations.

aussi la consommation de rhum sur les champs de bataille. C'est la fameuse « goutte du soldat » : le rhum est distribué dans les tranchées, pour donner du courage et un peu de baume au cœur des « poilus¹⁷ » !

L'ascension industrielle et sociale de la famille Soucques est alors fulgurante. Leur « empire » va régner sur le sucre guadeloupéen pendant presque un siècle, et représenter une force économique et politique considérable. Ernest, le fils d'Armand a en effet poursuivi l'œuvre de son père, et c'est lui qui a réalisé le montage financier nécessaire à la modernisation de l'usine.

Mais en 1901 ses dettes sont telles, que le Crédit foncier colonial et la Banque de Guadeloupe l'obligent à se retirer. La société est dissoute, l'usine est adjugée à l'usinier Fernand Clerc, qui s'endette à son tour lourdement auprès de son commissionnaire à Bordeaux, Edmond Besse. Ce dernier reprend l'usine en 1908.

Elle va alors connaître une longue suite de crises durant lesquelles Beauport passe de pro-priétaire en propriétaire, jusqu'à sa liquidation et à sa fermeture définitive le 30 juin 1990.

B - La mise en tourisme

En Guadeloupe, depuis la fermeture de l'usine de « Grosse Montagne » (en 1995), il ne fonctionne désormais plus qu'une seule usine sucrière, celle de Gardel, près du Moule, à l'est de la Grande-Terre.

Pour sa part, l'ancienne sucrerie de Beauport a été restaurée pour redonner vie à l'un des axes trans-versaux de la culture guadeloupéenne et raconter son histoire usinière sur plus de trois siècles. Au cœur du terroir cannier, un train à voie étroite (*Flèch kann*), qui donc servait autrefois au transport de la canne, permet de sillonner les champs et les cultures vivrières de Port-Louis, dans le Nord Grande-Terre. Un espace multimédia, des

salles d'exposition et deux films dédiés à la canne à sucre permettent d'accéder à une information très complète.

1. Le complexe industriel et sa réhabilitation

Beauport partait en ruine, quand la Région et la société d'aménagement SEMAG déci-dèrent de la réhabiliter partiellement pour la transformer en Musée du Pays de la Canne. Le projet de réhabilitation a nécessité près de 4,6 millions d'euros, dont une partie financée par des fonds européens. Sa réouverture a notamment généré plus d'une trentaine d'emplois directs et indirects.

Le site, qui a ouvert ses portes au public en février 2004, fait depuis lors l'objet d'importants aménagements, qui sont encore loin d'être achevés. Après une inactivité de près de quinze ans, c'est sur un terrain appartenant désormais au Conseil Général¹⁸ que se poursuit la réhabilitation du site et de ses bâtiments, et que s'édifie conjointement un complexe à vocation à la fois patrimoniale, culturelle et touristique, sous la forme d'un *Centre de Culture Scientifique, Technique et Industriel* (CCSTI). « Beauport, le Pays de la Canne » est le nouveau visage de cette ancienne sucrerie, restaurée et réhabilitée pour redonner vie à une partie de la culture guadeloupéenne.

L'histoire de Beauport est en effet suffisamment riche, à de nombreux égards, pour que le site ait pu être transformé en véritable outil de culture scientifique et technique dédié à la tradition cannière du pays. Il tente, au travers de nombreuses activités, de faire revivre l'histoire du sucre en proposant un voyage ludique et pédagogique dans le dédale d'un héritage hors du commun.

Beauport a entendu mettre en relief et valoriser son caractère et sa vocation de lieu de mémoire, en ayant marqué le développement économique de toute une région, lourdement pénalisée et laissée en

¹⁷ Nom populaire donné aux soldats français de la « Grande Guerre » (1914-1918).

¹⁸ Assemblée délibérative du département (collectivité territoriale infra-régionale).

déshérence lors de la fermeture de l'usine, en même temps que l'éco-nomie entière de l'archipel et des Antilles s'en trouvait affaiblie. Pourtant, depuis 2004, grâce au Conseil Général de la Guadeloupe, le poumon économique du Nord Grande-Terre recom-mence à battre, s'offrant une nouvelle carrière, même si les trains qui charriaient la canne se sont définitivement tus, et si le ballet des cabrouets¹⁹ et des camions déversant leur charge-ment dans la cour a cessé.

Après une décennie d'agonie et de silence, Beauport a donc progressivement rouvert ses portes, non plus aux planteurs mais aux visiteurs, touristes aussi bien que résidents. Une partie de l'ancienne usine a déjà été rénovée et transformée en un musée, entièrement dédié au sucre et à la production cannière (qui reste encore aujourd'hui la première activité agricole de l'île, mais désormais quasi exclusivement tournée, à une exception près, vers la production du rhum et de ses dérivés). Chaque vestige de ce patrimoine industriel exceptionnel et presque miraculeusement sauvegardé est prétexte à raconter, à se souvenir, à éduquer. Trois siècles d'histoire sont ainsi retracés à travers les différentes stations d'interprétation qui jalonnent le parcours autour duquel s'organise la visite du site.

2. Le contenu de l'offre touristique

Outre la dimension proprement industrielle du patrimoine architectural qui suffirait à elle seule à alimenter une offre de tourisme « scientifique » (dans l'acception que nous retenue en exergue de cette étude), la valorisation et la médiatisation de l'histoire du sucre en Guade-loupe, via le label « Pays de la canne », procèdent d'un imaginaire créole fortement ancré dans la mémoire locale et dans l'identité collective.

C'est cette histoire que raconte, pérennise et vulgarise Beauport. Le complexe industriel mémorial et pédagogique propose une façon ludique de découvrir

¹⁹ Il s'agit de charrettes traditionnelles tirées par des boeufs.

le processus de traitement de la canne à sucre, allant depuis la plantation jusqu'aux produits finis (sucre, rhum), en en révélant aux visiteurs tous les « secrets ». La réhabilitation des vestiges des bâtiments et la rénovation du matériel de production leur permet

tent d'associer des images concrètes aux commentaires dispensés par les audio-guides (disponibles en anglais, en français et en créole).

L'érection formelle du site en *Centre de Culture Scientifique, Technique et Industriel*, dédié à la tradition cannière, n'est, au plan terminologique comme dans la destination qui lui est désormais impartie, pas anodine et exprime la volonté manifeste d'en faire un lieu de mémoire et de connaissance à vocation touristique à l'intention des visiteurs locaux autant qu'étrangers. L'aspect pédagogique de la visite importe beaucoup aux responsables du projet, car l'un des objectifs de la réouverture de Beauport a été de contribuer à la préservation du savoir-faire de l'ex-usine.

Beauport offre à cet égard une opportunité originale et unique de remonter dans le temps. La visite (*infra*) se compose d'un espace dédié au *patrimoine*, qui permet de visionner et d'entendre différents documents relatant l'histoire du site, depuis l'habitation sucrière jusqu'à sa transformation en usine de production du sucre. Les différents stades de *transformation de la canne* sont expliqués, ainsi que les types de moulins dont les vestiges sont en-core nombreux sur l'île²⁰ (on peut notamment en visiter un, pour profiter du panorama alentour, le moulin « de la découverte », témoin nostalgique et significatif de l'époque où Beauport était encore une habitation sucrière). Il est également proposé une *initiation à la botanique* concernant les différentes espèces de canne²¹.

²⁰ Et plus encore à Marie-Galante, dont la « ruralité » a été plus largement et systématiquement préservée jusqu'à ce jour, et qui continue à exploiter la canne, au profit notamment de l'usine Bielle, qui produit un rhum « agricole » de qualité.

L'offre touristique comprend une promenade à travers champs, grâce au petit train qui ressuscite celui qui servait à l'origine au transport de la canne, ainsi que du charbon qui alimentait alors l'usine, et dont subsiste, on l'a dit, une partie du réseau ferré. Outre un « laboratoire », où l'on peut goûter le jus obtenu par pressage des morceaux de canne, le site met à la disposition de ses visiteurs un *restaurant* créole et une « *kazabokit* » (sorte de sandwicherie-restauration rapide locale), pour une pause-déjeuner.

La réhabilitation architecturale et l'exploitation touristique de Beauport permettent donc de pénétrer au cœur d'une région en partie atypique et souvent mal connue (à l'opposé des sites balnéaires les plus fréquentés de l'archipel), celle du nord Grande-Terre, noyée dans un océan de cannes aujourd'hui encore animé par les vagues successives des alizés, dont l'aspect sauvage et authentique a été préservé : champs de canne à perte de vue, tours de moulins disséminées ici et là, cabrouets servant au transport de la canne, végétation sèche et balayée par les effluves marines, senteurs sucrées des tiges de canne coupées deux fois l'an, tout contribue à pérenniser l'identité et les charmes du pays cannier, tout en conservant à l'intention des jeunes générations comme des visiteurs non résidents la mémoire d'une exploitation esclavagiste dont la dimension dramatique, à l'époque de l'expansion manufacturière et industrielle des XVII^{ème} et XIX^{ème} siècles contraste étrangement avec le silence et la sérénité qui caractérisent aujourd'hui le site.

L'offre touristique y est à la fois diverse, riche et variée : animations culturelles autour de la canne, balades en train et excursions dans le dédale de la canne, spectacles proposés par des associations culturelles locales, participation des

visiteurs à différents ateliers (écriture : Kote Liv' ; théâtre : Ti Lolo des arts ; illustration, jeux traditionnels et jeux de société géants ; musique, etc), musée, restauration-détente (initiation à la gastronomie créole), boutique offrant l'opportunité de déguster les produits du terroir et d'acquérir les créations des artisans locaux. On trouve également un service commercial pour l'organisation de manifestations traditionnelles (soirées, repas festifs, etc).

Le Pays de la canne associe ainsi, dans une offre aussi originale qu'attrayante, un patrimoine riche, une culture vraie, des femmes et hommes authentiques, un savoir-faire industriel, et une histoire passionnante. Le site, qui s'étend et se développe sur plusieurs hectares, comporte de nombreuses stations d'interprétation (via, notamment, l'« audio-visio canne », qui permet une initiation à toutes les étapes de la transformation de la canne à sucre), sans oublier la « maison de l'usinier », emblématique de l'architecture créole traditionnelle. Chaque vestige du patrimoine industriel que met aujourd'hui en scène Beauport, dans sa dimension technique culturelle autant que scientifique, est ainsi prétexte à raconter et à se souvenir.

Le musée et l'espace audio visuel mettent pour leur part à la disposition des visiteurs et des touristes une documentation conséquente sur la culture de la canne, l'histoire de l'usine et les impacts, sur l'économie de la région comme, plus largement, sur celle des Antilles, d'une activité industrielle il n'y a guère riche et active. Un espace dédié, le Mur de la Mémoire, rend pour sa part hommage aux fondateurs de Beauport.

Enfin, les projets sont ambitieux, appelant plus de 3 M € d'investissements. Il s'agira en particulier d'augmenter la surface d'exposition, au profit d'une exposition permanente sur l'usine et d'une exposition sur le thème de l'énergie²².

²¹ Qui font au demeurant l'objet d'études du CIRAD (Centre de coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le développement) et de l'INRA (Institut National de la Recherche Agronomique).

²² Sur les statistiques de fréquentation, voir infra, Annexe.

3. La visite du complexe et des champs de canne

Si le touriste fait le choix de recourir aux services d'un guide-animateur, chaque fonction au sein de l'usine est commentée par un ancien salarié, et illustrée par de nombreux photos et panneaux didactiques décrivant la vie et les activités au sein de l'ancienne usine et des champs alentour.

La visite se poursuit par une excursion en train au milieu des plantations et de la campagne, agrémentée de commentaires décrivant l'histoire et l'économie de l'exploitation, les conditions et le déroulement de la vie quotidienne, mais également les caractéristiques de la canne comme des autres cultures ou arbres rencontrés au gré du trajet. Une halte dans une petite « gare » permet de se désaltérer, avant d'emprunter la voie en sens inverse pour le retour. Il s'agit de la seule ligne de chemin de fer encore utilisée au pays de la canne, et par là la seule en circulation en Guadeloupe.

La dernière partie de la visite peut être consacrée au musée, qui, comme l'espace audio-visuel, met à la disposition des visiteurs une importante documentation sur la culture de la canne, l'histoire de l'usine et l'importance économique qui a été celle de cette industrie pour la région.

Outre la disponibilité, le dynamisme et l'érudition des animateurs, les visiteurs peuvent accéder à un espace pédagogique, pour y découvrir un *arboretum* composé d'une trentaine de variétés, une serre où sont présentés des vitro plants, une station météo expliquant les relations entre météorologie et culture, des informations sur le cycle végétatif et sur les ennemis de la canne. Pour sa part, l'espace audiovisuel, que ses concepteurs ont voulu résolument moderne, comporte plusieurs modules didactiques : le petit lexique du sucre, qui décrit les étapes de la fabrication du sucre ; le livre sonore, réunissant les témoignages des hommes et des femmes qui ont fait l'usine ; la maquette du site industriel ; un espace dédié aux fondateurs de Beauport ; un **quizz** sur la canne et le sucre ; et plusieurs films sur le thème

du sucre.

On aura garde d'oublier le laboratoire de la canne, qui est de nature à accentuer, en sus des autres composantes du site, la dimension « scientifique » à la démarche touristique que propose la visite de Beauport, car il permet d'aborder des connaissances techniques à la fois exhaustives et accessibles, en particulier au cours d'ateliers encadrées par un médiateur scientifique.

Le circuit se termine par une visite de la boutique, qui recèle les richesses du « Pays de la Canne », les créations artisanales, les saveurs, etc. Les produits du terroir (sik à coco, fruits cristallisés, mousach, etc), qui participent de sa mémoire et de son identité, racontent eux aussi l'histoire, passée et présente, de la Guadeloupe.

3. - Tourisme scientifique et patrimoine agricole : l'habitation-caféière de La Gravelière

L'Habitation-café (caféière) de la Gravelière (commune de Vieux-Habitants) constitue l'un des joyaux du patrimoine historique de la Guadeloupe.

La Gravelière est une habitation de 90 hectares, propriété de la Région Guadeloupe depuis 1988. Classée monument historique depuis le 6 mars 1987, elle se situe dans la zone centrale (« cœur ») du Parc National de la Guadeloupe, à 200 mètres d'altitude, nichée au fond de la vallée de Grande-Rivière de Vieux-Habitants.

Cette ancienne Habitation café a été restaurée grâce à l'intervention du Conseil Régional de Guadeloupe. Elle reste l'une des dernières habitations café des Petites-Antilles encore en partie en état, témoin majeur de l'économie de plantation du XVIII^e siècle dans la Caraïbe. L'habitation principale (communément appelée « maison de maître » à partir du XIX^e siècle), les logements d'ouvriers, le moulin, la terrasse, l'installation technique et son mécanisme sont des éléments d'architecture pré-industrielle protégés au titre des monuments historiques. Les

logements des esclaves étaient situés en contrebas de la maison principale. On peut voir encore aujourd'hui à leur emplacement les vestiges des cases de travailleurs qui remplacèrent la main d'œuvre servile après l'abolition de 1848.

L'habitation-café de la Gravelière abrite aujourd'hui les activités de l'association culturelle et de réinsertion «Verte Vallée».

A - L'histoire du site²³

« Vieux-Habitants » est un foyer de la colonisation de l'île par les Français arrivés dans le sud de l'île, dans la région de Basse-Terre²⁴. Ils débarquent à la pointe Allègre, sur la Côte-sous-le-vent²⁵ le 27 juin 1635, et la paroisse de Saint-Joseph des Vieux-Habitants est fondée en 1636 par Nicolas Sullard, capitaine La Ramée. A cette époque, on appelle « habitants » les colons qui reçoivent une concession de terre, premiers propriétaires par rapport aux engagés. La zone va alors se peupler rapidement. Les premiers occupants plantent du tabac, du roucou²⁶ et de l'indigo. Ce n'est qu'au XVIII^e siècle que seront introduits le café et le cacao.

La Gravelière est le regroupement de plusieurs parcelles dont la plus importante portait, en 1788, le nom d'« Habitation Saint-Joseph ». Elle est mentionnée à l'époque comme manufacture à café, d'une contenance de 47 hectares, occupant 45 esclaves, maîtres et économe. On ne sait pas exactement à quel moment elle a débuté son activité, mais il est probable qu'elle ait profité du contexte nouveau, favorable au développement de la culture du café en Guadeloupe, vers 1726, sur les terres impropres à la culture de la canne.

²³ Ibid. supra, note 12.

²⁴ Aujourd'hui chef-lieu administratif de la Guadeloupe, Pointe-à-Pitre en étant pour sa part la « capitale » éco-nomique.

²⁵ Façade ouest de l'île, ouverte sur la mer des Caraïbes, au flanc du massif de la Soufrière.

²⁶ Matière colorante tirée des graines rouges du roucouyer (que les Amérindiens utilisaient, avant l'arrivée des colons, pour peindre sur leur corps leurs « maquillages » rituels).

Cette propriété est désertée à la Révolution et on perd la trace des 45 esclaves. Après la période révolutionnaire, ses parcelles furent cultivées en café et en cacao avec une main d'œuvre servile beaucoup plus limitée, réduite de 10 à 5 esclaves. Il faudra attendre la fin du XVIII^e siècle pour qu'une bonifierie²⁷ y soit implantée.

À cette époque, le souci des résidents est de s'assurer une survie quasi autarcique, en cultivant la terre, en vendant leurs ignames, malangas, en récoltant le manioc pour fabriquer sur place la cassave²⁸, et en élevant des volailles, des porcs. Ils descendent de temps à autre jusqu'à la mer, à pied ou à dos d'âne, et en remontent avec du froment, du sel, de l'huile, de la salaison, de la morue, etc.

En 1842, au moment de la crise du café, les frères Perriolat, originaires de la Drôme et fraîchement débarqués en Guadeloupe, en font l'acquisition, et s'attachent à regrouper les terres environnantes et des habitations plus modestes comme Saint Joseph et la Surprise. Propriétaires-inventeurs d'une machine industrielle à broyer le roucou, ils la transforment en roucouyère. L'habitation prend alors le nom de « Gravelière », en 1843, cinq avant la date d'abolition de l'esclavage (1848). Vers 1860, elle devient une fabrique de roucou, puis y est développée la culture du cacao au sein d'un cacaoyer. Elle est également équipée d'une manioquerie, de deux bonifieries, d'un four à bois, et devient une exploitation prospère, du moins jusqu'à la fin du XIX^e siècle.

Louis Adolphe Rollin rachète l'ensemble de la propriété en 1888, et le nom La Gravelière apparaît pour la première fois sur un acte notarié. À cette époque, c'est une vaste roucouyère employant 60 personnes et produisant 200 tonnes de pâte de ce fruit à graines rouges. Elle fonctionnera comme telle jusqu'en 1893. De 1893 à 1919, la Société Anonyme « La

²⁷ Local destiné à la transformation du café à partir du traitement et de la torréfaction des « cerises » (fruits du caféier).

²⁸ Galettes de farine de manioc.

Grivelière » y exploite surtout le cacao et reprend timidement la culture du café.

François Pagésy en fait l'acquisition en 1919. La famille Pagésy est implantée sur la Côte-sous-le-vent depuis 1740. Elle s'est consacrée essentiellement à la culture du café. À partir de 1919, Pagésy et ses héritiers, nouveaux propriétaires, restaurent les bâtiments et contribuent à redonner au site sa vocation originelle de « maison du café », en relançant, dès son installation, la culture du café, dont il font passer la surface plantée de 4 à 20 hectares. Des cultures vivrières (malangas, ignames, madères) et maraîchères (concombres, tomates, pois tendres) complètent l'exploitation sur un total de 103 hectares. Mais le terrible cyclone de 1928, puis celui de 1956 (Betsy) en 1956, mirent progressivement un terme à l'activité.

En 1978, 45 hectares sont plantés en café et en cacao, 50 hectares en forêt, dont deux hectares servent de support à une plantation de poivriers et de vanilliers; deux hectares de cultures vivrières et maraîchères sont plantés en bordure de rivière.

La Grivelière fonctionne jusqu'en 1983, avant d'être rachetée par la Région en 1988. De septembre 1985 à juin 1987, certaines parties des bâtiments seront été entièrement démontées, d'autres laissées dans un état de semi-abandon. Il faudra attendre plusieurs années pour que le plupart d'entre eux soient alors réhabilités et/ou reconstruits à l'identique (la maison des maîtres en particulier) par une entreprise spécialisée dans la restauration des monuments historiques.

B - L'offre touristique

1. La fabrique et sa restauration

Le domaine de la Grivelière est aujourd'hui présenté comme étant la seule « caféière » traditionnelle de la Caraïbe encore en activité, comme un « site d'exception » offrant l'opportunité d'une « immersion dans un passé préservé ».

Située dans un cadre exceptionnel, La

Grivelière a conservé son authenticité au cours des siècles, et constitue par là un ensemble patrimonial unique dans les Antilles françaises. Elle témoigne d'activités et de savoir-faire dont la richesse et l'originalité présentent un grand attrait touristique, en termes de découverte comme d'approche « scientifiques ». Les bâtiments actuels remontent, pour les parties les plus anciennes, à la fin du XVIII^{ème} siècle.

L'habitation, qui ne redevint caféière qu'au début du XX^{ème} siècle, se compose d'une maison de maîtres, d'une maison de géreurs, d'habitations d'ouvriers, de deux boucans²⁹, d'un hangar (torréfaction), de deux moulins hydrauliques (décortication), des vestiges d'anciennes cases d'ouvriers et peut-être même des anciens esclaves. Elle est flanquée de petits bâtiments annexes, dont une ancienne porcherie. Un jardin médicinal a été restauré en contrebas de l'habitation. La renaissance de l'ancien jardin créole, d'une forêt de plantes tropicales, ou d'anciens vergers, resituent l'habitation au sein de son patrimoine naturel.

La Grivelière est aujourd'hui comme une habitation caféière de plus de 89 ha. Les divers bâtiments d'exploitation s'organisent autour de la maison des maîtres, située au faîte d'un promontoire dominant la vallée. Il s'agit d'une maison basse (de 22 m de long sur 8 m de large), surmontée d'un toit à deux pans dont chaque versant est percé de 5 lucarnes. L'architecture est à colombages. Les pignons et la façade exposée l'est/sud-est sont en partie basse, en maçonnerie de chaux et de moellons. Les chaînes d'angles et les seuils de portes sont en roche volcanique taillée localement. La façade donnant sur la cour est entièrement en bois, de même que les cloisons et les menuiseries intérieures.

En l'état actuel, le site regroupe un ensemble de bâtiments à vocations

²⁹ Hangars destinés au séchage et au stockage des récoltes de café et de cacao (l'origine du mot vient du « bou-can », viande fumée chez les Indiens Caraïbes, premiers occupants de la région).

agricole (divers boucans, écurie, bonifierie, déceriseuse) et domestique (longères des maîtres, du contremaître, cuisines, cases des esclaves), et donc classé en 1987 pour son unicité et la qualité de conservation de ses bâtiments.

A l'emplacement où se situaient à l'origine les maisons des esclaves (actuellement détruites), de nouvelles doivent être reconstruites à l'identique (extérieurement), qui offriront des chambres d'hôtes et permettront, d'ici 2014³⁰, l'hébergement des visiteurs qui souhaiteraient y séjourner.

Lorsque la collectivité régionale se porte acquéreur de cette propriété en 1988, elle entreprend la réhabilitation de la maison de maître. Le galetas qui occupe toute la surface de la maison était réservé au séchage du café. A proximité se dressent les vestiges du « potager ». C'est une petite cuisine avec un triple foyer en brique. Comme dans toutes les habitations à l'époque, la cuisine était proche mais distincte de la résidence, pour limiter les dégâts en cas d'incendie. Une fois l'essentiel des travaux de la maison achevés, plusieurs pièces ont été réaménagées avec des meubles d'époque. Le visiteur peut y découvrir le charme et l'ambiance d'une salle à manger, d'une chambre, d'une cuisine et d'un cabinet de toilette an tan *lontan*³¹.

Tout autour du bâtiment principal d'autres s'en élèvent d'autres, indispensables sur ce lieu de vie, comme le hangar à cacao, le glacis (une cour de 370 m² pour le séchage du café en plein air), le grand boucan (bâtiment qui hébergeait le gérant et sa femme à l'étage et où, au rez-de-chaussée, était stocké le café), le boucan à tiroirs (bâtiment en bois à tiroir réservé au séchage du café) auquel est accolé un cachot en pierre de taille. Il existe encore trois bâtiments abritant les machines à dépulper et à décortiquer le café,

³⁰ Afin de permettre d'effectuer les travaux récemment engagés à cet effet, le restaurant créole (table d'hôtes) a provisoirement été fermé à la clientèle des visiteurs fin 2011.

³¹ Comme au temps ancien.

entraînées par une roue à aube. Les « cases à nègres » étaient situées en contrebas de la maison des maîtres pour être facilement surveillées. Leur nombre est passé de 11 en 1893, à 7 en 1947. Aujourd'hui, il n'en reste que 2.

2. L'association gestionnaire

En 1988, La Grivelière a été acquise par le Conseil régional de Guadeloupe qui en a confié la gestion à l'Association *Verte Vallée* en 1997.

Fondée en 1994 par les habitants de la vallée, celle-ci avait un double objectif : développer un site naturel et historique remarquable, tout en revalorisant son patrimoine et en préservant et en protégeant la nature. Elle a conçu à cet effet un projet de développement agro-écotouristique en utilisant La Grivelière comme produit d'appel. L'idée forte autour de laquelle s'est constituée l'association était de développer la région tout en préservant et en protégeant la vallée et en valorisant la patrimoine matériel (caféière) et immatériel (savoir-faire locaux).

L'une de ses premières initiatives fut de replanter 20 000 plants de caféiers, de la même variété que leurs ancêtres mais aussi des arbres fruitiers, de la vanille, des cacaoyers et deux hectares d'agrumes. Les membres ont aussi eu à cœur de recréer un jardin créole et un second exclusivement consacré aux plantes médicinales sur le morne³² dit « L'hôpital ».

Pour assurer le succès du projet, l'accent a été mis sur la mobilisation de toutes les ressources existant dans la vallée, mobilisation qui s'est appuyée sur la relance de la production agricole (café, fruits, racines, légumes, plantes aromatiques, etc), sur la création d'unités artisanales de transformation agro-alimentaire (liqueurs, confitures, fruits au sirop), sur l'aménagement d'une table d'hôtes et sur la confection et la vente de souvenirs. Le Domaine de la

³² Terme désignant dans les Antilles des collines de faible élévation.

Grivelière, restauré et viabilisé, constitue désormais un point d'attraction pour les touristes, générant par son exploitation les recettes indispensables au maintien et au développement futur du projet. Des emplois y sont proposés dans le cadre de l'entreprise d'insertion créée et dirigée par l'association, lui conférant une indéniable et importante dimension sociale.

Grâce à elle, l'habitation est devenue également un site touristique particulièrement prisé en Guadeloupe. L'association *Verte Vallée* s'est en effet attachée à y développer de nouvelles activités, qui se retrouvent dans plusieurs structures : Habitation La Grivelière, maison du café, table d'hôtes.

Elle poursuit notamment un but social, car en gérant l'entreprise d'insertion susvisée, dans le secteur de l'entretien des espaces verts, ainsi qu'une entreprise artisanale d'agro-transformation. Chargée de l'exploitation du site propriété de la Région Guadeloupe, elle est rapidement devenue, forte de l'expérience acquise et avec l'aide de ses partenaires³³, un pôle économique et touristique innovant, de première importance pour la vallée mais également, au-delà de celle-ci, pour la commune de Vieux-Habitant ainsi que pour les communes limitrophes de la Côte-sous-le-vent.

En outre, le fait que le site se trouve dans l'enceinte du Parc national, aire protégée par excellence, constitue un atout considérable, en lui assurant une protection contre les spéculations éventuelles, incompatibles avec la protection de la nature. Le label du Parc est incontestablement un élément de confiance dans la qualité naturelle des produits vendus et consommés.

3. L'offre touristique et didactique

Les activités et produits touristiques offerts par La Grivelière sont nombreux et variés, et ne se limitent pas à l'intérêt historique et scientifique -au demeurant

³³ Terme désignant dans les Antilles des collines de faible élévation.

primordial- de (re)découvrir l'organisation, les techniques et le fonctionnement d'une entreprise manufacturière aujourd'hui disparue, sous cette forme tout au moins, celui d'une caféière des siècles passés. Ils proposent en effet à la fois : des visites guidées (habitation et forêt alentour), une table d'hôtes avec la découverte de la gastronomie du terroir³⁴ ; un espace de dégustation des produits biologiques de la propriété ; une boutique (café arabica *Bonifieur Guadeloupe* traité selon des méthodes séculaires, bâton de cacao transformé en « chocolat tradition », liqueurs fabriquées sur place, souvenirs, etc) ; l'organisation d'événements festifs, de séminaires culturels et scientifiques, de manifestations et de journées thématiques autour du café, du cacao, des *rimes razyé*³⁵, des saveurs locales d'antan, de la mode et de la culture, et, plus généralement, des ressources du patrimoine local³⁶ ; des expositions (permettant de découvrir les applications actuelles : produit cosmétiques, teintures naturelles, artisanat, soins du corps, etc) ; la découverte de la rivière (balade, et bain à la cascade du Paradis) ; et, bientôt, des hébergements (supra).

³⁴ Ouvert en 2002, à l'initiative de l'association autant qu'à la demande des visiteurs, le restaurant « table d'hôtes » a été construit dans le cadre d'un chantier école. Les menus sont préparés à base de produits 100 % biologiques récoltés sur l'habitation, en réponse au souci de retrouver une agriculture traditionnelle, tout en répondant aux exigences de la charte du Parc national. La viande provient en grande partie de l'élevage basé sur l'habitation (poules, cabris, porcs, lapins) ; les poissons sont achetés directement aux pêcheurs de la Côte-sous-le-Vent.

³⁵ Plantes médicinales. Avec ses 3800 espèces végétales (dont 220 sont comestibles et 625 ont des vertus médicinales), la Guadeloupe constitue un territoire potentiellement riche aux vues de toutes les utilisations possibles. Les molécules issues des plantes interviennent en effet, dans toutes les activités humaines : les déplacements, le logement, les vêtements, l'alimentation, les soins esthétiques, les soins médicaux. Il s'agit donc là d'un véritable « or vert ».

³⁶ On soulignera l'intérêt, au regard d'un tourisme à vocation « scientifique », de la valorisation et de l'utilisation des ressources du patrimoine local grâce aux nouvelles technologies, au profit d'un développement économique innovant et soutenable pour l'archipel Guadeloupéen

La visite de l'habitation, réalisée par les guides expérimentés de l'association « Verte Vallée », est particulièrement instructive, présentant et expliquant les différents aspects de la production du café, ainsi que l'organisation de la vie et du travail quotidiens au sein de l'habitation. Les visiteurs sont ensuite conduits au coeur du jardin créole, où leur sont présentés, de façon très didactique, la flore et l'ensemble des plantes que l'on peut retrouver dans la forêt tropicale de la Basse-Terre.

Outre le dépaysement procuré par la magie du site, l'Habitation La Grivelière offre donc aujourd'hui, de manière inédite, la possibilité de plonger dans l'histoire des lieux, de découvrir des saveurs oubliées, de retrouver des savoir-faire quasi oubliés, et un véritable « retour aux sources » au tréfonds d'une nature aussi préservée que luxuriante.

4. Les premiers enseignements

Le « bilan », après quelques années de fonctionnement est plutôt positif (Koussoula-Bonneton, 2010.140). Les fonds communautaires³⁷, auxquels s'ajoutent les soutiens financiers et logistiques du Conseil Régional et de la Direction Régionale de l'Action Culturelle (DRAC), ont permis la continuation des travaux de restauration et facilité la gestion et la promotion de ce site. Actuellement, l'association Verte Vallée contribue pour sa part au financement des dépenses de fonctionnement à hauteur d'environ 60 %. La fréquentation annuelle dépasse aujourd'hui 30 000 visiteurs.

Chaque année, de nouvelles manifestations culturelles, auxquelles participent des groupes locaux, sont organisée sur le site, à l'intention de la population locale comme des touristes de passage. A terme, les produits attendus des nouvelles plantations de café et de cacao devraient permettre, sinon de réaliser un excédent, tout au moins

d'atteindre l'équilibre des dépenses et des recettes.

L'association aurait pour sa part souhaité une extension du site, accompagnée d'une diversification accrue des activités (avec, par exemple, la construction d'aires de pique-nique). Mais cette intention s'est heurtée aux restrictions imposées, en termes d'aménagements par les exigences de conservation de la biodiversité et des espaces naturels protégés issues du règlement du Parc national. Les contraintes qu'il entraîne, bien qu'elles constituent d'incontestables et indispensables garde-fous de la protection du patrimoine, sont d'ailleurs parfois ressenties, non sans raisons, comme autant d'obstacles aux projets de développement de l'entreprise³⁸.

Cet exemple montre à tout le moins que la sauvegarde et la valorisation de ce patrimoine par l'association constituent une source de fierté pour la population locale et un exemple de réussite. Il est pour cette raison souvent cité, reconnu et imité par d'autres associations dans les petites Antilles.

1. La dimension identitaire et la portée structurante, au plan socio-culturel, de l'identification au patrimoine a pour effet d'opérer un transfert de valeur de l'élément patrimonialisé (et donc revalorisé) aux individus ou aux groupes (collectivités et/ou communautés) qui y sont associés.

On peut certes retenir d'autres exemples de tourisme « scientifique », et rapporter d'autres expériences, tout aussi significatifs, porteurs de connotations et révélateurs d'enjeux, sinon de tensions, plus ou moins polémiques voire conflictuels, en termes d'appropriation, de réappropriation, d'affectation et de

³⁷ FEDER (Fonds Européen de Développement Régional) en particulier.

³⁸ Jusqu'à avoir pu susciter, à certaines époques, des réactions et des comportements négatifs de la part de certains habitants de la région, à travers notamment la dégradation ou de la destruction de la signalétique du site.

contrôle des ressources du patrimoine culturel par les populations locales. Ceci au profit d'une démarche de développement local à la fois intégrée et participative, face aux menaces de dépossession, d'aliénation et de déculturation exogènes et extraverties, sans exclure, ici et là, des arrière-pensées et des stratégies, occultes ou mani-festes, de construction et de reconnaissance identitaires, a minima, de conquête du pouvoir et d'émancipation politique, a *maxima*³⁹.

2. Dans les Antilles françaises (constitutives, avec la Guyane, des *Départements Français d'Amérique*), on peut relever un certain nombre d'expériences de mise en valeur et d'exploitation productive de telle ou telle ressource ou composante du patrimoine historique et culturel, *lato sensu*, dans le cadre d'une démarche touristique à caractère scientifique (dont il n'est pas exclu pour autant qu'elle puisse revêtir conjointement une connotation écologiquement responsable et socialement solidaire)⁴⁰.

³⁹ Les outils de gestion et de valorisation des ressources patrimoniales au service d'un tourisme scientifique à vocation culturelle et pédagogique revêtent alors d'autant plus d'importance qu'ils constituent en fait des instruments d'accès à la souveraineté sur ces ressources. Mais leur charge « idéologique » peut parfois être délibérément utilisée (détournée ?) à des fins plus politiques, dont la « légitimité » sociétale est précisément plus ou moins ouvertement recherchée dans leur dimension patrimoniale inhérente à leur valeur socio-culturelle intrinsèque.

⁴⁰ On mentionnera, dans l'esprit des projets de réhabilitation de mise en tourisme, en Guadeloupe, des sites de Beauport ou de la Gravelière, la création de la Savane des Esclaves, en Martinique, à proximité du bourg des Trois Ilets. Celle-ci, en associant histoire et tourisme, patrimoine et découverte scientifique, tout en portant témoignage d'un passé douloureux, a rencontré un succès certain auprès du public, en offrant une alternative ludique et récréative aux sites « de soleil » qui concentrent et maximisent de manière anarchique un tourisme largement indifférent aux réalités, et a fortiori au patrimoine, locaux. En Guyane, la relance et la promotion de la culture de la vanille, production de terroir traditionnelle s'il en est, est significative d'une volonté de valoriser une ressource du patrimoine local disponible à

Les outils de médiatisation et d'exploitation touristique des ressources locales s'inscrivent pour leur part dans le sens de la valorisation d'un patrimoine qui procède incontestablement de la culture historique et économique profonde des Guadeloupéens, même si la « commercialisation » parallèle de l'événement à des fins touristiques relève, en l'espèce, d'un processus plus classique de mise en tourisme.

3. Au plan du droit français, on renverra, ad *referendum*, à des orientations et/ou aspects plus significatifs ou déterminants de la démarche normative, qu'elle soit de nature législative ou réglementaire, en tant qu'outil d'expression et de réalisation des politiques publiques dans les domaines considérés.

Deux axes principaux semblent pouvoir être retenus à cet égard, sans préjudice d'autres volets des politiques du patrimoine et du tourisme, *a fortiori* de leur rencontre et de leur cohérence, dans l'esprit et la perspective de la présente étude. Le premier est celui de la protection spécifique du patrimoine culturel, en tant que tel, à travers ses différentes composantes archéologiques, historiques et architecturales, plus ou moins largement porteuses de sa dimension scientifique ; le second, celui, plus large et transversal, et en même temps plus politique et moins technique, de la décentralisation de la gestion des biens culturels.

4. Il n'était pas question, à travers les analyses et les développements ci-dessus, d'envisager la conception, l'élaboration et a fortiori la mise en œuvre de projets

l'état naturel mais jusqu'alors jamais vraiment exploitée. La création d'une mini filière de production de cette plante aromatique, dont les premières gousses d'orchidées ont été produites en 2012, est de nature à susciter un intérêt non négligeable auprès des résidents comme pour des touristes, par une meilleure connaissance des potentiels agronomiques, aromatiques et génétiques d'une ressource caractéristique (à défaut d'être emblématique, comme à Madagascar) du patrimoine local, et donc de la « culture » dont il est porteur (cf. « La Guyane reprend le goût de la vanille », France-Guyane, 14 novembre 2007, p. 6)

de développement touristique durable à objet patrimonial. Le propos s'est voulu plus limité, sans autre ambition que de livrer, à partir des deux cas présentés, quelques pistes de réflexion, qui pourront être validées et confortées par référence à d'autres expériences et à d'autres « regards », dans différents contextes géographiques, politiques, économiques ou socio-logiques. Ceci conduit à relativiser la vision que l'on peut en avoir et, a fortiori, les conclusions que l'on peut tirer des constats opérés (Breton, 2011).

5. On ne perdra pas de vue, non plus, l'indispensable mobilisation, à la fois directe, effective et multiforme, des populations locales, par leur implication active et systématique à tous les stades et dans toutes les phases de la conception, de l'élaboration, de la planification, de la mise en œuvre et de la gestion d'un projet de développement local ancré dans une démarche de tourisme patrimonial en général, et scientifique en particulier.

Parce qu'elles doivent impérativement, du fait de la logique intrinsèque du développement durable, en être les premiers acteurs, et non pas les seuls témoins plus ou moins passifs, on y verra, à travers la séquence diachronique d'information-sensibilisation-implication-responsabilisation, une opportunité, en même temps qu'une condition forte et incontournable, de réappropriation (à la fois politique, économique, juridique et culturelle) par ces populations de leur milieu de vie, de leurs ressources, de leur patrimoine, et, par là, de leur territoire lui-même (Breton, 2006, 2009, 2010, etc).

6. Si, enfin, on devait tirer un premier enseignement des quelques observations ci-dessus⁴¹, il résiderait dans la considération qu'il ne saurait exister en

la matière aucune « recette miracle », ni préconisation indiscutable ; que les leçons du terrain sont et doivent en toute situation rester déterminantes ; que les avancées dans la recherche d'un « modèle » de développement touristique durable ne peuvent procéder que de l'accumulation des expériences, de la multiplication des bonnes pratiques, et des analyses comparatives et transdisciplinaires rigoureuses que les unes et les autres peuvent susciter ; et que, en fin de compte, dans ce domaine comme dans beaucoup d'autres, la capitalisation et de la valorisation des acquis, pour autant qu'elles s'avèrent positives, restent déterminantes.

La crédibilité opérationnelle, et donc la légitimité sociétale, d'une telle démarche est à ce prix. La voie est largement ouverte, mais la route est probablement encore longue...

Annexe

Site industriel de « Beaufort ». Statistiques 2007 / 2011 (par type de public)

L'écart entre les statistiques sur l'origine 21 544 et les statistiques générales (23 787) pour 2011 tient à ce que les premières sont des données brutes du logiciel, retraitées chaque mois car le paramétrage du logiciel de billetterie n'est pas tout à fait optimal. Cependant, cela donne déjà une idée de l'origine de la clientèle.

⁴¹ N.B. Il n'a pas été possible, au moment où a été rédigé ce texte, de disposer des données statistiques indispensables pour pouvoir actualiser et finaliser de manière exhaustive, pour l'habitation-café de La Gravelière en particulier, la présentation des deux études de cas présentées ci-dessus (et ce, pour cette dernière cas, en raison de l'absence temporaire du gestionnaire du site étudié).

	2007	2008	2009	2010	2011	total 2007/2011	%
Scolaires	6 247	3 970	1 461	1 868	2 802	16 348	13,81%
CLSH	1 859	1 298	1 118	1 456	2 021	7 752	6,55%
Réceptifs		519	198	53	120	890	0,75%
Groupes divers	3 794	1 830	1 991	1 037	3 229	11 881	10,03%
Individuels	15 921	19 988	7 380	10 857	13 900	68 046	57,47%
Événementiel	1 488	8 201	649	1 436	1 715	13 489	11,39%
Total visiteurs	29 309	35 806	12 797	16 707	23 787	118 406	100%

Source : « Beaufort » - avril 2012.

Bibliographie

Allix, G. (2006), « Le double défi du patrimoine », *Le Monde*, 2 novembre 2006, 21.

Bourlon, F. et Mao, P. (2012), « Le tourisme scientifique, un essai de définition », *Teoros*, vol. 30, n° 2, 2011, 94-104 (<http://id.erudit.org/iderudit/1012246ar>).

Breton, J.-M. (2004), « Paradigme d'écotourisme et sociétés traditionnelles en mutation : le cas de l'outre-mer français », *Teoros*, 23 (2), 54-60.

Breton, J.-M. (2006), « Tourisme, culture et environnement. Une problématique identitaire ? », dans Ch. Gagnon et S. Gagnon (dir.), *L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce. De la conservation au développement viable des territoires*, PUQ, Québec, 43-71.

Breton, J.-M. (2009), « Les enjeux et les outils d'une gestion touristique intégrée du patrimoine culturel au service d'un développement durable et viable », dans J.-M. Breton (dir.), *Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe-Afrique-Caraïbes-Amériques)*, Karthala-CREJETA, Série « Iles et pays d'Outre-Mer », vol. 6, Paris, 367-397.

Breton, J.-M. (2010), « Des handicaps au rôle de l'écotourisme comme outil de développement local durable et viable. Le cas de la Guadeloupe », dans Ch. Gagnon (dir.), *L'écotourisme visité par les acteurs territoriaux. Entre conservation, participation et marché*, PUQ, Québec, 207-228.

Breton, J.-M. (2011), « Patrimonialisation et tourisme(s) alternatif(s), entre dialectique et synergie: quels outils pour un développement durable et solidaire ? », dans J.-M. Breton (dir.), *Tourisme durable et patrimoines. Une dialectique développementale ? (Europe-Caraïbe-Amérique-Afrique-Asie)*, Karthala-CREJETA, Série « Iles et pays d'Outre-Mer », vol. 8, Paris, 425-476.

Chevrier F.-G. et Clair-Saillant M. (2006), « Renouveau du tourisme culturel. Que reste-t-il du "touriste" ? », *Teoros*, 2006 (2), 72-74.

Cousin, (1998), « Le tourisme industriel, objet médiatique non identifié », *Cahiers Espaces*, 57, 6-14.

Cousin, (2001), « Industrie de l'évasion ou entreprise d'encadrement ? Le cas du tourisme industriel », *Quaderni*, 44, 45-71.

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 », *Teoros*, 2007 (3), 72-75.

Koussoula-Bonneton, A. (2010), « Patrimoine et écotourisme : dialectique controversée ? Les cas de la Fondation Françoise-Canez-Auguste en Haïti et de la Verte Vallée en Guadeloupe », dans Ch. Gagnon (dir.), *L'écotourisme visité par les acteurs territoriaux. Entre conservation, participation et marché*, PUQ, Québec, 123-163.

- McKercher et Du Cros (2002), *Cultural tourism : the Partnership between tourism and cultural heritage management*, New York, Haworth Hospitality Press.
- Mieczkowski, (1995), *Environmental Issues of Tourism and Recreation*, Maryland: University Press of America, 566 p.
- Morse, M. A. (1997), « All the world's a field: a history of the scientific study tour », *Pro-gress in Tourism and Hospitality Research*, 3 (3), 257-269.
- Origet du Cluzeau, C. (2005), «Tourisme scientifique et tourisme culturel destins communs et divergences», *La lettre de l'OCIM*, 101, pp. 6-11.



Jean-Marie Breton durante una ponencia en uno de los encuentros internacionales de Turismo Espiritual.

Transformación en la cultura del sabanero y turismo en Guanacaste, Costa Rica

Víctor Julio Baltodano Zúñiga

*Catedrático
Sede de Guanacaste, Universidad de Costa Rica
Sede Regional Chorotega, Universidad Nacional
Teléfonos: (506)83183319 y (506)26575121
vbaltoda@gmail.com;*

Cecilia Badilla Alvarado

*Ministerio de Educación Pública de Costa Rica
Teléfonos: (506)88941319
Badillacecilia12@yahoo.es*

Introducción

Se ha logrado visualizar que los sabaneros constituyeron una cultura propia ligada a un patrón de interacción laboral. Su mundo del trabajo conforma un mundo social como afirma Bertaux (2005), dentro de los cuales se fueron construyendo relaciones e identidades muy específicas. Dentro de las principales actividades que realizaban los sabaneros estaban arrear el ganado vacuno desde muy tempranas horas, 3 am a veces, el herraje de las mismas, el aparto del ganado, el cuidado de los animales. El caballo era el instrumento de trabajo más importante, junto con la indumentaria que era diferente a los otros trabajadores de la hacienda, incluyendo los peones, los cuales eran vistos en una escala inferior por los sabaneros.

Durante la ejecución de sus labores se fueron configurando prácticas que luego se institucionalizaría en la sociedad tal como la "fierra" que, a pesar de ser una actividad laboral, se convertía en una fiesta donde se demostraban las habilidades de los sabaneros con los animales, la competencia y ritos y castigos que invertían la pirámide social ya que el castigo incluía hasta al mismo hacendado, el cual no podía, ni lo hacía, disgustarse con los sabaneros, dado que se incrementaba el castigo. La fiesta traspasaba las fronteras de la hacienda así como la fama y la cultura del sabanero se integrándose y aceptada en la sociedad guanacasteca. Con la fragmentación de la hacienda, la decadencia de la actividad ganadera y la incursión en el turismo el sabanero, cada vez más ausente, se integra en el circuito de reproducción del capital de una actividad globalizada como es el turismo. Don René Amador Salazar es uno de ellos el cual aprovechan su experiencia como sabanero para trabajar con los turistas, guiarlos por la hacienda, un parque nacional y volcán cercano, demostrando sus dotes de vaquero. De tal forma que el turismo, los revive pero los conduce a un proceso mutación, de transformación.

La investigación de es de tipo cualitativa. Dentro de ella se utilizan los relatos de

vida en actuación, es decir, personas que hayan participado efectivamente en la escena, en la situación y hayan actuado en ella, como para que puedan relatar. Todos ellos son sabaneros entre edades de 75 y 89 años.

Para contextualizar el relato de vida se hace un estudio previo bibliográfico y luego se procedió con la entrevista grabada. De los 10 relatos de vida que se tenían se escogió el de René Amador Salazar por ser una persona que cumplía con varias de las características que se buscaba: haber sido sabanero famoso, la hacienda donde trabajara se hubiera dedicado luego de la ganadería al turismo, haber sido guía turístico y estar dispuesto a relatar su experiencia dentro de su mundo social. Los demás se analizan en el documento de acuerdo a los temas puntuales.

Palabras clave

Cultura local, Relatos de vida, sabanero guanacasteco, patrones de interacción social, turismo.

Objetivos

- a) Estudiar el proceso de transformación de la cultura del sabanero guanacasteco a partir del patrón de interacción social laboral.
- b) Identificar la forma en que el turismo, como actividad globalizada integra la cultura del sabanero dentro del circuito de reproducción del capital.
- c) Presentar un caso mediante un relato de vida donde se pasa de sabanero tradicional a guía de turismo.

Nacimiento y consolidación de la hacienda ganadera

A inicios del Siglo XVII, Matarrita (1980) afirma que ya se encuentran referencias de explotaciones de ganado vacuno en la región peninsular de lo que hoy conocemos como Guanacaste. En su estudio sobre la hacienda ganadera colonial, anota que desde 1711 hay

denuncios¹ de tierra donde personas denuncian cantidades de tierras que oscilan desde 2 caballerías hasta 13, 18 y medio y 22 caballerías en el Valle del Tempisque y en Noreste del corregimiento de Nicoya al contrario de la región peninsular que predominaba aún más la pequeña propiedad. En la segunda mitad del siglo XVIII “el proceso de apropiación y concentración de tierra en el corregimiento de Nicoya (especialmente en la región del Valle del Tempisque) entra a una fase de mayor desarrollo” (Matarrita, 1980:92). Es en ese momento cuando la hacienda ganadera colonial adquiere su conformación. La gran propiedad parece consolidarse, sin que se compare con la acaecida a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, y hacia 1751 el 54% de las cabezas de ganado estaban concentradas en solo 10 haciendas, mientras que las haciendas medianas, que tenían entre 100 y 500 cabezas de ganado concentraban el 30% de las propiedades y el 34% de la producción ganadera total (Matarrita, 1980).

No es nuestro interés entrar tan a fondo en la historia de las haciendas ganaderas sino más bien anotar que efectivamente para el siglo XVIII estas ya estaba constituidas y que su consolidación se da planamente a finales del siglo XIX y principios del XX. Para las primeras décadas del siglo XX se da un acaparamiento mucho mayor y aún se conservaban más de una docena de haciendas que superaban las 10.000 hectáreas en Guanacaste (Edelman, 1998) pero en constante presiones políticas para una reforma agraria y conflictos con los campesinos que presionaban por una distribución más justa de tierras que prácticamente no se cultivaban.

Fragmentación de la gran propiedad en Guanacaste

A partir de 1950 efectivamente se da un proceso de fragmentación de la gran

propiedad en Guanacaste sin que esto signifique que haya un mejoramiento en la distribución y el acceso a la tierra por parte de los estratos más bajos, que van a ir transformando la cultura del sabanero. Efectivamente las grandes propiedades de decenas de miles de hectáreas prácticamente desaparecieron. Para algunos autores, entre ellos Carcanholo (1981) este fraccionamiento responde al desarrollo del capitalismo y a la necesidad de la formación de empresas modernas. Esta necesidad podría pensarse desde el punto de vista de la búsqueda de una extracción mayor de plusvalía mediante la intensificación del trabajo.

Es cierto que las familias de terratenientes comenzaron a fraccionar sus propiedades pero como se comentó lo anterior obedeció, entre otras razones a la necesidad de evadir la presión del gobierno por expropiar los latifundios improductivos. Lo anterior no significa que se haya hecho en favor de los campesinos que necesitaban la tierra sino que muchas veces se distribuían entre los mismos familiares. En otras ocasiones, era una salida fácil para deshacerse de las tierras en conflicto mediante la venta o, por otro lado, por la necesidad de adquirir capital e invertir en las fincas. De todas estas circunstancias se aprovecharon muchos nuevos inversionistas que llegaron a Guanacaste de la Meseta Central costarricense y extranjeros con la mira de invertir en tierras baratas, en muchas de las áreas más productivas, pero también se interesaban por algunas zonas que estaban más dedicadas al pastoreo.

Ahora bien, cuando se analiza los censos agropecuarios disponibles para años 1950, 1973 y 1984 se llega a la conclusión de que efectivamente hubo un proceso de fragmentación de las grandes propiedades pero que la distribución de la tierra no mejoró sensiblemente.

¹ Los denuncios, de acuerdo con Sequeira (1985:173) consistía “en obtener propiedad legal de terrenos baldíos que, por lo general ya estaban en manos de los interesados”.

Con esto se puede ver que para esa época el problema de inequidad en la distribución de la tierra sigue siendo un problema latente. Diversos autores (Edelman 1998; González, 1983; Seligson, 1984), han abordado esta problemática y concluyen que el problema de la distribución de la tierra es un fenómeno que no se logró resolver el siglo XX tal como se puede ver en el cuadro anterior donde las propiedades de más de 500 hectáreas representan el 2.4% del total de las fincas y concentran el 46,1% de las tierras. Es más, el 0,9% de las propiedades, que correspondían a 94 explotaciones, acaparaban el 31.8% de las extensiones con un promedio de 2391,2 hectáreas por explotación.

Ahora bien, un aspecto fundamental en cuanto al auge y declive del sector ganadero y que ha repercutido en la hacienda y que se debe tomar en cuenta es que a inicio de 1980 el patrón de reproducción del capital (Esquivel y Muñoz, 1984) que se había impulsado, a partir del estado intervencionista en los años 50 y 60 y por medio del Estado empresario en los años 70, estalló en crisis. El sector ganadero, que por medio de la exportación de carne se había visto favorecido, cayó en desgracia. Muchas de las grandes haciendas, ya desde antes habían comenzado a buscar alternativas, fueron transformándose en haciendas de plantación o combinando esta con la ganadería. El proceso de fragmentación que sufrieron las haciendas en Guanacaste más elementos de la modernidad y la globalización económica ha influido para que el mundo del trabajo, la vida cotidiana, y en general, los patrones de interacción social del sabanero cambie para siempre. Son pocos los sabaneros tradicionales que quedan. Muchas de estas haciendas se han introducido en actividades globalizadas como el turismo y han aprovechado a sus antiguos sabaneros para conformar paquetes turísticos que los incluyen a ellos. De tal forma que, en el proceso de reproducción del capital, el sabanero se puede catalogar como una mercancía.

El trabajo como patrón de interacción social de los sabaneros Guanacosteros

Es dentro de este contexto multidimensional, de desarrollo del capital transnacional, de la lucha por intereses económicos de una potencia como Estados Unidos, y el desarrollo de un capitalismo de posguerra, donde se insertan las emergencias que van a configurar el proceso que lleva al sabanero a una de sus primeras transformaciones.

Una de las múltiples aristas es abordarlo, primeramente, desde el mundo del trabajo, un mundo que también cambió para ellos, pero que con sus diferentes tentáculos ayuda a comprender un poco mejor a la cultura del sabanero guanacasteco.

El mundo del trabajo del sabanero se convirtió en uno de los patrones de interacción social que luego se van a agregar a la conformación de una cultura muy característica de ellos. En otras palabras, podríamos también pensar que la cultura es otro patrón de interacción social que va a dar sentido a la cotidianidad del sabanero.

Cómo se llega a ser sabanero: La iniciación dentro del complejo mundo del sabanero

Autores como Díaz (2011) anotan que se desconoce el camino que seguían los jóvenes para convertirse en sabanero. El proceso de iniciación es de vital importancia ya que es en estos primeros pasos cuando se decide si efectivamente va a pertenecer o no a ese mundo de trabajo que va a conformar parte de su mundo de vida. Es el inicio de la solidificación de las expectativas mutuas por lo que reviste de importancia fundamental para los sabaneros.

Durante las entrevistas que hemos realizado para la recolección de los relatos de vida de los sabaneros estos siempre mencionan cómo llegaron a convertirse en sabaneros, siendo este el paso decisivo de pertenencia y de vínculo social en este mundo laboral.

Tamaño Ha	Fincas 1950				Fincas 1973			
	Número	%	Hectáreas	%	Número	%	Hectáreas	%
1-20	3994	52,4	30 481,8	4,7	4856	49,5	33308,4	3,7
20-100	2906	38,2	120937,7	18,5	3510	35,8	160437,4	17,7
100-500	609	8,0	1025484	15,7	1172	12,0	237847,2	26,2
500 y más	110	1,4	399901,3	61,1	269	2,7	476560,5	52,4
Total	7619	100	653869,2	100	9807	100	908153,5	100

Cuadro 1: Distribución de la tierra por tamaño de finca, 1950 y 1973. Fuente: Elaborado a partir de González² (1983), cuadros 2 y 3.

Tal como se aprecia en el cuadro anterior, sí existen más fincas en 1973 que en 1950 pero estas tienden a concentrarse ahora entre las propiedades entre 100 y 500 hectáreas, que no necesariamente corresponde a pequeños propietarios. Más bien, la propiedades entre 1 y 20 hectáreas eran el 52.4% y poseían un 4.7% del total del área pasaron a tener el 49,5% de las fincas y a poseer un 3.7% del área en 1973.

Ahora bien, si tomamos en cuenta las

fincas que van de 1 a 100 hectáreas se puede visualizar que estas representaban el 85.3% del total pero solo controlaban el 21.4% de la tierra mientras que el restante, es decir, las fincas mayores a 100 ha. representaban el 14.7% del total mas controlaban el 78.6% de la tierra. Aún más, solo un 2.7% del total de las propiedades estaban controlando para 1973 el 52,4% de la tierra. Para 1984 la situación no es muy diferente.

Tamaño en hectáreas	Fincas			Áreas			
	N°	%	% acumulado hacia arriba	Hectáreas	%	% Acumulado hacia arriba	Tamaño promedio
<1	1112	10,5	100	316,6	0,0	100	0,3
1-2	937	8,8	88,6	766,1	0,1	100	0,8
2-3	708	6,7	79,8	1159,7	0,2	99,9	1,5
3-4	372	3,5	73,1	979,3	0,1	99,7	2,6
4-5	364	3,4	69,6	1317,8	0,2	99,6	3,6
5-10	1126	10,6	66,2	6819,1	1,0	99,4	6,1
10-20	1272	12,0	55,6	16098,1	2,3	98,4	12,7
20-50	2105	19,8	43,6	61064,5	8,7	96,1	29,0
50-100	1216	11,5	23,8	78396,1	11,1	87,4	64,5
100-200	662	6,2	12,3	84300,1	11,9	76,3	127,3
200-500	483	4,6	6,1	129249	18,3	64,4	267,6
500-1000	156	1,5	2,4	100666,9	14,3	46,1	645,3
1000 y más	94	0,9	0,9	224769,6	31,8	31,8	2391,2
Totales	10607			705903,4			

Cuadro 2: Distribución de la tierra en Guanacaste en 1984. Fuente: Edelman (1998), cuadro 7.4, página 256.

² La clasificación de las fincas las hace González (1983) con base a los criterios básicos que hace la CEPAL, los cuales son la capacidad de absorción de mano de obra y el tamaño de la finca. De esta forma, las de 1 a 20 Ha corresponden a finca de tipo subfamiliar y que por lo general pertenecen a campesinos pobres y cuya tamaño no permite absorber el trabajo generado por una familia campesina; las de 20 a 100 son de tipo familiar

pertenecientes a campesinos medios y que pueden dar trabajo a una familia campesina; las de 100 a 500 ha son multifamiliares medianas pertenecientes a campesinos acomodados y que están en capacidad de dar trabajo a varias familiar (de 4 a 12 años hombre) y las de 500 ha o más que son latifundios y potencialmente capaces de dar trabajo a muchas familias (12 años hombres y más).

El contacto directo con los animales de la hacienda producto de alguna relación familiar con alguien de la misma es un elemento importante para convertirse en sabanero. En otras palabras se busca imitar un patrón que se ha estado compartiendo de forma inconsciente desde el ámbito familiar o de círculos de amigos. En el caso de don Julián Bustos, sabanero liberiano, desde muy pequeño tuvo ese contacto: "(...)me crié en una finca y a los nueve años era ordeñador, a los nueve años yo ya sabía ordeñar, y ya sabía bueno, lo de una finca, verdá" (Primera entrevista).

Algo similar ocurrió con don Jorge Ríos Ruiz que fue sabanero y mandador en la Hacienda El Pelón de la Bajura, entre otras donde su madre era cocinera:

"Mamá era cocinera, yo estaba como de (no recuerda la edad, VJBZ). Sí, ahí en la misma hacienda, porque ... era de arriba, y cocinera ahí donde estaban los peones. Había realeros y sabaneros, yo como me crié en la hacienda, los corrales estaban ahí cerquita de la cocina. A mí me encantaba el ganado, me encantaba montar a caballo, yo decía: algún día quiero ser como ese señor ... el señor era don José Vásquez, era el mandador. Me di a querer de él, y él me decía vengaaaa. Estaban trabajando ganado en el corral vea, vea. Como a los seis meses me dice él: vea necesitamos un muchacho mandadero a caballo. Para hacer los mandado a Filadelfia, a Santa Cruz, Bolsón. Ahí comencé yo. Ya como al año me dice: sabe una cosa, te voy a poner de ayudante de sabanero. Ahí dije yo: voy bien, voy bien dije yo, lo que yo quiero ah. Y le igo yo ¿qué es ayudante de sabanero? Ah para que andes con ellos, veas como se arrea el ganado, como se aparta el ganado, como se corralea, como se vacuna, como se purga, como se capa porque en ese tiempo se capaba el ternero macho."

El mismo entrevistado prosigue con su relato de cómo llegó a sabanero y el interés que le ponía al trabajo, en su fase de aprendizaje:

"Al año, como al año y medio faltó un sabanero. Yo ya tenía, ya le voy a decir,

tenía quince años cuando eso. Y entonces le digo yo, a él solo don Vásquez se le decía, no se le decía José Vásquez, sino solo don Vásquez. Vea yo tengo interés, le digo, de llegar a ser sabanero y llegar a ser un mandador como usted. Sí, dice, tenés cualidades y lo podés hacer hasta mejor que yo, me dijo él, así verdá. Una palabra alentadora cuando él me dijo eso, verdá, entonces me puse afinar mejor la cosa. Falta un sabanero y ese sabanero vas a ser vos. [Tenía, VJBZ] quince años, cuando él me dijo eso ahí. Dios mío, como loco por montarme en esos caballos tan buenos (...)"

En un tercer relato de vida el patrón parece repetirse, como es el caso de don Bernardino Angulo, conocido como Nino:

"La vida mía [como Sabanero, VJBZ] ehheh viene por mandadores de hacienda. En aquel tiempo, mi papá de jovencito fue mandador, trabajó con Juan Vargas... con Juan Vargas...en Las Trancas ehheh y ahí él comenzó a andar en las haciendas a trabajar con ganado...ehheh trabajó con don Paco Hurtado el señor de los Ahogados (...) Yo llegué a la hacienda de Los Ahogados de cuatro años ahí a esa hacienda...donde estaban sabaneros, el ombligo del puro sabanero vea y esa hacienda era muy grande, esa hacienda era de veinte mil cabezas de ganado, cinco mil yeguas, y eran doce las escuadras, estaban llenas, muchos sabaneros... yo me crié en el ombligo del sabanero, en el movimiento sabanero, güila, güila, güila y uno ya llega a los diez, llega a los once y a los doce ya me gustó, al principio andaba con el mandador sembrando semillas de agua, ganaba una peseta, era mi salario, lo que más ganaba por regar semillas de agua. Ya después ahí iba montado, eran muy alcahuetos conmigo los sabaneros, entonces me daban palmaditas y me dejaban ahí andar con ellos y me dejaban un caballito manso para que andara con ellos ahí.. al monte no me sacaban porque ahí era serio, ahí ehheh solo andar corriendo por el monte, que me podía dar riesgo ahí y me podían poner un criado que me quedaba cuidando, porque yo era un animal, a mi papá no le gustaba que lo

anduviera atrasando, pero sin embargo yo ya veo, ya veía, ahí yo ya me les pegaba al corte a ellos, porque si me quedaba me perdía, entonces me les perdía aaallá y allá grite y grite y yo pegando brincos como un mono... jajajaja.. y en ese plan verdad y yo viví con los sabaneros vea , viendo el movimiento sabanero ya venía gustándome lo de los sabaneros, ya de diez, doce, quince años. ya me gustó ser sabanero, empezaba a montarme en yeguas ahí, ahí comencé a jinetiar... eehh con suerte que no...me detuve en la casa bastante y ahí comencé pues a montar caballo.”

En el caso de don Antonio Fonseca que trabajó, entre otras haciendas, con los Wilson, desde pequeño sonó con ser sabanero pero sin mayor vínculo familiar en esa actividad. Se insertó por medio de un amigo:

“Un domingo me encontré un amigo y me dice: vamos, vamos, ahí de alguna manera algo se te pone a hacer me dice, tan siquiera vea los terneros. En ese tiempo no había maletines, en una alforjita eché una mudadita, eché unos zapatitos, me eché la alforjita y me juí. Ahí llegamos a la hacienda, con unos galeronones, ese poco de caballos y aperos de los sabaneros por onde quiera. Había un señor alto, moreno, le caí bien y me dice: ¿y qué, vos venís a trabajar aquí? Diay, yo vengo a ver si me dan trabajo, le digo yo. Vamos a ver, dice, ya yo tengo ganas d’irme, ya yo estoy viejo, viejo, ya no quiero trabajar, me dice, tal vez yo te doy mi puesto...Eso fue como en los 50. Tenía yo como 16 o 17 años. Ya yo tengo ganas d’irme, dice, ya no quiero trabajar estoy muy viejo. Tal vez yo te dejo mi campo, me´ice, pero esto es duro, me´ice, aquí sale mucho ganao bravo, dice, hay que cuidase. Porta, le´igo, me trepo arriba de los palos y le quito el caballo, la vaca brava, el toro bravo le´igo, no le tengo miedo al ganao, le´igo. El administrador se llamaba Justo Gutiérrez: Mirá Toñito, me´ice, ponete a ordeñar esas tres vacas ahí, dice, y enyuga esos bueyes, me vas a traer una leña, y una semana trabajá ordeñando esas tres vacas y... y jalando leña con bueyes”

El contacto de los familiares, en este caso madre y cuñado de don Jorge Ríos, fue la puerta de entrada a ese mundo laboral. Parece que desde muy joven se entraba al trabajo de la hacienda y se buscaba ser aceptado e incluido en un selecto grupo de trabajadores. La inclusión no era directamente sino manera paulatina donde se empezaba como observador, ordeñador, mandadero, ayudante de sabanero y otras funciones menores para personas muy jóvenes que aspiraban a convertirse en los futuros vaqueros. En otras palabras, se pasaba primero por una fase de aprendiz, de inducción para luego entrar directamente a las actividades propiamente de sabanero.

Walter Castillo, sabanero nicoyano recuerda cómo entró él: “Yo comencé de vaquero digamos, porque sabanero es una cosa y vaquero es otra cosa. La diferencia de un vaquero a un sabanero es por ejemplo que, como le dijera yo como pongamos un ejemplo el futbol: usted está en segunda y luego salta a primera, es una cosa igual primero usted comienza de vaquero, ordeñando, arriando las vacas paridas, todo. Ya después usted según como lo vaya viendo el patrón a lo ascienden a sabanero” (Entrevista, junio del 2013).

Lo que parece claro en este proceso de iniciación en el mundo del sabanero es que los procesos de interiorización de las actividades laborales ligado a él venían desde niño y se configuraban a la par de una figura consolidada dentro del imaginario social. Los sabaneros de relevo entraban en este mundo desde muy jóvenes gracias a que había un contacto directo desde casi su nacimiento, y aquellos que no habían estado dentro de las haciendas, añoraban entrar en este tipo de trabajo. Cultivaban desde chicos el gusto por el caballo, en primera instancia, y luego la actividad principal ligada a él como era lidiar con el ganado. Pero parte de las emergencias que provocaba esa motivación estaba ligada a una estructura productiva agropecuaria donde dominaban las grandes haciendas. De tal forma, que gran parte de la infancia

de estos niños transcurría entre potreros y animales lo que moldeaba el carácter, el deseo y el gusto por el ganado y el caballo, lo que constituían la entrada del nuevo ciclo ya sea para reproducir o para modificar, el patrón de reproducción social ligado al trabajo.

Una vez que el principiante lograba entrar en el mundo del trabajo del sabanero tenía que demostrar que no había habido equivocación (o al menos eso se pretendía) ya que esta podría dar al traste con el carácter y la fama forjada por el sabanero. En otras palabras, debía de solidificarse las expectativas mutuas de los patrones de interacción social y los sabaneros tradicionales debían de cerciorarse de ello; el sabanero debía ir construyéndose un nombre propio que lo identificara en su nueva faceta, es decir, estableciendo vínculos sociales. Ese nombre era menester consolidarse ante sus compañeros y jefes:

“Y comencé y como a los 3 meses le digo: Vázquez, ¿usted cree que voy bien? Me dice: vas muy bien, vos vas a ser mi repuesto... No, don Vázquez, ¿cómo va creer?, ahí hay gente más de experiencia. Pues ya ves que sí, me dijo Vázquez. Don Gerardo, el cuñado mío, le preguntó ahí donde estábamos reunidos, ahí en el corral: ¿Don Vázqueeeez, cómo va el sabanerillo? Dice: Noooombré este sabanerillo sabe más de lo que le han dicho. Oiga, cuñado va bien, me digo. Eso es lo que yo espero, me dice” (Jorge Ríos, Sabanero Liberiano).

Otra forma de comprobar si estaba listo para el trabajo era ponerlo a ejecutar las labores enfrente de otros sabaneros. Esto servía, desde nuestra óptica, no solo para decirle a los demás que ya se estaba listo sino como un mecanismo de reproducción de patrones de interacción, para asegurarse que los sabaneros iban a seguir con la tradición de trabajar de cierta manera. Veamos lo que nos dice otro sabanero: “Ahí éramos doce, amarrando tres caballos hoy o cuatro, porque a tres días eran doce caballos, potros chúcaros. El mandador ordenaba sólo llevar una albarda a un muchacho, al aprendiz, para

que montara dos o tres, y nosotros... pobrecito, le decía uno, pobrecito ya está rendido de montar dos o tres potros, y eran caballos de cuatro años, de cinco, uno no podía ser muy dormido porque estaba el mandador. Eran tres, cuatro que tenían que montar para demostrar que servía pa'prendiz” (Balbino López).

Ese respeto se lograba solo con el trabajo duro, la disposición al aprendizaje y la demostración de hombría mediante la destreza en el manejo del caballo y la persecución del ganado en los *sitios* que formaban parte de las extensas sabanas guanacastecas. Ese respeto se forjaba y se cuidaba ya que formaba parte del patrimonio del orgullo sabanero. Esta persona tutora, que normalmente eran el mandador o sabaneros mayores, les iban infundiendo los valores de un “verdadero sabanero” y estos debía padecer primero la rudeza del trabajo para asegurarse de que estaban listos para entrar en ese mundo de trabajo.

Las labores de sabanero y el orgullo sabanero

Las labores del sabanero en el mundo del trabajo dentro del que estaba inmerso fueron constituyendo también relaciones e interacciones que permitieron, que moldearon una cultura del sabanero. Dentro de esas interacciones, relaciones y copresencia de este tipo social las labores fueron de suma importancia para reafirmar otro rasgo distintivo y que es muy propio del sabanero guanacasteco: *el orgullo sabanero*.

Empezaremos con las labores típicas que ejecuta un trabajador de este tipo para luego explorar un poco más la construcción del orgullo sabanero que parece ser uno de los elementos centrales que se trata de reproducir y del cual aún hoy en día es lo que permite mantener al sabanero en el imaginario regional. Es uno de los elementos que aglutinadores del patrón de interacción laboral y cultural de los sabaneros.

La función tradicional del sabanero estaba ligada al ganado, donde debía cuidar los

caballos, en primera instancia, y para eso disponía de una cuadra con diez o más animales. Debía saber hacer sus propios instrumentos tales como la jáquima y la gruperá; y asimismo, construir su propia soga. Con el caballo, la soga y el cacho carbolinero como instrumentos de trabajo principales el sabanero se iba al campo. Don Jorge Ríos aporta lo siguiente:

“Entonces cuando se decía vamos a ir a sabanear era ir a revisar al campo. Sabanear era que si había una vaca con gusano la agarraba uno para curarla. Si hallaba un ternero engusanado, lo dejaba amarradito, no le mataba todos los gusanos de una vez porque se podía morir el ternero. Un ternero tal vez con dos gusaneras si usted le mataba los gusanos de un solo toque hoy, mañana lo encontraba muerto. Era apenas que le echaba uno como para atontar, el siguiente día iba lo encontraba bien. Ya uno lo sacaba con una pinza. Ve que detalle más bonito vea. Y entonces eso era lo que tenía que hacer uno o si no le decía el patrón: vea vamos a llevar este lote y lo vamos a poner en tal parte, pero ya en un potrero. Y entonces ese lote se quedaba aquí, se trabajaba, podía pasar uno con el ganado y otro que traía por detrás al corral. Se trabajaba, se soltaba y se pasaba a su lugar de origen, qué cosa más bonita” (Jorge Ríos, Sabanero y mandador de El Pelón de la Bajura).

Don Balbino López describe sus funciones de la siguiente manera:

“... me levantaba a arriar a las 3 de la mañana, dos de la mañana para alistar caballos para el tiempo de las vaquiadas, habían dos vaquiadas, las vaquiadas de junio eran una y las de la fierra de diciembre verdad que ponían el zopilote... Entonces uno venía y a las dos de la mañana semaneaba una semana sábado a domingo para agarrar el caballo del mandador, bañárselo y ponérselo en el lugar donde tenía uno el sillar, era donde ponía la albarda, verdad. Hizador era un mecate grueso que le ponía un nudo de soga para que no rompiera el cabresto, mecate viejo. Un pizador ahí le

ponía uno en el lugar del sabanero, del mandador veaa. Uno ensillaba el de uno, lo bañaba, lo ensillaba tenía que llevar remuda, tenía que llevar una remuda, era caballo de refresco porque uno corría los ganados a quinientos metros no es que lo iba a parar así y se hacían cuadrillas, éramos diez, quince y quince; quince y quince eran las cuadrillas. Mañaneaba a las dos de la mañana para estar a las cinco esperando que el ganado se levantara, uno le caía antes que se fuera pal monte, y lo prensaba Trecientas o cuatrocientas varas prensándolo, la punta de ganado pa pararla y en un rodeo uno iba recogiendo... ah bueno uno llevaba remuda también, hacía una maneá, era un rejo. Usted llevaba el del mandador y mancuernaba el del mandador con el de uno, la remuda la maneaban el rodeo que iba para verdá, cuando uno ya tenía unas cien reses, ciento y resto de reses pa moverlas pa la hacienda por ahí de las once de la mañana cambiaba en el campo unos rodellaban, otros cambiaban. Mientras están cambiando otros están redollando el ganado que no se vaya, jajajaja...siii. Y entonces ese ganado ya se rodellaba pa la hacienda, pa trabajar llegar a las doce, doce y media, una y ese caballambre que uno llevaba trabajado lo echaba al arreo, eso se le decía majada, majada se le decía.” (Balbino López, noviembre, 2012).

Sabanear tenía que ver directamente con el campo y el ganado desde tempranas horas de la mañana. Desde el alisto del caballo y sus implementos hasta la comprensión y cuidado de los detalles para que el ganado no se internara en los bosques ya que eso implicaba un trabajo extra y muy peligroso. Pero también sus labores incluían las labores que exponían la demostración de las habilidades de los vaqueros tales como las vaqueadas, los rodeos, los apartos y la fierra. Esta última, especialmente, era una verdadera fiesta para la exposición y resaltar el *orgullo sabanero*. En otras palabras, la trama de interacciones sociales tenía su orientación mediante funciones específicas laborales, en primera instancia, y luego mediante la construcción simbólica del orgullo

sabanero que provenía precisamente de esas prácticas materiales.

Al respecto Soili Buska (cita de Morales, 2009) afirma que "El guanacasteco también ha sido un macho, por lo general sabanero o peón, pero definitivamente un hombre trabajador. El Sabanero se ha convertido en el símbolo de la provincia, y más tarde se convertiría en un objeto de los estudios académicos. Marc Edelman ha sugerido que el culto sabanero fue originalmente creado para impulsar el orgullo en el trabajo de hacienda, porque era la única forma eficaz de explotación de los trabajadores en las fincas antes de la crisis económica de mediados de 1930 ... "Orgullo Sabanero" no existía en un sentido similar en Nicaragua (Traducción propia)." (2009: 38).

Ya hemos hablado un poco en páginas anteriores del orgullo sabanero pero aquí queremos ir más allá y anotar, tal como lo sugiere Buska que este es un distintivo muy particular del sabanero guanacasteco. Inclusive Buska aporta que esto no se ve en Nicaragua a pesar de existir mucho ligamen con los hacendados de Rivas y otros departamentos de esa nación.

Es este orgullo lo que defiende el sabanero al estar en contra de la desaparición de los sitios, de atacar a los precaristas que invadían las haciendas ya que, de acuerdo a su percepción, obligada al hacendado a cercar para proteger su propiedad. Por supuesto, que eso no es así y obedece a otras razones que el hacendado ocultaba. Una cita de Edelman con el criterio de un hacendado nos puede aclarar mejor la defensa del orgullo sabanero:

"El ganado cimarrón era muy bravo a la hora de arrearlo a los corrales. Al campista de la época le gustaba el grito, la chamba, le gustaba correr el ganado. El ganado incluso en los potreros apenas escuchaba los pasos de la gente se saltaba para otro lado. El ganado criollo era manzón bastante pero el sistema lo tenía muy mal. Mucha gente acostumbraba a trabajarlos con perros. (...) el animal sabía por experiencia que al lado de uno venían los perros que mordían y por eso huía. El

sistema nuevo era distinto El ganado indio es un animal muy inteligente, pero a la vez muy nervioso y al irritarlo y correrlo pierde los estribo y se pone bravísimo, lo que nos obligó a trabajarlo diferente. Así que ahora tratamos de no irritar al ganado, de meterlo en la manga y trabajarlo con el menor lazo posible, en una forma de ganar tiempo. El sabanero de ayer decía que era una mariconada, que iba a hacer maricas a los sabaneros de hoy y tal y cual. Y hubo muchas veces cuando había que retirar a un sabanero de esos, porque no sabía trabajar el sistema nuevo" (Edelman, 1998:133).

Tal como se desprende de la cita la relación del sabanero con el ganado va más allá de su arreo para constituirse en un elemento aglutinador de sus prácticas cotidianas que reforzaban el orgullo de ser sabanero. Ese orgullo era construido a la par del trabajo rudo, del grito característico, de la persecución del ganado bravo por los sitios abiertos; de ahí la resistencia al cambio que, a su interpretación, vulneraba la hombría y los volvía "maricas".

Ampliando lo anterior, pareciera ser que los vínculos sociales que se da entre estos trabajadores van constituyendo patrones de interacción de tal forma que dentro de las emergencias y complejidades que se suscitan ellos son capaces de constituirse como un "tipo social", como grupo cohesionado alrededor de sus prácticas laborales y culturales. Por lo tanto, son capaces de producir y reproducir su vida social, su vida cotidiana hasta que inicia el nuevo ciclo que podría seguir compartiendo esas prácticas o introducir modificaciones. El inicio de este nuevo ciclo puede ser traumático, tener resistencias, pero al fin empieza y va provocando modificaciones que conformarán nuevos patrones de interacción hasta que estos se estabilizan.

Este proceso de construcción del orgullo sabanero se alimentaba de un concepto de masculinidad asimilado a lo rudo del trabajo y a la tolerancia del dolor; pero también se le anexa otros elementos de su cotidianidad que tenía que ver con el

consumo de alcohol, la fiesta con toros y lo enamorado de estos vaqueros. Don Julián Bustos cuenta que al perseguir un animal este se le fue al monte, y perderlo era una humillación para cualquier sabanero, así al entrar al bosque se llevó todo lo que se le ponía al frente entre ellos palmeras llenas de espinas:

“Ramón y yo entrábamos, ves ...Ramón iba embotado y enchaquetado y yo sin nada, arrollado hasta aquí y sin camisa, no agarró la vaca él; la agarré yo, me cruzaba de un callejón y ahí le alcé la pata a la vaca, pero ya yo estaba así vea, enyesado, de puras espinas de tionoste, no me había jodido el mostrenco, el tionoste fue el que me jodió. Son pura espina, pura espina, erizos de pura espina. Es como una palmera y vea que yo todavía tengo espinas por aquí, aquí tengo una yo todavía y en la rodilla yo no sé cuántas. Cuando me bajé de allí, me bajé el pantalón y me di una untada de sebo. El sebo saca la espina. Ra-ra- ra con la punta de la cuchilla, con la cuchilla ta-ta-ta-ta toda, no queda ni una, solo por aquí, tengo una que era demasiado grande, una que era como, como el tamaño de un fósforo. Esa me salió como a los ocho días, poniéndome sebo sí, poniéndome sebo, sebo y sebo hasta que la sacó, hasta que la jaló pa arriba” (Julián Bustos).

O como afirma Balbino López, no es cualquier pelagatos el que podía trabajar en esas haciendas:

“ (...) a don Juan le rajó un pantalón a caballo una vaca, se le metió a caballo sobre el que estaba curando, le levantó el ruedo, le destapó el ruedo, ese señor era brusco pa trabajar, pa correr. Una vez íbamos a un arreo allá, pa'l lado de donde le dicen el Pedernal, y ahora se hizo una finca ahí, de Salitral de Dos Quebradas pa'riba; entonces don Juan se le metió una estaca aquí (mejilla), se le metió una estaca en la boca, una punta de palo, aquí le rajó hasta por aquí (toda la mejilla), y así la agarró cuando se iba metiendo en el monte. De ahí lo llevamos pa la casa, y así andaba corriendo en el potrero un toro cimarrón. Si todo eso lo pasamos en la

hacienda, esas haciendas fueron duras, no era cualquiera pelagatos que daba la talla ahí.”

Las condiciones adversas en las que trabajaba el sabanero más bien fortalecía su percepción de hombría y para ellos no era cualquiera el que podía trabajar ahí. Aún accidentado, con tal de no mostrar debilidad, seguía trabajando.

Condiciones de trabajo como moldeador del carácter y orgullo sabanero

Hemos comentado que el sabanero guanacasteco se ufanaba de la dureza del trabajo como símbolo en la construcción de su masculinidad, asociado al trabajado rudo y valiente de las haciendas. Esta construcción de su masculinidad asociada a lo que se ha comentado del trabajo rudo era parte del componente del orgullo sabanero que se transmitía entre las generaciones. No importaba que tan fuerte fuera la faena ni qué tan adversas las condiciones de trabajo: el sabanero era un trabajador rudo, hombre de verdad y eso debía cuidarse. Haciendo una descripción de sus funciones don Bernardino Angulo apunta:

“Porque ahí el montador tenía que montar a caballos y amansar machos, correr por el monte que era lo más duro, porque el monte era más duro y meter un caballo tenía que meterlo para delante, tenía que pasar con monte, ahí se encontraba con bejucos, con palos, con ramas, con espinas, y todo eso lo tenían que apartar a un lado porque si no se le iba el animal, porque los animales ariscos tenían que agarrarlos del rabo, eran muy vivos y uno como sabanero tenía que tener todas esas cualidades... amarrar un animal, correr un animal, y tener ideas porque muchas veces el animal cimarrón lo agarraban del rabo. A veces eran buenísimos [se refiere a los sabaneros, VJBZ] que trabajaban con el ganado, se acostumbraban a trabajar con el ganado y se le sentaban encima a los animales, y les encantaba los animales, morderlos si era posible, lo que agarraban hoy y era una alegría, cuando agarraban

a uno a punta de ganado, hasta que bailaban, y poniéndole con la oreja para ver quien se escapaba y ahí entre ellos mismos buscaban qué hacer y el que bailaba bien era el que entraba, porque se la ganaba usted y si no quedaba ahí.”

Más adelante el mismo entrevistado reconoce las malas condiciones en que sobrevivían en las haciendas pero eso parece más bien como parte de la construcción de ese “espíritu sabanero”, más que como un reclamo a los hacendados: “He...(Nino Angulo, II Entrevista).

Como se puede notar hay una asociación entre esas condiciones de trabajo, las actividades rudas y la construcción de una autopercepción que iban fortaleciendo la consideración que solos los “buenísimos” triunfaban en ese trabajo. Sin embargo, parece que también se dan las condiciones para que ese sistema competitivo hubiese lazos más solidarios, expectativas comunes, que ayudaron también a una consolidación de los sabaneros como una aristocracia laboral con una autopercepción muy fuerte de sí mismos. Es así como hay un reconocimiento a su condición como grupo, con expectativas mutas, constituido a partir del mundo laboral con una cierta indexicalidad lo cual tiene que ver con el involucramiento de varias personas concretas y específicas, con prácticas de un contenido propio, que se desenvuelven en ciertos lugares específicos, con fines específicos, a partir de circunstancias concretas y el desenvolvimiento a través de ciertos modos de actuar. Es decir se da un carácter indexical del patrón de interacción social laboral, en otras palabras “su carácter siempre de hic et nunc (aquí y ahora) y siempre involucrando a alguien (algunos), con relación a algo, de una cierta manera, por algo, para algo” (Sotolongo y Delgado, 206:118). Eso se ejemplifica claramente en un relato de don Nino Angulo:

“... era muy bueno en ese tiempo la idea del sabanero. Tenía que agilar el ganado, pero el buen sabanero, no el sabanero de ahora que no es agilado ehh... que

le tienen miedo al monte. Uno no, hacia arrancar monte cuando el ganado cogía monte y otro sabanero lo vaquetiaba para que no entrara, para que se acostumbrara, el que era miedoso más bien jalaba rienda, se iba y soltaba la rienda y por último se le iba el animal. ¡Cuándo iban agarrar un animal así en ese plan! (...) Eso era el sabanero o sea el espíritu sabanero no le importaba nada, andar mal vestido, no le importaba no tener cobija, no le importaba que le cayera agua en tiempos de agua en el monte, ehh... no le importaba que el caballo se cayera y se golpeará, se quebrará un brazo, se golpeará lo que fuera, se cayera, no le importaba nada de eso... a él lo que le interesaba era agarrar el animal bravo, bravo y cumplir con su deber” (Nino Angulo, II Entrevista).

Por supuesto que su deber estaba asociado también en mantener el buen nombre. En cultivar esa fama de buen sabanero, de sentirse orgulloso de ello, sin importar el costo que había que pagar, tal como lo expresa don Nino Angulo. El espíritu sabanero, que nosotros hemos venido expresando como orgullo sabanero, “no le importaba nada” como diría el señor Angulo. En otras palabras, estaban dispuestos a todo con tal mantenerse incólume en su hombría. Había que soportar las inclemencias del tiempo, las malas comidas, la explotación del patrón, las enfermedades... “en los inocentes eran niguas, habían hombres que tenían todo esto de niguas [los pies, VJBZ] hasta las rodillas, revueltos con los cerdos” “(...) y que lo hagan ahora, tiene que ser un sabanero, ¿y lo van a hacer? Si con una calentura están en el seguro”(Nino Angulo y Julián Bustos Entrevista Colectiva.)

Así que esas condiciones de las cuales hablan los señores Bustos y Angulo se contabilizan a favor de los sabaneros como elementos que reafirmaron la hombría y el espíritu del sabanero. Pareciera también que ahí mismo se introduce el elemento diferenciador con los “sabaneros de hoy” los cuales no son dignos de representarlos dado que no tienen ese espíritu y parece ser que “con una calentura están en el

seguro”.

Ahora bien, esos “sabaneros de hoy”, de los cuales hacen referencia continuamente los entrevistados son los que están interfiriendo, a criterio de ellos, en el patrón de interacción social debilitándolo, dado el carácter reflectivo del mismo, tal como lo apunta Sotolongo y Delgado (2006). Es claro, que el entorno, ese entorno co-construido, ha co-creado o ha co-posibilitado nuevas emergencias que hacen que el patrón de interacción social se debilite o se modifique dado que carácter abierto. Este es el inicio, el principio de todo patrón de interacción social, como el de los sabaneros que era específicamente laboral pero que luego se constituyen en el principio de otro de tipo cultural.

Don René Amador, de Sabanero a guía de turismo: lucha por la sobrevivencia dentro de un patrón de interacción que muta

La Provincia de Guanacaste de Costa Rica ha tenido cambios muy importantes que han configurado a una nueva Guanacaste, diferente en su estructura productiva, pero con los mismos problemas.

El Programa del Estado de la Nación de 1999 dedica un capítulo específico a estudiar la misma: “En la década de los noventa se inició un período de transición en la Región Chorotega. El principal rasgo de ese cambio es que la economía de la provincia está dejando de estar centrada exclusivamente en la actividad agropecuaria y se está convirtiendo en una economía en la que los servicios, especialmente los relacionados con el turismo, ocupan un lugar cada vez más importante. Como resultado de este proceso, la sociedad guanacasteca se ha tornado muy compleja. Es una sociedad con muchos rostros, un entramado de grupos sociales ligados a diversos sistemas productivos y comerciales, cada uno de los cuales está labrando su lugar en la nueva economía regional.”

Esos cambios han afectado a los hacendados y los sabaneros. Ahora,

algunos de ellos, han tenido que entrar en la dinámica de la nueva economía, de una sociedad de consumo más exigente y competitiva. Es decir, estamos en una nueva realidad de la cual las familias tradicionales guanacastecas, no pueden escapar inmunes. Es así como algunas de ellas, y de las nuevas generaciones, han “variado sus actividades y se han dedicado, por ejemplo, a administrar un “café internet” u ofrecer servicios de agencias de viajes, cadenas de hoteles y empresas turísticas.” (Estado de la Nación, 1999:316).

Pero esas transformaciones de la economía regional también han traído el surgimiento de nuevos sectores como el caso “los nuevos trabajadores del turismo”. “(...) Hoy existen más de 35 oficios o puestos de trabajo en la hotelería, el comercio, las agencias turísticas o la construcción (entre otros, cocineras, bartender, guías turísticos, botones, lavaplatos, electricistas, cajeros, guardas, mucamas, soldadores, plomeros, salneros, contadores, puestos gerencias, promotores, jardineros) (Estado de la Nación, 1999:316). Es decir, la actividad turística se ha convertido en la principal actividad económica de muchas zonas de la provincia.

Los cambios más visibles tienen que ver con una reducción del empleo agrícola y de la ganadería (pasa de un 47,8% de ocupados en 1987 al 35,3% en 1998) para incrementarse en el comercio y los servicios (pasa del 39% en 1987 al 49,7% en 1998). Una década después, para el 2009, este panorama se había aclarado aún más dado que en un estudio sobre la Competitividad Territorial y el Mercado de Trabajo de Rafael Arias y Leonardo Sánchez, daba cuenta de que “el sector servicios aporta las mayores fuentes de empleo dentro de la región Chorotega (67%), seguida del sector primario (18,2%) y del secundario (14,7%). Lo anterior contrasta con la estructura a nivel nacional donde el sector primario ocupa el tercer lugar como generador de empleo.” (Arias y Sánchez, 2010, p.53)

Más adelante en el mismo estudio se apunta que “con respecto al sector

turismo, las cifras para el 2009 mostraban que las actividades ligadas a los restaurantes y hoteles, generaban el 11,6% del empleo dentro de la región Chorotega, porcentaje mucho mayor al promedio nacional que era del 6,1%.”.(Arias y Sánchez, 2010:53).

En suma, a partir de los años 80 Costa

Rica comienza a tener en el turismo una actividad muy importante en la generación de divisas. En Guanacaste el sector ganadero reafirma su crisis. Pero es partir de los 90 cuando se comienza a ver el boom del turismo en Guanacaste y la estructura productiva comienza a cambiar tal como lo presentamos a continuación:

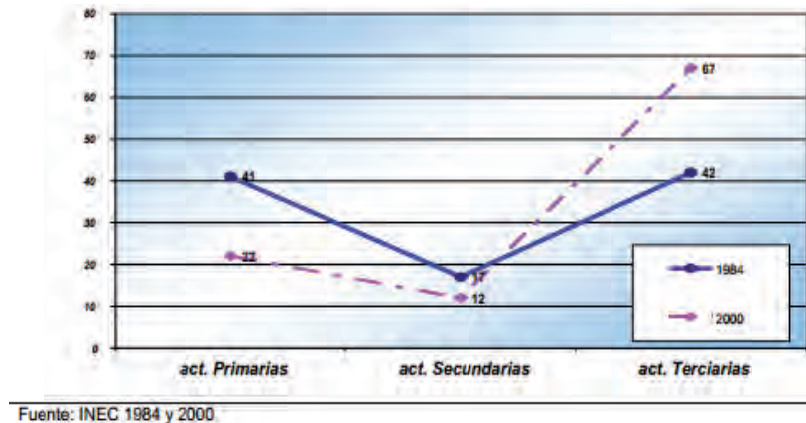


Gráfico 1: Cambio en la estructura productiva de la provincia de Guanacaste, Costa Rica, 1984 y 2000.

El mismo don René Amador, nuestro informante clave en este caso, tiene noción de estos cambios: “Las haciendas se fueron dividiendo. Otras haciendas también se metieron a reforestación y fracasaron. Muchos las vendieron al Estado. La mayoría de las haciendas se dividieron. Haciendas grandes ya no se ven solo la de los Pintos”. Someramente descrito este es el contexto en el cual se inserta las nuevas actividades de don René Amador Salazar.

El mundo de Sabanero de don René Amador Salazar

Don René Amador es un sabanero guanacasteco de origen nicaragüense llegado a Costa Rica a principio de los años 60 cuando tenía 22 años. Desde muy niño comenzó a trabajar con el ganado en su natal Nicaragua, gracias un hermano mayor que le enseñó; sufrió mucho castigo del hermano para que aprendiera bien el trabajo. A las dos de la mañana empezaba a trabajar, al arreo en jornadas muy largas, las cuales parecen ser las típicas en este tipo de trabajo: “Llegué a ser sabanero debido a que tenía un

hermano mayor que fue el hombre que me enseñó a botar una vaca, a amarrarle el ternero en la pata de adelante, a bañar la vaca, a trabajar con el ganado. El me castigaba mucho y entonces mi mamá me dijo que estaba bien que no lo siguiera acompañando. Uno no estaba práctico en las cosas entonces me agarraba con el rejo de pegarle al ternero y me pegaba. A las dos de la mañana yo a la polca del caballo con él arriando 400 vacas, 500 vacas y dándole toda la mañana ordeñando esa cantidad de vacas. Ahí fue donde aprendí a botar un toro, a curar un toro... ahí fue donde aprendí el trabajo, después me fui a trabajar a otras haciendas porque yo ya sabía hacer el trabajo y quería ayudarle a mi mamá porque nosotros siempre hemos sido pobres.”. Pero debido a los problemas políticos de su país natal decidió un día emigrar a Costa Rica.

Lo central de don René era desenvolverse en un mundo de trabajo ligado al ganado y a las grandes haciendas. Era un mundo rodeado por grandes extensiones de terrenos donde lo laboral consumía gran parte de su vida cotidiana. Don René Amador pasó su mayor parte del trabajo

en las haciendas de la familia Batalla hasta concluir pensionado, en contra de su voluntad, en la Hacienda Guachipelín de la misma familia en Liberia, Guanacaste, Costa Rica. Esta hacienda se destacó desde el siglo XIX por su actividad ganadera, más desde finales del siglo XX se ha dedicado al turismo. Don Tomás Batalla, según don René, era prestamista y obtuvo la hacienda de los Baldiodeda que no pudieron cancelarle un gran deuda.

Don René se dedicaba al cuidado del ganado y de caballos para los topes, que es un desfile de estos animales muy apreciado por los ganaderos y amantes de los equinos. Sus instrumentos principales eran el caballo, el cacho carbolinero, la sogá, y todos los accesorios de un buen vaquero. En la hacienda cuidó ganado de engorde en la época del padre del actual administrador.

Sus funciones en la nueva actividad e impacto en la cultura del sabanero

Pero vino el cambio. El turismo llega con el nuevo administrador producto de la crisis del sector ganadero. Muchas de estas haciendas aprovechan el boom turístico en la zona y se insertan en ella: “este muchacho fue eliminando todo lo que tenía que ver con el ganado y se fue metiendo mucho en el turismo, fue matando mucho el ganado, mucho para el mismo turismo”. “Comenzó a llegar muchos turistas. A veces llegan hasta 200 turistas y las cabinas a veces no daban abasto y tenía que enviar a otros hoteles”. Pero don René recuerda la primera turista que llegó: “Hace como 20 años. La primera vez fue una gringuita que llegó. Fue la primera, solo había una cabina. Me dijeron, usted vaya con ella y la cuida mucho. Ella se metía en una poza y me decía René quiero bañarme contigo, y yo le decía, no, no, no puedo...me da mucho fríiiiio, y no me gusta andar mojado, le decía. ¡Quéee va! Me iba a meter en problemas por bañarme con la gringa.”

En el caso de nuestro informante se va dando una mutación en el patrón de interacción social laboral ya que las

funciones comenzaron variar y las formas de relacionarse ya no eran las mismas. De lidiar con el ganado don René pasó a ser guía de turismo. El mismo resume de la siguiente forma sus actividades: “Luego me pasaron a turismo, tuve 13 años con este muchacho [el nuevo administrador, VJBZ]. Viera cómo llegan los turistas, allá está todo lleno de buses y carros. Lo que hacía como guía era que caminaba con los turistas, si me mandaban al parque tenía que mostrarle todo lo que hay en el Parque Nacional [se refiere al Parque Nacional Volcán Rincón de la Vieja, VJBZ], las fumarolas, al volcancito, las pailas de lodo, la cascada que se llama la Cangreja donde hay un agua azulita, muy bonita donde la gente le gusta bañarse. Iba con gringos más que todo. Ahí era donde me iba bien, me daban propina. Yo era muy atento con ellos les daba la mano para que pasaran el río, les decía que caminaran con cuidado, que no se fueran a caer en las laderas, y les decía como era el viento”.

Asimismo, como guía también aprovechaba su experiencia como sabanero y gran conocedor de la hacienda. Por lo tanto, sus tour combinaban actividades que tenían que ver con las labores que aprendió de joven: “Hay personas que venían ver el ganado, montaban todo el día y me mandaban a mí como conocer, a hacer unas caminatas fuertes allá por San Jorge, era todo el día y había que llevar comida. Como conocía mucho los lugares los llevaba por una parte y los sacaba por otra, era como un baquiano.” Sin embargo, algunos turistas se interesaban más por conocer su faceta de sabanero por lo que aprovechaba para hacerles demostraciones de la forma en que se trabajaba en la hacienda. Muchos de esos turistas son estadounidenses por lo que tienen en su imaginario al cowboy norteamericano. De ahí que querían observar al vaquero guanacasteco: “Me decían quiero verlo como amarra un animal. Ya yo le hacía un sogazo a un animal y me aplaudían y se quedaban admirados. Queremos verlo rebolear una sogá, como uno en eso se crió no se le olvida. A veces me decían un momentico

donde René que le vamos a dar una propina. Y me pedía una foto, me sacaba la foto. Si hablan español le preguntan mucho, cuántos hijos tiene usted, qué edad tiene usted. Se apeaban de los caballos y me decían René no se vaya y me daba propina. Las propinas me ayudaba mucho ahí, después de mi sueldo."

Muchas de las haciendas han venido combinando ganado y turismo. "El hijo de don Tomás ha ido sustituyendo el ganado por el turismo. El papá sí era un ganadero grande. Habíamos 17 dedicados al turismo en la hacienda. Nos ordenaban para dónde íbamos. Le ordenan a uno para dónde iba uno. Eso era toooooo el día" "Mis labores eran muy diferentes a las de sabanero, ya casi no trabajaba con ganado. Pero me gustaba lo de guía ya que a uno le preguntaban muchas cosas de los caballos, de la hacienda, que como se llamaba eso que tenía puesto el caballo... y le daban propina".

El cambio radical de sabanero a guía de turismo también modificó la forma de trabajar de don René. De tener que enfrentarse a animales bravíos ahora se enfrentaría con personas, muchas de ellas extranjeras. Y es que en el proceso de reproducción del capital la actividad turística como actividad globalizada es mucho más rentable que la ganadería, la que había sufrido los embastes de la crisis desde finales de los 70 y los 80. Para don René, el nuevo administrador pensaba que "el turismo dejaba dólares, verdes, y la ganadería solo gastos". De ahí que el cambio a esa actividad era algo que se podía ver como una salida a los problemas de bajos precios y de reproducción del capital en términos generales.

Y parece que así fue: "Un día llegó el patrón y nos dijo que ya no íbamos a trabajar más con el ganado y que ahora nos iban a pasar al turismo. Cuando pasamos a turismo ellos nos dijeron que ahora íbamos a ser guía y que debíamos ser amables, andar con la clara alegre, nada de amargo."

En otras palabras, el sabanero en esta hacienda, como en otras, es arrancado

de la tierra y del ganado y se le pasa al sector de servicios, donde se puede seguir explotando rentablemente. Incluso la publicidad reciente de la hacienda vende como parte de sus paquetes la imagen del sabanero "Visite Hacienda Guachipelín y disfrute con toda seguridad de fascinantes cabalgatas montando caballos criollos saludables, fuertes y muy bien entrenados por nuestros experimentados sabaneros. Les esperamos". Dentro de los paquetes que ofrecen están: "Sabanero por un día" y "Arreo de ganado más trabajo en el corral" como algunos de los productos turísticos ligados a la cultura del sabanero.

Además de las actividades diferentes que implica ser guía de turismo al de sabanero se han venido suscitando cambios que de una u otra forma van transformando la cultura del sabanero. "Hay un cambio admirable de sabanero a guía. Para mí era una alegría andar con ellos explicándoles. Ellos me preguntaban que si después de ser sabanero me sentían feliz, ¡a claro que me sentían muy contento!".

De acuerdo con don René Amador la comunicación es ahora diferente "antes era un grito, para que me escucharan. Ahora no, si es guía usted habla con un radio. Y uno dice dónde está. Nos daban un radio. Antes era con un grito hoy es con un radio. Si se le cae un radio y otro anda otro y usted dice Rene, René, este le contesta. El aparato le contesta".

El grito del sabanero ha sido una de sus identidades, servía como un mecanismo de comunicación en el trabajo, era una un signo que podía ser descodificado de acuerdo con el contexto y su sonoridad. A como podía significar alegría, podía significar también incitación a la violencia, a la gresca. Pero en términos generales era un mecanismo de comunicación. Eso ahora ha sido sustituido por los radios.

Pero también, para este sabanero la cultura del sabanero se ha ido perdiendo, dice él, ahora los sabaneros arrear en bicicleta, en moto, "ya no hay haciendas sino fincas. Ahora todo es más fácil".

Conclusiones

1. El mundo del trabajo del sabanero guanacasteco, como mundo social, constituyó una cultura particular alrededor de la hacienda y el ganado. Era una cultura que traspasó la hacienda y se insertó en el imaginario de la sociedad guanacasteca. En ese mundo se constituyó un patrón de interacción laboral donde las expectativas mutuas y los vínculos sociales eran alimentados por una construcción de la masculinidad asociado al trabajo rudo, al hombre trabajador, a jornadas extensas y a lidiar con animales semisalvajes. Esta masculinidad era parte de lo que se transmitía de generación en generación mediante lo que ellos llamaban el orgullo sabanero o espíritu sabanero.

2. Con la fragmentación de la hacienda se da un cambio en la cultura del sabanero guanacasteco. Eso se refuerza con la actividad turística, como actividad globalizada, la que conduce a una búsqueda de otros mercados más allá del ganado. Esa transformación tiene que ver no solo con la forma en que se realiza la actividad sino en la extinción paulatina del sabanero y de su mundo social para constituirse en otro. Su patrón de interacción social muta y parte de los sabaneros se inserta en uno nuevo como forma de sobrevivencia.

3. Muchas de las hacienda aprovecharon el boom turístico e incursionaron en él. Los sabaneros pasaron de trabajar la tierra y el ganado a ser guías de turismo. Como representantes de una cultura mantienen una relación real y simbólica con los turistas los cuales no solo disfrutaban de la hacienda en sí sino que el guía es parte del producto, no como guía, sino como un vaquero viviente de épocas ya idas. Este es el caso de don René Amador.

Bibliografía

Arias, R y Sánchez, L (2010). Proyecto: Análisis de la Competitividad Territorial y Mercado de Trabajo en la Región Chorotega. IICE, Universidad de Costa Rica.

Bertaux, D (2005). Los relatos de vida. Perspectiva etnosociológica. Barcelona, España, Ediciones Bellaterra.

Carcanholo, R (1981). *Desarrollo del capitalismo en Costa Rica*. San José, EDUCA.

Cordero, A (2006). *Nuevos Ejes de Acumulación y naturaleza. El caso del turismo*. CLACSO, Buenos Aires, Argentina.

Díaz, D (2011). Vida cotidiana, juego y fiesta en la hacienda ganadera guanacasteca:1858-1950. En Marín, J.J y Núñez, R (comp,2009). (RE) *Lecturas de Guanacaste: 1821-2010*. San José, Costa Rica: Sociedad Editora Alquimia.

Edelman, M (1981). Apuntes sobre la consolidación de las haciendas en Guanacaste. Instituto de Investigaciones Sociales, Avance de Investigación N°44, San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica.

Esquivel, F y Muñoz, J.J (1984). La crisis de la reproducción de capital en Costa Rica. En CEDAL: Crisis Económica y movimiento Obrero en América Latina: Análisis de la última década. Fundación Friedrich Ebert, República de Alemania y Centro de Estudios Democráticos de América Latina, San José, Costa Rica: CEDAL.

González, R (1983). Guanacaste. Fraccionamiento del Latifundio y Capitalismo. Avance de Investigación. Universidad Nacional, Facultad de Ciencias de la Tierra y el Mar, Escuela de Ciencias Agrarias, Heredia, Costa Rica.

Harvey, D (2004). El nuevo imperialismo. AKAL Ediciones. Madrid, España.

Matarrita, M (1980). La Hacienda Ganadera Colonial en el Corregimiento de Nicoya. Siglo-XVIII. Tesis presentada para optar al grado de Licenciatura en Historia. Facultad de Ciencias Sociales, Escuela de Historia y Geografía, Universidad de Costa Rica.

Morales, L.C (2009). Santa Cruz de Guanacaste: Cultura Local, Turismo y Globalización. Revista de Ciencias Sociales

(Cr), vol. I-II, núm. 123-124, 2009, pp. 35-48, Universidad de Costa Rica, Costa Rica
Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15313756003>.

Sequeira, W (1985). La Hacienda Ganadera en Guanacaste: Aspectos Económicos y Sociales 1850-1900. San José, Costa Rica: EUNED.

Sotolongo, P.L y Delgado, C.L (2006). La Revolución Contemporánea del Saber y la Complejidad Social. Hacia unas ciencias sociales de nuevo tipo. Argentina, Colección Campus Virtual, CLACSO. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/campus/soto/soto.html>.



Víctor Julio Baltodano Zúñiga durante su intervención en el 4º Encuentro de Turismo Espiritual.



Cecilia Badilla Alvarado junto a Rogelio Martínez Cárdenas.

Tendencias investigativas sobre turismo rural

José Francisco Domínguez Estrada

Profesor- Investigador, Departamento de turismo sustentable y gestión hotelera. Universidad del Caribe, SM. 78. MZA. 1. Lote 1. Esquina Fraccionamiento Tabachines. Cancún Q. Roo. México C.P. 77528 Tel: 01998 8814400 Ext. 1225 Fax: Ext. 1139 www.unicaribe.edu.mx; fdominguez@ucaribe.edu.mx

Resumen

La presente investigación especula sobre el turismo rural y sus relaciones con el desarrollo socioeconómico de las zonas rurales, desde una perspectiva regional, en particular desde la óptica del desarrollo comunitario como empresa turística rural en tres ámbitos sumamente importantes (Europa, América Latina y México). Resulta especialmente acertada en el momento presente dadas las enormes expectativas que se están desplegando en torno a este tema y su función dinamizadora de la economía de este tipo de zonas. Posibilidades no solo económicas sino también personales, de tantos que apuestan por este sector en términos corporativos abierto, de fácil acceso y de altos niveles de crecimiento y grandes potencialidades. Es por ello que el mundo académico debería tratar de dar respuesta a muchos de los interrogantes que una actividad tan joven y dinámica como el turismo rural plantea y ayude a dispersar esas sombras que se intuyen en el horizonte.

Palabras clave

Tendencias, Turismo Rural, Diversificación, Tipologías turísticas, Actividades turísticas.

Introducción

El análisis y estudio de las actividades turísticas rurales desde una perspectiva amplia pero sesgada hacia la perspectiva turística no es nuevo, posiblemente la palabra que mejor defina la problemática, con la temática del turismo en los espacios rurales, particularmente acentuada en los últimos años donde se ha podido constatar un espectacular crecimiento de este tipo de iniciativas que con mayor o menor fortuna están poblando no solo la región, sino a nivel nacional, mundial, representando una prioridad en los modelos de desarrollo turísticos.

Asimismo se ha constatado la escasez o la ausencia de estudios relativos a las actividades turísticas rurales, hecho posiblemente debido a la relativa novedad en cuanto a la manifestación

del fenómeno, y al protagonismo de otras perspectivas, fundamentalmente inclinadas hacia la demanda, y de enfoques orientados a la consideración del fenómeno turístico rural desde las ópticas del desarrollo rural, la sociología, el turismo, la antropología, la economía, la geografía, el derecho, el marketing territorial, o un "mix" de los anteriores, donde los contenidos empresariales resultan o bien tangenciales, o bien inexistentes.

Si el turismo ha representado una actividad importante para la economía mundial, como fenómeno masivo, actividad que requiere de una gran infraestructura y servicios que no siempre han tenido una adecuada planificación, se ha convertido en una constante destrucción del medio ambiente tanto natural como social. La transformación del aspecto físico en las zonas turísticas, ha generado graves trastornos ecológicos: destrucción de ecosistemas, disminución de la cantidad y calidad del agua, empobrecimiento y contaminación de los suelos, extinción de múltiples especies de la fauna, afectación severa de la flora, depredación pesquera y contaminación de mar, así como desintegrador de actividades económicas tradicionales, aculturación, migración, fenómenos de crecimiento poblacional y urbano desordenado, falta de servicios públicos, entre otros. El turismo es percibido, por lo general, como un asunto de moda, su importancia económica, su creciente impacto cultural y ambiental justificarían la realización de una investigación sobre el turismo rural en los espacios geográficos de Europa, América Latina y México, ya que se desconocen las posibles causas de las principales problemáticas y sobre todo las actividades realizadas en cada uno de los diferentes contextos en lo que se refiere a la materia.

Se identifico el potencial del turismo rural de cada región por ello, la metodología integral utilizada fue descriptiva compuesta por: Fase I, se valido la existencia del potencial turístico de cada región. En esta parte la determinación

del potencial se fundamenta en las condiciones locales para desarrollar productos turísticos rurales con la posibilidad de satisfacer la demanda actual de los turistas que actualmente arriban a esos destinos. De esta manera, la metodología de evaluación tuvo dos componentes: la descripción y el diagnóstico de cada sitio geográfico, sobre las potencialidades turísticas rurales. Con objeto de satisfacer este objetivo, el ejemplo de la evaluación cuantitativa se basó en tres instrumentos: el primero fue un cuestionario que permitió, en forma práctica y ordenada, recopilar la información de cada país a evaluar; el segundo lo conformó los criterios de evaluación que fundamenta la calificación de la disponibilidad o carencia de los elementos de oferta y demanda; el tercero es un sistema de medición cuantitativa que se derivó de la calificación que a cada concepto asignó quien llenó el cuestionario; que permitió visualizar las potencialidades turísticas rurales de cada una de las regiones. Esta investigación contribuirá al uso de la metodología utilizada y los instrumentos de inserción que pueden ser replicables en el futuro en el resto de países turísticos rurales de la región, así como otras empresas sociales y comunitarias dedicadas a la producción de insumos agrícolas, forestales o de servicios que cuentan con la misma problemática de inserción de sus productos de mercado.

Los resultados aportarán lineamientos para que el plan de estudios de la carrera de turismo sustentable de la Universidad del Caribe, y dependencias de gobierno que favorecen a realizar proyectos turísticos rurales complementen la información pertinente al desarrollo de las comunidades en cuestiones de capacitación para proyectos de turismo rural. La tendencia expansiva del turismo en muchos países, hacia la parte interior, hizo necesaria la actitud preactiva de las comunidades para insertarse en proyectos turísticos rurales en condiciones favorables en la actividad y no ser espectadores marginales del desarrollo. El conocer los mecanismos de operación del mercado turístico y las posibilidades de incorporar

sus productos y servicios a este, es una necesidad que se les presente a los grupos de cada zona para tomar decisiones en la comercialización de sus intereses turísticos. El beneficio de desarrollar un análisis turístico rural implicó ser más crítico al momento de desarrollar proyectos para beneficio de la región a través de turismo rural, ecológico y de aventura. La intención prevaleció por que las características físicas de cada región son diversas, por lo tanto, incluyo la integración de toda la zona a través de un esquema que abarco sitios turísticos rurales de diversa índole y con atractivos muy particulares. Basados en la preservación del patrimonio cultural, ambiental y adicionalmente asegurando la participación de las comunidades locales. El diseño de este esbozo fue consistente con las características de cada zona y servirá como un corredor piloto y modelo de manejo sustentable para beneficiar a las comunidades locales en el diseño de proyectos de turismo rural.

Aportación práctica: El presente trabajo analiza los problemas comunes del turismo rural en tres zonas geográficas diferentes (Europa, América Latina y México), y propone alternativas de solución, también comunes, para todos los proyectos de turismo rural que experimentan cambios y ante los cuales, en la mayoría de los casos, no se toman las acciones correctas para afrontar esta realidad.

Valor teórico: El presente trabajo aportará información útil para los proyectos de turismo rural que en un futuro pretendan incursionar en este campo y proporcionara datos que describan la experiencia en una organización comunitaria.

Aportación socioeconómica: Siendo los proyectos de turismo rural un problema más social que económico, afecta principalmente a la estabilidad de los integrantes de la comunidad. El presente trabajo aportará ideas que los representantes de los ejidos deben considerar al realizar este proceso, de tal forma que sus integrantes experimenten el cambio como un beneficio y no como una amenaza.

Valor metodológico: Es la primera investigación sistemática sobre actividades de turismo rural en tres zonas geográficas diferentes (Europa, América Latina y México).

Hipótesis: En el mundo no se mejoran las condiciones materiales, ambientales y organizativas en las que se desarrollan las actividades turísticas rurales específicamente en tres zonas geográficas diferentes (Europa, América Latina y México). Entonces ¿La aspiración de las actividades de turismo rural representa una alternativa económica viable para el desarrollo comunitario del turismo rural en (Europa, América Latina y México), con productos diferentes?

Objetivo General. Analizar las actividades de turismo rural, experiencias en tres zonas geográficas diferentes (Europa, América Latina y México), en el período del 2000-2010 para determinar la importancia o carencia en las políticas turísticas de la entidad.

Objetivos particulares:

- Analizar la situación actual de las tendencias investigativas sobre el turismo rural.
- Explorar y precisar el significado del modelo turístico rural en tres zonas geográficas diferentes (Europa, América Latina y México).
- Evaluar las actividades de operación en el desarrollo del turismo rural en tres zonas geográficas diferentes (Europa, América Latina y México).

Definición de "rural"

Esta investigación se basa sobre las posiciones teóricas de la fuente del saber respecto al tema referente al turismo rural, que se muestra a continuación bajo el concepto de "rural." Las definiciones son numerosas y variadas. Aunado a ello, el mismo término "rural" ha sido parte de los debates desde hace mucho tiempo. La duda es si "rural" es un concepto geográfico o una situación con los límites identificables en un mapa o si es una

representación social o una comunidad de interés o una cultura y estilo de vida (aspecto éste que caería dentro de las clasificaciones geográficas de "rural"). Dentro de lo geográfico, también hay numerosas definiciones y debates acerca del significado de "rural". Lo "rural" es una forma geográfica distinta de lo "urbano". Al usar las medidas como puede identificarse ¿por el tamaño de la población o la densidad de ésta en un área dada? La definición que continuamente se da de lo "rural-urbano", ¿se basa en las relaciones funcionales entre las personas y el espacio? Habría que analizar hasta qué punto es el contexto regional.

Los perfiles del turismo rural como actividad turística aparecen difusos. No existe un consenso académico o documento legal sobre el concepto de "turismo rural". Este problema como lo menciona la propia Comisión Europea (1990) la cual afirma las dificultades existentes, dada la inexistencia de definiciones y fronteras conceptuales, incluso de espacio rural; percepciones que pueden englobar significados muy distintos en función de los países, para la cual más adelante se desglosan los significados de turismo rural en Europa, América Latina y aun en concreto en México. Ante este panorama, existe todo un conjunto bastante disperso de enunciaciones que, desde una óptica integradora, podrían ayudar a una mejor apreciación del concepto de turismo rural en diferentes ámbitos y a comprender la complejidad del fenómeno. El término turismo rural abarca toda una serie de conceptos que pueden asociarse a la actividad turística en espacio rural: ecoturismo, agroturismo, turismo de naturaleza, turismo de aventura, turismo verde, etc. Además de incluir diferentes actividades como la gastronomía, equitación, caza, pesca, otros deportes, visitas culturales e históricas, etc.

a) Marco teórico del turismo rural

El Manifiesto del Turismo Rural francés (1955) concebía, igualmente, al turismo rural como un gran contenedor donde

incluir cualquier aprovechamiento turístico en el ámbito del mundo rural, y precisaba que el protagonista principal y destinatario de sus frutos debía ser la propia sociedad rural. Para (Grolleau, 1988) la respuesta está en que ninguno de los términos empleados para designar al turismo rural llega a cubrir completamente las distintas realidades que la actividad turística rural engloba. Es decir, el turismo rural opera como una suerte de matriz que abarca toda una serie de elementos heterogéneos, representados por el conjunto de modalidades donde se plasma y concretiza la actividad turística rural, como el turismo alternativo, el turismo verde, el agroturismo, el turismo deportivo, el de aventura, el cultural, el histórico, etc., que hacen que el turismo rural presente un perfil marcadamente plural.

Otras formulaciones serían realizadas por la Comisión Europea (1990) que entiende por turismo rural la realización de actividades turísticas en el medio rural. (Bardón, 1990) conceptúa a la oferta turística rural como el conjunto de alojamientos, instalaciones, estructuras de ocio, recursos naturales y arquitectónicos existentes en zonas de economía predominantemente agrícola. Para (Galiano, 1991), el turismo rural incluiría el agroturismo y todas las actividades deportivas, culturales y cinegéticas que se desarrollen en el medio rural. Para la consultora europea (Euroter, 1991), el turismo rural consiste en la suma de alojamientos en granjas más ocio en el espacio rural. Mientras que para (Gilbert, 1992), el turismo rural consistiría en un viaje o pernoctación realizado en una zona rural agrícola o natural.

La Secretaría General de Turismo de España (1992) concibe al turismo rural como la oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines situada en el medio rural, orientada fundamentalmente a los habitantes de zonas urbanas que buscan unas vacaciones en contacto con la naturaleza y la gente local. (Grolleau, 1993) nos indica la primera piedra angular básica del turismo rural, y ésta es el

carácter local y relacional del mismo. Se trata de un turismo de encuentros, un turismo donde se comparte, un turismo de pueblo, villa o aldea, querido y controlado por la gente de la comarca. (Blanco, 1994) adoptan un criterio amistoso: el turismo rural comprendería el conjunto de actividades recreativas y turísticas que se realizan en el medio rural y en la naturaleza abarcando todas las formas de turismo de aventura, deportivo, etc. (Fuentes, 1995) concibe el turismo rural como aquella actividad turística realizada en el espacio rural compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono, es decir, naturaleza, gastronomía, arquitectura tradicional, folklore y tradiciones populares; y que presentan una interrelación con la sociedad local. La actividad turística rural puede segmentarse en múltiples subproductos. (Crosby, 1996) tratan de delimitar el concepto de turismo rural a partir de lo que no es o no se considera turismo rural. En este sentido, entienden por tal a aquella modalidad de turismo ubicado en áreas no urbanas y que sigue un modelo de desarrollo completamente diferenciado del turismo costero masificado.

(AEIDL, 1997)¹ Dentro de la gama de productos también se encuentran presentes las estancias concebidas en torno al tema de la gastronomía local, al descubrimiento de los productos agroalimentarios locales, de sabores y olores, etc. Por tanto, parece evidente que estamos ante un segmento de actividad turística cuyas concretizaciones, sus productos, aparecen marcados por coordenadas relacionales: la sociabilidad, la relación; donde la filosofía predominante es saborear la vida, conocer lugares y a sus habitantes. En lo que se

¹ European association for information on local development... (AEIDL, sede en Bruselas. Año de creación en 1988. Cuenta con 16 miembros de 10 países. Los objetivos son: promover iniciativas de desarrollo locales que toman en cuenta más allá de temas sociales, económicos y aspectos medioambientales, y que permiten un proceso de desarrollo basado en la sociedad.

refiere a la acogida, la diversidad de estructuras accesibles (hospedajes rurales, albergues, casas de pueblo, pequeños hoteles y granjas) es la característica fundamental del turismo rural. De igual forma, el peculiar estilo comprensivo, marcado por la presencia del anfitrión y la representación participativa del turista rural en la vida local.

Por otra parte, Grolleau (1993) nos dice lo siguiente:

Una primera definición de turismo rural sería su carácter local, que se desglosa en cinco niveles: se trata de una forma de turismo de iniciativa local, de gestión local, con efectos locales, definido por los paisajes locales, que trata de valorizar la cultura local. Esta "localidad" hace al turismo rural exclusivo y propio de un territorio determinado, directamente relacionado con su "genius loci"² y, por tanto, peculiar y genuino. También por ello, difícilmente imitable o replicable en otras localizaciones: esto provoca su magnetismo y atracción para los flujos provenientes de áreas urbanas; y más en un tiempo como el actual, cuando los fenómenos globalizadores generan tendencias a la uniformidad de la realidad, a la homogeneización progresiva de los gustos, costumbres, hábitos y modas. De ahí que lo diverso, lo particular, lo peculiar, lo auténtico, resulte cada vez más apreciado.

Cabría preguntarse las razones que explican o justifican, por una parte, la disparidad existente en torno al concepto de turismo rural y, por otra, la ausencia de una definición aceptada de común acuerdo. Bien es cierto que

² Por "genius loci" debemos entender el conjunto de características o elementos particulares de un lugar que lo hacen extraordinario, peculiar y único, que lo diferencian de los restantes. La expresión deriva de viejos aforismos grecolatinos según los cuales los lugares y/o sitios poseen una especie de espíritu protector (genius) guardián, propio y único, que da vida al lugar y a quienes lo habitan, y que determina su carácter e identidad. Se manifiesta en todas sus expresiones constituyendo, por tanto, el alma del lugar, su esencia; está vinculado de modo indivisible al paraje. Vigilaba y protegía la vida en el mismo.

dichas tipologías no se excluyen sino que se complementan. La diferencia de las distintas modalidades es evidente. Todas ellas presentan un denominador común; así, desde un punto de vista físico, todas se producen y se localizan a nivel espacial en el medio rural; y desde una perspectiva funcional, todas las modalidades se engloban dentro del denominado ocio activo. El problema aparece cuando se constata la disparidad existente en las concepciones referentes al "espacio rural" presentes en los distintos países a nivel mundial, derivada ésta de las peculiares características del entorno nacional de referencia y de la política turística establecida.

b) Turismo rural y desarrollo local

El turismo puede contribuir notablemente al desarrollo económico y social de las comunidades rurales. Así lo consideran las más modernas estrategias de desarrollo rural que proponen llevar a cabo acciones destinadas a promover el turismo rural. Podemos entender por desarrollo local, siguiendo a (Solsona, 1999), como el proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que promueve el aprovechamiento eficiente de los recursos naturales existentes en una determinada zona, proceso capaz de estimular el crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la localidad.

Lo que sí parece evidente es que el turismo rural pueda actuar como una especie de antibiótico para todas las indisposiciones de la economía local y, sobre todo, la aparente viabilidad de desarrollo turístico realista en todas las zonas rurales. Por ello, no es de extrañar el hecho de que las comunidades locales se hayan dado cuenta de las posibilidades de la actividad turística en el medio rural y de su relativa facilidad de explotación, tanto por su efecto multiplicador y productor de ganancias complementarias, como por su capacidad de creación de recursos, y porque esta actividad es generadora de demanda de infraestructuras y de servicios de apoyo al mundo rural, lo que beneficia tanto a la

población local como a sus visitantes.

Un concepto central de esta estrategia de desarrollo es la fuerte participación local en el proceso (Richards, 2000: 1). Esta característica conduce a señalar que el concepto de comunidad involucrada en el desarrollo del turismo rural, se aproxima al corazón del debate de la sustentabilidad porque, según (Ryan, 2002), el concepto de turismo sustentable y desarrollo comunitario están íntimamente ligados.

El planteamiento no es irrelevante pues, como toda actividad económica, el turismo genera impactos positivos y negativos. La participación de la comunidad resulta de importancia, pues se relaciona con la distribución de los ingresos que genera la actividad. Se observa en las zonas rurales la creciente aparición de inversiones

externas cuyo aporte al desarrollo económico local, en muchos casos, es de bajo impacto frente a los costos ambientales asociados. Puede ocurrir que inversiones de capitales regionales generen un bajo impacto socioeconómico con un mayor costo ambiental; y, por el contrario, puede ocurrir que funcione una estrategia de desarrollo local del turismo soportada con menor inversión y, en general, con menor impacto ambiental. Según nuestro criterio, ambos son negocios de turismo rural que, por su localización, tienen características muy diferentes. (Véase Cuadro 2.3.- Diferencias entre un turismo de resort y el turismo rural se apuntan las diferencias entre una inversión externa y profesionalizada como un "Resort" y un desarrollo de turismo rural a escala local.

RESORT	TURISMO RURAL
Poco espacio abierto	Muchos espacios abiertos
Densamente poblado	Población dispersa
Ambiente construido	Ambiente natural
Muchas actividades internas	Muchas actividades al aire libre
Infraestructura intensiva	Carencia de infraestructura
Actividades organizadas	Actividades individuales
Establecimientos grandes	Establecimientos pequeños
Firmas nacionales e internacionales	Comercios de firmas locales
Mucha gente <i>full time</i> en turismo	Mucha gente <i>part time</i> en turismo
Sin actividades agropecuarias	Desarrollo de actividades agropecuarias
Trabajadores pueden vivir lejos	Trabajadores viven en la localidad
Poca estacionalidad	Fuerte estacionalidad
Muchos visitantes	Pocos visitantes
Relación anónima con los visitantes	Relación personal con los visitantes
Administración profesional	Administración amateur
Atmósfera cosmopolita	Atmósfera local
Edificios modernos	Construcciones viejas
Ética moderna	Conservan límites al desarrollo ético
Mercado masivo	Mercado de nicho

Gráfico 1: Cambio en la estructura productiva de la provincia de Guanacaste, Costa Rica, 1984 Y 2000.

Derivado de dichas circunstancias los efectos del turismo rural, radica en que tanta secuela demostrativa como la reiterada promoción efectuada en torno al turismo rural han despertado enormes

expectativas en muchas áreas rurales del mundo, provocando una presión muy fuerte sobre las iniciativas turísticas en el medio rural. Este exceso de expectativas ha conducido a situaciones de estancamiento,

de retroceso, incluso de desaparición de la rentabilidad económica, así como de la peculiaridad y autenticidad de la oferta turística local. La masificación de los procesos que se deriva reduce sustancialmente la calidad del servicio y el trato personalizado, precisamente los elementos más importantes del turismo rural. Todo ello provoca un deterioro del entorno de recepción, lo que acaba incidiendo negativamente sobre el espíritu del turismo rural y su mayor campo dominador: el recurso natural y cultural local.

Una vez delimitadas las principales ideas del turismo rural, podemos proceder a elaborar una definición cuando menos aproximada a la actual realidad del turismo en los espacios rurales. Por ello, podemos definir al turismo rural como: conjunto de alojamientos, instalaciones y estructuras de ocio orientado, fundamentalmente, a los habitantes de zonas urbanas que buscan vacaciones en contacto con la naturaleza, la cultura y la gente local, donde la principal motivación es una oferta de actividades recreativas —concebidas en torno a la gastronomía local, al descubrimiento de productos locales, de sabores y olores, actividades deportivas, de aventura, culturales, históricas, religiosas, cinegéticas, arquitectura tradicional, folklore y tradiciones populares— y servicios afines, en donde se realiza un turismo de encuentros, apreciado y controlado sustentablemente por la gente de la comunidad, en el cual se comparte la vida de un pueblo; con el fin de lograr una estrategia de desarrollo local.

Turismo rural en Europa

El turismo rural, como una actividad sobresaliente en el marco de la nueva oferta que ha desarrollado el sector agropecuario, ha tomado auge en los países europeos y ha contribuido a diversificar la oferta turística. Este desarrollo apunta a contrarrestar la tendencia a la baja que muestran los destinos de sol y playa en esos países. El turismo rural también tiene la función de

rehabilitar las áreas agrícolas deprimidas económicamente y contrarrestar las crisis recurrentes del sector, que ocasiona la emigración desde las zonas rurales hacia las urbanas. (Gurría, 2000) señala que, desde hace algunos años, las áreas tradicionales sufren una declinación a causa de la industrialización y del urbanismo. De esta manera, el crecimiento del sector terciario concentra la actividad económica en las ciudades. Sin embargo, la tensión que ocasiona la vida urbana está causando lo que, en ciertos países, llaman “tendencia contra-urbana” y la gente sale temporalmente —algunos permanentemente— hacia las áreas rurales. Estos son los turistas que aprovechan la oferta rural.

Definir el turismo rural tiene algunas complicaciones. En un documento producido en París, la (OCDE, 1994) plantea los inconvenientes y complejidades que aparecen a la hora de adoptar una definición:

- Los resort son un tipo de turismo urbano que no suele estar localizado en zonas urbanas y que derrama efectos sobre zonas rurales.
- No todo el turismo que tiene lugar en las zonas rurales es estrictamente rural: puede ser de tipo urbano localizado en las zonas rurales.
- Se han desarrollado diferentes conceptos de negocios de turismo rural en los diferentes países.
- Las áreas rurales viven complejos procesos de cambio. El impacto de la globalización de los mercados y las comunicaciones han modificado las condiciones y la orientación de los productos tradicionales. La creciente importancia de los temas ambientales ha incrementado el control, por parte de personas y organizaciones “extra-rurales”, de los recursos naturales ubicados en las zonas rurales. A la vez que muchas zonas se están despoblando, otras están recibiendo personas que invierten en negocios no tradicionales.

- El turismo rural es complejo y no incorpora solamente al agroturismo. Incluye múltiples formas de recreación en las zonas rurales.
- Las zonas rurales son difíciles de definir y los criterios cambian según los países.

a) Objetivos del turismo rural en Europa

Para que se produzca la sostenibilidad en el crecimiento, es necesario que se cumplan algunas condiciones, como la potenciación de la participación de la sociedad local en los procesos de planificación y desarrollo, la limitación de las capacidades de carga de los atractivos, tanto de los naturales como de los de carácter sociocultural, la actuación sobre las infraestructuras y equipamientos para conseguir la adaptación de los recursos al uso turístico a la vez que sean preservados de posibles agresiones, etc.

El cumplimiento de estas y otras especificaciones puede llevar a cubrir importantes objetivos que suponen destacados beneficios para el espacio rural o interior, entre los que cabe citar:

- Mejora de las condiciones de vida de la población local.
- Contribución a la reactivación económica de zonas deprimidas.
- Generación de rentas complementarias.
- Incorporación de la mujer al trabajo remunerado.
- Estabilización de la población local desde el punto de vista demográfico.
- Mantenimiento de la actividad agropecuaria y artesanal.
- Mantenimiento o recuperación del patrimonio arquitectónico tradicional.
- Preservación del medio físico.
- Potenciación de los intercambios culturales.

b) La oferta de turismo rural en Europa

Como menciona Solsona, la distribución y

evolución de los alojamientos en Europa se ha caracterizado por un desarrollo del turismo rural diferente en los distintos países europeos. Así, mientras que en estados como Francia, Inglaterra, Austria y Suiza el turismo rural está muy consolidado y con una gran tradición que se remonta, al menos, a los años sesenta, en otros países como España o Portugal se encuentra en una fase de expansión; mientras que en Europa central y del oeste todavía está en una etapa muy incipiente de su desarrollo. De hecho, las primeras iniciativas relevantes de turismo rural comenzaron en 1951 con uno de los proyectos más emblemáticos: el programa Gites de France, seguido por agroturismos alemanes y austriacos de los años sesenta. Desde entonces, el desarrollo ha sido notable, incorporándose, de forma progresiva, cada vez más países a esta modalidad turística.

Ehrlich, de Eurogites, (2010) comentaba:

Que el centro de atención estaba centrado en las necesidades y expectativas del cliente; de hecho, existen ejemplos exitosos para ambos enfoques y también para todas las posibles combinaciones intermedias. Los mercados en turismo rural son muy fragmentados. No existe un patrón único, ni siquiera mayoritario: no existe "la" oferta ideal de turismo rural. En otras palabras: desde la perspectiva de la demanda, "el" turismo rural no existe como producto homogéneo. El éxito de una iniciativa en este sector se basa, precisamente, en su adaptación y especialización a uno o varios perfiles concretos de clientes, dentro de un concepto global de turismo rural que puede servir sólo como paraguas promocional.

La ampliación de los mercados hacia el extranjero va a ser lenta: no es la panacea ni a corto ni a medio plazo. Para atender esta demanda y satisfacer sus necesidades, es preciso entender los motivos que traen a los turistas a visitar los pueblos. Estos motivos pueden ser muy variados, pero, antes de todo, son diferentes a aquellos de los clientes habituales que proceden

de una ciudad cercana. ¿Por qué alguien que reside a 1,000, 2,000 ó 5,000 km de distancia le atrae la idea de visitar una aldea, una región o un país? Es por la curiosidad de conocer y experimentar algo muy llamativo del paisaje, naturaleza, tradiciones, cultura, historia o gastronomía auténtica. Este visitante viene acompañado por una actitud positiva y activa: no sólo quiere mirar y observar sino también tocar y experimentar personalmente estas diferencias, sin renunciar a determinadas garantías de calidad en equipamiento y servicios. Esto no significa lujo; niveles sencillos o básicos son aceptables cuando se perciben como auténticos y reales. Los criterios mínimos de Eurogites para equipamiento y servicios en alojamientos de turismo rural establecen una orientación útil sobre los niveles mínimos aceptables para visitantes del extranjero³.

Modalidades de turismo rural

Definido el ámbito rural con un concepto tan amplio, el turismo rural incorpora múltiples posibilidades, como las destacadas por (Barrera: 2002). Sobre la base de caracterizar al turismo rural por el ámbito en el que se desenvuelve la actividad, y sin perjuicio de que las categorías que se enuncian puedan ser más, entendemos que practican el turismo rural tanto aquellas personas que se alojan en un predio agrícola con el interés de conocer, disfrutar y practicar alguna actividad agropecuaria; como los cazadores, pescadores, científicos, estudiantes en viajes de práctica, turistas de paso, empresarios que participan de un evento o retiro, etc.

Las modalidades turísticas son categorías que sólo apuntan a subrayar que las motivaciones de algunos turistas están más enfocadas en un tema que en otro. En la mayoría de los casos, los habitantes realizan, junto a la actividad principal que los convoca, otras actividades que pertenecen a una modalidad diferente.

³ Información disponible en www.eurogites.org/documents.

En síntesis, no es posible concebir un negocio que ofrezca sólo un tipo de actividad turística. La vida en el mundo rural ofrece una variedad de posibilidades de esparcimiento que el turista podrá disfrutar, aunque siempre estará más atento a la calidad de la esencia del producto turístico que motivó su viaje.

Tipologías de turismo rural europeo, siguiendo las orientaciones metodológicas del CEFAT (Centro Europeo de Formación Ambiental) 1994, Madrid: (Barrera: 2003)

Turismo verde.- El paisaje es la principal variable. Su objetivo es la integración del visitante en el medio humano y natural. Turismo especialmente vinculado con el medioambiente y el contacto con la naturaleza.

Agroturismo.- Su localización se produce en granjas (*farm tourism*) activas, posibilitando la participación del turista en las diferentes actividades agropecuarias. Siempre se relaciona la actividad agrícola y la turística del empresario, buscándose la complementariedad de las rentas agrícola y ganadera. No es posible separar la dimensión agrícola de la turística: el agricultor ofrece el servicio sin que se produzca suspensión de actividades.

Turismo cultural.- Está basado en la utilización de la cultura del territorio como soporte de las actividades, orientándose a la conservación de la misma. Promueve el conocimiento de la cultura del área visitada.

Turismo de aventuras.- Se basa en el empleo del entorno natural para producir sensaciones de descubrimiento en sus practicantes. El turista participa de forma activa en el conocimiento del *genus loci* territorial. Esta modalidad suele incorporar actividades deportivas y de riesgo.

Turismo deportivo.- Se basa en el empleo de actividades deportivas especiales, donde el espectáculo y la sensación de riesgo son fundamentales. Son

actividades a los aires libres y alejados de las vías de comunicación por lo que la pernocta se realiza en emplazamientos.

Ecoturismo.- Prioriza la conservación del espacio natural donde se desarrolla, normalmente en áreas protegidas. Por ello, su diseño está especialmente preocupado por el medioambiente.

Algunas de las actividades de turismo rural practicadas en Europa son: Senderismo, Excursión a caballo, Touring, Rutas paisajísticas, Paseos en bicicleta, Farm tourism, Agrícola, Ganadero, Cultura local, Arquitectura, Folklórico, Monumental, Artístico, Gastronómico, Etnológico, Rafting, Escalada, Parapente, Puenting, 4x4, Windsurf, Supervivencia, Piragüismo, Esquí, Caza, Pesca, Tiro con arco, Vela, Motocross, Birdwatching, Observación de la fauna, Turismo botánico, Histórico. Aunque la información muestre categorías diferentes a las propuestas, es útil para apreciar las distintas vertientes de algunas de las variantes turísticas fundadas en la naturaleza.

Turismo rural en América Latina

La diferenciación rural-urbana resulta particularmente significativa debido a que delimita el ámbito de pertinencia de una serie de acciones estatales en diferentes sectores de la sociedad: se habla, frecuentemente, de educación rural, créditos rurales, caminos rurales, salud rural, pobreza rural, desarrollo rural; sin que la aparentemente simple definición del escenario de intervención haya sido cuestionada, así como tampoco se hayan considerado las dificultades que se plantean al momento de la utilización de los datos oficiales sobre lo rural (Castro, 2007).

Las profundas diferencias entre lo urbano y lo rural no pueden ser reducidas a una única variable de tipo poblacional. Las importantes divergencias en otras dimensiones socio-económicas como educación, ingresos, ocupaciones, necesidades básicas insatisfechas, condiciones de salud, sexo y composición precaria de la población sugieren, no

obstante, que lo "rural" está muy lejos de poder ser englobado en un concepto simple y homogéneo (Dirven, 2004). Tal vez, la ausencia de una discusión sobre la temática se deba a que la idea de ruralidad parece tan obvia que no necesita ser cuestionada. Sin embargo, nada más lejos de la obviedad; una revisión de los principales estudios sobre la temática demuestra la fragilidad y heterogeneidad conceptual que comprende la idea de ruralidad. Un área rural puede también ser definida como un espacio donde los asentamientos humanos y la infraestructura ocupan sólo pequeñas manchas en el territorio, la mayor parte del cual está dominado por campos y pasturas, bosques, selvas, agua, montañas, nieve y desiertos. (Wiggins, 2002).

Cuando se define lo rural, se hace caracterizándolo en referencia directa a lo urbano. La tendencia más moderada lo define no como oposición a lo urbano, pero sí por su relación con este ámbito. Ahí entra lo que se llama mito rural, dentro del cual se ubica el atraso, la predominancia de lo agrícola, la inexorabilidad del éxodo rural y la idea de que el crecimiento agrícola lleva al desarrollo rural. Esta característica residual de lo rural se basa, a su vez, en una perspectiva implícita: la fuerte presencia de una visión lógica entre lo urbano y lo rural. Esta visión bifurcada tiende a separar a la sociedad en dos, tipificándola idealmente en ámbitos espaciados, caracterizados en forma de términos contrapuestos: lo rural como atrasado, pobre, aislado, de cambios lentos, atado a la naturaleza y a la producción primaria; lo urbano como rico, moderno, dinámico, industrial, conectado con el mundo (Abramovay, 2000).

Es útil introducir el concepto que utiliza el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en su Informe Anual sobre Desarrollo Rural (2000) para abordar el tema, desde una visión ruralista: se define el ámbito rural en su concepción amplia, territorial y multisectorial, que comprende gran variedad de actividades: agropecuarias, forestales, pesqueras, agroindustriales y

agroalimentarias; así como también en las áreas de educación y salud, mejoramiento infraestructural, transportes, actividades financieras, minería, energía, agroturismo y otras. En este sentido, el desarrollo rural abarca diversas actividades que se complementan, como el aumento de la competitividad agroalimentaria y el manejo sostenible de los recursos naturales renovables, el desarrollo social rural, la modernización institucional y el desarrollo regional y municipal; el fortalecimiento de la infraestructura física, y la integración económica subregional y regional.

a) Tendencias del mercado mundial

Todos los países de América Latina y el Caribe poseen un cúmulo de recursos naturales, culturales e históricos que les permiten ventajas comparativas para desarrollar el turismo. Algunos de ellos cuentan con un posicionamiento turístico internacional muy bien definido, sustentado en la valoración preponderante de algunos de esos recursos de renombre mundial. No obstante, los países de la región compiten arduamente entre ellos debido a que casi todos poseen recursos complementarios derivados del territorio que inciden en la toma de decisión del turista.

1. Turismo de naturaleza. Una variedad geográfica que se expresa en múltiples sistemas ecológicos: marítimos, costeros, montañosos, llanuras, desiertos, selvas y bosques (sub)tropicales con una excepcional diversidad biológica, áreas protegidas, flora y fauna, observación de especies particulares y valor escénico.
2. Turismo cultural. La riqueza y diversidad de sus culturas autóctonas —en varios países con un fuerte contingente poblacional indígena y sitios arqueológicos de calidad excepcional—, así como la gastronomía, comunidades indígenas y mercados locales.
3. Turismo histórico. Centros urbanos con rasgos característicos de la época colonial con atractivos de arquitectura

civil y religiosa, arte escultórico y pictórico, acceso a ciudades coloniales, templos, monumentos, ruinas, museos.

4. Turismo de sol y playa. Ocio y recreación pasiva; sigue siendo la principal motivación de desplazamiento.

5. Actividades deportivas. Caminatas, cabalgatas, canotaje, escaladas, ciclismo de montaña, pesca, buceo, veleo...

b) Viajes de ecoturismo en Latinoamérica

Para entender la dinámica del desplazamiento del turismo hacia comunidades de Latinoamérica, (Maldonado, 2006) sustentó en una investigación de 107 circuitos no-convencionales relacionados con la naturaleza, ofertados por tour operadores de 14 países de Europa occidental, donde se obtuvieron resultados de gran utilidad para el turismo comunitario. El estudio contempla variables cuantitativas y cualitativas, y se comentan y sintetizan los principales resultados⁴. Es de notar que el desplazamiento para iniciar un primer circuito turístico es de larga distancia: superior a 8,000 km, lo que significa entre 10 y 12 horas de avión. En esas condiciones, debido a razones de costos y oportunidades, los circuitos pasan por varios países; en promedio: 2,8 países. Por lo tanto, los viajes del ecoturista europeo a América Latina son multidestinos y plurinacionales; lo cual reduce la posibilidad de atraer turistas para visitar exclusivamente un área preservada o varias áreas en un solo país. (Véase Cuadro 2.5.- Factores de segmentación de la demanda de ecoturismo en cinco países emisores europeos de gran importancia). (Véase Cuadro 2.6.- Factores de segmentación de la demanda de ecoturismo en dos países emisores de norte América de gran importancia).

⁴ Garay, H. (2000). Ecoturismo sostenible. Una caracterización del potencial de Colombia en la Unión Europea. Bogotá: ECONAT. Los países de la muestra fueron: Alemania, Austria, Bélgica, España, Dinamarca, Holanda, Irlanda, Islandia, Italia, Noruega, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza.

FACTORES	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	ITALIA	REINO UNIDO
Principales motivaciones vacacionales	Disfrutar nuevos paisajes, del mundo animal y vegetal. Conocer otros modos de vida y la cultura indígena.	Visitar zonas bien protegidas, observar fauna y paisajes; encuentros con poblaciones indígenas.	Gran interés por la naturaleza preservada —su fauna y flora—, y por el patrimonio cultural y otras civilizaciones.	Descubrir nuevas culturas, disfrutar de la naturaleza preservada. Interactuar con las comunidades locales.	Descubrir la naturaleza preservada y otras culturas. Viajes combinado con relajamiento y descanso.
Grupos de edad que predominan	El ecoturista típico tiene de 30 a 59 años (59%), prevaleciendo la franja entre 40 y 49 años (24%).	Es relativamente joven: 59% tiene entre 20 y 39 años, seguido por el grupo de 40 a 59 años.	El 51% de los viajeros tiene entre 35 y 50 años.	Viajeros jóvenes e independientes: 55% tienen entre 25 y 34 años, y 25% entre 35 y 49 años.	Mayoritariamente, entre 35 y 54 años, con poca diferencia con el grupo de más de 55 años.
Género y viajes con familia	Más mujeres que hombres, en promedio. A menudo viaje en pareja con niños de hasta 14 años.	Las mujeres representan el 55% de los viajeros.	Las mujeres son mayoritarias: el 55% de los viajeros. La mayoría viaja en pareja o con amistades.	Las mujeres son mayoritarias en tours organizados (55%), pero entre los viajeros independientes son el 50%.	Las mujeres son mayoritarias, representan el 53.5% de los viajeros.
Profesión y nivel de educación de los viajeros	El 31% posee estudios superiores; y 30%, técnicos. Amplia gama profesional, en especial, profesores.	El 61% de los viajeros tiene educación superior y 42% son cuadros superiores.	Un 50% de los viajeros ejerce profesiones liberales o son cuadros superiores.	La gran mayoría tiene estudios secundarios y universitarios.	Más de 60% de los viajeros son de profesiones liberales o son cuadros superiores.
Ingreso familiar promedio	El 45% tiene renta familiar neta superior a €1,530 y 23% percibe más de €2,500 por mes.	El 57% de los viajeros gana entre €1,500 y 2,400 por mes. El grupo más joven percibe hasta €1,500.	Ingresos entre medios y altos: 44% entre 1,520 y €3,050; y otro 44%, más de €3,050.	Altos ingresos de los profesionales y niveles medios en las categorías de estudiantes asalariados y comerciantes.	La mayoría de los viajeros es de clase media y estratos sociales altos.
Distribución de períodos vacacionales y duración promedio	Estadías de 3 semanas y más, en general, con preferencia de la estación estival y tendencias a des-estacionalización.	El 77% viaja de 2 a 3 semanas con una marcada estacionalidad en verano, en agosto, de preferencia.	Preferencia por el verano y después la primavera. Estadías de más de 2 semanas, pero fraccionada durante el año.	Vacaciones mejor repartidas: verano (44%), primavera (24%) y otoño (20%). Tendencia a la reducción menos de 2 semanas.	Viajes repartidos en todo el año, con estadías de 1 a 2 semanas. El 40% de los viajes con operadores duran 3 semanas.
Algunos aspectos destacados	La naturaleza, la gente y la autenticidad de la cultura forman un todo indisoluble. Lo sostenible del destino interesa al viajero.	La mayoría de los viajeros es de origen urbano y consumidora de paquetes mixtos combinados con programas convencionales.	En su mayoría (75%) el viajero es originario de provincias; busca amplia diversidad de estadías y opciones a la carta.	El ecoturismo es una tendencia reciente; los comportamientos del turista están cambiando por razones sociales y económicas.	Fuerte influencia de las campañas de ONG a favor de viajeros con comportamientos responsables.

Cuadro 2.5.- Factores de segmentación de la demanda de ecoturismo en cinco países emisores europeos de gran importancia. Fuente: *Elaboración propia en base a OMT, estudios de mercado del ecoturismo en cada uno de los mencionados países (Maldonado: 2006).*

FACTORES	CANADÁ	ESTADOS UNIDOS
Principales motivaciones vacacionales	Vivencias en el medio silvestre, interpretación y aprendizaje. Descubrimiento de culturas locales y su gastronomía.	Motivos múltiples: descanso y relajamiento, descubrimiento de naturaleza y actividades de aventura.
Grupos de edad que predominan	Grupos de mediana y mayor edad: entre 45 y 64 años viajan en grupo. Entre 25 y 54 años son más independientes.	Población joven y más homogénea: 34% tiene entre 18 y 34 años, 42% tiene entre 35 y 54 años.
Género y viajes con familia	Igual proporción de mujeres y hombres. Más mujeres (56%) en viajes en grupo. El 44% viaja en parejas; y 38%, con hijos.	Los hombres representan el 54% y las mujeres el 46%. Viajan con sus cónyuges, su familia o amigos.
Profesión y nivel de educación de los viajeros	Entre 24% y 65%, según la fuente, han obtenido un título universitario.	Mejor nivel de educación que la media nacional, pero no diferente del viajero medio internacional.
Ingreso familiar promedio	Altos ingresos superiores a los \$ 70,000 por año y según se infiere del costo de un paquete entre \$ 1,500 y 3,000 USD.	Ingreso igual o incluso inferior al viajero medio del país. Gasta por día menos (\$66) que este último (\$88) USD.
Distribución de períodos vacacionales y duración promedio	El verano es la estación preferida con varios viajes al año. Duración de más de 2 semanas; una, para ecoturismo.	Duración media de 17 días por viaje: sólo el 10% del tiempo se destina a excursiones ecológicas.
Algunos aspectos destacados	Sensibilidad con relación al aporte de beneficios del viaje al destino: población local, medio ambiente y cultura local.	Viajero dispuesto a participar en varias actividades como parte de un paquete mixto en una estadía de carácter más bien "generalista".

Cuadro 2.6.- Factores de segmentación de la demanda de ecoturismo en dos países emisores de norte América de gran importancia. Fuente: Elaboración propia en base a OMT, estudios de mercado del ecoturismo en cada uno de los mencionados países (Maldonado: 2006).

De los países más visitados de Latinoamérica, según el número de circuitos implementados, (Véase

Cuadro 2.7.- Países más visitados de Latinoamérica) se pueden deducir varios hechos sobresalientes. Costa Rica es el país

preferido por los ecoturistas, con mayor número de circuitos implementados; en la actualidad está resurgiendo considerablemente, posicionándose en el mercado de turismo de aventura. Perú se posiciona con la aventura, la arqueología y la cultura. En Chile predominan los viajes de aventura y los viajes de turismo de cruceros. En México, por ser un país mega cultural y diverso, predominan la gastronomía, la aventura, viajes de sol y playa, los deportes acuáticos, la arqueología, el turismo de cruceros, lo histórico y cultural. Argentina se caracteriza por el turismo de aventura, el turismo de cruceros, la historia, la cultura y las expediciones. Brasil está especializado en turismo de sol y playa, de aventura, deportes acuáticos, turismo de cruceros, histórico y de expediciones. Belice surge cada vez más en el ecoturismo, la

aventura, las expediciones, la arqueología, el turismo de sol y playa, el histórico, el turismo de cruceros y las actividades acuáticas. En Guatemala predomina la aventura, la arqueología, lo histórico y cultural. En Ecuador, las actividades sobresalientes son el ecoturismo, la aventura, lo histórico, lo cultural y las actividades acuáticas. Los recursos con los que cuentan los tres últimos países mencionados son diversos, y las actividades complementarias pueden ayudarles a posicionarse rápidamente en el mercado. En Bolivia predomina la aventura, el turismo histórico y la cultura. En Colombia, las actividades son el turismo de aventura, de sol y playa, turismo acuático, de naturaleza, lo histórico y cultural. En Paraguay prevalece lo histórico, lo cultural, la aventura, la naturaleza y los deportes acuáticos.

Países	Número circuitos	Países	Número circuitos
1. Costa Rica	21	7. Belice	12
2. Perú	17	8. Guatemala	10
3. Chile	17	9. Ecuador	9
4. México	17	10. Bolivia	9
5. Argentina	14	11. Colombia	4
6. Brasil	12	12. Paraguay	3

Cuadro 2.7.- Países más visitados de Latinoamérica. Fuente: Elaboración propia con datos de Specialty Travel Index 2010.

Estos son los países de Latinoamérica que poseen el mayor número de circuitos. Suelen tener una mejor imagen en estos segmentos de mercado mencionados en el párrafo anterior; no dejan de ser importantes y son los que están resurgiendo en el diseño de circuitos rurales. En todo caso, el continente en su conjunto parece gozar de un buen posicionamiento en este segmento del mercado europeo. No obstante, la competencia entre países es elevada y cada uno puede establecer quiénes son los competidores directos que debe enfrentar. Un rasgo importante es que la mayoría de las operadoras turísticas desarrollan o venden los mismos productos o actividades turísticas en casi todos los países.

Tipología y modalidades de turismo rural en América Latina:

Agroturismo, Ecoturismo, Turismo cultural, Turismo de aventura, Turismo deportivo, Turismo técnico científico, Turismo educativo, Turismo y eventos, Turismo salud, Turismo gastronómico, Turismo étnico, Turismo religioso, Turismo esotérico, Comunidades de recreación y retiro.

Algunas de las actividades de turismo rural practicadas en América Latina son: Actividades de cosecha, Laboreo del suelo, Descubre los animales de la granja, Cuida de la huerta y el jardín, Encuentra los frutos del bosque y de la tierra, Elabora productos caseros, Pasea y mira, Aprende

el cultivo del cereal, Comunidades nativas, Curanderos, Aguas termales, Terapias anti estrés, Equinoterapia, Cursos de música, Realizar ofrendas, Requerir un favor o cumplir con una tradición, Cursos de campo sobre conversación, Turismo basado en la naturaleza (Observación y apreciación), Culturas tradicionales, Elementos educacionales y de interpretación, Organizado para pequeños grupos, Reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y socio-cultural, Contribuye a la protección de las zonas naturales, Rutas gastronómicas, Recreación y retiro de la tercera edad, Seminarios, Reuniones, Fiestas, Reuniones sociales, Recorridos a los Santuarios, Recorridos por los templos con valor históricos, Arte y patrimonio local, Pintura, Recorridos por fiestas populares, Peregrinaciones, Festivales y acontecimientos, Banquetes, Música, Teatro, Espectáculos, Vida rural (por ejemplo granjas, mercados locales), Gastronomía, degustación de productos locales, Turismo general, edificios rurales y "ambientes", Visitas a monumentos históricos y religiosos o edificios típicos, ruinas o zonas arqueológicas, Recursos biológicos, Paleontológico, Espeleología, Geológico, Excursiones en mar, Identificación de especies, Idiomas, Especies marinas, Actividades de laboratorio, Caza, Pesca, Rafting, Canotaje, Campismo, Rappel, Exploración, Cabalgatas, Senderismo, Acuarios, Ruta de quesos, Rutas de las Bodegas, Rutas de la Carpa Frita, Rutas de vinos, Rehabilitación, Fotografía, historia, Rutas del café.

Turismo rural en México

a) Perspectivas del desarrollo rural

El espacio rural era aquel concebido para la producción de alimentos. Hoy se concibe como un ámbito de múltiples actividades, en donde la producción alimenticia ha dejado de ser la única actividad. La primera dimensión del espacio rural se refiere a la proximidad con la naturaleza, la cual se ha vuelto objeto de nuevas formas de uso social: conservación de la biodiversidad,

aprovechamiento del paisaje y búsqueda de fuentes renovables de energía. La segunda dimensión corresponde a la relación con las ciudades: los espacios rurales han dejado de ser exportadores de bienes primarios para dar una mayor diversidad a sus economías. La tercera dimensión se ocupa de las relaciones interpersonales. Anteriormente, el espacio se identificaba con la homogeneidad y el aislamiento; actualmente, da lugar a un proceso creciente de individualidad y heterogeneidad compatible con la dinámica del espacio rural: el nuevo perfil poblacional y la creciente integración entre los mercados urbano y rural, de bienes y servicios, de trabajo y bienes simbólicos.

b) Dinamismo del espacio rural

El avance tecnológico ha permitido al espacio rural centrarse también en el sector terciario; es decir, en el aprovechamiento de los atractivos del medio rural: paisajes naturales o cultivados, aire puro, agua limpia y atractivos culturales. No todas las localidades rurales tienen las mismas condiciones para pasar por un proceso de desarrollo basado en la exploración y explotación de sus atractivos naturales. La baja densidad poblacional —característica típica de estos espacios— es uno de los motivos que dificulta la diversificación económica. De la misma forma, la distancia de los centros urbanos también puede convertirse en desventaja debido al aumento en los costos de información y transporte que puede ocasionar. Esto último tampoco significa el fracaso total, ya que es posible crear una articulación entre regiones rurales y una red de ciudades, o bien, formar una red de ciudades en una región rural por medio de inversiones en infraestructura y comunicación. El trabajo y complemento entre pequeñas comunidades podría satisfacer las necesidades que, supuestamente, deberían ser cubiertas por los centros urbanos.

c) La palabra clave: diversificación

La diversificación garantiza el

abastecimiento de la población local, crea el ambiente para introducir innovaciones o adaptaciones ante las tendencias socioeconómicas. Esta diversificación tan necesaria nos obliga a hablar de una nueva ruralidad con elementos como el perfil poblacional más diversificado y sus exigencias sobre la oferta de bienes y servicios, las nuevas formas de uso social del medio ambiente, el énfasis en el rol económico de las actividades primarias, la reducción de lo rural a lo agrícola.

Los agricultores dejarán de ser los únicos agentes de estos espacios, ya que combinarán sus intereses con nuevos sectores y estratos sociales. Los recursos naturales pasan a ser objeto de nuevas formas de regulación y de aprovechamiento, como el caso de la creación de leyes que regulen el uso y acceso de estos recursos. Las organizaciones e instituciones para el desarrollo rural dejan de limitarse a aquellas competencias tradicionalmente reportadas para el sector agrícola y pasan a abordar o, por lo menos, a demandar una multiplicidad de atribuciones que antes eran exclusivas del mundo urbano.

Estudios realizados por *The Arkleton Centre for Rural Development Research* en Reino Unido, sobre la diferenciación del comportamiento económico en áreas rurales europeas -*DORA Project: Dynamics of rural áreas*-, trataron de establecer cómo es que teniendo atractivos y situaciones semejantes, algunas poblaciones logran desarrollarse más que otras. Los investigadores procuraron considerar el motivo de la ocurrencia de los "factores no tangibles" —recursos naturales (tierra), humanos (trabajo), infraestructura (tecnología), inversión y estructuras económicas— en combinación con la ocurrencia de los "factores tangibles" —el desempeño del mercado, el desempeño institucional, así como las características de las comunidades y de la calidad de vida.

Los componentes relacionados con la dimensión cultural mostraron una fuerte influencia cuando están asociados

a cualidades emprendedoras o a la capacidad de adaptación a los cambios y eventualidades externas. La falta de identificación y reconocimiento de estos nuevos contenidos y cualidad puede generar conflictos y fragmentación de los espacios, dado que las instituciones y políticas de desarrollo no se encuentran en la misma línea.

Tipologías y modalidades de turismo rural en México

La Secretaría de Turismo, con el fin de facilitar la planeación y desarrollo de productos turísticos que atiendan las exigencias, gustos y preferencias de quién demanda en el mercado turístico este tipo de servicios, ha buscado estandarizar y unificar criterios sobre el término "Turismo Alternativo". Para ello, ha basado su definición desde el punto de quién compra y efectúa el viaje, en tres puntos: 1. El motivo por el cual se desplazó el turista: El de recrearse en su tiempo libre realizando diversas actividades en constante movimiento, buscando experiencias significativas; 2. En dónde busca desarrollar estas actividades: En y con la naturaleza, de preferencia en estado conservado o prístino y; 3. Qué condiciones y actitudes debe el turista asumir al realizar estas actividades: Con un compromiso de respetar, apreciar y cuidar los recursos que está utilizando para recrearse. Entonces la Secretaría de Turismo define al Turismo Alternativo como: "Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales". (SECTUR, 2004).

Esta clase de turismo se divide entre quienes viajan atraídos por la existencia de recursos culturales y quienes basan su viaje en la naturaleza, aunque algunos combinan ambas modalidades. Esta definición ha facilitado, a su vez, realizar una segmentación del Turismo Alternativo, basado en el tipo de interés

y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza. Es así, que la Secretaría de Turismo ha dividido al Turismo Alternativo en tres grandes segmentos, cada uno compuesto por diversas actividades, donde cabe mencionar, que cualquiera de las actividades que a continuación se definen, puede requerir de guías, técnicas y equipos especializados: Ecoturismo, Turismo de aventura y Turismo rural.

Ecoturismo: Concepto enfocado o etiquetado únicamente al turismo que se realiza en áreas naturales y cuya responsabilidad de realizar esta planificación turística ambientalmente integral, en muchas definiciones, recae en el turista. La Secretaría de Turismo entiende y define el concepto de ecoturismo desde la perspectiva que es un Producto Turístico, que está dirigido para aquellos turistas que disfrutan de la Historia Natural, y desean apoyar y participar activamente en la conservación del medio ambiente, definiéndolo como: “Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma”. Actividades principales: Observación de fauna, Observación de flora, Safari fotográfico, Observación de ecosistemas, Observación de fenómenos y atractivos naturales, Observación de fósiles, Observación sideral, Observación geológica, Participación en proyectos de investigación, Programas de rescate de flora y fauna, Senderismo interpretativo, Taller de educación ambiental.

Turismo de Aventura: En este segmento el turista puede encontrar y satisfacer su condición física, reducir la tensión y por lo tanto mejorar su estado emocional, así como vivir la experiencia de “logro” al superar un reto impuesto por la naturaleza (en donde la experiencia es sólo entre la naturaleza y el turista), por lo tanto quedan excluidas las competencias deportivas o denominadas actividades “extremas”, en donde el reto es contra el tiempo o contra el hombre mismo. La Secretaría de Turismo define al Turismo

de Aventura como: “Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza”. Este segmento está compuesto por diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan: tierra, agua y aire (desierto y nieve). Actividades principales: Caminata, Espeleísmo, Escalada en Roca, Catonismo, Ciclismo de Montaña, Alpinismo, Rappel, Cabalgata, Buceo Autónomo, Buceo Libre, Espeleobuceo, Descenso ríos, Kayaquismo, Pesca Recreativa, Paracaidismo, Vuelo en Parapente, Vuelo en Ala Delta, Vuelo en Globo, Vuelo en Ultraligero.

Turismo Rural: Este último segmento recae en el lado más humano del Turismo Alternativo, ya que ofrece al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural y además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural. En el Turismo Rural, el turista no es un visitante-observador en un día de paseo, es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanía para su uso personal, aprende lenguas tradicionales, el uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume, es actor en los eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas y paganas. La Secretaría de Turismo define este segmento como: “Los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma”.

Algunas de las actividades de turismo rural practicadas en México son:

- **Etnoturismo.**- Son los viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y sus hábitats con el fin de aprender de sus culturas y tradiciones.
- **Agroturismo.**- Se entiende como la modalidad turística en áreas

agropecuarias, con el aprovechamiento de un medio ambiente rural ocupado por una sociedad campesina que muestra y comparte no sólo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural en conservación, las manifestaciones culturales y socio-productivas. Se busca que la actividad represente una alternativa para que el campesino se beneficie con la expansión de su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo.

- **Talleres gastronómicos.**- Este tipo de actividades tienen la motivación de aprender, preparar y degustar la variedad gastronómica ofrecida por los anfitriones de los lugares visitados. El turista se interesa en la alimentación para conocer las diversas técnicas de preparación, recetas y patrones de comportamiento relacionados con la alimentación: su significación simbólica con la religión, con la economía y con la organización social y política de la tradición culinaria de cada comunidad, región o país, patrones que se han transmitido en forma verbal o escrita de generación en generación.
- **Vivencias místicas.**- Ofrecen la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar en la riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos de un pueblo, heredados por sus antepasados.
- **Aprendizaje de dialectos.**- En este tipo de viajes, la motivación es aprender el dialecto del lugar visitado, así como sus costumbres y organización social.
- **Eco arqueología.**- Estos viajes a zonas arqueológicas implican el interés de los turistas por conocer las relaciones entre el hombre y su medio ambiente en épocas antiguas, partiendo de los restos materiales que ha dejado; así como conocer su importancia actual como forma de identidad cultural y conservación ambiental. Con la eco arqueología, se contribuye a crear conciencia en la población acerca de la importancia del conocimiento del

patrimonio arqueológico y la imperiosa necesidad de su conservación, lo que permite actuar con responsabilidad social y ambiental.

- **Preparación y uso de medicina tradicional.**- El conocer y participar en el rescate de una de las más ricas y antiguas manifestaciones de la cultura popular mexicana, la preparación y uso de medicina tradicional, es el motivo de diferentes viajeros. La naturaleza de México es de tal manera pródiga que, prácticamente, no hay padecimiento que no tenga una planta para curarlo. Es innegable que esta antigua sabiduría que continúa proporcionando salud y bienestar, tiene profundas raíces prehispánicas y merece ser rescatada y difundida.
- **Talleres artesanales.**- En ellos, la experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías en los escenarios y con los procedimientos autóctonos. Se pueden estructurar talleres de alfarería, textiles, joyería, madera, piel, vidrio, papel, barro, metales, fibras vegetales, juguetes y miniaturas, entre otros.
- **Fotografía rural.**- Esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural.

Actividades de turismo rural en México:

Pueblos indígenas, Cultura, Tradiciones, Agricultura, Preparación y recetas de alimentos, Patrones de comportamiento social, Religión, Etnoturismo, Creencias, Leyendas, Rituales, Dialectos, Costumbres, Organización social, Arqueología, Conservación, Agroturismo, Talleres gastronómicos, Preparación y uso de medicina tradicional, Imágenes culturales, Paisajes naturales, Talleres de alfarería, textiles, joyería, madera, piel, vidrio, papel, barro, metales, fibras vegetales, juguetes y miniaturas, Vivencias místicas, Fotografía rural.

Conclusiones

En el progreso de este proyecto de investigación se revelaron las perspectivas teóricas y conceptuales desarrolladas, desde diversas perspectivas, para explicar el fenómeno del turismo rural, sus impactos en el medio natural y las regiones involucradas. Asimismo, se caracterizó al turismo rural, su importancia según el país donde se practique y específicamente en las actividades a desarrollar. Con el desarrollo de la investigación realizada, se comprueba la hipótesis propuesta inicialmente: En el mundo no se mejoran las condiciones materiales, ambientales y organizativas en las que se desarrollan las actividades turísticas rurales específicamente en tres zonas geográficas diferentes (Europa, América Latina y México). Entonces ¿La aspiración de las actividades de turismo rural representa una alternativa económica viable para el desarrollo comunitario del turismo rural en (Europa, América Latina y México), con productos diferentes?

En Europa, América Latina y México se presenta una alta incidencia de cambios evolutivos por las actividades ofertadas en cada destino, la mayoría producidas por operadoras o agencias de viaje que acaparan el mercado turístico existente. En ese sentido existe la necesidad de desarrollar nuevas opciones dentro del contexto social de las zonas que buscan desarrollar formas de vida más saludables a las ya tradicionales de agricultura de autoconsumo, granjas o comunidades. Para lo anterior no solo es necesaria la creación de nuevas opciones, ya que por el simple hecho de existir no garantiza que las localidades obtengan éxito según el grado de aceptación o expectativas de sus recursos naturales o culturales con los que dispongan. En ese sentido es que nace la necesidad de desarrollar proyectos que mezclen experiencias nuevas con la vivencia en la naturaleza, recalando en cada región una diversidad natural y cultural apreciable, que puede brindar mayores opciones de desarrollo para llenar el gusto de todos.

Uno de los beneficios de haber analizado el caso Europeo, el de América Latina y el de México con respecto al turismo rural, es poder darle a las operadoras, agencias de viaje, municipios turísticos y a las mismas comunidades un panorama de productos totalmente diferenciados. Este tipo de planteamientos es el que nos llevará a desarrollar productos turísticos competitivos al momento de diseñar cualquier plan que se quiera fomentar. Es indispensable comentar que no estamos capacitados para desarrollar un circuito de acuerdo a nuestro potencial y, mucho menos, analizar la oferta más cercana para tomar en consideración y desarrollar un buen producto.

Efectivamente el turismo es una actividad económica que se organiza de acuerdo a la orientación financiera dominante cuyo objetivo es la máxima y rápida rentabilidad de la inversión. Por ello el turismo alternativo, en particular el turismo rural y su espectacular crecimiento también se han convertido en una amenaza para el medio ambiente. La magnitud y ritmo de su crecimiento, la falta de planeación ambiental (inserción en planes de ordenamiento ecológico, estudios de impacto ambiental, capacidad de carga de los ecosistemas, etc.) y el hecho de que la promoción de esta actividad sea realizada por agencias de viajes interesadas en la captación de la demanda más que la preservación de los recursos naturales, está generando una situación extremadamente peligrosa para los ecosistemas singulares, frágiles, reservas naturales, áreas protegidas de una gran riqueza biológica, en los que preferentemente se desarrolla la nueva actividad turística. De hecho, este tipo de turismo también ha representado un proceso acelerado de explotación y expropiación de los recursos naturales y de las zonas que por su diversidad biológica y sus atractivos naturales constituyen una atracción turística que por lo general son propiedad de las comunidades establecidas en cada región de Europa, América Latina y México.

La mayoría de los destinos ecoturísticos

y de las actividades que se dicen ecoturísticas, no son más que actividades turísticas convencionales ofrecidas por los tours operadores o que forman parte de la actividad turística. No obstante el modelo de desarrollo privilegió las instalaciones, las que se tomaron como el elemento más importante, sin ponderar las actividades a realizar, el contacto con las poblaciones, los elementos étnicos, y culturales dio como resultado, que la estancia en los diversos centros turísticos sea muy parecida, pues se ocupan los mismos servicios en diferentes destinos dentro de un esquema en el que la actividad del turista transcurre dentro de las mismas instalaciones. Este modelo de desarrollo es conocido como convencional.

Esta estandarización en el servicio dio la pauta al nacimiento del turismo alternativo o turismo especializado, cuyo modelo de convivencia propone, la posibilidad de salir de las instalaciones del hotel para conocer el entorno natural, los estilos de vida, costumbres, gastronomía, actividades económicas y culturales. El turismo alternativo plantea la posibilidad de acceder a un modelo abierto de viaje, donde las emociones se suceden una a otra de manera que se pueda, bajo un esquema de riesgo controlado, adquirir experiencias únicas, en donde se considera que las instalaciones no son lo más importante, y poder, en un momento dado, modificar su ruta de viaje, la gran variedad de actividades a realizar la hacen factible. Dentro de esta nueva categoría del desarrollo turístico se encuentran el turismo centrado en la naturaleza, turismo rural, el turismo de aventura y el ecoturismo.

La problemática que se visualizó es la falta de coordinación de las múltiples y diversas entidades involucradas. Las valiosas contribuciones tanto de los miembros de los diversos municipios como de las entidades beneficiarias y del personal técnico de diversas instituciones de gobierno requieren una complicada coordinación que sepa capitalizar y aprovechar los diversos intereses y puntos de vista de las organizaciones que ellos

representan. Por otra parte es un desafío lograr que se involucre efectivamente a las regiones afectadas en todas las etapas de los proyectos y que esta participación verdaderamente redunde en un significativo desarrollo sustentable para cada país.

Bibliografía

- Abramovay, M.; Rua, M. G. (2000). *Companheiras de Luta ou 'Coordenadoras de Panela': as relações de gênero nos assentamentos rurais..* Brasília: UNESCO, v. 1.
- 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>.
- AEIDL. (1997). (European association for information on local development) *Turismo y Desarrollo Rural. Comercializar un turismo rural de calidad [Informe]*. Revisado el 14 de enero de 2009, de <http://www.rural-europe.aidl.be/rurales/biblio/touris/art03/>
- Bardon F., E. (1990). *Consideraciones sobre el turismo en España y medidas de desarrollo*. *Revista de estudios turísticos*, n° 108.
- Barrera, E. (2002). *Las rutas alimentarias argentinas. Construyendo un negocio agropecuario con identidad cultural*. II foro Mundial del Turismo Rural y Agroturismo. Santa Fe Argentina. Edición Mixta Universidad de Santa fe – Universidad de Guadalajara. México.
- Barrera, E.; Muratore, N. (2003). *Turismo Rural en Latinoamérica. Casos y Experiencias de Turismo Rural*. Material preparado para el curso a distancia: "Curso de gestión de empresas y proyectos de turismo rural". Universidad del País Vasco. España.
- BID, (2003). *Programa de desarrollo del turismo sostenible. Participación comunitaria, ONGs y género*, Bolivia.

Blanco Herranz, F.J. (1996). Fundamentos de la política comunitaria y española en materia de turismo rural. Estudios Turísticos No. 131.

Blanco, R. y Benayas, J. (1996). Los estudios de capacidad de acogida y su contribución para establecer modelos de turismo sostenible en espacios naturales y en el medio natural.

Bote G., V. (1988). Turismo en Espacio Rural. Madrid: Editora Popular.

Bote G., V. (julio, 1994). Conservación y desarrollo de los recursos turísticos del espacio rural. El Boletín. Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación, nº 14.

Boullón, R. C. (1998). Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista. (3ª. ed.) México: Trillas (reimp. 1998).

Boullon, R. C. (2003). Planificación del espacio turístico, 3ª edición. México D. F.: Editorial Trillas.

Boullón, Roberto C. (2008). Turismo Rural: un enfoque global, México, Trillas.

Bringas, N. et al. (2003). El turismo alternativo como un elemento para el desarrollo sustentable de las comunidades indígenas: el caso de las etnias nativas de Baja California. En Gómez N., S. (Coord.), Desarrollo turístico y sustentabilidad (pp. 281-310). México: Universidad de Guadalajara.

Castro, Hortensia, (2007). Revisión del concepto de ruralidad en la Argentina y alternativas posibles para su redefinición / Hortensia Castro y Carlos Reboratti. - 1a ed. - Buenos Aires: Secretaría Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, 2007. E-Book. (Estudios e investigaciones; 15).

CEPAL/CELADE, (1999), "América Latina: proyecciones de población urbana y rural", Boletín Demográfico No 63, Santiago de Chile.

CEPAL/CELADE, (2001), Boletín Demográfico: Urbanización y evolución de la población urbana de América Latina

1950-1990, Santiago de Chile.

CEPAL/OIT/FAO/UNESCO/OPS/PNUD/PNUMA/UNICEF/UNFPA/PMA/HABITAT/UNIFEM (2005): Objetivos de Desarrollo del Milenio – Una mirada desde América Latina y el Caribe, J.L. Machinea, A. Bárcena y A. León (coords.), Santiago de Chile. Certificación de sostenibilidad de las actividades turísticas. Conferencia regional de las Américas Sauípe (Bahía, Brasil), 29 y 30 de septiembre de 2003 <http://www.world-tourism.org/sustainable/conf/cert-brasil/esp.htm#7> revisada el 16 de julio de 2009.

Chan, N. (2005). Circuitos turísticos, programación y comercialización. Buenos Aires: Editorial Turística.

Comisión Europea. (1990). Comunicación "Medidas Comunitarias para el Fomento del Turismo Rural" COM 90/438, Pág. 11.

Comisión Europea. (1990). Dictamen "turismo y desarrollo regional" Dictamen del Comité Económico y Social de las Comunidades Europeas, con fecha 19/07/90.

Crosby, A. (1993). "El desarrollo turístico sostenible en el medio rural" Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental (CEFAT).

Crosby, A., y Moreda A., (1996) "Desarrollo y Gestión del Turismo en áreas rurales y naturales". CEFAT. Madrid, pp 20-30.

Del Reguero O., M., (1994). "Ecoturismo, Nuevas formas de turismo en el espacio rural". Barcelona: Bosch., Pág. 27.

Desarrollo rural e igualdad de género en la unión europea. Desarrollo rural en el marco 2007-2013: Reglamento 1698/2005 La Programación en España <http://www.saecoop.com/Documentos/Henares/EI%20Nuevo%20Marco%20de%20desarrollo%20Rural.pdf>.

Desarrollo rural en los espacios rurales europeos. Elementos de desigualdad territorial http://www.iecat.net/acs/Publicacions/PDF/numero14_2001/

pagina%20253-276.pdf

Dirven, M. (1999). "Mejores prácticas y sugerencias de políticas para el desarrollo de clusters". CEPAL. Documento 2. Taller de trabajo sobre "Conceptos y metodologías en el análisis de los clusters". Santiago, Chile.

Ehrlich, K. (2010). Proyecciones del turismo rural en Europa. Presidente EUROGITÉS (Federación Europea de Turismo Rural) Turismo Rural en Europa <http://www.eurogites.org/>

Ehrlich, P. y Ehrlich, A. (1992). "The value of biodiversity", *Ambio*, 21:219-226.

Eurogites internal report: "Crisis! – which Crisis?", November 2009. Sin publicar pero disponible a petición. Para más información, revisar la página de internet <http://www.eurogites.org>

European Federation of Farm and Village Tourism: Eurogites (2003) "Conclusiones del I congreso europeo de turismo rural. Granada", <http://www.europeanartcongress.org/>

EUROTÉR (1991). "Pour une signalétique Européenne harmonisée dans le domaine du tourisme rural et analyse des circuits d'information de distribution et de vente." Bruselas: Ed. Comisión de las Comunidades Europeas.

Faiguenbaum, S. y Namdar-Iraní, M. (2005): Definiciones oficiales de "rural y/o urbano" en el mundo, Documento de Trabajo Interno efectuado para la Unidad de Desarrollo Agrícola, CEPAL, Santiago de Chile, octubre de 2005, 71 Pág. (inédito).

FAO. (1999). Conclusiones y recomendaciones del seminario internacional sobre Desarrollo del Empleo Rural No Agrícola en América Latina. Santiago, Chile 6-8 sept. 1999. <http://www.rcl.fao.org/prior/desrural/pdf/erna.pdf>

Fuentes G., R. (1995). "El turismo rural en España. Especial referencia al análisis de la demanda". Madrid: Ed. Secretaría General de Turismo /Turespaña.

Fuentes G., R. y García M. (1996).

"Situación del Turismo Rural en Málaga ". Diputación de Málaga.

Galiano, L. (1991). El fuego y la memoria: Sobre arquitectura y energía. Ed. Alianza. 2. *ibid* (2000), ch. 1, note 2 (pg. 262). Universidad de Madrid, España.

Gilbert, D. (1989). "Turismo Rural y Marketing". En *Papers de Turisme*. Instituto Técnico del País Valenciano (ITVA) Valencia. *Tourism reports*. n. 1. pp 25-85

Gourou, P. (1979). Introducción a la geografía humana. Madrid: Editorial Alianza.

Grolleau, H. (1988). Patrimonio rural y turismo en la CEE. Bruselas

Grolleau, H. (1993). Artículo "La emoción en primer lugar" *Revista LEADER MAGAZINE*. No. 4. <http://www.rural-europe.aidl.be/rural-es/boblio/touris/art01.html>

Grolleau, H., (1987). Tourism in the 12 Member States of the EEC, EEC tourism unit, DG XXIII. Bruselas

Gunn, C. (1994). "Tourism planning", Taylor & Francis. New York.

Gurría Di Bella, M. (2000). El Turismo Rural Sostenible, como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo. Cuarta feria ecoturística y de producción. 15-23 julio. Santo Domingo. D.N. República Dominicana. <http://www.eco.unicamp.br/projetos/rurbano/divulg/novorural.htm>.

La Secretaría General de Turismo de España. <http://www.tarifalquiler.com.es/turismo.htm>

Maldonado Carlos, (2005). Síntesis de 23 estudios de casos sobre etnoturismo comunitario en Bolivia, Ecuador, Guatemala y Perú, OIT Ginebra, septiembre 2005.

Moyano, E. y Paniagua, A. (1998): «Agricultura, espacios rurales y medio ambiente». *Revista Internacional de Sociología*, número 19-20, págs. 127-152.

OCDE, (1994). (2006, June 27). Bilan. (French). Le Monde. p. 2.

OECD (1994): Creating Rural Indicators for Shaping Territorial Policy. París.

OECD (2007) Rural Policy Reviews MEXICO © 2007 OECD <http://www.oecd.org/dataoecd/62/57/39076610.pdf>

OMT (2008). Organización Mundial de Turismo. <http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/>

OMT, (2001). Organización Mundial del Turismo. Encuesta a los tour operadores, Encuesta a los visitantes del Salón Mundial de Turismo de París y de Montpellier, SECA 2001.

Organización de Estados Americanos. (OEA) <http://www.oas.org/es/>

Richards, G.; Hall, D. (2000). Tourism and Sustainable Community Development.

Ryan, S. (2002). Tourism as an Alternative to Encourage Sustainable Community Development. The Case of Wawa. Ontario University of Guelph Rural Studies Ph D. Program. Third Annual Conference October 4 Guelph, Ontario, Canadá.

SECTUR. (2002). Fascículo 1, Serie Turismo Alternativo "Turismo Alternativo, una nueva forma de hacer Turismo" 2002, Secretaría de Turismo

SECTUR. (2002). Fascículo 2, Serie Turismo Alternativo "Cómo desarrollar un proyecto de ecoturismo" 2002, Secretaría de Turismo

SECTUR. (2002). Secretaría de Turismo. Creación y operación de agencias locales integradoras de viajes (DMC'S). México, D.F.: Ed. SECTUR.

SECTUR. (2003). Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios. Serie de Documentos Técnicos en Competitividad (No. 8). México, D.F.: SECTUR

SECTUR. (2003). Secretaría de Turismo.

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.

Sobre el concepto de ruralidad: crisis y renacimiento rural. <http://revistas.ucm.es/cps/11308001/articulos/POSO9191120087A.PDF>

Solsona Monsonis, J., (1999) "El Turismo Rural en la Comunidad Valenciana, Análisis y Planificación. Aplicación al Alto Mijares"; Sociedad Castellonense de Cultura, serie estudios económicos. Castelló de la Plana.

Solsona Monzonís, Javier. (2006) El turismo rural en Europa, aportes y Transferencias, vol. 10, No. 2, sin mes, pp. 25-35. Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=27610204>

Specialty Travel Index (2010). www.spectrav.com

Viñals B., M. J. (2002). Turismo en espacios naturales y rurales II. España: 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.

¿Por qué llamarlo turismo religioso cuando queremos decir turismo cultural?

M^a del Carmen Mínguez García

*Profesora Contratada Doctor, UCM, España
mcmingue@ucm.es*

1. El turismo religioso ¿práctica devocional o cultural?

Los viajes por motivos religiosos o espirituales constituyen, según algunos autores, el inicio de la actividad turística, por ser la causa que originó el primer tipo de desplazamiento temporal y por lo tanto una de las primeras formas de turismo (Sharpley y Sundaram 2005). Su comienzo es difícil de precisar, ya que, como dice Morinis, las peregrinaciones, propias de todas las religiones, han existido siempre (Morinis, 1983). Desde su origen, esta tipología ha evolucionado considerablemente, máxime en el último siglo; tiempo en el que se ha abierto un amplio abanico de opciones y subcategorías, en ocasiones, diferenciadas por simples matices, en las que se entremezclan intereses y motivaciones. Así, en este tiempo, los peregrinos muestran, cada vez más, rasgos propios de los turistas tradicionales, tanto en lo relativo a su comportamiento como a la demanda de servicios (Martínez, 2012).

Durante los últimos años el debate científico, en este campo, ha residido en determinar si las peregrinaciones son una forma de turismo o si, por el contrario, se trata de un desplazamiento que nada tiene que ver con esta actividad mercantil; teoría esta última, que se sustenta en la idea que se trata de un desplazamiento causado por cuestiones puramente devocionales, sin importar el valor histórico ni artístico ni paisajístico de los lugares visitados. Además, sus defensores justifican que la organización del viaje y los servicios demandados no están sujetos a normas del mercado turístico.

Pese a que todavía hay autores, como Sharpley y Sundaram (2005), que siguen pensando que existen grandes diferencias entre los peregrinos y los turistas religiosos, el resto parece haber llegado a un consenso al aceptar que la peregrinación es una forma de turismo, ya que cumplen los criterios básicos necesarios para ser considerados como tales, es decir, se produce un desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual, de carácter temporal

(entre 1 y 365 días), por ocio, negocios u otros motivos y, tal y como señalan Serrallonga y Hakobyan, requieren de tiempo libre y recursos financieros (Serrallonga y Hakobyan, 2011).

Este colectivo defiende que hay grandes analogías entre la peregrinación y el turismo, llegando incluso a considerarlos sinónimos o, por lo menos, a pensar que la peregrinación es parte esencial del turismo religioso; una categoría reconocida como tal por la OMT. Precisamente, esta institución le está dedicando especial atención a esta forma de viaje tal y como demuestran sus informes, conferencias, publicaciones, etc., debido esencialmente al volumen de personas y de dinero que implica. Así, se calcula que cada año, en torno al 20% del turismo mundial es ocasionado por motivos espirituales (Lanquar, 2007), un fenómeno que afecta a prácticamente todos los países del mundo, independientemente de su grado de desarrollo económico (OMT, 2007).

De esta manera se dibuja un panorama en el que, como es habitual en las ciencias sociales, las definiciones son imprecisas y los límites difusos, ya que el establecimiento de tipologías está determinado por motivaciones e intereses puntuales e incluso personales, y no por el tipo de destino al que se dirigen, como sucede en otras tipologías clásicas (turismo urbano, sol y playa...). Pero avanzando en la reflexión hay que señalar que esta imprecisión, que puede llegar a producir confusión, es todavía mayor en los lugares de carácter u origen religioso con un importante patrimonio (material e inmaterial), capaz de atraer a visitantes que presentan una motivación menos clara, donde el interés religioso y el cultural se mezclan, tal y como señala el título de este texto, que refleja una situación real (Mínguez, 2013). Y es que parece que no terminan de estar claros estos conceptos y límites para los gestores, ni tampoco para los científicos, políticos e incluso para la sociedad civil de determinados países, donde por tradición los lugares sacros parece que solo pueden recibir a turistas religiosos.

Esta indefinición se debe esencialmente a dos razones: la primera, está relacionada con las características propias del lugar visitado que no cuenta con una especificidad religiosa concreta, ya que puede ofrecer otros intereses complementarios o independientes del religioso, algo que se analizará en los siguientes apartados. Y la segunda, cada vez más frecuente, es que la motivación espiritual no es la única que genera el desplazamiento, si bien puede ser la principal ésta se puede compartir con otras como el deseo de cultivarse o de entrar en contacto con la naturaleza.

Precisamente, la tendencia a la dispersión motivacional es cada vez más habitual en todas las tipologías de desplazamientos, que pierden la existencia de una única causa que ocasione el viaje (Martínez y Mínguez, 2014). En este caso no se hablaría de peregrinos sino de turistas, siendo muy difícil identificar si se trata de turistas religiosos o de otras formas, algo que se produce en paralelo a la transformación que han sufrido los lugares tradicionales de culto, convirtiéndose cada vez más en espacios de visita turística-turística cultural (Cánoves, 2006). De manera que nos podemos preguntar **¿se puede considerar a todos los visitantes de un templo turistas religiosos?** o por el contrario **¿son todos únicamente turistas culturales?**

El interés por contestar estas cuestiones no es gratuito y obedece a una necesidad práctica, ya que el conocimiento de los visitantes resulta esencial para la gestión de los bienes y también de los destinos en los que se encuentran ubicados, en muchos de los cuales, en los últimos años, se ha generado un gran número de productos turísticos de base religiosa que son consumidos por un amplio número de personas (Cánoves, 2006). Estos se fundamentan en la "experiencia espiritual", la cual está adquiriendo gran interés llegando incluso a generar un mercado propio.



Imagen nº 1: Camino de San Antonio de Padua (www.ilcaminodesantantonio.it), por el noreste de Italia. Imagen de la autora.

2. Objetivos y metodología

Este texto, que recoge las ideas principales de la conferencia presentada en el 4º Encuentro de Turismo Espiritual, aporta una serie de reflexiones que buscan despertar un interés por el turismo religioso, así como generar un debate a través de una serie de preguntas, muchas de las cuales se dejan abiertas invitando a la reflexión individual. Además, pretende avanzar en la identificación del turismo religioso a través del estudio de los lugares sagrados con interés patrimonial y para ello se van a analizar los bienes de origen o base religiosa o espiritual que tienen un marcado carácter cultural.

Se trata de un patrimonio muy numeroso y complejo ya que concentra un valor cultural, estético y simbólico, pero también identitario para las poblaciones que lo albergan. Precisamente, su elevada significación histórico-artística y etnográfica hace que adquieran un interés que nada tiene que ver con sus funciones originarias, lo que en unas ocasiones conlleva, o mejor dicho

refuerza, un proceso de desafección de la función religiosa que parece ser propio de las sociedades actuales, especialmente de la occidental. Esta desacralización convierte a los bienes religiosos en “simples” elementos culturales, dentro de la oferta turística de los destinos y por lo tanto en importantes fuentes o recursos económicos, olvidando que el mantenimiento de las funciones tradicionales es esencial para su conservación física, al tiempo que su coexistencia con la función museística implican una mayor complejidad de la gestión (véase, por ejemplo, García y De la Calle 2013).

El volumen de lugares interesante para su estudio es tan grande que, a nivel mundial resultaría inabarcable, por este motivo y como primera aproximación se ha tomado como referencia los bienes y sitios declarados por la UNESCO en la Lista del Patrimonio Mundial¹ (WHL) y a las manifestaciones recogidas en Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial² (ICL). Ambas presentan grandes limitaciones derivadas, esencialmente, de que no son un catálogo sino una selección representativa, configurada en relación a unos criterios establecidos por la UNESCO³, que determinan aquellos bienes que poseen un valor universal excepcional. Estos no están exclusivamente relacionados con la antigüedad ni la calidad de los elementos y sitios, por lo que se favorece la incursión exclusivamente de bienes inmuebles de carácter monumental y estéticamente llamativos o atractivos, al tiempo que se favorece la representación de países con interés y con capacidad económica y técnica para preparar los expedientes que requieren las candidaturas. A ello hay que añadir, en el caso del Patrimonio Cultural Inmaterial, la juventud de la lista, lo que hace que todavía sean pocos los bienes incluidos. Además, desde décadas, la lista presenta un doble desequilibrio:

¹ <http://whc.unesco.org/en/list/>.

² <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00559>.

³ <http://whc.unesco.org/en/criteria/>.

territorial y tipológico (Fernández, 2015), reconocido por la UNESCO, que ya en 1994 fue expuesto e intentaba ser corregido mediante la “Estrategia global para una lista del patrimonio mundial equilibrada, representativa y creíble”. Unos problemas que inicialmente afectaban a la WHL y se intentaron solventar con la aparición de la ICL, pero que todavía siguen estando presentes (ver mapa nº 4).

Pese a ser consciente de las importantes limitaciones que presentan ambas listas, se ha considerado que son pertinentes para este estudio, ya que permiten una primera aproximación, a nivel internacional, a las preguntas aquí planteadas. Además, el carácter institucional de la UNESCO, su reputación y el hecho de que tenga unos criterios definidos y reconocidos para la selección e incorporación de los bienes, hace que se pueda considerar una fuente fiable o cuanto menos de referencia.

3. El valor cultural del patrimonio religioso

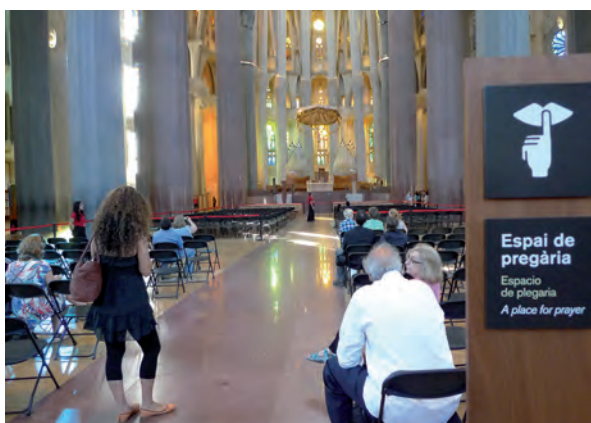
Tradicionalmente, las diferentes casas reales y los distintos credos, especialmente el católico, han tenido un papel trascendental a nivel histórico, así como un gran poder político y económico; de ahí que la mayor parte del patrimonio histórico y artístico en el mundo esté unido a la monarquía y a la religión. Estas han generado una serie de bienes, muchos de los cuales todavía están bajo su poder, que con el paso de los años se han constituido en importantes referentes patrimoniales e incluso en atractivos o recursos turísticos, llegando en algunos casos a ser considerados grandes hitos patrimoniales⁴ (García y De la Calle, 2012).

En definitiva, se trata de un nutrido listado de sitios caracterizados por

⁴ Según María García y Manuel de la Calle los hitos patrimoniales son conjuntos edificados que cumplen una serie de características como que poseen un elevado valor arquitectónico; presentan grandes dimensiones que superan la escala del edificio; son grandes referentes turísticos dentro de los destinos en los que se encuentran; su visita pública está organizada y cuentan con una gestión unitaria del espacio.

una gran riqueza patrimonial, que se manifiesta a través de bienes tangibles (santuarios, catedrales, monasterios, etc.), pero también intangibles (danzas, autos sacramentales, procesiones, ritos, etc.). La importancia del patrimonio, en términos histórico-artísticos y etnográficos, hace que los bienes, y por extensión el destino, pierdan valor en términos religiosos; casi, podría decirse que de manera inversamente proporcional. Además, muchos de ellos se encuentran ubicados en lugares considerados destinos consolidados, donde el turista cultural y el religioso se confunden concediéndole una mayor complejidad a su gestión en términos de acondicionamiento del espacio, organización de la visita y control de la afluencia (García et al, 2011; Hiriart y Pedraza, 2012).

ciudades históricas, cuyos visitantes son atraídos por la gran riqueza y diversidad de oferta que presenta la localidad, que ha acondicionado su patrimonio cultural (arquitectónico, paisajístico, etnográfico...) generando productos turísticos, de diferente índole y de gran atractivo (Troitiño, 2008). El patrimonio religioso de estas localidades, ubicadas en todos los continentes, cuenta con un valor histórico artístico y cultural muy elevado, mientras que el devocional presenta una intensidad diferente, casi siempre menor. Este, en el caso de los países europeos, se está reforzado gracias a la labor de los agentes locales, al considerarse que es importante para la atracción de turistas religiosos y, en consecuencia, para los procesos de recuperación patrimonial, dinamización económica, transformación urbanística (Troitiño y Troitiño, 2009) y desarrollo económico para las comunidades anfitrionas (OMT, 2015).



Imágenes nº 2 y 3: Información dirigida a los visitantes a la Basílica de San Antonio de Padua (Italia) y cartel del interior de la Sagrada Familia de Barcelona (España). Imágenes de la autora.

4. El patrimonio religioso como bienes declarados por la UNESCO

La expresión patrimonio cultural hace referencia a un conjunto de elementos muy amplio, complejo y variado, como quedaba ya plasmado en la definición elaborada por la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el Patrimonio Cultural⁵, celebrada en México en el año 1982, y que ha sido revisada posteriormente, según la institución debido en gran parte a los instrumentos que ellos mismos han elaborado. Así, UNESCO considera que este término no se limita a "monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales,

Un claro ejemplo de esta realidad se observa en la práctica totalidad de las

⁵ El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas. (UNESCO, 1982).

rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional”⁶.

Antes de nada hay que recordar la esencia de la UNESCO, institución creada, por Naciones Unidas en 1945, para asegurar la paz basándose en la solidaridad intelectual y moral de la humanidad. Por ello la cultura -entendida en el amplio sentido de la palabra- es su pilar al tiempo que su campo de actuación, de ahí que haya tenido siempre como objetivo la salvaguardia del patrimonio, siendo tangenciales otros temas, como el turismo, el cual le interesa en clave de sostenibilidad, es decir, en tanto en cuanto esta actividad pueda afectar a la conservación y recuperación de los bienes y de las tradiciones.

Desde su nacimiento la UNESCO mantiene su filosofía de origen, lo que ha ocasionado que se haya convertido en uno de los principales referentes en materia de patrimonio, de ahí que los bienes incluidos en la Lista Patrimonio de

la Humanidad y en la Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial, que anualmente confecciona, formen parte del mapa internacional sinónimo de autenticidad y calidad histórico-artística y estética. Concretamente, las denominadas Ciudades Patrimonio de la Humanidad, repartidas por todo el mundo, y por extensión todos los sitios declarados “constituyen un referente básico de la oferta de turismo urbano vinculado con las motivaciones culturales” (García 2007: 80).

Actualmente, 191 países han ratificado la Convención del Patrimonio Mundial considerándose estados parte, y 163 de ellos contienen alguno de los 1.031 elementos incluidos en la lista del Patrimonio Mundial (WHL), de los cuales 802 son culturales, 197 naturales y 32 mixtos. A ellos hay que añadir que 105 países aportan bienes a la Lista de Patrimonio Cultural Inmaterial (ICL), que incluye 364 expresiones culturales. Ambas ofrecen una distribución por países muy desigual, como se puede observar en el siguiente mapa (Imagen n° 4).

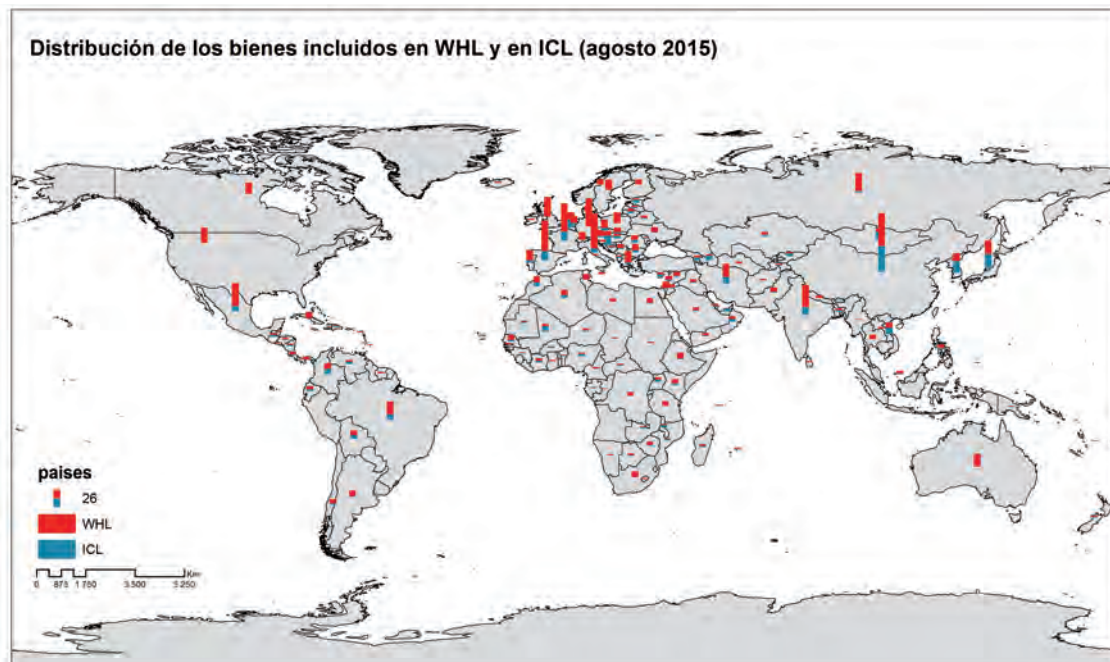


Imagen n° 4: Distribución de los bienes incluidos en WHL y en ICL (agosto de 2015). Fuente: WHL y ICL, elaboración propia.

⁶ Definición recogida por la UNESCO en su web sobre el patrimonio inmaterial: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002>.

Analizando ambas bases de datos podemos observar que el patrimonio de origen religioso tiene un importante peso a nivel internacional, ya que son muy numerosos -superan los doscientos- los edificios que fueron construidos con este fin.

4.1. El patrimonio religioso en la Lista de Patrimonio de la Humanidad

La Lista de Patrimonio de la Humanidad (WHL) fue aprobada en 1972 en el marco de la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, consecuencia de la necesidad de identificar los bienes que por su calidad se consideraban irremplazables. Con fecha de 15 de agosto de 2015 la WHL cuenta con 1.031 bienes ubicados en 163 países, de los cuales 802 son culturales, 197 naturales y 32 mixtos.

De los 802 considerados culturales 176 (22%) corresponden con edificios que fueron construidos con un fin religioso y que todavía están activos en la actualidad. A ello habría que añadir, los más de 150 centros históricos declarados, donde destacan bienes de carácter religiosos que no son incluidos de forma aislada en la lista, pero que han sido determinantes en la inclusión del conjunto urbano (Imágenes 5 y 6). Así, por ejemplo, Uzbekistán dispone de 4 bienes incluidos en la WHL y todos ellos corresponden a Centros Históricos (Itchan Kala, Bukhara, Shakhrisyabz y Samarkanda), donde las mezquitas y las madrazas son parte esencial de su configuración y paisaje, otorgándole parte importante del valor cultural que poseen estas ciudades.



Imágenes nº 5 y 6: Vistas de las ciudades de Estambul (Turquía) incluida en la Lista en 1985 y Toledo (España) inscrita en 1986. Imágenes de la autora.

Teniendo en cuenta, como ya se ha indicado, que hay países que por sus interés o por sus condiciones políticas, económicas y técnicas han podido incorporar un mayor número de bienes a la lista, se observa que existe una distribución heterogénea de las inscripciones en general y, por supuesto también, de los bienes de carácter religioso, siendo 59 países los que aportan algún elemento religioso, en su mayoría europeo, tal y como denunció ICOMOS con el estudio global que realizó entre 1987 y 1993. Entre los países que no aportan ningún bien de carácter espiritual, y sin embargo sí que tiene un importante número de declaraciones en la WHL, destacan: Australia, Canadá, Camerún, Botswana o la República del Congo; todos ellos países que podríamos llamar de reciente creación, donde su aportación se debe esencialmente a bienes de carácter natural.

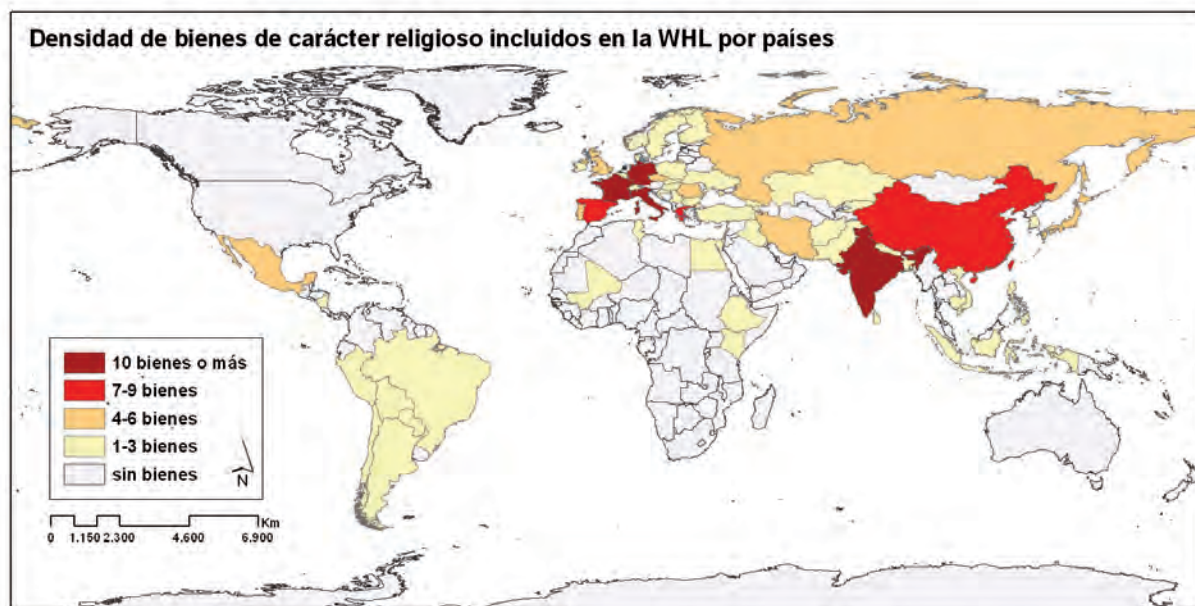


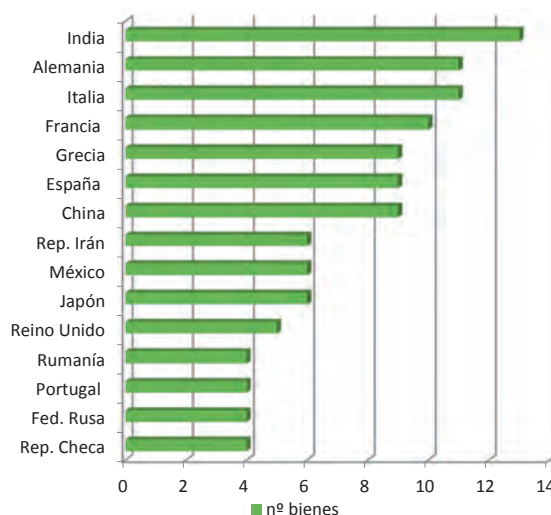
Imagen n° 7: Densidad de bienes de carácter religioso incluidos en WHL por países (agosto de 2015). Fuente: WHL, elaboración propia.

Hay otro grupo importante de países que sobresalen por contribuir a la WHL con un gran número de conjuntos arqueológicos, donde destacan elementos de carácter religioso que no están activos, bien por su estado de conservación, como sucede en Afganistán (Minarete y restos arqueológicos de Djam y paisaje cultural y restos arqueológicos del valle de Bamiyan), o porque corresponden a instalaciones religiosas abandonadas (misiones jesuíticas en Argentina o Brasil) o a religiones clásicas que no son profesadas en la actualidad, como sucede en Egipto (templos de Abu Mena, Thebes o Nubie, entre otros), Grecia (Templo de Apolo o los santuarios de Asclepios y Epidauru) e incluso México (Chichen-Itza, Xochicalco o Monte Alban). Ninguno de ellos ha sido contemplado en el estudio al no mantener viva su función, por lo que se entiende que su valor, y por lo tanto su interés, es exclusivamente cultural.

Aun así hay numerosos países que poseen un rico patrimonio religioso reconocido e incluido en la WHL. Entre ellos resaltan: India (13), China (12), Alemania (11), Francia (10) y España (9). Precisamente, estos cinco países se encuentran entre los seis primeros en cuanto al número total de bienes declarados en la WHL. No obstante, es interesante señalar aquellos que pese

a tener pocos bienes incluidos en la WHL tienen una importante representación de los de carácter religioso. Este es el caso de Armenia, país que tan solo tiene tres bienes declarados y todos son religiosos (la catedral e iglesias de Etchmiadzin, el monasterio de Gherart y los monasterios de Haghbat y Sanahin); Georgia, que de los tres bienes que tiene reconocidos por la WHL dos son monasterios (Gelati y Mtskheta) y, por supuesto, la Santa Sede (centro histórico de Roma y ciudad del Vaticano).

Países con el mayor número de bienes de carácter religioso incluidos en la WHL



Para comprender mejor los 176 bienes de carácter religiosos que han sido seleccionados se pueden hacer análisis y clasificaciones en función de numerosos factores como la religión que representan, las dimensiones del bien y su proyección, es decir, su valor espiritual y simbólico. Así, se pueden diferenciar entre: 1. centros de peregrinación; 2. caminos de peregrinación, 3. templos y 4. conjuntos monumentales. Como ya se ha indicado no se incluyen en el estudio las declaraciones de ciudades históricas aunque posean elementos religiosos, sin embargo sí se han contemplado las de conjuntos monumentales donde se reconoce expresamente el papel de los edificios religiosos. Este es el caso, por ejemplo de la Plaza de San Francisco en la ciudad de San Cristóbal en Brasil, el conjunto de las montañas de Wudang o del Templo del Cielo, ambos en China o la residencia de los metropolitanos de Bucovina y Dalmacia en Ucrania.

Hay que señalar que la mayor parte de los bienes son templos o conjuntos arquitectónicos que los incluyen, correspondientes a diferentes religiones, aunque la católica es la que tiene mayor presencia cuantitativa. Pese todos ellos mantienen la actividad religiosa, su valor patrimonial y estético es muy elevado por lo que se han convertido en importantes atractivos turísticos para los viajeros de motivación cultural, siendo los centros y los caminos de peregrinación los que mantienen más activo el valor espiritual para el que fueron diseñados.

Entre los 176 elementos y conjuntos de carácter religioso declarados existen 8 centros de peregrinación, alguno de los cuales está vinculado a rutas de peregrinación, a los que hay que sumar las dos candidaturas del Camino de Santiago de Compostela, correspondientes a su tramo español y francés:

1. Pilgrimage Church of St John of Nepomuk at Zelená Hora (República Checa).
2. Pilgrimage Church of Wies (Alemania).

3. Sacred Sites and Pilgrimage Routes in the Kii Mountain Range (Japón).

4. Birthplace of Jesus: Church of the Nativity and the Pilgrimage Route, Bethlehem (Palestina).

5. Kalawaria Zebrzydowska: the Mannerist Architectural and Park Landscape Complex and Pilgrimage Park (Polonia).

6. Armenian Monastic Ensembles of Iran (Irán).

7. Bahá'í Holy Places in Haifa and the Western Galilee (Israel).

8. Baptism Site "Bethany Beyond the Jordan" (Al-Maghtas) (Jordania).

9. Caminos de Santiago de Compostela (Francia)

10. Caminos de Santiago de Compostela: camino francés y rutas del norte de España (España).

A ellos hay que añadir 7 sitios más, que aunque no figuran como lugares explícitos de peregrinación, son considerados por la sociedad y por la UNESCO como sitios emblemáticos e incluso son calificados como cuna de alguna religión. Estos son:

1. Potala Palace, Lhasa (China), sitio emblemático del budismo.

2. Mount Emei Scenic area (China), cuna del budismo.

3. Mount Qingcheng (China), cuna del taoísmo.

4. Saint Catherine Area (Egipto), zona sagrada para las tres religiones monoteístas (cristianismo, islam y judaísmo).

5. Monte Athos (Grecia), importante centro espiritual ortodoxo.

6. Itsukushima Shinto Shrine (Japón), lugar emblemático para el sintoísmo.

7. Ciudad del Vaticano, lugar emblemático para los católicos.

A este listado se pueden agregar dos

lugares más de especial interés por sus características ya que, entre otras cosas, no se corresponden con bienes muebles y por ello están incluidos dentro de la categoría de bienes mixtos. Estos son los bosques sagrados de Sacred Mijikenda Kaya Forest (Kenya) y Osun-Osogbo Sacred Grove (Nigeria).

4.2 El patrimonio religioso en la Lista de Patrimonio Cultural Inmaterial

La Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad compuesta por “expresiones que ilustran la diversidad del patrimonio inmaterial y contribuyen a una mayor consciencia de su importancia” (UNESCO, 2003) fue creada en 2001 para proteger el frágil patrimonio cultural intangible, asegurar su viabilidad y aprovechar su potencial para el desarrollo sostenible. Como la anterior es la única fuente de datos a nivel mundial que identifica las principales manifestaciones culturales.

En este sentido hay que tener presente que la UNESCO en ningún momento reconoce el valor religioso de los elementos, sino exclusivamente el cultural, tal y como señala en su web, donde dice que el interés “no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación”. Se reconoce así el valor social y económico de estas manifestaciones con el pueblo, pero no el valor religioso originario, respetando la filosofía de la institución centrada, como ya se ha dicho, en la cultura como elemento esencial para la paz. Además, en sus principios y actuaciones subyace el laicismo característico de Francia, país que acoge la sede y que ha sido soporte de esta institución internacional.

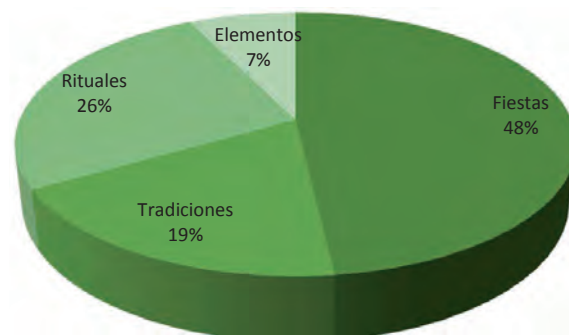
De los 356 elementos aprobados desde 2009, 81 presentan una raíz religiosa fuerte. Para realizar esta selección no se han los ritos de paso que carecen de componente mística ni las fiestas que no tenían una raíz espiritual clara.

Aunque no es un tipo de bienes con una presencia mayoritaria, éstos van a seguir aportándose debido a que son numerosas las propuestas⁷ que con esta temática se siguen planteando año tras año al Comité.

Las 81 manifestaciones de carácter religioso implican a 104 países, siendo la del Gule Wamkulu, un culto secreto y una danza ritual practicada por los chewa que residen en Malawil, Mozambique y Zambia, la única declaración realizada de forma conjunta por varios países, una medida muy frecuentes en esta Lista.

Como sucediera con la WHL los bienes de base religiosa declarados en la ICL presentan una distribución muy heterogénea en cuanto a países y al número de declaraciones, siendo Japón (9), India (5) y Argelia, Colombia, China y Turquía (4) los que tienen un mayor número de declaraciones. Se observa así, una preeminencia de los países asiáticos al agrupar el 36% de las declaraciones a nivel mundial, en contraste con la WHL donde Europa alberga la mayoría de las declaraciones, al tiempo que destaca la ausencia de manifestaciones procedentes de Oceanía. Por otra parte, se detecta que las religiones monoteístas, en especial el cristianismo, tienen una representación menor que el resto, pese a estar presente en más países y conllevar un gran número de manifestaciones muy variadas.

Distribución de las manifestaciones por categorías (%)



⁷ En España, por ejemplo, están en diferentes fases de elaboración las candidaturas de la Semana Santa y de los bordados en seda y oro de los mantos procesionales de Lorca.

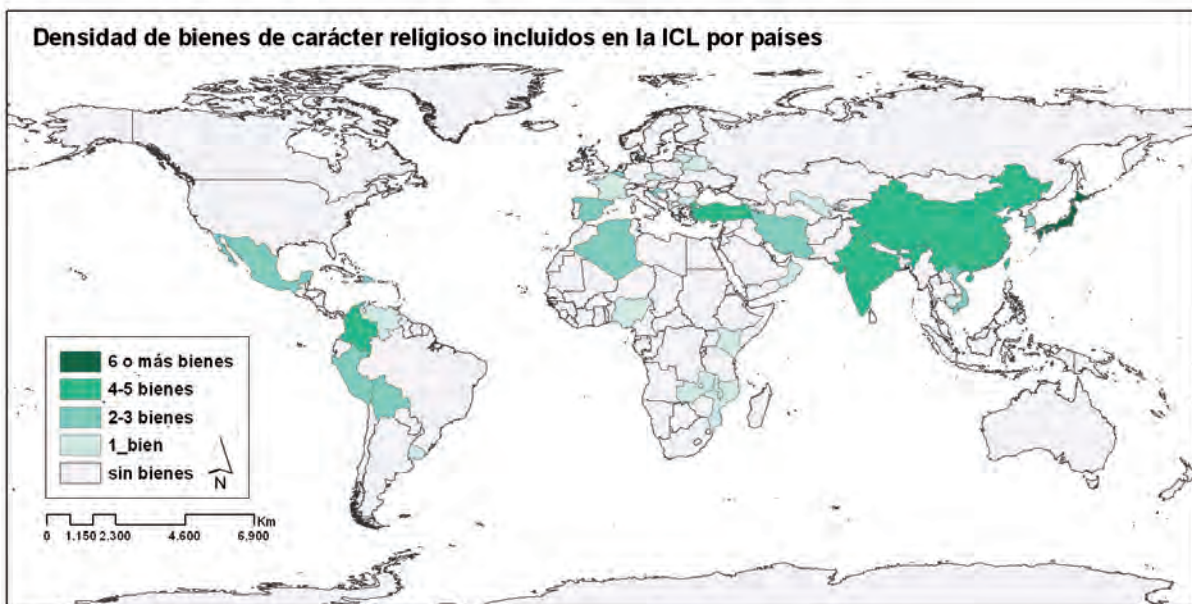
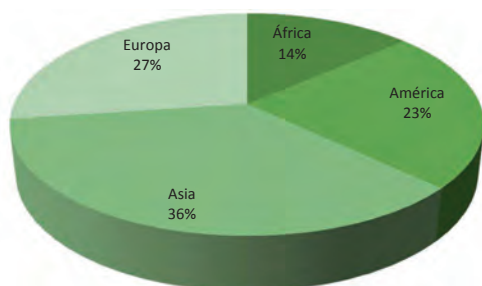


Imagen n° 8: Densidad de bienes de carácter religioso incluidos en ICL por países (agosto de 2015). Fuente: ICL, elaboración propia.

Para comprender mejor este tipo de manifestaciones se ha realizado una clasificación que contempla 4 categorías, en función de donde reside el peso de la declaración: festividad (39 declaraciones que suponen el 48%), ritual (21 ejemplos que suponen el 26%), tradición, normalmente, oral (15 declaraciones, el 19%) y elaboración de elementos artesanales necesarios para el desarrollo de la celebración (6 declaraciones el 7%).

Distribución por continentes de los países que tienen manifestaciones religiosas incluidas en la Lista de Patrimonio Cultural



Comenzando por las últimas, las artesanías de carácter religioso hay que destacar aportación americana (3/6), que recogen elementos variados como el arte de las cruces de Armenia o las artes regong de China, que consiste en la creación de pinturas murales. Respecto a las tradiciones orales, que tienen una

importante presencia americana (5/15). Estas se pueden clasificar con muchas categorías siendo las mayoritarias las que incluyen: 1. los cantos que en ocasiones van acompañados de danzas, siendo los más representativos son el canto búdico de Ladakh o el védico, ambos en la India. 2. la cosmovisión, acompañada de ritos, ceremonias y técnicas, como es la cosmovisión andina de los kallawayas en Bolivia o los conocimientos tradicionales de los chamanes jaguares de Yuruparí en Colombia, 3. la poesía, que es ocasional y se puede ver representada en el Ahellil del Gurara de Argelia y 4. puntualmente aparece alguna tradición culinaria que acompaña a ritos, como sucede en el ceremonial del Keskek en Turquía.

Los rituales representan un porcentaje importante, el 26% y tienen una gran presencia los asiáticos (10/21) como ejemplos se pueden destacar Semah en Turquía, el Qališuyan de Mašhad-e Ardehal en Kašan o Pahlevani y zoorkhanei, ambos en la República Islámica de Irán. Pero de todas las declaraciones las más numerosas son las fiestas y bajo esta categoría se recogen manifestaciones en todos los continentes y de todas las religiones. Así, se encuentran incluidas procesiones como la de El "Círio de Nazaré": procesión de la imagen de

Nuestra Señora de Nazaret en la ciudad de Belem (Brasil), representaciones como el Misteri de Elche (España), la peregrinación anual al mausoleo de Sidi 'Abd el-Qader Ben Mohammed (Argelia) o El Ramman, festival religioso y teatro ritual del Garhwal (Himalaya).



Imagen n° 9: Misteri de Elche (España) inscrito en 2008 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Imagen de Miguel San Nicolás del Toro.

Este tipo de festividades conllevan un espectáculo visual y experiencial, que no siempre tienen los rituales y las tradiciones que suelen realizarse en el ámbito privado, que hace que reciban el interés de miles de personas no solo para participar activamente en ellos, sino también para contemplar la actividad. Así, muchas de ellas son importantes atractivos turísticos en sus respectivos países para un público que no solo se interesa en el sentimiento espiritual de las manifestaciones sino en su parte más visual y festiva.

5. Conclusiones

Enlazando con la pregunta que da título al texto, y que hace referencia a la creencia

de que los lugares y manifestaciones sagrados despiertan el interés exclusivo o mayoritario de los turistas religiosos, se ha confirmado que no es así y que la tipificación de las formas de turismo viene determinadas por las motivaciones y acciones de los visitantes. Estas se encuentran estrechamente vinculadas a las características físicas y por lo tanto estéticas de cada lugar. Pero como se ha visto de la explotación de las listas de la UNESCO el turismo cultural y el espiritual pueden fundirse en un mismo lugar o en torno a una misma manifestación, siendo desigual su práctica en función de su ubicación, características e incluso de la época del año.

Esta convivencia del turismo cultural y el religioso es importante, ciertamente más en el continente europeo que en otros, y condiciona los modelos de gestión; los cuales parece que está aceptado que han de ser respetuosos con el bien patrimonial (tangibles e intangibles) pero no tanto con la función originaria. Esta es fundamental ya que conserva la esencia del elemento, le concede el valor cultural y genera identidad en su comunidad. Eso no quita que la actividad turística, más alejada de la religión, deba ser contemplada de manera receptiva y positiva, ya que no solo va a ayudar a la conservación física de los elementos inmuebles y a la difusión de las manifestaciones sino que también va a generar riqueza añadida, entendida en términos puramente económicos.

Por último, señalar la importancia que tienen los elementos de base religiosa dentro de las listas de la UNESCO superando el 40% de los bienes incluidos, si se consideran los conjuntos o ciudades históricas que los acogen. En este sentido es fundamental destacar que la UNESCO debe contemplar o por lo menos considerar este carácter si bien, como se ha señalado, se interesa exclusivamente por el cultural de los bienes.

Ignorar este carácter puede ser contraproducente, ya que puede derivar en una *musealización* y una *teatralización* de los elementos considerados

representativos del patrimonio mundial. Además, y pese a que mantener activa la función originaria supone un gran reto al dificultar notablemente la gestión, ésta debería ser contemplada en los planes de manejo ya que, además de lo ya señalado, permitirán el acertamiento a otras realidades, el diálogo intercultural y el respeto; valores todos ellos defendidos por la UNESCO.

6. Bibliografía

Cánoves Valiente, G. (2006). "Turismo religioso en Monserrate: Montaña de fe, montaña de turismo". *Cuadernos de Turismo* (18), 63-76.

Fernández Salinas, V. (2015). "La protección del Patrimonio Mundial en España." *erph-Revista electrónica de Patrimonio Histórico*, nº 2.

García Hernández, M. (2007). "Entidades de planificación y gestión turística a escala local. El caso de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España". *Cuadernos de Turismo*, nº 20. Pp. 79-102.

García Hernández, M. y Calle Vaquero, De la. M. (2012). "Los hitos patrimoniales de dimensión turística. Castilla y León y la Real Colegiata de San Isidoro". *Polígonos. Revista de Geografía*, nº 23, 113-145

García Hernández, M. y Calle Vaquero, De la. M. (2013). "Las catedrales españolas en dimensión turística. Diversidad de visitantes e incipientes problemas de sobrecarga". En Ruiz Lanuza, A; Trejoluna Puente, O; Vidaurri Arechiga, E. y Mínguez García, M.C (coords.) *La espiritualidad como recurso turístico: propuestas, experiencias y aproximaciones*. Universidad de Guanajuato. Guanajuato. Pp. 13-31.

García Hernández, M; Calle Vaquero, De la, M. y Mínguez García, M.C. (2011). "Capacidad de carga turística en conjuntos monumentales de España y México Referencias teóricas y aproximación metodológica", en Segrado, R (editor) *Educación, Investigación y Experiencia para la Competitividad Turística*. Memorias del VII Congreso Internacional de Turismo

en el Caribe. Universidad de Quintana Roo – Unidad Académica Cozumel (México).

Hiriart Pardo, C. y Pedraza Gómez, C (2012): "Patrimonio turístico religioso en el centro histórico de Morelia México. Uso y manejo para su conservación" en Casals Iglesias, M^a. C (Coord. Editorial), *Patrimonio Turístico en Iberoamérica: Experiencias de Investigación, desarrollo e Innovación*, Santiago de Chile: Universidad Central de Chile-Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Paisaje. Pp.522-531

Lanquar, R. (2007). "La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual". *Resumen del informe general de la OMT sobre Turismo y religiones: una contribución al diálogo de las regiones, culturas y civilizaciones*. Córdoba: OMT. Pp. 1-9.

Martínez Cárdenas, R (2012). "Caracterización del turismo religioso en los Altos de Jalisco", *Revista Historia Agora: Revista de Historia do Tempo Presente*, vol. 3, nº 13. Pp. 305-322

Martínez Cárdenas, R. y Mínguez García, M.C. (2014). "Tipologías de destinos para el estudio del turismo religioso en México". En J.C. Monterrubio y A. López (coords.) *De la dimensión teórica al abordaje empírico del turismo*. Instituto de Geografía de la UNAM y Academia Mexicana de Investigación Turística. México, D.F. Pp. 51-66.

Mínguez García, M.C. (2013). "Patrimonio religioso y turismo espiritual: un estudio comparado entre México y España". En Ruiz Lanuza, A; Trejoluna Puente, O; Vidaurri Arechiga, E. y Mínguez García, M.C (coords.) *La espiritualidad como recurso turístico: propuestas, experiencias y aproximaciones*. Universidad de Guanajuato. Guanajuato. Pp. 78-99.

Morinis, E. A. (1983). "Pilgrimage and tourism." *Annals of Tourism Research* 10.4. Pp. 569-570.

OMT (2007). *Resumen del informe general de la OMT sobre Turismo y religiones: una contribución al diálogo*

de las regiones, culturas y civilizaciones.
Córdoba: OMT.

OMT (2015). *Bethlehem Declaration on Religious Tourism as a means of fostering socio-economic development of host communities.*

Serrallonga, S. A. y Karine H. (2011). "Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya." *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo* 1.1. Pp. 63-82.

Sharpley, R. y Sundaram, P. (2005). "Tourism: a Sacred Journey? *The Case of Ashram Tourism, India*". *Internacional Journal of Tourism Research*, num. 7. Pp. 161-171.

Troitiño Vinuesa, M. A (2008). "La catedral en el centro de la función turística de la ciudad histórica" en Rivera, J. *La Europa de las Catedrales. Conservación y gestión.* Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León.

Troitiño Vinuesa, M.A. y Troitiño Torralba, L. (2009). "Turismo y Patrimonio en Castilla y León: Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad (Ávila, Salamanca y Segovia) como destinos turísticos de referencias". *Polígonos. Revista de Geografía, n° 19. Número Monográfico: Nuevas Contribuciones sobre Castilla y León.* Pp. 145-178.

Del viaje espiritual al tour cultural.
Características territoriales del
turismo religioso en la Basílica de
Santa María de Guadalupe

Carlos Said Martínez Fuentes

Universidad Nacional Autónoma de México

Tel. 0445532221677

aguisaid@hotmail.com

Introducción

El turismo, una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial, es una de las fuentes de divisas más importantes en México, junto con las actividades petroleras y las remesas, además ocupa uno de los primeros lugares respecto al número de visitantes a nivel mundial. Por su parte, el turismo religioso, la forma más antigua de esta actividad, que toma como antecedente directo a las peregrinaciones, siempre ha tenido presencia en diversas culturas, ya en años recientes se ha observado un incremento en la importancia que sitios con carácter religioso representan para realizar un viaje. Entre los centros religiosos que más visitantes reciben destacan los de índole cristiana, pero entre los santuarios cristianos, el papel principal lo desempeñan los santuarios marianos porque la mayoría de los lugares de peregrinación del cristianismo están relacionados con el culto a la Virgen María y dentro de ellos, la Basílica de Santa María de Guadalupe se presenta como el centro religioso más visitado a nivel mundial, más de 22 millones en 2012, muy por encima de sitios emblemáticos como el Santuario de Lourdes en Francia y la Basílica de San Pedro en El Vaticano.

Objetivo del trabajo

La Basílica de Santa María de Guadalupe es el sitio con mayor carga simbólica y espiritual en México, se enarbola como el gran movilizador de peregrinos desde la época prehispánica hasta nuestros días. Sin lugar a dudas se está ante la representación de la mexicanidad, ante un sitio incluyente, donde se encuentran visitantes de cualquier lugar del mundo y del país, con niveles socioeconómicos contrastantes, individuos ateos y los más fervientes creyentes católicos, identificar las características territoriales de esos visitantes en la Basílica es el objetivo neural del presente trabajo y es un planteamiento estructural del mismo el establecer los aspectos histórico-geográficos del mito y la realidad guadalupana.

Desarrollo teórico

1. La imagen de la Virgen de Guadalupe como eje rector de la religiosidad popular en México.

Existen diversas posturas sobre la aparición de la imagen de la Virgen de Guadalupe y sobre todo cuando se trata de identificar la importancia de esta imagen en la religiosidad popular mexicana, para Romero (1945) el culto a la Virgen se basa en que le habló a un indio pobre e ignorante, haciéndole saber su voluntad, y los primeros actos de culto que recibió en una ermita de muy cortas dimensiones fueron flores de campo y sahumeros, y de ellos también fueron las primeras plegarias que escucharon sus oídos. Los señores Arzobispos de México, pensando sin duda alguna que si la Virgen María verdaderamente había hablado a Juan Diego, abriría paso a su culto y devoción, pero que si Juan Diego había engañado, la obra se vendría abajo por sí sola, no la favorecieron, sino se conformaron con dirigirla y encauzarla, y la misma Virgen, oyendo sus plegarias y mostrándose madre tierna y cariñosa de todos los habitantes de estas tierras, como lo había prometido, fue haciendo que su culto y devoción se fuera extendiendo y arraigando, porque cada uno de los favorecidos por Ella, era un pregonero de su obra bienhechora.

Del culto en el santuario Perea (1981) cita al inglés Miles Philips quien relata su visita pocos años después de la construcción del primer santuario a cargo de Alonso de Montúfar, "... era una magnífica iglesia, siempre que los españoles pasaban junto a ella, se bajaban del caballo para arrodillarse ante la imagen y pedir a Nuestra Señora que los librara de todo mal; a esta imagen llaman en español Nuestra Señora de Guadalupe y todos los años, el día de la fiesta acostumbra la gente venir a ofrecer y rezar en la iglesia ante la imagen, y dicen que Nuestra Señora de Guadalupe hace muchos milagros...".

Sánchez (1983: 8) cita algunas de las reflexiones de los Obispos y del Papa Paulo VI sobre la presencia de Santa María de

Guadalupe:

"...Debemos esforzarnos por quitar todo aquello que destruye o debilita la unión: desterrar los egoísmos y los prejuicios de clase social, la indiferencia o el menosprecio hacia los menos dotados, el abuso de los débiles o indefensos, la crítica demoledora, la mentira, la adulación, la corrupción, principalmente en funciones de orden social, que tienen como misión impartir justicia.

El Papa Paulo VI el día en que se inauguró la nueva Basílica, a través de la televisión comentó: Las multitudes que hoy y en el futuro se encontrarán sobre las alturas del Tepeyac, y las que desde todos los ángulos de México mirarán hacia él, deberán descubrir allí su hermandad profunda, como hijos del mismo Padre. Y al implorar juntos a la Madre misericordiosa de todos los que viven en esa tierra, habrán de reflexionar a fondo sobre las exigencias prácticas que ello implica..."

Para el autor la verdadera fe debe estar fundamentada en lo anterior, se trata de un culto a la unión de un pueblo representado en la figura de una Madre incluyente, que no hace diferencia alguna entre sus hijos, el autor va más allá en su libro y describe a cada uno de los segmentos de la población mexicana, según su punto de vista, y les otorga un punto clave en el cual pueden participar para llevar a cabo esa unión, en lo que se refiere a los intelectuales y profesionistas sugiere que se haga el esfuerzo para crear un ambiente más justo y humano, y por supuesto, no alejarse de los paradigmas cristianos.

Capistrán (1957) establece que la actitud de los escépticos, aquellos para los que el mundo de lo sobrenatural no existe porque no comprenden su verdadero sentido místico; y son éstos quienes califican de leyenda lo relativo a la Virgen de Guadalupe; el autor precisa que un acontecimiento como el mencionado sin la intervención de lo sobrenatural sería un enigma indescifrable, al mismo tiempo

identifica algunos puntos relevantes para evidenciar la veracidad del hecho guadalupano.

1. La realidad del culto guadalupano es un hecho histórico, vinculado a través de cuatro siglos a otro hecho histórico: la existencia de una imagen pintada en un ayate, en forma como la mano del hombre no pudo hacerlo jamás. Ante esas realidades, fraguó el escepticismo una miope explicación, con todos los caracteres de la fábula, pero también con aspecto de hipótesis plausible para quien juzgue con ligereza los sucesos de la historia, identificando con ellos a las hábiles ficciones de la imaginación revestidas aparentemente de verdad.
2. El culto a la Virgen de Guadalupe, han dicho, fue una invención del clero y de los españoles en general para someter a los indios al dominio absoluto del pueblo conquistador. Y esa engañosa tesis también responde a los prejuicios históricos y religiosos esparcidos por el liberalismo del siglo XIX contra la tradición española y católica de México, que ha navegado con fortuna en el océano inmenso de la ignorancia, impulsado por los vientos persistentes de la pasión.
3. Un examen somero de la hipótesis en el orden de las ideas, y un análisis breve de los hechos históricos comprobados, no sólo desmoronan la arbitraria y convencional explicación, sino que hacen resplandecer vivamente la realidad contraria.
4. El acontecimiento guadalupano en la Nueva España fue adverso a los encomenderos; fue su derrota definitiva e inapelable, que transformó en verdadera colonia el fruto de la conquista. Para debilitar a los indios, para someterlos mejor, para aniquilar su espíritu, el camino era humillarlos, negarles, como se pretendía, hasta su condición racional.

Para Rivera (1998: 50) la devoción a la Virgen del Tepeyac, que desde un principio fue amparo de los oprimidos,

poco a poco fue aceptada por todos los moradores de la Nueva España, sería Ella la que haría la síntesis de todas las razas, con su rostro moreno, se manifestaría no como española ni como india, sino como mestiza, recuperando ambas razas que luchaban entre sí e iniciando la verdadera mexicanidad.

Desde esta perspectiva, son tres los elementos que favorecerán y caracterizarán el nacionalismo criollo: el repudio a la Conquista, el neoaztequismo y sobre todo el guadalupanismo. En el fondo este nacionalismo criollo era sólo expresión de los sentimientos e intereses de una clase social marginada a la que se le negaban sus propios derechos.

2. Mito y realidad guadalupana

Se hace necesaria una revisión de las diversas posturas sobre el mito de las apariciones de la Virgen de Guadalupe en el cerro del Tepeyac, quizá uno de los autores que señala las diversas inconsistencias sobre ese “acontecimiento” es Eduardo del Río (1996) que menciona a manera de introducción en su libro *El mito Guadalupano* “muchísimos mexicanos creen a ciegas en la virgencita de Guadalupe, aparecida según predicán curas y obispos en la punta del cerrito del Tepeyac el 9 de diciembre de 1531 al indio Juan Diego, hecho que hasta ahora no ha reconocido el Vaticano como verídico; lo que en buen romance significa que las altas autoridades de la iglesia tienen sus dudas sobre las llamadas apariciones de la virgen”.

El fraile Juan de Torquemada (citado en Gutiérrez, 1996:117) escribe “... *En la Nueva España había tres santuarios paganos y gran concurrencia de gente, el de Toci, cerca de la montaña Matlalcueye (Malinche); el de Tepuchtli en Tianquizmanalco, y el de Tonan, a una legua al Norte de México; queriendo remediar este gran daño los franciscanos, levantaron iglesias, en la falda del Matlalcueye elevaron un templo a Santa Ana, abuela de Nuestro Señor. En Tianquizmanalco elevaron una iglesia al*

Telpuchtli cristiano, es decir, San Juan y en Tonantzin, junto a México a la Virgen sacrantísima, que es Nuestra Señora Madre...”

El autor señala que se puede observar en el texto, que nada se dice de las apariciones en el cerro del Tepeyac, nada de don Juan de Zumárraga, simple y llanamente consignó el fraile el culto de sustitución operado por los primeros misioneros. Y que es de destacar que la iglesia no tenía ninguna advocación particular, estaba dedicada a “Nuestra Madre”.

La postura oficial de la iglesia no es decisiva en casos como éste. Tampoco lo ha sido en el de las manifestaciones milagrosas de Lourdes en Francia, o de Fátima en Portugal. Tiene un valor muy especial porque aprueba el culto, lo declara conforme con la fe y la doctrina del Evangelio y lo recomienda a los fieles, pero en cuanto al origen sobrenatural, usa la expresión clásica: “se dice que se apareció” o bien “piadosamente se cree que se apareció”. Unos y otros dicen verdad, en el dominio de lo religioso siempre faltan pruebas. La razón llagará únicamente hasta cierto límite. De ahí en adelante no hay ciencia capaz de dar cuenta de resultados que trascienden las fronteras de lo humano (Perea, op. cit.).

Otro punto dudoso es el que señala Gutiérrez (op. cit.) ya que menciona que durante los primeros años siguiente a la fundación de la primera ermita del Tepeyac, se carece de todo apoyo documental para pretender que haya existido en ese lapso algún suceso portentoso. La fecha clave ocurre en 1554, cuando llegó el segundo arzobispo de México, don fray Alonso de Montúfar, ya que la huella de este personaje en los anales del culto guadalupano del Tepeyac, es sin duda alguna el padre del guadalupanismo mexicano.

El mismo autor apunta que durante los veinte años después de las apariciones y hasta la llegada de Montúfar existía una abundancia y riqueza de acervo histórico documental, y sobre todo los de tipo

religioso, y que es por ello que, de tan inmenso acervo, algún señalamiento se dejaría ver tanto de las extraordinarias apariciones guadalupanas, cuanto de la participación del obispo Zumárraga en ellas, así como de la supuesta fervorosa devoción que cundió en la ermita del Tepeyac en los años que se consideran. Pero esto no sucedió así, del resultado de múltiples investigaciones, de ese periodo en particular, nada existe hasta el momento algo que obligue a dar crédito a la formación de aquella devoción de la que sólo hasta la intervención de Montúfar se encuentra "...ya no un sordo rumor sino un pavoroso estruendo...".

Eduardo del Río (op. cit.) identifica algunos puntos a considerar, uno es que la fecha principal de la fiesta de la diosa Tonantzin era el 22 de diciembre en el antiguo calendario pero que por órdenes papales el 15 de octubre de 1582 el día de la fiesta principal se trasladaría al 12 de diciembre, lo anterior es el punto de partida de la primer cosa que hace fruncir el ceño (apunta el autor) y es que en el mismo lugar donde está la Basílica había un templo de la diosa Tonantzin, señala palabras de Fray B. de Sahagún "...Uno de estos lugares de adoración es una pequeña colina llamada Tepeyac y ahora Nuestra Señora de Guadalupe, en ese lugar tenían un templo dedicado a la madre de los dioses, a la que nombraban Tonantzin que significa nuestra madre... Ahora ahí se ha construido la iglesia a la Virgen de Guadalupe, y todavía vienen a visitar desde muy lejos a Tonantzin, lo que es sospechoso, pues habiendo en todas partes iglesias a la Virgen, sólo vienen a esta...".

Además, la diosa, muy venerada por los indígenas, según Fray Juan Torquemada "...se les aparecía en figura de jovencita, con su túnica blanca ceñida, aunque siempre a uno solo, y le revelaba cosas secretas...". Quizá el punto más importante al que hace referencia el autor es que todavía en 1740 el historiador italiano Lorenzo Boturini vio y dibujó las imágenes en piedra de Tonantzin y la diosa del agua al pie del cerro del Tepeyac, que era junto con el Templo

Mayor, Chalma y Amecameca, uno de los 4 grandes santuarios del México precortesiano. El autor finaliza su capítulo afirmando que este "pequeño detalle" se les olvido a todos los historiadores del guadalupanismo, porque es una de las claves para explicarse el cuento de la aparición, el cual actualmente pocos se atreven a afirmar que desde siglos antes de la llegada de Cortés, en el Tepeyac había un santuario en el que se adoraba a la diosa Tonantzin, la madre de Dios.

Para Caballero (1999:11) los efectos de esa metamorfosis inducida subsisten; y para tener un mínimo conocimiento de esta devoción y tratar de comprenderla en profundidad, tal vez nos ayudaría aplicar la tesis de Guillermo Bonfil Batalla, y distinguir con claridad y precisión ente un "guadalupanismo profundo", de base indígena popular, y un "guadalupanismo imaginario", de origen colonial, marcado a fuego por una sociedad jerárquica, con su Estado-Iglesia, que se sirvió del culto como mecanismo de soporte necesario para una dudosa identidad.

Gutiérrez (op. cit.) menciona que en los primeros años de la conquista espiritual de México, en cuyo contexto era reiterada costumbre de los primeros misioneros sustituir los templos paganos de los naturales por otros cristianos y que esa sustitución fue operada en el Tepeyac y correspondió a los frailes franciscanos hacerla en donde los indios tenían de antaño un adoratorio dedicado a la madre de los dioses, la deidad Tonantzin.

Lo anterior dio lugar a promover, con inusitado vigor, el nombre de "Guadalupe", término de segunda mano que correspondía ya a una imagen venerada en un famoso santuario español de Extremadura. Guadalupe es una palabra de origen árabe que significa "río de lobos", según algunos; palabra impronunciable para los indígenas del centro de México; ya que en su idioma no existían ni la G ni la D. Algo que siempre ha despertado suspicacias, pero que nunca hasta hoy ha sido medularmente esclarecido.

Feans (1976) escribe que ni el obispo Zumárraga ni algún otro español han dado explicación de por qué se le llamó de Guadalupe, entonces, establece que: La razón es, que Ella se los dijo así. Le habló al azteca Juan Bernardino en su lengua y la combinación de palabras que uso debieron haberse oído como “de Guadalupe”, para los españoles. En nahuatl “te coatlaxopeuh” tiene un sonido semejante (casi se pronuncia como “te quatlasupe”). *Te significa piedra; coa se traduce como serpiente; tla es la declinación del nombre, una especie de artículo la; y xopeuh significa aplastar o pisar con el pie.* Luego la última parte del mensaje se debe corregir de la siguiente manera para que nos revele su auténtico significado:

“...y que bien le nombraría, así como bien había de nombrarse su bendita imagen. La siempre Virgen Santa María, y que aplastará o extirpará a la serpiente de la piedra.”

Fue Helen Behrens la primer persona extranjera que identificó la imagen de Guadalupe como un jeroglífico, pero también sintió curiosidad respecto del nombre “Guadalupe”, ya que no es una palabra nahuatl, la investigadora, junto con su grupo de trabajo encontraron que los traductores españoles estaban en un error al decir que la Virgen había pedido que se le llamara “de Guadalupe”; que esa palabra era simplemente un nombre español que se parecía en la pronunciación a otra palabra en nahuatl. Para la investigadora es necesario mencionar que la lengua nahuatl dejó de escribirse en jeroglíficos poco después de las apariciones. Los misioneros españoles y algunos intelectuales, se percataron de que se podía escribir fonéticamente con las letras de su alfabeto, desde ese momento el nahuatl se escribe así (*Ibid*).

Eduardo del Río (op. cit.) es quizá el autor que más efusivamente, y con su muy característico modo de escribir y presentar sus obras, ha hecho una fuerte crítica sobre el acontecimiento guadalupano, a continuación se presentan algunas de las

ideas fundamentales de su libro:

- Revisando minuciosamente todas las crónicas e historias de aquellos tiempos, no se ha encontrado ni media palabra de Bernal Díaz del Castillo, Diego de Durán, Bernardino de Sahagún, Alva Ixtlixochitl, Jerónimo de Mendieta, ni siquiera en la memorias del Obispo Zumárraga, que fue según lo que cuentan, el que recibió el recado de la Virgen, la pregunta es ¿Cómo iban a callar un suceso tan extraordinario? Pues la primera noticia de las apariciones se dio hasta 1648, 117 años después, el autor del cuento fue el Padre Miguel Sánchez, en un libro titulado Imagen de la Virgen María.
- Resulta importante notar que en aquellos años la devoción popular se centraba en dos Vírgenes principalmente, la Virgen de San Juan de los Lagos y la de los Remedios, con ambas la Iglesia estaba haciendo un gran negocio. Sobre todo San Juan de los Lagos (cuya fama milagros empezó en 1630) se había convertido en un negocio redondo gracias a la venta de milagros, estampas y peregrinaciones, limosnas y donativos. Las ganancias que la Iglesia de Nueva Galicia (hoy Jalisco) estaba obteniendo en San Juan de los Lagos, despertaron profunda envidia en el clero de la Ciudad de México, ya que la Virgen de los Remedios, muy solicitada para las sequías y las epidemias, no funcionaba ya muy bien, y en la últimas sequías de 1616, 1639, 1641 y 1642 había resultado un fracaso, los indios estaban volviendo a recurrir a Tlaloc para conseguir lluvias a tiempo.
- El autor de la copia modificada de la Virgen de Guadalupe hispana fue el pintor indígena Marcos Cipactli, bautizado como Marcos de Aquino, y alumno de fray Pedro De Gante, según el testimonio de fray Francisco de Bustmante, superior de los franciscanos.
- La pequeña iglesia que se levantó en en el Tepeyac, sobre el templo de Tonantzin pasó un siglo sin pena ni gloria, el 25 de septiembre de 1575,

el cuarto Virrey de la Nueva España, Almanza, contestó al rey de España (Felipe II), quien quería saber por qué y cómo había un santuario de Guadalupe en México, la respuesta fue que desde 1455 existía allí una ermita con la imagen de Nuestra Señora a la que llamaron de Guadalupe por decir que se parecía a la del mismo nombre en España, pero en esta respuesta no se menciona nada de las "apariciones".

- Otro de los aspectos fundamentales es la historia del Nican Mopohua, se señala que apenas hace algunos años el P. Ángel Ma. Garibay, historiador, desentrañó el misterio, quien escribe que un equipo de indios nobles, Valeriano entre ellos, redactó el documento y se hizo en el taller de redacción del Colegio Imperial de Santa Cruz Tlatelolco, entre los años de 1564 y 1570. Sahagún había creado en 1564 una especie de Taller de Redacción donde los indios de la nobleza que ahí estudiaban, elaboraban en Náhuatl obras de teatro, cantares religiosos, rezos y cosas así, destinadas a la evangelización. Usando la lógica, es creíble que el Nican Mopohua haya sido escrito como una pequeña obra de teatro evangelizadora, inspirada en la leyenda de la aparición de la Virgen de Guadalupe, pero de España. Los que han analizado a conciencia el texto, indican claramente que es una obra dramática y no una reseña de hechos históricos.

Los puntos anteriores tienen como fundamento una profunda revisión documental por parte del autor, más allá de fijar su postura frente al acontecimiento se ciñe a las pruebas que, según él apuntan a una inversión de los frailes que buscaban a toda costa la conquista espiritual de la Nueva España.

"De todo corazón quisiera yo que este milagro tan honorífico para nuestra patria fuera cierto, pero no lo encuentro así; y si estamos obligados a creer y pregonar milagros verdaderos, también nos está prohibido divulgar y sostener los falsos. Cuando no se admita que el de la aparición de Nuestra Señora de Guadalupe

(como se cuenta), es de estos últimos, a lo menos, no podrá negarse que está sujeto a gravísimas objeciones".

Lo anterior es escrito por Joaquín García Icazbalceta (1896) al concluir un encargo del entonces Arzobispo de México Pelagio Antonio de Labastida y Dávalos a finales del siglo XIX, con el cual se buscaba favorecer la causa de canonización del indio Juan Diego a través de una exhaustiva investigación referente al acontecimiento guadalupano ocurrido en 1531; lo anterior y toda la investigación causó una profunda conmoción al Arzobispo quien decidió consultar a otros especialistas antes de avalar o refutar la información presentada.

Para Perea (op. cit.) llama mucho la atención el silencio de los misioneros y más aún la actitud adversa de varios de ellos ante el comportamiento del pueblo *"... ¿No habían venido a incorporar al Cristianismo a los aborígenes de estas tierras? ¿No querían que se convirtieran a Cristo y recibieran el bautismo? ¿Qué más podía desear su celo que aquellas multitudes que acudían a la Iglesia y al sacramento de iniciación, atraídas por la amable figura de la Virgen a la que ellos veneraban como Madre de Dios?..."*

El mismo autor escribe que en 1556, el franciscano fray Francisco de Bustamante predica en contra de esa devoción por preocuparle las desviaciones supersticiosas e idolátricas de los recién conversos. La actitud de los demás misioneros, tanto franciscanos como dominicos y agustinos, no era más favorable al culto guadalupano. Otro franciscano, fray Bernardino de Sahagún, notable por su espíritu misionero y además por su labor de historiador y por sus conocimientos del idioma y las costumbres de los naturales, dice que la devoción de éstos a la Guadalupana *"...parece una invención satánica para disimular su idolatría..."*; a estas reacciones adversas se sumarían otras, de épocas y siglos posteriores.

Religiosos franciscanos se pronunciaron en contra del culto guadalupano, movidos precisamente para combatir

al segundo arzobispo de México, don Alonso de Montúfar. Se señala que las pasiones humanas suelen empequeñecer los ímpetus más nobles de la voluntad, y los intereses materiales intervenir en las cosas del espíritu empañando su pureza y torciendo su intención (Capistrán, op. cit.).

En cambio, además de los datos que conserva la tradición sobre la actitud guadalupana de Zumárraga, hay testimonios evidentes de la fervorosa devoción de parte del segundo obispo de México, el dominico Alonso de Montúfar, quien en sus sermones fomentó la veneración de indígenas y españoles a la Virgen de Guadalupe, aunque sin hablar de otro milagro que el de la sorprendente difusión de este culto por toda la ciudad, todo lo anterior hizo que se ingeniara un plan para obtener fondos y construir en 1566 un santuario en su honor.

Gutiérrez (op. cit.:206) como conclusión de su libro *El origen del Guadalupanismo* habla de 4 hechos fundamentados en una amplia investigación de fuentes primarias, para dar como completamente falso el milagro del Tepeyac:

- La imagen de la Virgen, tomada de un modelo europeo, fue pintada por un indio, en tela de factura indígena, probablemente por Marco de Aquino, excelente pintor y dorado de la época, así lo reconoce Bernal Díaz del Castillo en su crónica.
- La pintura fue ejecutada poco tiempo antes de la fecha del 8 de septiembre de 1556 en que Bustamante pronunció su histórico sermón, en abierta réplica contra el predicado por el arzobispo Montúfar dos días antes, en apoyo total al culto a la imagen guadalupana del Tepeyac.
- Esa pintura es la misma imagen de la Virgen cuya súbita presencia en la antigua ermita del cerro del Tepeyac fue registrada en los anales indígenas como aparición de Santa María-Tonantzín.
- La manera de entender el hecho supone la colocación de la imagen de

una manera subrepticia, y el enigma es a quien debe responsabilizarse de ese acto.

Contrario a lo anterior Rivera (op. cit.: 133) intenta responder la pregunta: ¿Se puede comprobar históricamente que Santa María, Madre de Dios, se apareció en el Tepeyac en 1531?, el autor cita a Ángel María Garibay: "... *la Historia dice únicamente: Un indio de nombre Juan Diego, ciertamente tuvo apariciones de un ser extrahumano en la vida de abajo. ¿Era quién afirmaba ser? Ya no puede decirlo la historia y tenemos que preguntarlo a la religión. La religión viene y nos dice. Católicos, la Virgen, Madre de Dios, se apareció realmente a Juan Diego en el Tepeyac... Lo que la Historia dijo ser un hecho acontecido, la religión lo define como un hecho sobrenatural...*".

También señala que los documentos que existen sobre la historicidad de la Aparición de la Virgen de Guadalupe en México, son innumerables: Anales de Cuitlaxcoapan, de Tlaxcala, de México y sus contornos, de Chimalpain, de Tlaxtlatzontli, de Alva Ixtlilxóchitl, Testamento de Cuautitlán. Y en cuanto a personas que a través de la historia han testificado y escrito sobre la veracidad del Hecho Guadalupano, existe una lista interminable.

Un pueblo como el mexicano, desvalido, huérfano, necesitaba una madre bienhechora en quien refugiarse y a la que pudiera pedirle misericordia y amparo, una madre sobrenatural de piedad infinita y así esta admirable sacralización se encuentra por encima de la historia, de la ciencia, de la razón, porque finalmente no es la invención de una iglesia sino la del propio pueblo, se trata pues de algo sagrado y los sostiene la propia historia del pueblo. Es por ello que ante lo real cotidiano se levanta lo sagrado (Gutiérrez, op. cit.).

Finalmente como apunta Caballero (op. cit.) la fe inducida, que solamente se ha derivado del impulso colonial, para nada ha afectado a la fe que ha tenido su origen en auténticas raíces milenarias, que no necesitaron de una aparición milagrosa, rosas de Castilla, de Juan Diego,

y ni siquiera de entender el significado o la pronunciación de una palabra extranjera tan extraña. Y que esa realidad confusa, extraña y muy contradictoria, se ha generado debido a un hecho indiscutible: la historia la escribe el vencedor; y el vencedor, además de destruir evidencias que lo contradigan, fabrica a sus gusto sus historias y sus tradiciones, e impone ambas como dogmas de fe, a pesar de absurdas e increíbles; no tiene que probar nada, porque su palabra es ley.

3. Estrategia metodológica

Para identificar las características del turismo religioso en la Basílica se estableció, además de investigación documental, una pequeña entrevista que constó de 11 preguntas con miras a comprobar lo investigado en gabinete, y a definir en lo posible el perfil del visitante en la Basílica de Guadalupe, los once rubros que abarcó la entrevista son:

1. Edad
2. Género
3. Lugar de residencia
4. Religión
5. Nivel escolar
6. Motivación de la visita
7. ¿Quién o quienes lo acompañaban?
8. Medio de transporte para llegar a la Basílica
9. Recurrencia de la visita
10. Si realizó alguna compra de alimentos y/o recuerdos
11. Nivel de seguridad en la Ciudad de México y en la Basílica de Guadalupe

A lo largo del mes de noviembre del 2010 se llevaron a cabo 140 entrevistas tanto a visitantes nacionales como internacionales, además fue posible establecer comunicación directa con el entonces Rector de la Basílica, así como con algunos funcionarios de turismo de la Delegación Gustavo A. Madero. Si bien los datos obtenidos en campo con las entrevistas del año 2010 y la investigación documental eran sustanciosos, al profundizar en el ámbito investigativo se hizo necesario hacer de la entrevista un instrumento más complejo e integral que hiciera posible un mayor y mejor entendimiento del tema.

Los rubros en los que se dividió la entrevista final, se basaron en los propósitos fundamentales en los cuales recayó la investigación, para el presente

artículo se retoman sólo algunos aspectos de la misma.

Perfil demográfico del entrevistado, Actividad turística, Aspectos económicos, Aspectos religiosos, Devoción, Imagen, Accesibilidad y Servicios.

El trabajo en campo, con la segunda entrevista se llevó a cabo los días 11 y 12 de diciembre de los años 2011 y 2012, se realizó en esos días en particular con el propósito de abarcar un mayor espectro de perfiles de los visitantes ya que se trata de los días con mayor afluencia de los mismos al recinto mariano.

El resultado final de los días 11 y 12 de diciembre fue de 108 entrevistas completas, se contó con algunos instrumentos inconclusos por diversos motivos y no están incluidos en los resultados finales, lo que permitió que los días 11 y 12 de diciembre del año 2012 se efectuara por tercera ocasión trabajo en campo a través de la realización de entrevistas en el recinto. En esta ocasión no se contó con el apoyo de un grupo de entrevistadores, así que el trabajo se llevó a cabo de manera individual, el propósito del trabajo en campo, además de abarcar mayor temporalidad fue llegar a 150 entrevistas, así que se realizaron 42 entrevistas en dicho año.

Es importante destacar que el acercamiento con personal de la Basílica de Guadalupe, específicamente personal de la biblioteca y de visitas guiadas, hizo posible que esas 42 entrevistas, en su mayoría, correspondieran a visitantes extranjeros.

Los resultados que a continuación se presentan corresponden a la integración del trabajo directo en el Santuario de los tres momentos antes mencionados, por supuesto los resultados correspondientes al primer acercamiento al fenómeno, a través de la pequeña entrevista, sólo intervienen en las preguntas con las que presentan un símil en el segundo instrumento.

Entonces para fines de algunos resultados,

los once rubros mencionados, se tomarán en cuenta 290 respuestas y para los restantes sólo 150, o en su defecto menos ya que en ciertas preguntas el entrevistado prefirió reservarse su opinión o respondieron de manera negativa y esto impidió proseguir con el resto de las preguntas del apartado.

4. Características territoriales del visitante en la Basílica de Guadalupe

Se presentan los resultados y el análisis de la primera parte de la entrevista realizada a los visitantes en la Basílica de Guadalupe, esta primera parte rescata aspectos generales de la estructura poblacional que da pie a identificar quién visita la Basílica, en términos de género, edad, ocupación, lugar de residencia, nivel educativo y religión, con el fin de entender el ámbito sociocultural, que permita definir patrones e identificar a una tipología del visitante, en el presente documento se hará énfasis sólo en los cuatro primeros rubros antes mencionados.

Algunos de los estudiosos de las peregrinaciones señalan que existen ciertos patrones en torno al género de los peregrinos; se apunta que en el catolicismo hay una mayor presencia de mujeres respecto a los hombres, por el contrario en el islamismo la tendencia se invierte. Específicamente Rinschede (1992), al establecer sus "condiciones de los visitantes en lugares sagrados", señala como hecho notorio lo anterior, si bien en el caso del Islam, por los preceptos de la religión, está en lo correcto el autor, al ser el hombre "el ser viviente de la religión islámica" puede resultar fácil dicha aseveración pero en el caso particular de los visitantes en la Basílica de Guadalupe no es posible percibir esa dominancia femenina de la que habla el autor.

En el trabajo de campo, de hecho, se presenta una mayor presencia de hombres que de mujeres, pero esto no significa que la teoría de Rinschede se desmienta, por el contrario, señalaría que la misma diversidad de espacios sagrados da como resultado ciertas especificidades que hacen

de este, un fenómeno tan complejo como el mismo comportamiento humano.

La edad de los entrevistados es otro de los aspectos que presentan a la Basílica de Guadalupe como un espacio incluyente, debido a que hay presencia de todos los rangos de edad, pero más allá de los resultados apreciados, es en campo donde la gama de edades se puede vivir, es posible encontrar desde recién nacidos (o con algunos días de nacido) hasta personas de más de 80 años, entonces se puede aseverar que los visitantes en la Basílica son un reflejo de la pirámide poblacional mexicana.

Casi el 50% de los visitantes corresponde al rango de edad de 26 a 40 años, esto debido a la fuerte presencia de peregrinos, que si bien presentan todo el rango de edad, son los adultos jóvenes principalmente los que tienen mejor condición física que los adultos maduros y tienen mucha más arraigada la fe que los jóvenes.

También es importante rescatar que gran parte de los adultos mayores entrevistados son extranjeros y cuentan con los suficientes medios para realizar este tipo de viajes, aunque en las peregrinaciones es innegable la presencia de personas mayores, ya que suelen ser los guías, los que conocen "el camino a la Villa".

En el rubro del alcance regional del turismo religioso (Figura 1), se observa poder de convocatoria en los 5 continentes, esto le otorga a la Basílica de Guadalupe un alcance regional de carácter internacional, con los resultados presentados es irrefutable lo anterior, entonces se afirma que la Imagen de la Virgen de Guadalupe es una de las imágenes religiosas con mayor presencia en el mundo. Si bien, en cada uno de los países de residencia de los visitantes existen espacios sagrados, estos se ven atraídos a la Basílica por una serie de motivaciones (las cuales se señalarán más adelante) pero principalmente por la fuerza de la imagen en la religión católica y el fenómeno que se vive el 12 de diciembre.

Es notoria una marcada presencia de la Virgen de Guadalupe en el mundo católico por excelencia: América Latina y Europa, además de la influencia de los mexicanos residentes en los Estados Unidos, pero como se mencionó es el carácter de incluyente y de multifuncional del recinto lo que hace que más allá de la religión que se profese el santuario puede responder a ciertas necesidades de personas de lugares donde la religión católica no representa ni una minoría importante.

Esa influencia del Recinto del Tepeyac lleva a las agencias turísticas principalmente en Europa a ofrecerlo como lugar luminoso de México, aun cuando la temática

del viaje no tenga mucha relación con el turismo religioso. Este es el caso de Adriatics Tours y Ketzaltour que tienen como finalidad desplazar a los turistas europeos a los famosos destinos de playa mexicanos (principalmente Cancún y la Riviera Maya) pero ofrecen a clientes la posibilidad de conocer la famosa Basílica de Guadalupe. Además de estas agencias, existen otras que se especializan en turismo religioso dentro y fuera de Europa, y cuando se trata de un lugar religioso importante, fuera de ese continente es indudablemente que la Basílica de Guadalupe es la primera opción a ofrecer.

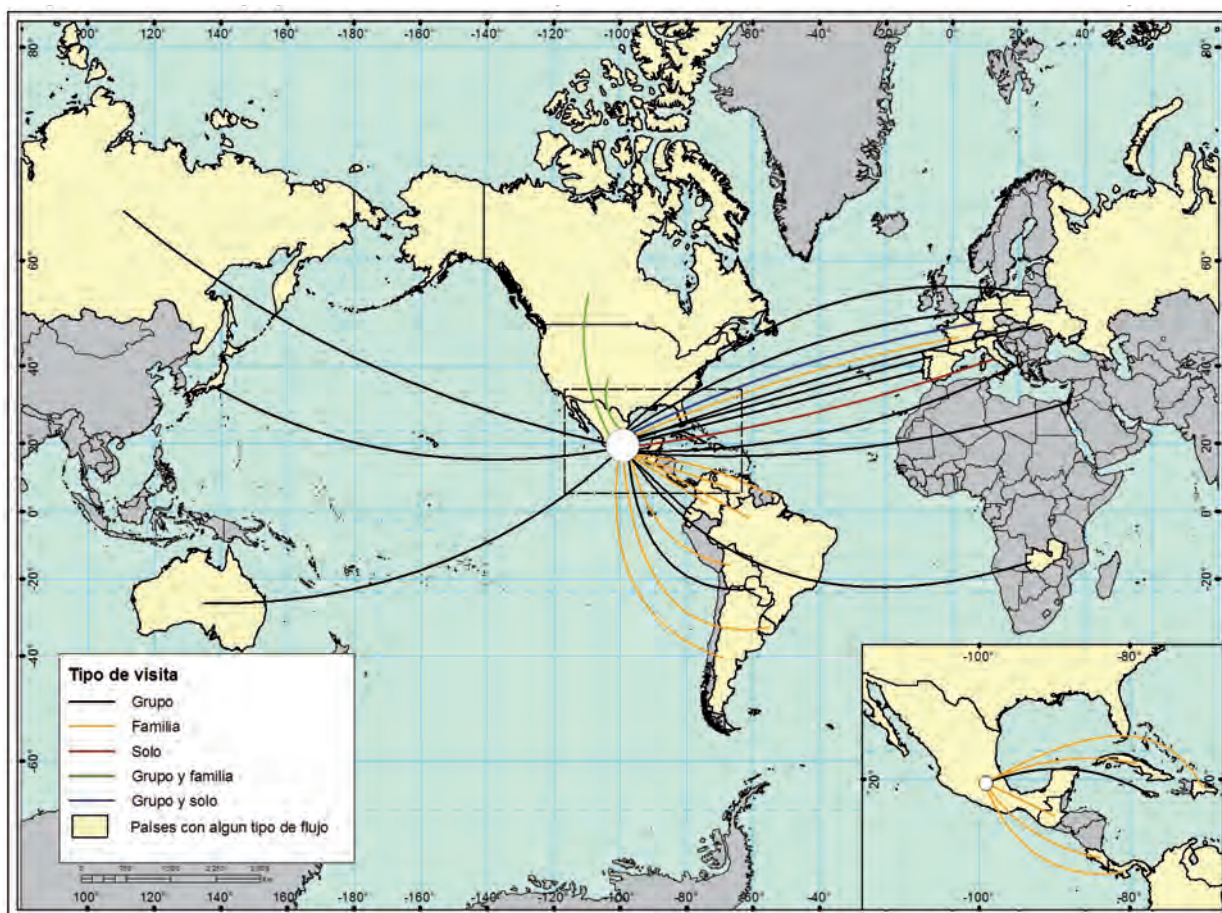


Figura 1. Procedencia geográfica de los visitantes internacionales entrevistados en la Basílica de Guadalupe. Fuente: Trabajo en campo 2010-2012.

La figura 2 muestra un alcance regional que llega a prácticamente todo el territorio, si bien en el trabajo de campo no se encontraron residentes de algunos Estados, en las entrevistas con algunos de los trabajadores administrativos y de la

parte de visitas de la Basílica, se obtuvo la información de que no hay algún estado de la República Mexicana que no cuente con por lo menos 10 peregrinaciones anuales a la Basílica de Guadalupe, entonces, se asevera que el alcance a nivel

nacional es total.

Se observa, como en el caso del mapa a nivel internacional, una mayor presencia de visitantes provenientes de los estados fuertemente católicos, éstos, ubicados al centro del país, y son considerados los bastiones de la Iglesia Católica Mexicana, en los cuales sí existe una competencia (por así llamarla) entre sus espacios sagrados y la Basílica de Guadalupe, pero sólo en términos nacionales; tal es el caso de Jalisco, Guanajuato, Querétaro, Estado de México y Puebla, donde existe una nutrida cantidad de santuarios ampliamente conocidos y venerados, pero que su alcance regional se ve constreñido por el Tepeyac.

Además de esos estados con raíces católicas muy arraigadas, los del sureste, con gran presencia indígena, también sobresalen del resto del país en términos de visitantes en la Basílica, y es este rubro

específico de visitantes, el que le otorga a la Basílica de Guadalupe un aspecto único que la diferencia de otros grandes santuarios a nivel mundial, y es que estos visitantes llegan al sitio sagrado por cuestiones más profundas que la religión, porque más allá de llamar a la imagen como Virgen de Guadalupe la identifican como su madre, como un todo. Lo anterior tiene como base raíces milenarias que sobrepasan esa implantación de la fe católica, son personas que llevan a costas cientos de años de peregrinar.

Es importante apuntar que a pesar de que en todos los estados de la República existe más de una iglesia donde la principal advocación de María que se venera es la Virgen de Guadalupe, los residentes de esos estados prefieren viajar a la Ciudad de México para ver a la Virgen en Tepeyac. Esa cualidad que le otorga la hierofanía al cerro del Tepeyac lo hace el sitio sagrado más importante en el país.

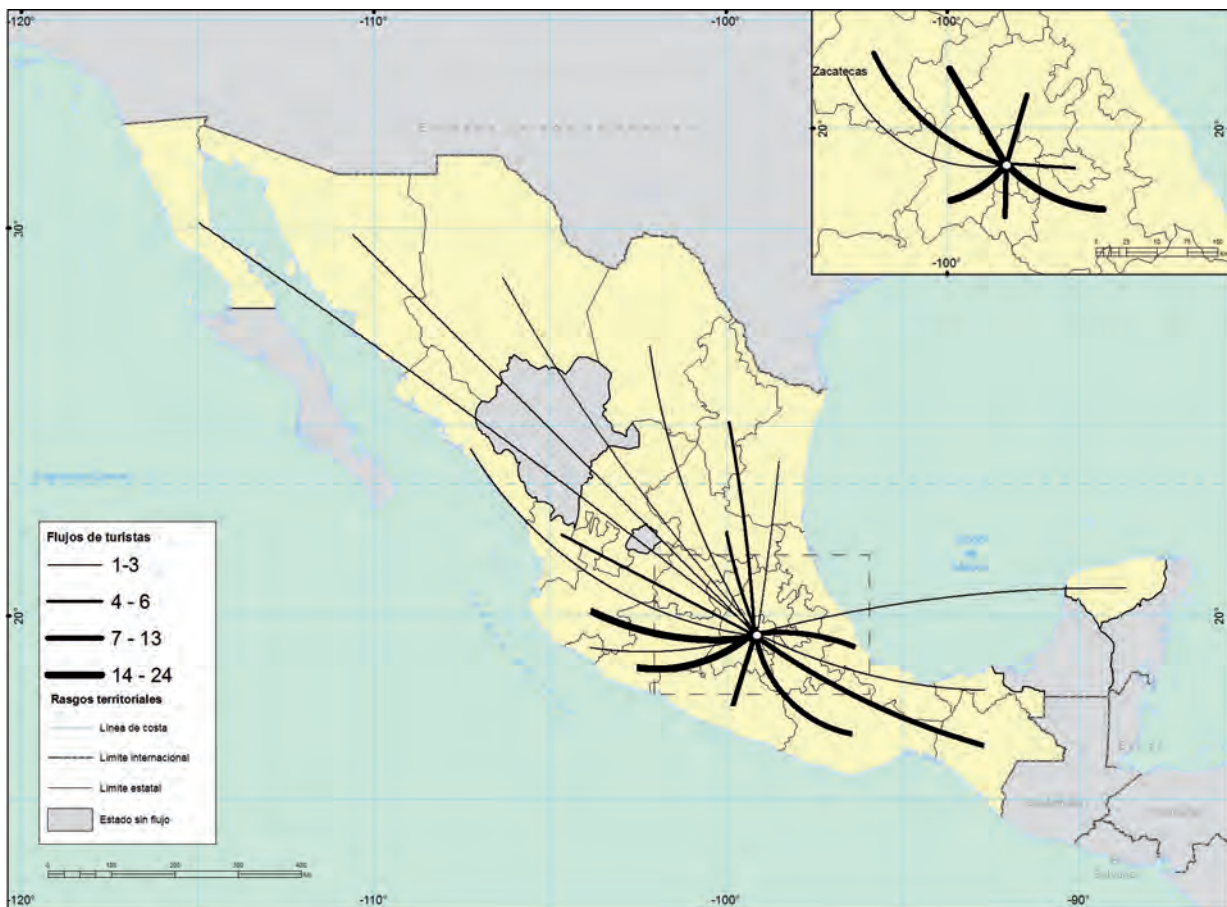


Figura 2. Procedencia geográfica de los visitantes nacionales entrevistados en la Basílica de Guadalupe. Fuente: Trabajo en campo 2010-2012.

4.1 El viaje a la Basílica

Al preguntar si el visitante era parte de una peregrinación, casi el 20% dijo que sí, puede parecer muy bajo el porcentaje y hasta en contra de lo que se vive en días como el 11 y 12 de diciembre pero es importante mencionar que la entrevistas no se llevaron a cabo sólo en esos días, incluso el momento en el cual las peregrinaciones a la Basílica son más abundantes es el día 11 de diciembre ya que todas pretenden estar en el santuario a las 12 am del día 12 para la celebración de las tradicionales mañanitas. Al conocer la anterior, se organizó un plan de entrevistas que abarcara más allá de ese momento emblemático para así poder capturar el fenómeno de una manera más amplia e integral.

Esa manera de obtener un resultado integral del fenómeno llevó a establecer horarios de entrevistas que se organizaron según las fuentes documentales y las entrevistas a personas más cercanas al fenómeno (trabajadores de la Basílica). Como resultado de esa planeación se obtuvo una visión mucho más amplia del fenómeno turístico y no sólo del rubro de peregrinaciones.

Tres momentos son clave en los días 11 y 12 de diciembre, los cuales se corroboraron en 3 diferentes años, 2010, 2011 y 2012, el día 11 de diciembre incluso desde una semana antes del 12 las peregrinaciones aumentan respecto al resto del año, pero el 11 de diciembre se alcanzan hasta 20 o 30 peregrinaciones por hora, a lo largo de la madrugada del 12 continúan pero en menor medida, es después de las 10 am del día 12 que se puede observar la continua afluencia de autobuses de lujo con turistas internacionales que por cuestiones de seguridad las agencias evitan llegar cuando la Basílica está completamente saturada. Aunque indudablemente a lo largo del día 11, llegan turistas internacionales pero se trata de establecer generalidades. Por último, después de misa de 12 pm el día 12 de diciembre es cuando los residentes de la Ciudad de México se aproximan al recinto, según respuestas de los entrevistados, para evitar tanta gente y

llegar después de que se haya limpiado la Basílica y sus alrededores.

Por supuesto que a lo largo de todo el año hay peregrinaciones a la Basílica, pero los meses donde se presenta una mayor afluencia es en diciembre, puede definirse como el mes de temporada alta, octubre y noviembre con fuerte afluencia. Esto porque existe un manual del peregrino que prepara al individuo 40 días antes del 12 de diciembre, lo prepara tanto en aspectos físicos como espirituales, y muchas peregrinaciones para evitar mayores aglomeraciones el día de la celebración mayor se organizan dentro de esos 40 días antes o unas dos semanas antes de esos 40 días. Enero y mayo son meses con un gran número de peregrinaciones, sobresalen del resto de los meses notoriamente. En la Basílica, se tiene registro de las peregrinaciones; en 2008 se habló de más de 2700, pero por cuestiones de confidencialidad (económica) no se tuvo acceso a esos registros, pero en los boletines guadalupanos anteriores al 2009 se mencionan cuáles son las principales peregrinaciones mes a mes, de esa fuente, del manual y de entrevistas con actores principales es que se pueden determinar temporalidades a grandes rasgos en torno a las peregrinaciones.

El dotar de infraestructura al país, en especial de tipo carretero y urbano en el caso de la Ciudad de México, beneficia de manera directa al desarrollo de la actividad turística en la Basílica de Guadalupe, por un lado las peregrinaciones en autobuses, motos, bicicletas y a pie (aunque algunas no se llevan todo el trayecto por carreteras) se favorecen en términos de alcance y disminución del tiempo de trayecto y por el lado turístico el incremento de la infraestructura de transportes beneficia el alcance internacional del sitio, que al emplazarse en una gran ciudad se ve directamente favorecido por toda una serie de modernizaciones e implementaciones que se lleven a cabo en ésta.

Si bien las movilizaciones a pie son el antecedente directo de las peregrinaciones y hoy en día siguen vivas, todo esa infraestructura de transporte tiene como consecuencia que el alcance regional de la Basílica de Guadalupe no se vea reducido a esos recorridos ancestrales sino que con esa modernización se abra paso hacia sitios muy alejados o en ciertos momentos inaccesibles, para así ver incrementado constantemente dicho alcance.

4.2 La mercantilización del recinto y de la imagen

Ahora se identifican los patrones monetarios y de mercantilización de la cultura que se presentan en la visita a la Basílica, ya que como indican las autoridades de la Delegación Gustavo A. Madero y del Distrito Federal, es en este aspecto donde la visita a la Basílica, en comparación con otros sitios dentro de la demarcación, no representa un verdadero foco de crecimiento para la economía en primer lugar de la zona, así como para la Delegación y para la Ciudad en general.

El primer punto en lo que se basa la anterior aseveración, es que, según un estudio efectuado por las autoridades de turismo en el Distrito Federal, un visitante en la Basílica en promedio gasta 15 dólares y el promedio de un visitante en el Distrito Federal es de 125 dólares, cabe mencionar que no se menciona cuáles son los sitios del Distrito Federal que se tomaron en cuenta para el estudio.

Entonces como segundo punto del porqué no representa un foco de crecimiento económico, es la imagen de la zona, que según los que efectuaron el estudio, al identificarla como insegura, sucia y no atractiva, no provoca una derrama importante de dinero.

Por lo anterior, el gobierno del Distrito Federal, con apoyo de la Federación, de la Iglesia Católica y de empresarios implementó el proyecto denominado "Metamorfosis en la Basílica de Guadalupe", que como principal motivo se llevó a cabo para incrementar el gasto de los visitantes en la Basílica, a través

del mejoramiento de las inmediaciones de la misma, la reubicación, en plazas comerciales, de los vendedores ambulantes ubicado en calles y avenidas aledañas, la creación de la Plaza Mariana, inaugurada en el 2011, que presenta aún una incógnita sobre su verdadero uso, incluso al ser Carlos Slim uno de los principales promotores y financiadores del proyecto de la Plaza Mariana. Se afirma que la misma tendrá la capacidad de ofrecer servicios turísticos muy por encima de los que ahora se ofertan, dirigidos única y exclusivamente a los turistas con gran capacidad económica, dejando de lado a los humildes peregrinos; algunos miembros de la Iglesia en la Basílica temen que este sea un motor de segregación y excluyentismo, que va en contra de las raíces incluyentes del recinto guadalupano.

Algunas de las ideas que se plantearon en 2010 para mejorar el entorno de la Basílica y así hacer más amigable la estancia de los visitantes a la misma son que se consideraba la posibilidad de establecer una nueva Unidad de Protección Ciudadana con elementos bilingües que brinden un mejor servicio a los turistas, además de llevar a cabo un Programa de mejoramiento urbano en las calles y arterias aledañas al templo mariano como es el reencarpetado, balizamiento, sustitución de luminarias, poda de árboles y jardineras con el propósito de brindar una buena imagen urbana a todos los visitantes y la instalación de videocámaras de seguridad en puntos estratégicos. Todo lo anterior, en cierta medida, se ha llevado a cabo con una serie de modificaciones pero es innegable que los intentos por mejorar la visita están presentes, pero en torno al comercio ambulante y semiestablecido que rodea a la Basílica, aún se mantienen prácticas con vendedores a quienes se les ha expuesto la necesidad de su reubicación en plazas comerciales que serán habilitadas en las cercanías para que mantengan sus niveles de venta.

Dos cuestiones inconclusas, son que se impulsará el establecimiento de hoteles de primer nivel en las inmediaciones con la intención de que los visitantes no se vean

en la necesidad de trasladarse a avenida Reforma para hospedarse y se promoverán sedes culturales maderenses como el Museo del Ferrocarrilero, ubicado en el exterior de la estación del metro La Villa y el Museo del Panteón del Tepeyac con el objetivo de que los visitantes acudan a estos importantes sitios históricos.

Las autoridades tanto de gobierno como de la Basílica afirman que el gasto del visitante en la Basílica es mínimo, pero en campo y con los resultados obtenidos es perceptible que la mayor ganancia se va para el sector de la informalidad, el cual seguramente no fue tomado en cuenta en el estudio antes mencionado. La Basílica de Guadalupe en su interior cuenta con varios establecimientos enfocados a la venta de recuerdos, que no son los más solicitados, al ser los productos más caros que los que se encuentran en los puestos ambulantes en el exterior de la Basílica. Es claro que acceder a la información financiera de la Basílica es imposible, pero en venta de productos es evidente que no representa una competencia para el sector ambulante. Es por ello que en el proyecto Metamorfosis se busca llevar a la formalidad a este grupo de vendedores, a través de la creación de múltiples plazas comerciales donde éstos pagarán impuestos y su debida donación a la Iglesia, esto con el único fin de obtener algún beneficio de las altas ventas que hoy en día presenta el sector de la informalidad en los alrededores de la Basílica.

En el rubro de la mercantilización de la imagen utilizado en la entrevista, sumado a la experiencia en campo y a las entrevistas con actores clave, busca presentar las consecuencias a nivel personal e institucional que causa la utilización de la imagen de la Virgen de Guadalupe en distintos productos, puede ser parte de una nueva evangelización, que se lleva a cabo a través de los medios que brindan las nuevas tecnologías, porque es preciso apuntar que si bien el catolicismo es la principal religión en México por número de creyentes, son pocos los que conviven día a día con

los preceptos de la misma y además en términos porcentuales presenta un descenso a nivel nacional causado principalmente por el surgimiento o resurgimiento de otros credos.

La utilización de la imagen puede corresponder a una nueva evangelización, que busca llegar a los niños y jóvenes, así como a los sectores más vulnerables. Pero es esta mercantilización la que causa grandes conflictos a los creyentes, que más allá de ver este proceso como una forma de extender la influencia del guadalupanismo lo identifican como una burla y una falta de respeto a las raíces del mismo; a continuación se presentan los resultados de las preguntas concernientes al tema:

El primer punto fue identificar los productos con la imagen de la Virgen de Guadalupe que los entrevistados conocían, las respuestas más mencionadas fueron: medallas, cuadros, estampas, llaveros, dulces, productos escolares como plumas, cuadernos, libretas, lápices y colores, colchas, posters, tazas, veladoras, playeras, camisetas, respuestas inesperadas como cosméticos y servilletas, resulta verdaderamente impresionante conocer el número de productos con la imagen de la Virgen que hoy se pueden encontrar en el mercado.

Un medio importante del cual se han valido para difundir la imagen es la televisión, donde a través de comerciales, programas especiales, programas diarios y canales con tintes católicos como MaríaVisión, entre otros, el televidente difícilmente escapa a la aparición en la pantalla de la imagen de Santa María de Guadalupe, no importando si sólo se cuenta con televisión nacional o se tiene televisión de paga.

Para cerrar este apartado se integraron los aspectos anteriores y se solicitó la opinión del entrevistado sobre el uso de la imagen de la Virgen de Guadalupe en productos y medios de comunicación, las siguientes posturas que conjuntan las opiniones de todos los entrevistados:

Una postura neutral, donde el uso de la imagen en toda una serie de productos comerciales se considera ajena a la persona, que considera decisión propia acceder a ellos o simplemente no interpretan como trascendental en el fenómeno del guadalupanismo la mercantilización de la imagen.

Otra es a favor con ciertas reservas, se trata de personas que consideran positivos los productos y programas pero identifican que en algunos casos, de productos muy específicos, el límite del respeto hacia la imagen está muy próximo a romperse, en particular se refirieron a la caricaturización que se hace de la misma. Se refieren a puntos que benefician la aproximación a la religión por medio de la mercantilización y mediatización, en específico cuando se trata de niños y jóvenes.

La postura que se identifica totalmente a favor, refieren que ese uso responde a las necesidades del mundo actual, indican que la religión católica al hacerse de estos medios extiende y lleva a lugares impensados los valores y preceptos del catolicismo y/o el guadalupanismo.

Por último, está la postura totalmente en contra del uso de la imagen para fines comerciales, se afirma estar ante un hecho que rompe con los preceptos establecidos por la Iglesia, que distorsiona los valores guadalupanos, para ellos se trata de una prostitución de la Virgen de Guadalupe y todo el contexto que la rodea. Es importante apuntar que en esta postura no sólo se incluyen aquellas personas que directamente están relacionados con la Iglesia, aquí recaen opiniones desde del peregrino con una recurrencia importante hasta el visitante primerizo.

4.3 Motivaciones de la visita

Uno de los puntos estructurales para la concreción de una tipología del visitante son las motivaciones de la visita (Figura 3), a continuación se presenta, por cada motivo en particular, la serie de especificidades y aclaraciones para delinear el patrón que posteriormente determinará, en comunión con otros

aspectos, el lugar que cada entrevistado ocupará en la tipología propuesta.

Pedir un favor. Fue la motivación más mencionada por los entrevistados, la gama de favores es muy amplia, desde solicitar algo referido a aspectos económicos hasta aspectos personales como encontrar pareja. Existe en el interior de la Basílica una serie de cuadernillos donde las personas anotan tanto las favores pedidos como los concedidos, dichos cuadernillos se cambian constantemente y no se tiene acceso a ellos.

Dar gracias. En un porcentaje muy similar al anterior y juntos corresponden a más del 50% de las motivaciones, en particular, ambos presentan la fortaleza de este tipo de turismo, ya que tanto en época de bonanza como en época mala, este tipo de recintos, sitios sagrados, son foco de atracción de viajeros, lo anterior sumado con la fe de las personas hace pensar que difícilmente se encontrará una fecha de caducidad para la actividad turística en estos sitios, en especial en la Basílica de Guadalupe.

Los motivos que impulsan a las personas a dar gracias son igualmente amplios como los pedimentos, algunos, principalmente los relacionados con aspectos de salud se situaron en otro apartado por compartir una serie de características que los diferencia de los que forman parte de éste.

Conocer. Motivo principal de los turistas internacionales y de los jóvenes menores a 25 años, y representa el principal mercado para el cual están destinadas todas las modificaciones en el recinto y sus alrededores, si bien, como se observa esta motivación representa menos del 20% de los visitantes entrevistados, es importante destacar que al igual que los peregrinos, estos se acompañan de grupos nutridos de personas que en conjunto serán los promotores del sitio en su lugar de residencia.

Salud. En esta motivación se incluyen los siguientes puntos, el visitar la Basílica para pedir o dar gracias por alguna cuestión relacionada con la salud de

los entrevistados y/o familiares, pero el aspecto más relevante en este punto es que algunos de los entrevistados en la Basílica provienen de algún hospital de la Ciudad de México, principalmente del Hospital Siglo XXI, donde se tenía algún familiar recibiendo la atención médica. Además, estas personas no se encontraban en su lugar de residencia y por motivos de falta de infraestructura médica en los mismos se ven en la necesidad de desplazarse a la Ciudad. Es claro que se está ante las consecuencias de la centralización de los servicios médicos de alta especialidad, un factor que provoca que las personas acudan a la Basílica de Guadalupe, no porque se haya planeado un viaje o una peregrinación, sino que para ellos la visita es una necesidad ante su problemática, o bien puede observarse como la única visita turística en la Ciudad que se puede realizar mientras su familiar recibe la atención requerida.

Jurar. Es importante mencionar que al interior del recinto guadalupano existe la Capilla de los Juramentos. Aunque no es conocida por todos, se trata de un lugar al que las personas acuden para adquirir una imagen de la Virgen, dejar alguna ofrenda o ninguna de las anteriores, con el propósito de "jurar", ya sea temporal o permanente, que no tomarán, beberán alcohol, consumirán drogas o se harán

de algunos alimentos y/o bebidas. No es necesario que las personas acudan a la Capilla especializada, ya que algunos de los entrevistados harán su juramente en la Nueva Basílica.

Festejar el día de la Aparición. Era de esperar que al realizar la mayoría de la entrevistas los días 11 y 12 de diciembre esta motivación apareciera, son principalmente los peregrinos los que asisten a la Basílica sólo para festejar y para ellos es una **Tradición**, otra de las motivaciones en la figura y que conviene incluirla en este rubro, quizá la mayoría de las personas que llegan a la Basílica los días mencionados, de cierta manera tienen como motivación conmemorar la Aparición, pero no es la motivación principal, o al menos no se refirió como tal.

Caminar/andar en bicicleta. Es más que relevante esta motivación, ya que a la postre, esta motivación conformará un tipo específico de visitante en la tipología propuesta en esta investigación. Se trata de visitantes que se prepararon físicamente para realizar el recorrido y no se viaja por motivos religiosos, simplemente se lleva a cabo el trayecto como una meta de esfuerzo físico, más adelante se precisarán las características de este actor.

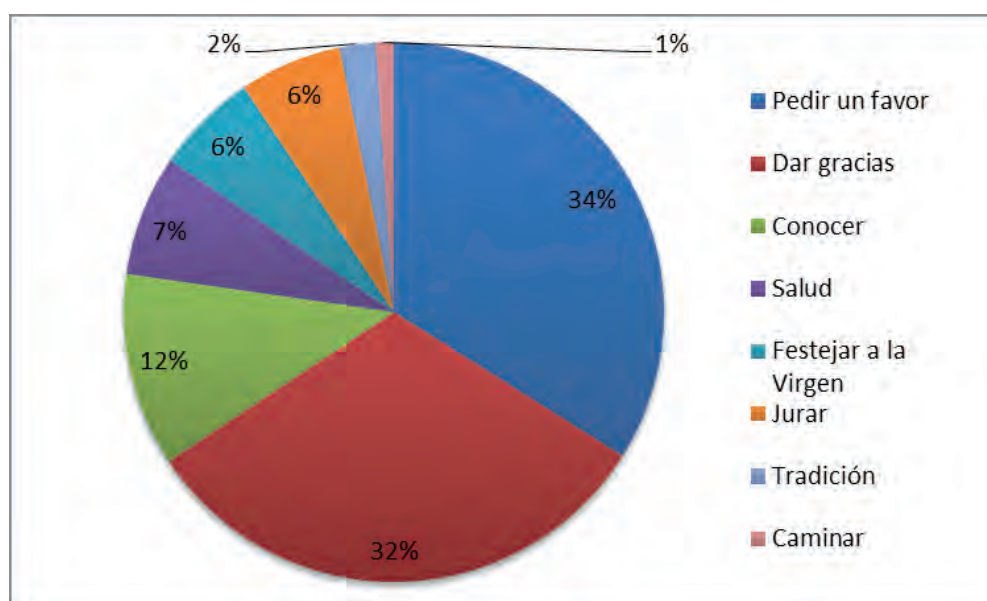


Figura 3. Motivación de la visita a la Basílica de Guadalupe. Fuente: Trabajo en campo 2010-2012.

5. Tipología del visitante en la Basílica de Santa María de Guadalupe

La tipología siguiente es uno de los resultados finales de la presente investigación, se basa fundamentalmente en los resultados de trabajo en campo, de las entrevistas, pero es innegable que la investigación documental, las entrevistas a actores claves y la experiencia personal, son pilares para la construcción y determinación de los perfiles.

La tipología resultante de esta investigación representa un caso particular pero al tratarse del sitio religioso más visitado a nivel mundial puede ser considerada para identificar la tipología de los visitantes en otros lugares sagrados.

1. Peregrino con raíces autóctonas. Se refiere al peregrino en lugares sagrados cuyo culto de origen no corresponde al cristianismo; identifican al sitio como sagrado y adoran los símbolos de la imagen, en este caso de la Virgen de Guadalupe, desde una teología indígena más que católica. A lo largo del viaje hacia la Basílica y en ella expresan su devoción en forma de tradiciones precolombinas, como danzas, cánticos y rezos en lengua indígena. Se refieren a la Virgen de Guadalupe como su Madre, en ellos el concepto de Tonantzin, de fertilidad y origen de todo, es el impulso primario para emprender el viaje. Provenientes de los estados de

Puebla, Michoacán, Oaxaca y Chiapas, en una mayor proporción, y del Estado de México y Tlaxcala, en un menor número, este tipo de visitantes en la Basílica de Guadalupe presentan un alcance regional muy localizado en las dos zonas anteriores.

2. Peregrino católico. Se refiere al visitante en peregrinación, organizado por las diversas diócesis y parroquias del territorio nacional, el viaje lugar de residencia-Basílica es tan importante como la estancia en la misma, a lo largo del recorrido llevan a cabo penitencias, cantos y alabanzas, pero

fundamentalmente rezos. La diferencia respecto al grupo anterior es que, los peregrinos católicos a la Basílica de Guadalupe tienen como fundamento y origen de las peregrinaciones, el mito guadalupano. Este tipo de visitante presenta un alcance regional a nivel nacional, que tiene en el centro-occidente del país el núcleo más dinámico, debido al fuerte arraigo de la religión católica en los estados de Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Michoacán y el Estado de México,

3. Peregrino en grupos de sectores específicos. Si bien no responde como tal al significado de peregrinación, en el sentido estrictamente religioso, ellos se denominan peregrinos; corresponde a grupos organizados de algún sector económico o social específico que previa planeación o tradición emprenden el viaje al sitio sagrado. Refieren a la Virgen de Guadalupe como su principal devoción religiosa pero no se identifican del todo con los preceptos de la religión católica, para este grupo, el recorrido a la Basílica no es equiparable en importancia con la estancia en el sitio, y a menos que la distancia entre el lugar de origen del viaje y la Basílica sea relativamente corta preferirán caminar, como es el general la forma de llegada de los dos grupos anteriores, pero se desplazan primordialmente en camiones o camionetas. El alcance regional de estos visitantes responde a un alcance regional focalizado en el centro del país, específicamente a tres estados, Hidalgo, Estado de México y Distrito Federal, pero a lo largo del año hay presencia y registro de grupos que "peregrinan" a la Basílica de Guadalupe, de estados del Norte y Occidente del país.

4. Turista por obligación o necesidad. Se refiere al turista que por manda, como respuesta a una promesa, viaja hacia la Basílica de Guadalupe, también se incluyen aquellos que como muestra de agradecimiento, por un favor cumplido realizan el viaje, al igual que las personas que viajan al santuario para que se les cumpla una petición. Este grupo es

creyente de la Virgen y de la religión católica, pero el viaje no responde a una tradición específica, además, presentan un alcance regional de carácter internacional, si bien en México es donde la

devoción a la Virgen de Guadalupe presenta una mayor intensidad, como para creer que la advocación les concedió algún favor o podría cumplirlo, la imagen es tan reconocida y admirada en el mundo, que hay fieles dispuestos a viajar a México como muestra de gratitud o como último recurso para la reparación de un mal.

5. Turideportista. Se refiere a aquellos turistas que identifican el viaje, desde su lugar de residencia a la Basílica, como un reto físico, creyentes o no, deciden emprender el viaje, a pie o en bicicleta, con la única finalidad de vivir la experiencia y alcanzar la meta propuesta: la llegada a la Basílica de Guadalupe. Este tipo de visitantes no presenta un patrón territorial definido como para aseverar un alcance regional, en campo se presentan como una minoría en crecimiento proveniente desde cualquier punto del país, pero en gabinete se identifican grandes recorridos ciclistas provenientes de México, Estados Unidos y Centroamérica.

6. Turista circunstancial. Se refiere al turista que durante su estancia en la Ciudad de México se ve atraído por los recursos turísticos que ofrece la Basílica aunque en su itinerario, pudo o no, estar considerada la visita. En este grupo se identifican diversos niveles de catolicismo y ateísmo. Este rubro de la tipología no presenta un patrón territorial específico, representan el sector más pequeño de los entrevistados y los 6 casos provienen de México, Europa y Suramérica.

7. Turista religioso. Se refiere al turista que si tiene comprendida, en su itinerario de viaje, la visita a la Basílica de Guadalupe, se refiere a sí mismo como católico y devoto de la Virgen de Guadalupe, pero en este caso el recorrido de su lugar de residencia a la Basílica

es irrelevante, frente a la estancia en el sitio y al disfrute del equipamiento y servicios provistos en la misma. La visita a la Basílica de Guadalupe no es la única razón por la que se emprende el viaje, pero si es una de las principales. Los visitantes pertenecientes a este apartado de la tipología responden a un alcance regional de carácter internacional, con presencia en los 5 continentes del mundo.

8. Turista secular. Se refiere al turista no religioso o con un bajo grado de catolicismo, que visita la Basílica de Guadalupe con fines meramente de observación del fenómeno guadalupano y de apreciación del Patrimonio Cultural del Recinto. Todas las nuevas implementaciones, en términos de tecnología, infraestructura y servicios en la Basílica se enfocan principalmente a satisfacer las necesidades de este perfil del visitante, ya que en los casos anteriores lo que mueve y satisface, en mayor o menor medida, la visita es cuestión de fe, en este caso es cuestión disfrute e incremento del acervo cultural. Su alcance regional es de carácter nacional e internacional, y responde a un patrón territorial específico, estos visitantes residen en países con altos índices de educación y desarrollo, para el caso de los visitantes nacionales también se identifica el mismo patrón, se trata de habitantes de los estados de la República con un menor rezago educativo.

Conclusiones

Se identifica al turismo religioso como un sector dentro del turismo cultural, lo cierto es que el turismo religioso puede y debe consolidarse como un sector de la actividad turística, no como subrama de un sector, el significado mismo de turismo refiere al desplazamiento de personas y hoy el turismo religioso desplaza a más de 300 millones de personas año con año, restarle importancia es negar el concepto de turismo.

Entonces, se define al turismo religioso como el desplazamiento del lugar de

residencia a un sitio sagrado, motivado por la satisfacción de una necesidad, que no sólo concierne a lo religioso sino a un espectro multifactorial. Si bien la esencia religiosa del sitio se identifica como el principal recurso turístico, es la riqueza patrimonial en comunión con la dotación de equipamiento e infraestructura, con al añadido de la creación de necesidades por parte del mercado, lo que lleva a los santuarios a convertirse, sin perder su origen sagrado, en importantes núcleos turísticos de carácter internacional.

En la Basílica de Guadalupe convive lo religioso con lo secular, interactúan pasado y presente y si se observa escrupulosamente se perfila el futuro de una no tan nueva tendencia del turismo mundial, en el santuario se respira el origen de la actividad turística y se realiza modernidad pero más allá de lo económico, social o cultural, en los sitios sagrados como la Basílica de Guadalupe se aprecia y se vive lo humano, en el más amplio y nutrido concepto del adjetivo.

Para el caso de la Basílica de Guadalupe, desaparecida la imagen de la fertilidad, Tonantzin, la denominada "Madre de los mexicanos", la advocación de María en el Nuevo Mundo, Santa María de Guadalupe, transforma el mito y se convierte en el estandarte de la más grande conquista espiritual de todos los tiempos y, ese mito prevalecerá en los creyentes aun con la existencia de ésta y de otras investigaciones.

En la Basílica se trata de un turismo con alcance internacional y en constante crecimiento, aspectos que posicionan a la Basílica de Guadalupe, como el sitio sagrado más visitado a nivel mundial, identificar que ese privilegiado lugar se debe a su carácter incluyente, el cual fue demostrado con los resultados del trabajo en campo, al identificar una amplia gama del perfil del visitante.

Como consecuencia de lo anterior, la imagen de la Virgen de Guadalupe se consolida como la principal advocación de María en el ámbito católico, que si bien es considerada como la gran conquistadora

espiritual de todos los tiempos, en la actualidad es blanco de una fuerte mercantilización en busca de recuperar los feligreses perdidos por efecto de las nuevas religiones o de la reinención de algunas devociones, pero el punto nodal de esa mercantilización busca y consigue penetrar en las nuevas generaciones que se identifican como la directriz de la neoconquista espiritual, quizá el último intento de la Iglesia católica para preservar a México como su baluarte insigne.

Se observa que ese alcance no sólo responde a condiciones espirituales y religiosas, existe una necesidad de ciertas personas, interesadas por lo cultural y con solvencia económica, por viajar hacia lugares que rompan con los estereotipos, lugares que incrementen su acervo cultural y/o sólo le otorguen cierto status, se habla de turismo religioso, como una de las nuevas tendencias del turismo posmoderno, y la Basílica de Guadalupe se erige como una digna y eficaz representante en esta nueva etapa del turismo mundial y que al nutrirse de una amplia gama de visitantes, de reflejar su característica de incluyente, en una tipología con perfiles tan variados y en algunos casos antagónicos, se presenta como el principal santuario a nivel mundial por el número de visitantes, el sitio insigne de la religiosidad popular mexicana y un caso único donde se une lo indígena con lo católico, la peregrinación con el turismo, se trata de un fenómeno complejo que reviste y constituye un baluarte para el pasado, presente y futuro de México.

Bibliografía

Caballero, C. (1999), *El lado oculto de la Guadalupeana*, Ediciones DABAR, México.

Capistrán, R. (1957), *La Virgen que forjó una patria*, Atisbos, México.

Feans, M. (1976), *Santa María. Nuestra Señora de las Américas*, Timothy Cardinal Manning, E.U.A.

García Icazbalceta, J. (1896), *Carta acerca del origen de la Imagen de Nuestra Señora de Guadalupe*, El Universal, México.

GDF (2010), *Metamorfosis*, Delegación Gustavo A. Madero, Gobierno del Distrito Federal, México.

Gutiérrez, A. (1996), *El origen del Guadalupanismo*, Edamex, México.

Perea, F. (1981), *450 años a la sombra del Tepeyac*, Universo México, México.

Rinschede, G. (1992), "Forms of religious tourism", *Annals of Tourism Research*, Núm. 19, pp. 51-67.

Río, E. del (1996), *El mito guadalupano*, Grijalva, México.

Rivera, H. (1998), *Presencia de Santa María de Guadalupe en el Pueblo Mexicano*, Progreso, México.

Romero, J. (1945), *Nuestra Señora de Guadalupe. Breve historia de su culto*, Basílica de Santa María de Guadalupe, México.

Sánchez, R. (1983), *La Virgen en la Calle*, Alba, México.



Carlos Saíd Martínez Fuentes junto a varios asistentes en el Centro Universitario de los Altos.

El pulso comercial en una hierópolis mexicana: San Juan de los Lagos, Jalisco.

José Juan Puebla Rodríguez

Maestrante en el posgrado de geografía, UNAM

Cel. 5511510558

Juan_chepe9195@yahoo.com.mx

Introducción

Rosendahl (1999) indica que una de las principales líneas interpretativas sobre el origen de las ciudades considera que los espacios urbanos surgieron en estrecha relación con el espacio sagrado representado en forma concreta por el templo, ya que este tuvo siempre un lugar central en los antiguos centros de población. Actualmente las funciones de una ciudad son diversas, entre ellas se pueden contar la industrial y/o la administrativa, entre otras, mientras que la función religiosa puede ser complementaria a ellas o llegar a ser una función predominante al extenderse sobre un espacio de carácter sagrado. Las ciudades con función predominantemente religiosa son definidas por Rosendahl como "ciudad-santuario" o "hierópolis".

En México podemos considerar como hierópolis a aquellas ciudades o poblaciones en las que lo sagrado imprime un carácter predominante a la estructura urbana, en ellas el resto de las funciones económico-administrativas se encuentran en estrecha relación con la actividad religiosa que se desarrolla en torno al lugar sagrado o santuario, este es el caso de la ciudad de San Juan de los Lagos localizada en la región de Los Altos al noreste del estado de Jalisco.

La imagen de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos ha motivado un importante magnetismo espiritual principalmente en las entidades del centro de México, esto ha generado importantes flujos de visitantes a su santuario y el desarrollo de un pujante comercio y servicios de hospedaje y restauración para satisfacer la demanda y requerimientos de los visitantes.

El área comercial y de servicios en San Juan de los Lagos tiene una estrecha relación con las vías de acceso de los visitantes al santuario, el tipo de artículos a la venta responden a lo demandado por ellos, mientras que el incremento temporal en el transcurso del año se debe a las temporadas de alta o baja en los flujos del turismo religioso lo que produce un pulso constante en la extensión y volumen del

mismo dentro de la hierópolis.

El objetivo del presente es mostrar la relación del pulso, aumento-decremento espacio-temporal, del comercio y los servicios desarrollados en San Juan de los Lagos con la actividad religiosa del santuario para confirmar a esta ciudad como una hierópolis católica de México.

El presente se divide en tres secciones, la primera de ellas permite contextualizar de manera teórica una hierópolis y cómo ésta es generadora de un espacio económico, comercial y de servicios, relacionados estrechamente con su santuario.

La segunda parte expone la relación espacio-temporal del comercio y los servicios en la hierópolis de San Juan de los Lagos con su santuario, la clasificación de dichos espacios de acuerdo con el tipo de consumidores a quienes van dirigidos, así como la dilatación o contracción espacial de los mismos en relación con el ciclo anual del tiempo sagrado y profano en la hierópolis.

La tercera sección propone a manera de conclusión los alcances del presente y algunas sugerencias a tomarse en cuenta en los análisis espaciales del turismo religioso en las hierópolis mexicanas.

Generación del espacio sagrado y profano en una hierópolis

Desde la perspectiva religiosa el espacio se construye a partir de lo sagrado generando dos espacios diferenciados, uno con carácter sagrado y otro de carácter profano. El primero es determinado a partir del "centro cósmico" manifestado por una materialidad a la que se le atribuye un gran valor simbólico, el espacio profano contiguo al espacio sagrado es caracterizado por elementos que no poseen sacralidad (Lobato et al, 2003) pero que están en función del primero.

La materialización del "centro cósmico" puede ser el altar doméstico en una vivienda o el templo de la comunidad, pero cuando este "centro cósmico"

alcanza una mayor difusión se origina un centro religioso o santuario. El santuario es reverenciado como un lugar sagrado señalado por la presencia de una hierofanía o manifestación divina (Eliade, 1967) que puede estar representada por objetos sacros como imágenes o reliquias y sobre el cual, por regla general, se levanta un templo. La población de fieles o devotos que lo reconocen como tal puede extenderse desde una escala local o regional hasta una internacional, mismos que lo consideran entre sus prácticas rituales como destino de peregrinación (Rosendahl, 1996; Sampedro 2000; Velasco, 2003; William A. citado en Puebla 2008).

En torno al santuario se genera un espacio profano que incluye la organización territorial de todas las actividades comunes de la población que no forman parte de la idea de lo sagrado y que pueden estar ligadas o no con el centro religioso, entre ellas podemos enumerar las actividades de habitación, producción, recreación y descanso (figura 1).



Figura 1 Delimitación del espacio sagrado y profano por la actividad religiosa en torno a un santuario.
Fuente: elaboración del autor.

Dentro de las subdivisiones que pueden realizarse al espacio profano (Lobato et al, 2003) se distingue el directamente vinculado al espacio sagrado y que corresponde a aquel en el que se desarrollan las actividades comerciales y de servicios generadas por la demanda de uno de los principales agentes modeladores del espacio en las hierópolis: el peregrino.

En la organización espacial de las ciudades-santuario se encuentra

frecuentemente, un comercio anexo al lugar de la actividad religiosa, aquella de objetos de devoción del peregrino. Se encuentran también restaurantes, farmacias y comercio de artículos no religiosos. La presencia de esas actividades cualifica el espacio profano de las ciudades-santuario. A cada flujo concentrado de peregrinos, ya sea semanal, mensual o anual, la vida urbana es ampliada o recreada en las ciudades-santuario (Rosendahl, 1999:26).

Cabe aclarar que de acuerdo con las teorías urbanas de localización del comercio al interior de una ciudad, todas intentan explicar su distribución a partir de la importancia de la accesibilidad y la competencia en la localización (Berry, 1963; Garner, 1966; Davis, 1972, citados en Fernández 1992). Sin embargo, en caso de que un santuario con fuerte magnetismo espiritual se localice al interior de una ciudad, ésta última modificará los patrones comerciales comunes por la presencia, sobre todo, de la concentración comercial de artículos religiosos y de objetos demandados por peregrinos y visitantes del santuario, este tipo de comercio, el de artículos religiosos, surge en función del deseo de conservar una reliquia del lugar sagrado que ha sido objeto de peregrinación:

Y antes de abandonar el lugar santo, el peregrino se preocupará de llevar alguna cosa de su santidad, de procurarse una reliquia, o al menos un objeto que haya tocado una reliquia. No se puede subestimar el alcance de la peregrinación antigua sobre este punto, porque numerosos peregrinos emprendieron su viaje nada más que con esta finalidad. Los emperadores o los príncipes de Occidente y por supuesto los obispos o los superiores de monasterios de todas las regiones no cesaron de enviar emisarios a Oriente para que trajesen reliquias Aunque la mayor parte de los visitantes debían contentarse con reliquias modestas, reliquias secundarias obtenidas por contacto con la reliquia auténtica, que se las llamará a menudo "eulogias" (bendiciones). La similitud de

tales eulogias con los “souvenirs” del moderno turismo son lo suficientemente elocuentes de la continuidad existente entre la peregrinación antigua y los viajes turísticos actuales como para insistir en ello. (Esteve, 2009:9)

En cuanto a las empresas de servicios, es reconocido que estas se localizan en lugares simbólicos y de prestigio de la ciudad, como garantía de solidez (Fernández, 1992); sin embargo, en las hierópolis con santuarios muy visitados, presentan una concentración de servicios de hospedaje y restauración en torno al espacio sagrado, con una mayor relación al sector turístico que los servicios comunes presentes en cualquier ciudad. En este contexto las hierópolis responden a un patrón comercial de ciudades turísticas:

Los cambios que la actividad turística genera en la estructura urbana de un centro turístico, dependen de factores como el contexto regional en el que tiene lugar la actividad, del volumen de visitantes y de las relaciones que se establecen entre los visitantes y la población residente, así como del tipo de consumo que los visitantes realizan y el tipo de bienes y servicios que demandan de la ciudad receptora. Entre los posibles cambios efectuados por esta actividad, se encuentra el establecimiento de un mayor número de establecimientos de hospedaje y restauración, como restaurantes, hoteles, clubes y similares, además de que hay modificaciones en las casas particulares que se dedican a albergar a turistas. Estas modificaciones no solo afectan la estructura física urbana sino también el comportamiento de sus habitantes entre los que se generan cambios conductuales que incluyen también el aspecto sociolaboral, surge entonces una demanda de nuevos empleos para satisfacer los requerimientos de los turistas, mientras que en cuanto al comercio se presenta una modificación de la oferta de artículos a la venta, acorde con el nuevo mercado. De esta forma los movimientos de turistas y su localización en la ciudad, pueden

generar cambios en las características ocupacionales y profesionales de sus habitantes originarios. (Matute, 2006:71-73).

De esta forma, la actividad turística tiene un papel relevante como elemento estructurador en la producción del espacio por su localización preferencial y su carácter segregativo con respecto a otras actividades (Hiernaux, 1989), sin embargo, para su mejor caracterización, deberá tomarse en cuenta el papel del turismo con respecto al resto de las actividades económicas desarrolladas en la ciudad y el peso que cada una de ellas presenta en la estructuración del espacio urbano.

El espacio sagrado y profano en la hierópolis de San Juan de los Lagos

El magnetismo generado por la imagen de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos y su influencia en la organización espacial en su ciudad de asiento, de donde toma su nombre (San Juan de los Lagos, Jalisco), y de acuerdo con la perspectiva propuesta por Rosendahl (1996), ésta puede considerarse como una hierópolis debido a que las actividades sociales, económicas y culturales desarrolladas en ella están en función de lo sagrado como ha sido expuesto por Puebla (2008).

El espacio sagrado de la hierópolis de San Juan de los Lagos se puede dividir en dos zonas de importancia turístico-religiosa. La primera de ellas, con mayor importancia desde el punto de vista del turismo religioso, corresponde al espacio conformado por el santuario y los lugares relacionados estrechamente con él, aquí se incluyen la Basílica-catedral de Nuestra Señora de San Juan (figura 2 y 3), el Templo del Hospital y el Primer Pocito (figura 4) así como el Templo del Pocito (figura 5) y la parroquia de San Juan Bautista (figuras 6), estos lugares se encuentran unidos por medio de los accesos utilizados por los peregrinos desde sus puntos de llegada, especialmente las calles que parten hacia el santuario desde la central de autobuses, los

estacionamientos públicos que bordean la carretera federal y el albergue, este último también cuenta con su propio estacionamiento. Este espacio es fuerte y distintivo, es el espacio que estructura todas las actividades económicas relacionadas con lo religioso.



Figura 2: Al centro imagen de Nuestra Señora de San Juan. Interior de la Basílica-Catedral de San Juan de los Lagos, Jalisco.



Figura 3: Fachada principal de la Basílica-Catedral de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos.

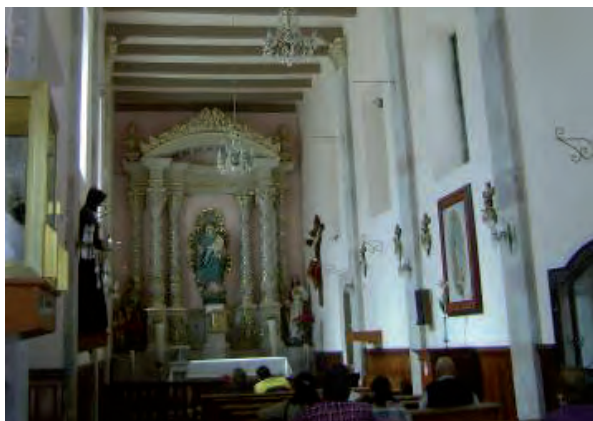


Figura 4: Interior del Templo del Hospital y Primer Pocito.



Figura 5: Atrio y Templo del Pocito.



Figura 6: Entrada del templo parroquial de San Juan Bautista.

La segunda zona, menos importante desde el punto de vista del turismo religioso, es aquella conformado por los puntos sagrados locales y que no son tomados en cuenta por los peregrinos al santuario, estos son principalmente los templos (parroquias y capillas) en torno a los que se estructuran los territorios eclesiásticos de la hierópolis, entre ellos se incluye el templete construido para la visita del papa Juan Pablo II a esta ciudad en 1990.

El santuario o Basílica-catedral de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos es el punto central del espacio sagrado y de las actividades religiosas realizadas por peregrinos y visitantes a la hierópolis. El magnetismo generado por él sobre los fieles y turistas culturales genera afluencia constante de visitantes, convirtiéndolo en un foco de atracción potente a escala nacional. Pero la afluencia de visitantes genera también una demanda de servicios y comercio no comunes para las ciudades

que comparten situaciones geográfico-históricas similares a San Juan pero que no albergan a un santuario como ella. Esto genera un espacio económico de gran dinamismo que depende directamente de la fuerza de atracción del santuario, mismo que se sitúa en el que es considerado como el espacio profano de la hierópolis.

El espacio profano bordea completamente al espacio sagrado de la hierópolis, en él se pueden distinguir tres secciones: el espacio económico relacionado directamente con las actividades religiosas del santuario, el espacio económico relacionado indirectamente con las actividades religiosas del santuario y directamente con el tránsito de viajeros que cruzan por la hierópolis, y en tercer lugar, el espacio destinado al resto de las actividades económicas y de residencia propios de la población que conforma la hierópolis.

De esta manera, bordeando los accesos y el espacio sagrado del santuario se extiende el espacio económico: comercial y de servicios, que atiende a los visitantes de la hierópolis. Este espacio cuenta con pulsaciones que lo dilatan o contraen de acuerdo con el tiempo sagrado y aquellos momentos de mayor o menor afluencia de visitantes al santuario.

El santuario se configura como el núcleo integrador de un espacio sagrado que incorpora y estructura un espacio profano en el cual se genera una capa económica posibilitada gracias a los visitantes (figura 7).

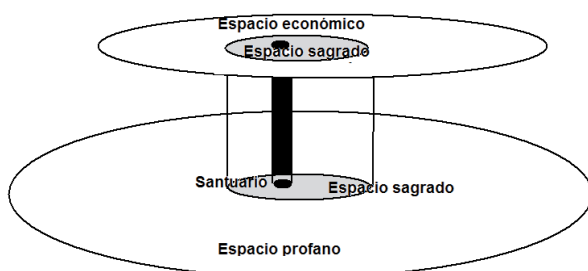


Figura 7: El santuario como punto de convergencia entre los espacios sagrado, profano y económico.
Fuente: elaboración del autor.

El tiempo sagrado y su influencia en el pulso comercial de la hierópolis de San Juan

En cuanto al espacio sagrado, este solo es posible unido a la existencia de un tiempo sagrado. Al igual que la ciencia geográfica requiere del espacio-tiempo para realizar una descripción, interpretación y comprensión de un hecho o proceso espacial, la geografía de lo sagrado requiere de la incorporación del tiempo sagrado (Velasco, 2003) como eje simultáneo al espacio sagrado, ambos componentes harán posible el entendimiento de la relación Dios-hombre desde el punto de vista del creyente.

El tiempo sagrado en el santuario está relacionado directamente con el calendario litúrgico anual del catolicismo, con especial énfasis en las celebraciones marianas por ser un santuario dedicado a la Virgen María, sobre todo en las fechas que conmemoran los dogmas marianos establecidos por el Vaticano: la Inmaculada Concepción, la purificación de la V. María o celebración de la Candelaria y la Asunción; así mismo el mes de mayo dedicado a la V. María. En segundo lugar destacan los tiempos sagrados y festivos de Semana Santa y Navidad.

El espacio sagrado se ve envuelto dentro del tiempo sagrado determinando sobre él el aumento o la disminución de peregrinos y visitantes al santuario, al calendario litúrgico se suman las fechas de celebraciones civiles que son aprovechadas por los fieles del santuario para visitarlo.

Conforme a lo descrito, los periodos festivos religiosos y civiles, vacacionales y feriados durante el año son temporadas de mayor afluencia de visitantes en la hierópolis. Por el contrario, los tiempos de baja afluencia de visitantes se presentan durante los periodos no festivos, no vacacionales y no feriados del calendario civil de México

Por su parte, a una escala de tiempo semanal, se presentan dos periodos clasificados por magnitud de afluencia de visitantes en la hierópolis, uno de baja

y otro de mayor afluencia, el primero va de lunes a jueves de cada semana y el segundo de viernes a domingo.

De esta manera, la interacción entre tiempo y espacio sagrado, se ve reflejado en la afluencia de peregrinos y visitantes, esto genera demanda de servicios de restauración y hospedaje, al igual que un comercio relacionado con los artículos religiosos, dulces típicos y toda clase de ropa y mantelería demandados por los visitantes en la hierópolis. El espacio sagrado propicia entonces un espacio económico integrado a él, aquí se incorpora a los restaurantes, fondas, locales comerciales establecidos o semiestablecidos y los servicios de hospedaje. Un poco más allá de estos espacios se extiende el relacionado con la manufactura de dulces locales.

Áreas y pulso comercial en la hierópolis de San Juan.

Al observar la distribución del comercio en la hierópolis de San Juan de los Lagos y los giros correspondientes a los diferentes establecimientos, es posible delimitar tres zonas de acuerdo con el tipo de consumidor a quien se dirige:

1. El comercio establecido y semiestablecido (figura 8) para dar satisfacción a la demanda de los visitantes al santuario. Este comercio se desarrolla principalmente en las manzanas contiguas a las rutas de acceso



Figura 8: Comercio semiestablecido bordeando la plaza de armas Rita Pérez de Moreno durante las celebraciones de Semana Santa.

tradicional de los visitantes a la Basílica-Catedral y a su conexión con los otros templos del conjunto del santuario, así como de la plaza principal "Rita Pérez de Moreno" y el mercado municipal.

2. El comercio dirigido a los viajeros que se mantienen en tránsito sobre la carretera federal Guadalajara-Lagos y que responde a las necesidades mecánicas de los vehículos en tránsito y al consumo de víveres por los viajeros, este se desarrolla a lo largo de las manzanas colindantes y contiguas con la carretera federal, especialmente en su tramo más cercano a la zona centro de la ciudad (figura 9).



Figura 9: Comercio y servicios ofrecidos en la carretera federal Guadalajara-Lagos en el tramo correspondiente al centro de San Juan de los Lagos.

3. El comercio destinado a satisfacer las necesidades básicas de la población local y que responde a la lógica común del comercio en zonas urbanas, este tipo de comercio se distribuye en toda la zona urbana.

En cuanto a los servicios, de igual manera se puede agrupar en tres tipos de destinatarios, aunque en este caso los servicios municipales locales y los que atienden al turismo religioso se superponen en una misma zona debido a que ambos responden a puntos nucleares que se localizan en el centro de la ciudad:

1. Los servicios de gobierno que se localizan en torno a la presidencia municipal de San Juan de los Lagos localizada en el centro de la ciudad,

mismos que dan servicio a los habitantes locales y de las distintas localidades pertenecientes al municipio.

2 Los servicios que atienden los requerimientos de la población en tránsito y que no permanecen en la ciudad, estos se han establecido principalmente bordeando la carretera federal.

3. Los servicios que responden a la demanda de los visitantes al santuario y que se localizan en torno a él y a los principales accesos de los visitantes, su distribución es más amplia que la correspondiente a los servicios municipales, ésta última con mayor concentración en la zona centro.

El patrón de distribución del comercio y los servicios en San Juan de los Lagos tiene su origen en tres aspectos básicos:

- a) El más importante es el magnetismo generado por el santuario sobre los fieles católicos del país y más allá de nuestras fronteras lo que genera una significativa afluencia de peregrinos a la hierópolis.
- b) Su función como eslabón en las comunicaciones terrestres entre Guadalajara y Lagos de Moreno.
- c) Su desarrollo histórico como asentamiento urbano y cabecera del municipio con el mismo nombre dentro de la región de los Altos de Jalisco.

Tanto el comercio como los servicios que atienden la demanda local y a los viajeros de paso se mantienen estables espacialmente y su ampliación es continua y moderada. Por otro lado, el comercio y los servicios que están en función del turismo religioso tienen un movimiento pulsante, de dilatación y contracción, de acuerdo con los ciclos de mayor y menor afluencia de visitantes al santuario.

El comercio que se incrementa notablemente durante los momentos de mayor apogeo de visitantes es el de tipo informal (figura 10). Mientras que los servicios como el de hospedaje invade la zona habitacional al ofrecerse cuartos de

renta y prestar servicios similares a los de las posadas o casas de huéspedes.



Figura 10: El comercio informal aumenta de manera notable durante los días de mayor afluencia de visitantes al santuario de San Juan de los Lagos.

En un levantamiento de giros comerciales y de servicios realizado por el autor en abril de 2011, se obtuvieron los siguientes datos (cuadro 1):

Giro	Número de establecimientos
Ropa, artículos de piel, mantelería y bordados	676
Establecimientos de alimentos y bebidas	251
Venta de artículos religiosos	245
Dulces y artesanías	159
Jugueterías	105
Tiendas de abarrotes y misceláneas	87
Venta de calzado	86
Servicio de hospedaje	84
Artículos y accesorios personales	76
Talleres automotrices, refaccionarias, venta de motos y autopartes	61
Venta de alimentos frescos	57
Estacionamientos	49
Joyerías y platerías	36
Oficinas y servicios gubernamentales y religiosos	24
Materiales para construcción	22
Servicios sanitarios	21
Papelerías y regalos	21
Farmacias y perfumerías	20

Cuadro 1: Giros comerciales y de servicios con mayor presencia en San Juan de los Lagos durante el periodo vacacional de Semana Santa. Abril 2011.

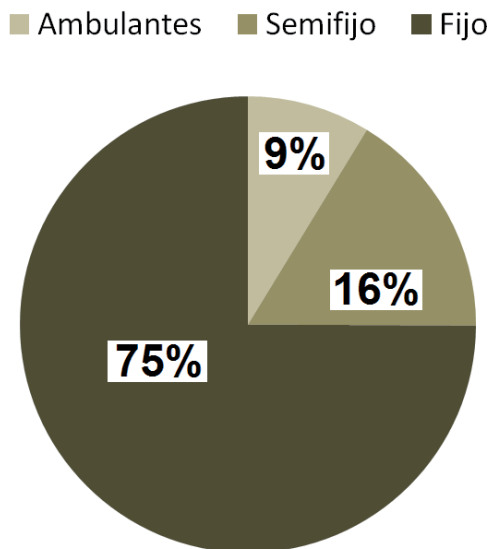


Figura 11: Comercio en San Juan de los Lagos por tipo de establecimiento, abril 2011.

Se realizó un registro de 2868 giros comerciales y de servicios, de los cuales 2149 fueron considerados como fijos, 469 semifijos entre los que se contaron las estructuras metálicas que permanecen en la zona comercial durante las principales celebraciones y temporadas vacacionales retirándose en los tiempos que podríamos llamar ordinarios o fuera de los principales festejos. Finalmente se reconocieron alrededor de 250 comercios ambulantes (figura 12), estos se caracterizan por ser móviles en horarios específicos durante un mismo día (por ejemplo los carritos que ofrecen tamales y atole durante las mañanas y las noches en la plaza principal o los vendedores de bordados y mantelería que forman un tianguis en el centro de la plaza principal durante las mañanas).



Figura 12: Comercio ambulante en los alrededores de la plaza de armas Rita Pérez de Moreno.

Cabe destacar que el levantamiento de giros comerciales se realizó durante el periodo vacacional de Semana Santa que es un periodo de pulsación intermedio, es decir, el movimiento comercial no alcanza su máxima extensión como sucede durante las celebraciones de La Candelaria en el mes de febrero, por lo que el tipo de establecimiento denominado como ambulante se mantiene muy por debajo de los porcentajes alcanzados por los tipos fijos y semifijos (figura 11).

Con respecto a los tipos de giro comercial destacan los de ropa y mantelería, alimentos y bebidas, y los que ponen a la venta artículos religiosos, ellos alcanzan el 40% del total del comercio registrado en el levantamiento.

El tipo de oferta comercial corresponde con los datos analizados por Puebla (2008) con respecto al tipo de visitantes al santuario, donde destacan los que viajan en familia y permanecen en la hierópolis por algunas horas sin hospedarse, esto favorece una mayor demanda en establecimientos de alimentos y bebidas, así como la compra de recuerdos, ropa, artículos de mantelería y bordados.

El resultado del levantamiento permite delimitar las zonas comerciales de acuerdo al pulso espacial que se genera durante el transcurso del año:

Área 1. Comercio y servicios permanentes: corresponde a la zona que alberga a los comercios establecidos y a los servicios de hospedaje y restauración que se mantienen activos durante todo el año, en las figuras 13, 14 y 15 corresponde a las zonas de servicios y comercio tanto al turismo religioso como al turismo en tránsito.

Área 2. Comercio con establecimientos semifijos: corresponde a las áreas en las que se establecen locales con estructuras metálicas que permanecen únicamente durante los periodos vacacionales y de las celebraciones religiosas anuales en el santuario, en las figuras 13, 14 y 15 corresponden a la zona de comercio semifijo.

Área 3. Comercio ambulante: corresponde a las áreas en las que se agregan comercios ambulantes durante ciertos horarios del día o en las principales celebraciones religiosas anuales como el de La Candelaria (2 de febrero). En las figuras 13, 14 y 15 corresponden a la zona de comercio ambulante que se desarrolla a lo largo de los principales accesos peatonales hacia la Basílica –Catedral y en torno a la plaza de armas Rita Pérez de Moreno.

Importancia de los accesos vehiculares y peatonales para el comercio de la hierópolis

El área de asentamiento de los establecimientos comerciales y de servicios responde a las principales vías de acceso vehicular y peatonal de los visitantes al santuario. Estas vías tienen como destino la Basílica-Catedral de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos y el conjunto de templos relacionados con el santuario y su historia religiosa; en tanto que sus puntos de origen se extienden en las áreas de estacionamiento vehicular más importantes, entre ellas la central de autobuses y los estacionamientos y espacios que bordean la carretera federal donde se detienen los autobuses del turismo religioso (figura 13).

El albergue del obispado se ha constituido también, en las principales celebraciones religiosas anuales como la de La Candelaria, en un punto que ha generado un flujo importante de peregrinos hacia el santuario y que ha motivado el comercio ambulante a lo largo de las calles por las que transitan los visitantes desde ahí hasta la Basílica. Este corredor comercial se ve reforzado por una tradición reciente de los peregrinos de obtener agua de un pozo considerado como sagrado, éste se localiza a unas cuantas manzanas al noroeste del albergue, dicho punto va adquiriendo poco a poco mayor relevancia para los peregrinos y el comercio ambulante lo ha aprovechado estableciendo un tianguis que concluye en los alrededores del nuevo pocito.

San Juan de los Lagos y las hierópolis mexicanas

Al observar la figura 13 es posible tener un acercamiento a la magnitud espacial del comercio y los servicios desarrollados en torno al santuario y que nos reafirman el hecho de considerar a San Juan de los Lagos como una hierópolis mexicana, por su parte Puebla (2008) ha establecido la importancia de las actividades económicas relacionadas con el turismo religioso sobre el resto de ellas, se puede considerar así a San Juan de los Lagos como una ciudad sagrada y turística.

San Juan de los Lagos es la ciudad sagrada más importante en México, esto debido a la cantidad de visitantes atraídos anualmente a su santuario y la magnitud de la influencia de la actividad religiosa sobre las actividades económicas que se desarrollan en ella. Sin embargo, existen otras hierópolis que, con una extensión y población igual o menores a San Juan, también sustentan sus actividades económicas en relación con la importancia de los santuarios que albergan, son ejemplo de lo anterior Chalma en el estado de México, Juquila en Oaxaca o Plateros en Zacatecas, entre otras.

El análisis espacial del turismo religioso en las hierópolis mexicanas debe tomar en cuenta algunos aspectos que ya se han considerado en el presente:

1. La conformación del espacio sagrado en torno al santuario.
2. Distribución del espacio sagrado y profano en el espacio urbano de la hierópolis.
3. Tiempo sagrado y festivo con influencia en los flujos de visitantes.
4. Vías de acceso.
5. Distribución del comercio y los servicios destinados a satisfacer los requerimientos del visitante a la hierópolis.

Estos elementos, entre otros, deben ser considerados para el desarrollo de proyectos de turismo religioso en las

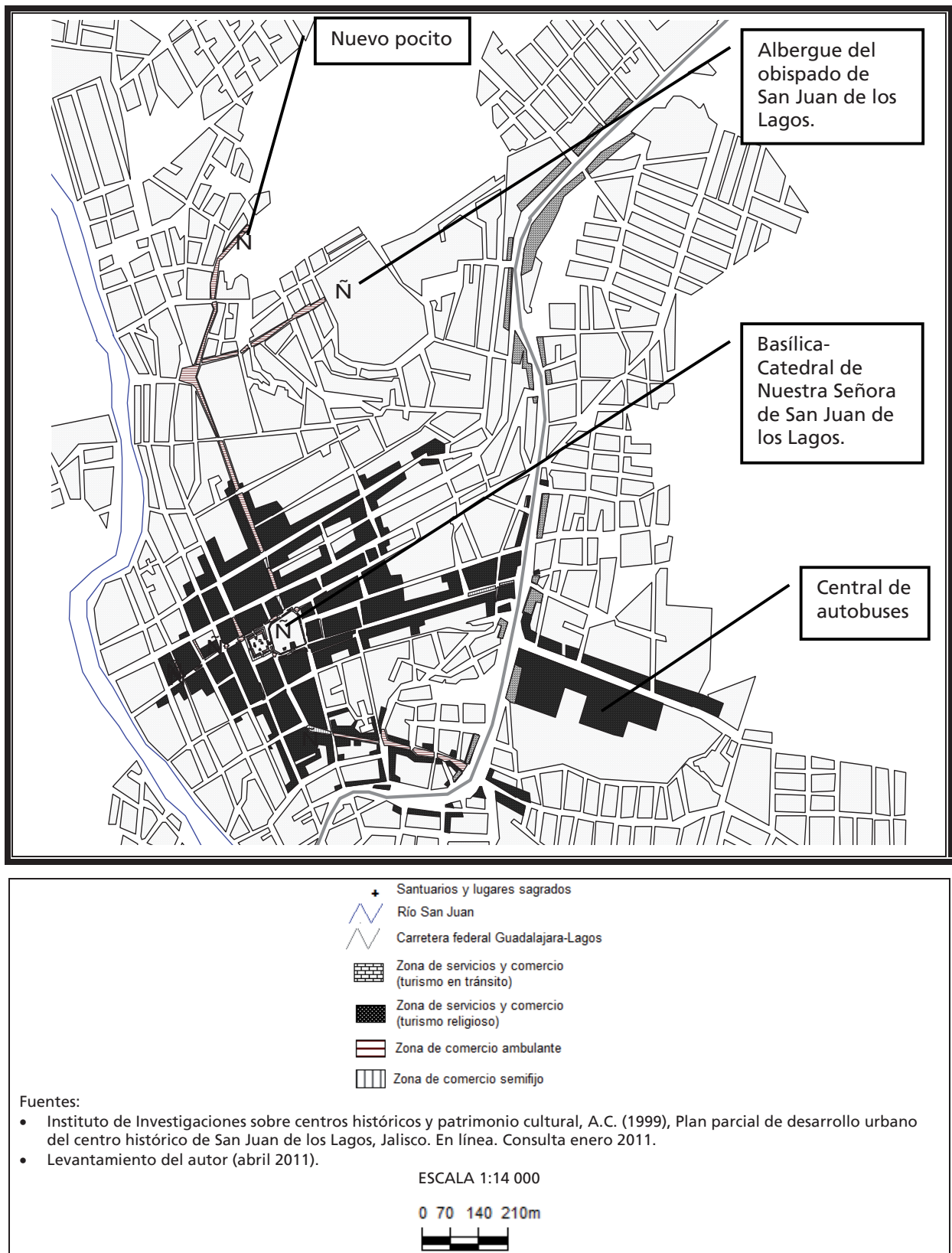


Figura 13: Plano de la ciudad de San Juan de los Lagos.



Figura 14: Plano de la ciudad de San Juan de los Lagos. Zona comercial y de servicios al turismo religioso.

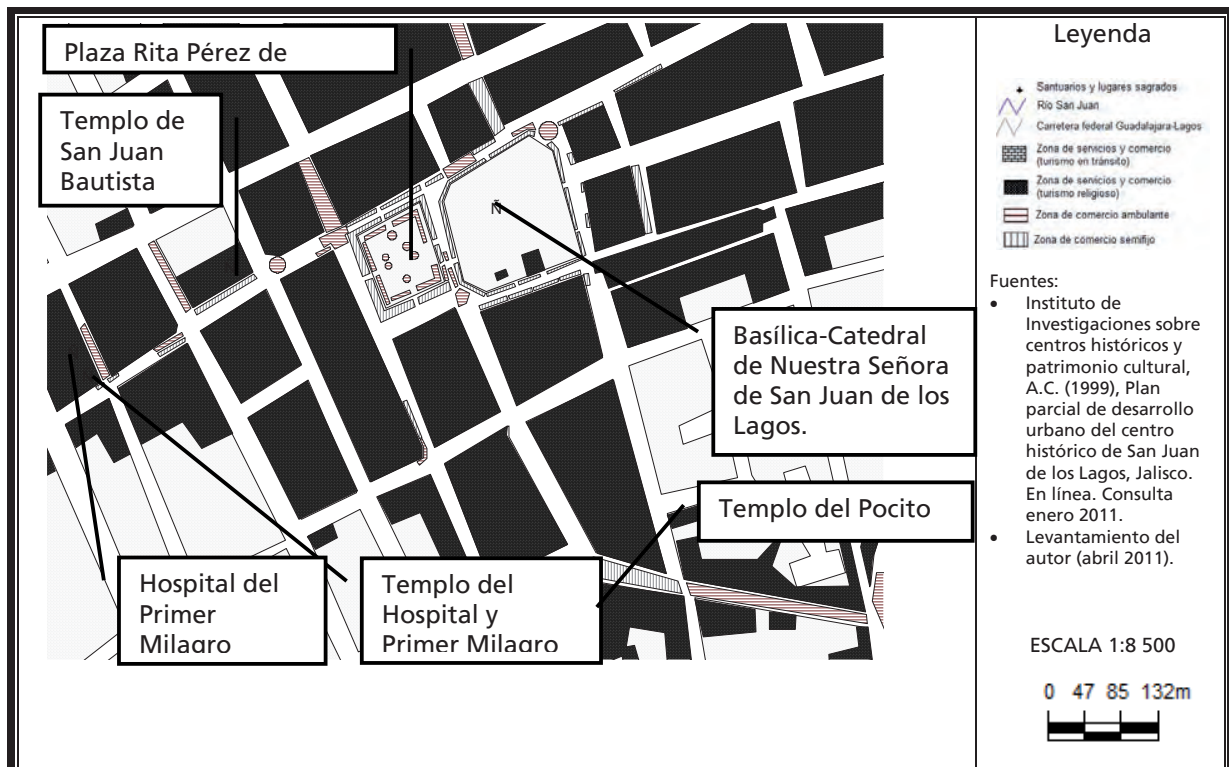


Figura 15: Plano de la ciudad de San Juan de los Lagos. Zona comercial y de servicios en torno al santuario.

hierópolis mexicanas, en el mejoramiento de la infraestructura del espacio considerado como turístico y en la planeación y ordenamiento del comercio y los servicios relacionados con él.

Bibliografía

Eliade, M. 1967. Lo sagrado y lo profano. Guadarrama/Punto Omega, Madrid, España, pp. 122.

Esteve, R. 2009. Turismo y Religión. Aproximación histórica y evaluación del Impacto Económico del turismo religioso. Conferencia dictada en Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo, Conferencia Episcopal Española. Ávila, España (11-13 de noviembre). [On line] <http://www.conferenciaepiscopal.es>

Fernández, E. 1992. Localización de las actividades industrial y comercial en las ciudades. Una aplicación a la ciudad de Valladolid. En III Congreso de Economía Regional de Castilla y León, Segovia, España, Comunicaciones 3, pp. 1389-1401.

Hiernaux, D. 1989. La dimensión territorial de las actividades turísticas, en D. Hiernaux (comp.). Teoría y praxis del espacio turístico, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, pp. 51-73.

Lobato, R. y Z. Rosendahl. 2003. Introdução à Geografia cultural. Bertrand Brasil, Río de Janeiro, Brasil. pp. 224.

Matute, M. 2006. Aspectos sociopsicológicos del turismo. [On line] <http://www.eumed.net/libros/2006c/209/>

Puebla, J. 2008. El turismo religioso eje de la economía en San Juan de los Lagos, Jalisco. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional Autónoma de México. Trabajo de Tesis.

Rosendahl, Z. 1996. Espaço e religião: uma abordagem geográfica. UERJ, NEPEC, Río de Janeiro, Brasil, pp. 90.

Rosendahl, Z. 1999. Hierópolis: O sagrado e o urbano. Ed. UERJ, Río de Janeiro, Brasil, pp. 110.

Sampedro, F. 2000. Religiosidad Popular. Apóstoles de la Palabra, Actividades Culturales A. C., México, D.F., pp.77.

Velasco, J. 2003. Catolicismo popular en México: líneas temáticas para el estudio de los ámbitos de influencia ritual y devocional. La Palabra y el Hombre, núm. 128, pp. 123-143.

Fiesta de la Virgen de Guadalupe en un pueblo nahua (ejemplo de Santa Clara Huitziltepec, Puebla)

Radoslav Hlúšek

*Departamento de etnología y estudios mundiales,
Facultad de filosofía y letras, Universidad
de los Santos Cirilo y Methodio en Trnava
Dirección: nám. J. Herdu 2, 917 01, Eslovaquia
Tel: +421-33-5565 221
e-mail: radoslav.hlusek@ucm.sk*

Introducción

Fiesta de Nuestra Señora de Guadalupe (12 de diciembre) representa la fiesta más grande y más importante en el calendario litúrgico de México. Como la fiesta de la patrona de la nación tiene su forma oficial que encuentra su personificación sobre todo en el ritual católico llevado a cabo por sacerdotes en cada iglesia mexicana y ante todo en la basílica guadalupana en la capital. Pero el culto guadalupano tiene también su forma indígena basada en el sincretismo religioso y personificada por innumerables fiestas guadalupanas que cada año se llevan a cabo en los pueblos indígenas a través de todo el país. Junto con la fiesta patronal la fiesta guadalupana representa el punto más importante en el año ritual de cada pueblo y a veces es más importante que la fiesta patronal misma lo que demuestra el significado de la Virgen de Guadalupe¹ en la religión indígena. Ya que el territorio mesoamericano² y en su ámbito el mexicano ha sido fragmentado desde tiempos prehispánicos y cada pueblo indígena ha considerado a sí mismo como el centro del universo, es por lo menos muy difícil, si no imposible, determinar una forma general del culto guadalupano entre los indígenas. Aunque, por supuesto, existen varios rasgos generales, la fiesta guadalupana tiene su propia forma en cada pueblo y por eso cada pueblo puede servir como el ejemplo ilustrativo y así mismo el estudio de caso de una forma

¹ Términos como Virgen de Guadalupe, Nuestra Señora de Guadalupe y la Guadalupeana consideramos y usamos como sinónimos.

² Aunque en este estudio de caso usamos en su mayoría el término México y mexicano, en este lugar preferimos mesoamericano aunque no todo México pertenece a Mesoamérica y al contrario, no sólo una parte del territorio mexicano forma el conjunto de Mesoamérica. Sin embargo, la fragmentación y particularismo regionales que mencionamos en nuestro texto varios veces, es un rasgo común de toda Mesoamérica, no sólo de su parte mexicana. Al otro lado, la parte norteña del territorio mexicano no pertenece a Mesoamérica pero en el caso de culto guadalupano que tiene su origen en Mesoamérica, nos decidimos aprovechar cierta simplificación y usando el término México nos referimos sobre todo a su parte que pertenece a Mesoamérica.

concreta del dicho culto. Escogí el ejemplo de Santa Clara Huitziltepec³, un pueblo nahua en Puebla Central donde realicé varias investigaciones de campo dedicadas, entre otros temas, al culto guadalupano. El objetivo de este capítulo es describir y analizar la fiesta guadalupana en dicho pueblo y de esta manera ofrecer el estudio de caso de una fiesta guadalupana concreta que nos puede servir con el propósito de comparación con otros estudios de caso ya publicados.

Base teórica

El culto a la Virgen de Guadalupe se puede estudiar desde diferentes puntos de vista y aunque este artículo está basado sobre el enfoque y metodología de antropología cultural y social hay que tener en cuenta que el fenómeno tan complejo y antiguo como es el culto guadalupano requiere el enfoque interdisciplinario en el que es necesario aprovechar no sólo antropología sino también estudios de las religiones, historia y otras ciencias sociales.

Estudiando e investigando el mundo religioso de los mexicanos nativos contemporáneos (pero también prehispánicos) es necesario tener en cuenta que no existe un concepto espiritual que podría ser aplicable a todas las religiones de los indígenas mexicanos (y a las religiones indígenas en general). Por supuesto, existen muchos atributos generales, pero éstos nos pueden presentar el mundo espiritual indígena solamente en un ámbito muy general pero no son capaces explicar los rasgos particulares por los que se distinguen todos los pueblos indígenas en México. Por eso aparte de los rasgos generales que son, digamos, esperados (catolicismo, devoción por los santos, peregrinaciones, existencia de mayordomías y cofradías, etcétera), podemos advertir de otro rasgo general

³ Santa Clara Huitziltepec se encuentra en la región llamada Mixteca poblana, mejor dicho en la parte norteña de esta región. Es habitada por la gente de descendencia nahua, pero el idioma náhuatl desapareció en los últimos años completamente. El pueblo tiene aproximadamente 2500 habitantes de los cuales 90% son católicos.

que es la diversidad. Esta diversidad es la razón por la que no hablamos sobre la religión de los indígenas mexicanos sino por la que usamos el plural y hablamos de las religiones de los indígenas mexicanos. Esta situación es dada por el particularismo y fragmentación regionales que desde los tiempos prehispánicos hasta la fecha han dividido y fragmentado el mundo indígena en entidades innumerables. La existencia de las ciudades-estado prehispánicas que consideraban a las vecinas enemigas y ajenas, aunque sus habitantes muchas veces hablaban el mismo idioma y pertenecían al mismo ambiente cultural, y que tenían cada una a su propio dios patronal que no era importante a fuera de sus límites encontró después de la conquista su manifestación en la introducción de los santos católicos y cada pueblo hasta la fecha ha sido específico por lo menos por su santo patrón cuya fiesta influye la vida religiosa de sus habitantes de la manera sustancial. La fiesta de santo patrón de cada pueblo provoca las diferencias entre los pueblos indígenas y por eso la religión y espiritualidad de éstos no representan un sistema homogéneo sino heterogéneo. Sin embargo, aparte de los santos patrones concretos y sus fiestas locales existen algunos santos y fiestas regionales y incluso supraregionales en los cuales sobresalen la figura y la fiesta de Nuestra Señora de Guadalupe que no es patrona de ningún pueblo sino de todos y no importa si se trata de los indígenas o de los mexicanos en general. Como sucesora de Tonantzin, antigua diosa maternal de fertilidad y tierra de los nahuas del Valle de México, que según fray Bernardino de Sahagún atraía las masas de los nativos de muy lejos (Sahagún, 2000), la Guadalupeana tomó sus atributos y se hizo la santa patrona y protectora no de un pueblo concreto sino de todos lo que es el destino común de las deidades maternas en las que se incorporó el culto a la Virgen María católica. Pero aunque la Virgen de Guadalupe disfruta de favor y amor de todos los mexicanos, la fragmentación regional del mundo indígena causó que incluso su culto a ella se distingue por

los específicos regionales e incluso por los de cada pueblo lo que significa que la fiesta y el culto guadalupanos no son completamente iguales ni en los pueblos vecinos.

Las religiones de los indígenas mexicanos, y el culto guadalupano no es ninguna excepción, están afectadas por el sincretismo religioso fuerte que permitió a las creencias prehispánicas sobrevivir y continuar en nuevas formas y contenidos. El sincretismo religioso que comprendemos como una combinación de los sistemas y costumbres religiosos diferentes cuales crean los significados nuevos (Carrasco, 1999) es probablemente el rasgo más característico de las religiones de indígenas contemporáneos. Sin embargo hay autores quienes no están de acuerdo con este término. Por ejemplo Richard Haly habla más bien sobre la apropiación y adaptación del catolicismo a la cultura y mentalidad de los indígenas y no sobre la mezcla de dos sistemas religiosos (Haly, 1996). En este lugar no es importante si aceptamos el término sincretismo religioso o lo sustituimos por otro, aunque nosotros lo preferimos. Lo que es fundamental es que la nueva religión no sustituyó la antigua sino que la complementó. Después de la conquista, por supuesto, no podía sobrevivir las religión oficial de las élites indígenas, pero la religión viva de la gente ordinaria engranada con el ciclo agrícola incorporó el catolicismo nuevo en su sistema y cosmovisión y esta incorporación creó el tipo muy específico de catolicismo, mejor dicho catolicismos, que posibilitó a los indígenas superar el choque cultural al que estaban expuestos. Las creencias antiguas han perdurado sobre todo en el culto a los santos quienes asumieron los atributos de los dioses antiguos, especialmente de los que tenían algo que ver con el ciclo agrícola. La expresión española santo/santos se hizo parte del vocabulario indígena muy rápido porque la devoción por los santos convenía a los indígenas acostumbrados al politeísmo. Los santos particulares se hicieron patrones de las ciudades-estado o de los pueblos y asumiendo los atributos de sus antecedentes prehispánicos

permitieron a éstos sobrevivir la conquista espiritual. De todas maneras comprender y aceptar completamente la religión nueva era muy difícil para la gente común que muy probablemente tenía problemas comprender incluso la teología prehispánica. Educados en un sistema religioso y en una cosmovisión tan diferente, sí, acaptaron la nueva fe, pero de su propia manera. Se puede decir que tan como los misioneros españoles bautizaron los lugares sagrados y creencias indígenas, los indígenas “indigenizaron” el catolicismo. Este proceso es aparente también en el caso del culto guadalupano que resultó del culto a Tonantzin complementado con la devoción mariana extendida en el mundo católico y la Virgen de Guadalupe en el proceso de sincretismo religioso tomó tanto los atributos de Tonantzin como de la Virgen María.

Otro concepto teórico que se puede aplicar en el estudio del culto guadalupano y sus manifestaciones específicas en los pueblos indígenas mexicanos es concepto de centro y periferia. La relación entre éstos dos ha sido un elemento significado de la organización social de los mexicanos nativos desde los tiempos prehispánicos. Sin embargo, este elemento es reflejado también en la esfera religiosa. Los indígenas consideran el centro de su pueblo un lugar seguro y estable, es el espacio conocido que simboliza todo lo bueno y moral y en el que siempre encuentran el apoyo. En contraste con el centro, periferia es el área desconocida, área de bosques y naturaleza silvestre, llena de inseguridad y preocupaciones a donde no se acostumbra ir con mucha frecuencia. Pero exactamente por esta razón periferia es lugar propio para los héroes míticos quienes pueden comprobar su valentía allí mismo (Sandstrom, 1996). Parece típico para las culturas campesinas en general que la periferia de sus territorios representada por la naturaleza silvestre es temible y los campesinos la han dado la guerra desde los tiempos remotos. Sin embargo, periferia forma la parte integral del espacio social y sagrado de los indígenas y la relación entre centro y periferia es complementaria. El centro

es representado por la iglesia consagrada al santo patrón de cada pueblo (y en los tiempos prehispánicos por el templo del dios patronal) pero en la periferia se encuentran muchos lugares del culto de carácter natural (cascadas, lagos, manantiales, cerros, cuevas) o/y artificial (capillas o cruces) que son entrelazadas con el centro por conexiones rituales y que al mismo tiempo son los objetos de las procesiones. Los seres sobrenaturales quienes habitan estos lugares forman parte integral del mundo religioso de los campesinos indígenas y por eso es necesario venerarlos. Para México prehispánico fue típico que los centros peregrinos supraregionales se hallaban muchas veces en periferia lo que implica que no pertenecían a ninguna ciudad-estado sino que a todos. Muchas veces se trataba de localidades consagradas a las deidades maternas o a las deidades de fertilidad, lluvia y cosecha, respectivamente. La diosa de los nahuas Tonantzin que después de la conquista se transformó en la Virgen de Guadalupe pertenece a deidades de este tipo. Su centro ritual en el cerro de Tepeyac en el que según la tradición la Guadalupana se apareció a Juan Diego en 1531 se encontraba a fuera de Tenochtitlan antiguo, en la periferia no en el centro. Por eso las capillas guadalupanas en los pueblos indígenas se encuentran también en la periferia lo que demostraremos más adelante. En algunos casos la periferia se puede convertir en el centro de carácter temporal o permanente en el transcurso del tiempo lo que siempre depende de la importancia del objeto de devoción. La basílica en la capital de México, aunque se encuentra en la periferia de la ciudad⁴, se convirtió en el centro religioso de carácter permanente, pero en el centro de carácter supraregional y hasta nacional que no pertenece sólo a la capital y a

⁴ Por el crecimiento de la ciudad de México ahora ya no se parece que basílica guadalupana está situada en la periferia sino en el centro más amplio. Sin embargo, originalmente pertenecía a la periferia y aunque la ciudad ya la absorbió hace tiempo, se encuentra relativamente lejos de Zócalo y de la Catedral Metropolitana.

sus habitantes sino a todo el país y a sus habitantes. En la parte correspondiente de este texto demostraremos que el mismo proceso pasó con las capillas guadalupanas en todo el país, sin embargo éstas se convirtieron en los centros rituales de carácter temporal y no permanente.

La tradición y culto guadalupanos están estrechamente relacionados con la práctica de peregrinar al lugar sagrado donde se apareció la Guadalupana a Juan Diego, entonces al cerro de Tepeyac en la capital. Desde 1976 cuando se inauguró la basílica, la imagen sagrada de Nuestra Señora de Guadalupe se encuentra en la basílica y ya que la imagen es el objeto principal de la devoción guadalupana, los peregrinos se dirigen sobre todo a la basílica y hasta después al cerro de Tepeyac.

Las peregrinaciones fueron, entre otros, estudiados por Victor y Edith Turner quienes proponen la clasificación basada de la manera implícita sobre el criterio de origen de la peregrinación. Los Turner reconocen cuatro tipos de peregrinaciones: prototípicas que fueron establecidas por un fundador de una religión histórica⁵ o por sus discípulos y que manifiestan estrictamente la ortodoxia de dicha religión; arcaicas que son caracterizadas por el sincretismo y mezclan las creencias antiguas y originales con las nuevas traídas por propagadores de religiones proselitistas como el Cristianismo o Islam; medievales o sea las peregrinaciones que resultaron de la teología y filosofía cristiana de la época medieval (se trata sólo de las peregrinaciones cristianas); y modernas lo que quiere decir postmedievales (especialmente postindustriales) y visionarias ya que los peregrinos se dirigen a los lugares donde se apareció un santo pero sobre todo la Virgen María a algún vidente (también se trata sólo de las peregrinaciones cristianas) (Turner et al., 1978). Otro tipo de clasificación basada también de la manera implícita sobre el criterio de la meta de peregrinación nos

⁵ Se trata de las religiones que tienen su origen en los tiempos históricos y también su fundador es la persona histórica y conocida (Turner et al., 1978).

propone Fiona Bowie quien reconoce cinco tipos de peregrinaciones: peregrinación a un lugar sagrado, peregrinación a una persona sagrada, peregrinación a un objeto sagrado (reliquias o imágenes sagradas), peregrinación como si ésta fuera un texto sagrado (uno primero planea su viaje según las escrituras sagradas de alguna religión y luego la emprende en realidad) y peregrinación considerada como un viaje alegórico (uno no emprende su viaje en realidad sino sólo en su mente, por ejemplo meditando en la iglesia católica durante el Vía Crucis) (Bowie, 2008). Las peregrinaciones se relacionan también con el concepto de centro y periferia porque ligan tanto los centros de pueblos con sus periferias como unos centros con otros (por ejemplo un pueblo con la basílica en la capital).

La peregrinación también se puede considerar un rito de paso que es concepto que desarrolló primero y en general Arnold van Gennep (van Gennep, 1997) pero en el caso de peregrinaciones sobre todo los Turner quienes consideran la peregrinación la parte liminal o liminoide cuando uno no pertenece a una entidad estable y permanente sino temporal, entonces no se encuentra en una estructura social sino en una antiestructura (Turner et al., 1978). Al mismo tiempo la peregrinación es lo que se refiere del tiempo y lugar a donde uno se dirige, pertenece a la esfera sagrada (a diferencia de la profana) de la vida de los creyentes lo que quiere decir que por ser tiempo excepcional y sagrado durante la peregrinación la ruta que uno conoce muy bien se convierte en ruta sagrada.

David Carrasco propone otro concepto teórico que se puede utilizar en el caso del estudio del culto guadalupano. Saliendo de cosmogonía y cosmología indígenas aclara tres principios sustanciales que forman parte del mundo espiritual de los indígenas mexicanos. Se trata de la creación de universo, de la búsqueda de su centro y de su renovación. Prácticamente cada ritual está relacionado con cosmogonía y cosmología y su reactualización de ellas es representada exactamente por el ritual concreto. El

ritual sirve para recreación y renovación del mundo indígena y los indígenas mediante el ritual fortifican a sí mismos que ellos mismos son guardianes de la orden de universo y sin ellos y su esfuerzo ritual el universo desaparecería. Según este enfoque la creación de universo consiste en la preparación de la fiesta, búsqueda de su centro en la procesión o/y peregrinación que recorre todo el pueblo o por lo menos su centro o en el caso de peregrinación puede ir lejos y para varios días, y su renovación en el ritual mismo y su terminación. Todo eso no sólo reactualiza la cosmogonía y cosmología indígenas sino al mismo tiempo asegura que el mundo y universo va a seguir otro año como debe seguir. Las procesiones indígenas habitualmente salen de la iglesia en el centro, recorren la plaza central o todo el pueblo y regresan a la iglesia. Las esquinas del centro o del pueblo donde la procesión cambia su dirección simbolizan cuatro puntos cardinales, la iglesia el quinto, entonces el centro. De esta manera las procesiones simbólicamente salen del centro del universo, recorren todo el universo y regresan otra vez a su centro lo que asegura la continuación de macrocosmos (universo) en el microcosmos de cada comunidad (Carrasco, 1999). La fiesta de la Virgen de Guadalupe representa cierta excepción porque las procesiones normalmente no recorren todo el pueblo sino ligan el centro con la capilla construida en la periferia y además por medio de peregrinaciones sobrepasa los linderos de pueblos y los liga con el centro ritual por excelencia que además tiene carácter suprarregional (basílica en la capital).

Es aparente que el culto de la Virgen de Guadalupe se puede estudiar sobre la base de varios conceptos teóricos y estamos conscientes que la lista de los mencionados no necesariamente debe ser definitiva. Sin embargo opinamos que enfoques desarrollados en esta parte nos ayudan comprender nuestro tema en la medida suficiente.

Fiesta guadalupana en Santa Clara Huitziltepec

Fiesta de Nuestra Señora de Guadalupe pertenece a las tres fiestas grandes (ferias) que se celebran en el pueblo investigado⁶. Y aunque la Guadalupana no es ni puede ser la santa patrona de pueblo, su fiesta tiene por lo menos la misma igual importancia como la fiesta patronal de Santa Clara. El transcurso de la fiesta guadalupana abarca cinco días durante los cuales el centro religioso pero también la vida social de todo el pueblo se traslada del centro a la periferia, entonces de la plaza y iglesia de Santa Clara a la capilla consagrada a la Virgen de Guadalupe que está construida sobre la cima del cerro arriba del pueblo llamado analógicamente Tepeyac como analizaremos más adelante. Como es acostumbrado a lo largo de todo el país, la fiesta es organizada por la mayordomía guadalupana cual en el caso de Santa Clara Huitziltepec lleva el nombre Mayordomía del Cerro de Tepeyac.

La celebración empieza por la tarde del día 10 de diciembre cuando después de la misa sale la procesión con la imagen de la Guadalupana acompañada por la escultura de Juan Diego de la iglesia de Santa Clara en el centro y se dirige a la capilla ya mencionada. A la procesión que sale de la iglesia de la manera muy modesta por poca gente que participa en ella en aquel momento se añaden más y más personas con flores, cohetes, cantando canciones y tocando la música y arriba a la capilla llega ya un montón de la gente. Para las procesiones indígenas es típico que se mueven muy despacio y tarda como dos horas o más hasta que se cubra la distancia de aproximadamente dos kilómetros entre la iglesia en el centro y la capilla sobre el cerro. Frente del recinto sagrado de la capilla la procesión se detiene para que a la imagen la den bienvenida las miembros de la mayordomía. Hasta después la imagen entra en la capilla donde la colocan en el altar y donde los miembros

⁶ Aparte de la fiesta guadalupana se trata de Día de la Cruz (3 de mayo) y de la fiesta de Santa Clara de Asís, santa patrona de la iglesia y del pueblo (11 de agosto).

de la mayordomía la vigilan hasta el fin de la fiesta (14 de diciembre). Todavía el día 10 de diciembre como dos horas antes de la medianoche se celebra la misa dedicada a los peregrinos quienes participan en dicha misa y después de su fin (más o menos a la medianoche) emprenden tal llamada Peregrinación con antorcha a la basílica en la capital. Esta peregrinación llega a la basílica 11 de diciembre por la tarde, se queda allí toda la noche y por la mañana 12 de diciembre regresa a su pueblo donde los peregrinos son recibidos con honor y respeto. Mientras el día 11 de diciembre continúa la fiesta en el pueblo mismo. Por la tarde (casi ya en la noche) sale de la iglesia en el centro otra procesión conducida por el párroco quien lleva a la capilla el Sacramento de Altar. Según la tradición de vigiliatán extendida y viva en el catolicismo, la noche de 11 para 12 de diciembre es la parte más importante de toda la fiesta guadalupana. La capilla está llena de la gente ya que toda la noche (hasta mañana) llegan los creyentes para que rezen, ruegen, agradezcan y canten mañanitas. El día 12 de diciembre el cura celebra otras misas cuyo número depende del cura y de los mayordomos, pero este día es sobre todo el día de diversión. La parte sagrada de la fiesta prácticamente termina con las misas y de la tarde empieza la parte profana. Prácticamente todo el pueblo se encuentra arriba en el cerro comiendo, bebiendo, platicando y divirtiéndose lo que complementa la parte sagrada de la fiesta. Los dos últimos días (13 y 14 de diciembre) son tranquilos, especialmente el día penúltimo. Se celebran las misas y 14 de diciembre la última procesión baja la imagen guadalupana y la escultura de Juan Diego de la capilla a la iglesia en el centro. Antes de la entrada a la iglesia se entrega el cargo de la mayordomía a nuevos mayordomos y el ciclo guadalupano está completo y cerrado y el nuevo puede empezar. La capilla en el cerro se cierra y se vuelve a abrir hasta otro diciembre. Fiesta de la Virgen de Guadalupe cuenta también con tal llamada media fiesta que se lleva a cabo tres meses antes, entonces 11-13 de

septiembre pero en este caso no se sube a la capilla sino aparte de las misas diarias una procesión recorre 12 de septiembre la plaza.

Estudiando la fiesta guadalupana en Santa Clara Huitziltepec llegamos al punto en el que podemos acceder a la análisis y aplicar los conceptos teóricos desarrollados en la parte correspondiente de este texto al nuestro estudio de caso. El concepto de sincretismo religioso es más que aparente y no hay duda que en la figura de Nuestra Señora de Guadalupe se unieron atributos de Tonantzin prehispánica y Virgen María católica. Pero hay que tener en cuenta que este proceso de sincretismo ocurrió sobre todo en el Valle de México donde Tonantzin había sido venerada en los tiempos prehispánicos y donde se apareció la Virgen de Guadalupe después de la conquista. No sabemos exactamente cuando el culto guadalupano se estableció en la Mixteca poblana pero sabemos que como todavía 200 años después de las apariciones en el Tepeyac la devoción por la Virgen de Guadalupe no sobrepasaba los límites del territorio en el que había sido venerada Tonantzin. La expansión de su culto es relacionada con la ideología criolla del siglo XVIII que necesitaba confirmar sus raíces mexicanas y para este propósito el culto guadalupano la sirvió mejor que nada porque la Virgen de Guadalupe fue considerada la virgen de la tierra mexicana, entonces el símbolo de la emancipación criolla con respecto a los españoles. Ya que según la leyenda la Guadalupana se apareció al hombre indígena que legitimizó su origen mexicano, las élites criollas querían que los indígenas aceptaban a la Guadalupana y la consideraban suya (Taylor, 1987). Entonces, la expansión de su culto era más el asunto de la política que de la religión. Por eso hay que percibir el carácter sincrético de la Virgen de Guadalupe en Santa Clara Huitziltepec en relación con la cultura náhuatl del Valle de México de donde la nueva santa proviene y de donde expandió al resto del país no gracias a los indígenas sino gracias a los criollos.

En lo que se refiere a la relación entre

centro y periferia, la fiesta guadalupana en Santa Clara Huitziltepec conviene a este concepto casi en su totalidad. Ya mencionamos que según la leyenda la Virgen de Guadalupe se apareció a Juan Diego en la periferia de la ciudad, entonces en el cerro de Tepeyac que se encontraba en aquellos tiempos al norte de la ciudad de México, en la orilla del lago Tezcoco. Entonces según este modelo las capillas consagradas a la Guadalupeana habitualmente son construidas no solamente a fuera del centro ritual de los pueblos sino afuera de pueblos mismos, entonces completamente en la periferia de sus territorios y, por supuesto, en la cima de algún cerro que en el caso de Santa Clara Huitziltepec analógicamente se llama también Tepeyac. Podemos ver que el culto de la Guadalupeana es tan fuerte y arraigado que se reflejó incluso en la topografía de la región lejana. Aparte de la fiesta guadalupana misma en diciembre la capilla está cerrada y el cerro mismo es visitado sólo de vez en cuando por los campesinos que allá arriba cultivan sus campos de pitaya⁷ o apacantan sus manadas de chibos o borregos. Se encuentra en la zona insegura y temida lo que se cambia sólo en diciembre para cinco días cuales abarcan la fiesta guadalupana en el pueblo. Para estos cinco días la capilla y sus alrededores, entonces la periferia, se convierten en el centro ritual de carácter temporal al que se traslada toda la vida religiosa y social de pueblo. De esta manera la fiesta guadalupana liga el centro de pueblo representado por la iglesia de Santa Clara con su periferia representada por la capilla de la Virgen de Guadalupe. Este enlace en el nivel simbólico representa no sólo la unión del centro y periferia de un pueblo sino al mismo tiempo la unión de todo el universo en el espacio y tiempo. La gente cumplió con sus obligaciones rituales y

⁷ El pueblo se encuentra en la zona árida donde hay escasez de agua. Las lluvias duran sólo dos meses (julio, agosto) y ya que no hay ningún río o arroyo y hay sólo pocos pozos con poca agua, el riego es muy limitado y por eso la gente de Santa Clara Huitziltepec más que maíz siembran cactasias, sobre todo pitaya, pitajaya, xoconoxtle y nopal.

el ciclo puede empezar de nuevo. Sin embargo, enlace entre el centro y periferia de pueblo representa sólo una parte de la unión espacial, temporal y religiosa que crea la fiesta guadalupana. El segundo y por lo menos de igual importancia es representado por el enlace entre el cerro de Tepeyac en México y cerro de Tepeyac en Santa Clara Huitziltepec, entonces entre los habitantes de pueblo y su patrona y protectora celestial cuyo centro ritual por excelencia se encuentra en la capital. Ya hemos mencionado que en el transcurso del tiempo Tepeyac en México se convirtió de la periferia de la ciudad en el centro ritual de todo el país que pertenece a todos. De este punto de vista la capilla guadalupana en nuestro pueblo se encuentra en la periferia del territorio guadalupano cuyo centro abarca el recinto sagrado guadalupano en la capital, en el que se halla la imagen sagrada, entonces el objeto de la devoción guadalupana principal. La fiesta que organizan en Santa Clara Huitziltepec simbólicamente liga su pueblo (periferia) con la imagen y recinto guadalupano en la capital (centro), entonces a los santaclarenses con su santa patrona como ya hemos dicho arriba.

La fiesta misma en el pueblo representaría sólo la unión imaginaria y espiritual si no existiera un vínculo real que liga el pueblo con el recinto sagrado en la capital en el tiempo y espacio real. Este vínculo es la peregrinación, en nuestro caso Peregrinación con antorcha, que lleva la antorcha, entonces la luz y fe de los de pueblo, en la forma de carrera de relevo a la basílica guadalupana en la ciudad de México. La tradición de peregrinar en México tiene sus raíces en la época prehispánica y la misma tradición en el catolicismo ayudó también a los indígenas aceptar la nueva religión. Las pomposas procesiones y peregrinaciones barrocas convenían al ánimo indígena y como tales se hicieron la parte integral de los catolicismos indígenas. En este lugar no queremos analizar la Peregrinación con antorcha en Santa Clara Huitziltepec porque ya lo hicimos en otro artículo nuestro⁸. Lo que queremos es advertir a la importancia que esta peregrinación, junto

con peregrinación a pie que se organiza en febrero y peregrinación de bicicleta que se lleva a cabo de la manera paralela a la Peregrinación con antorcha, tiene en la fiesta guadalupana. Sobre todo representa el vínculo entre los habitantes de Santa Clara Huitziltepec y su santa patrona pero también la podemos considerar parte del turismo religioso o espiritual. Lo que pasa es que la visita del centro peregrino guadalupano en la capital con el propósito de rezar, pedir y agradecer no necesariamente debe ser el único objetivo de los peregrinos. Muchas veces se trata simplemente de la visita de la capital que los peregrinos no siempre pueden realizar en el transcurso del año por varias razones. La peregrinación los permite hacerlo sin embargo el motivo turístico no podemos ver como separado del motivo sagrado. Como todo en la vida de los indígenas, la peregrinación también representa un elemento complejo en el que la relación entre la parte sagrada y la parte profana tiene carácter complementario.

En la parte teórica mencionamos dos tipos de clasificaciones que desarrollaron los Turner y Bowie. Las peregrinaciones guadalupanas y en nuestro caso Peregrinación con antorcha según los Turner cumplen las características de las peregrinaciones arcaicas, porque se trata de peregrinaciones al centro que es caracterizado por el sincretismo religioso y en el que se mezclan las creencias prehispánicas relacionadas con Tonantzin y el culto mariano introducido a México por los españoles después de la conquista. Según la tipología de Bowie nuestra peregrinación pertenece a las peregrinaciones al lugar sagrado (Tepeyac y basílica en la capital) y al objeto sagrado (la imagen famosa de la Guadalupe colocada en la basílica). De cierta medida la Peregrinación con antorcha (y las peregrinaciones guadalupanas en general)

⁸ Véase Hlůšek, R. 2013. La Peregrinación como demostración de la devoción Guadalupeana de los indígenas mexicanos. Ejemplo de Peregrinación con antorcha, Santa Clara Huitziltepec, Puebla. En: R. Martínez Cárdenas (coordinador). Santuarios, fiestas patronales, peregrinaciones y turismo religioso. Universidad de Málaga, Málaga, pp. 49-58.

pertencen también a las peregrinaciones como si éstas fueran un texto sagrado por que uno puede emprender su viaje peregrino sobre la base de Nican Mopohua, texto sagrado que habla de las apariciones de la Guadalupeana a Juan Diego y que puede servir para planear la visita de los lugares importantes en el recinto sagrado guadalupano. Pero es cierto que la mayoría de los creyentes, incluso de los peregrinos, nunca ha leído Nican Mopohua ni la conoce y por eso no puede planear su peregrinación según esta obra literaria⁹.

El último concepto teórico que planteamos en este estudio de caso es el de Carrasco que examina cosmogonía y cosmología indígena y propone tres principios básicos que ya hemos mencionado en su parte correspondiente. Creación del universo, búsqueda de su centro y su renovación encontraron su realización también en la fiesta de la Virgen de Guadalupe porque la parte importante de esta fiesta es la peregrinación que siempre se ha relacionado con estos tres principios. No importa si se trata solamente de la procesión recorriendo el pueblo o sólo su centro, o de la peregrinación que puede durar varios días. El recorrido de un espacio sagrado (centro ritual o ruta de peregrinación) es la parte indispensable de cada fiesta religiosa de los indígenas mexicanos y la fiesta guadalupana en Santa Clara Huitziltepec no es ninguna excepción. La creación de universo consiste en la preparación de la fiesta que dura prácticamente todo el año. Parece exagerado pero no es así. Hay que tener en cuenta que la preparación de la fiesta empieza simbólica y prácticamente el día 14 de diciembre del año pasado cuando se está acabando la fiesta anterior y cuando antes de la entrada a la iglesia la mayordomía está pasada a nuevos mayordomos. Desde entonces éstos tienen el cargo de organizar en el

⁹ Como ya hemos dicho, para leer más véase nuestro artículo mencionado en la nota anterior en el que tratamos también de lo sagrado y lo profano y de ritos de paso en lo que se refiere a la Peregrinación con antorcha.

año que viene la fiesta lo que les cuesta mucho esfuerzo y también mucho dinero. Entonces los mayórdomos junto con sus socios y familiares y compadres tienen un año para juntar el dinero suficiente y para organizar todo lo necesario. El segundo principio representado por la búsqueda del universo habitualmente consiste en la procesión de los creyentes que recorre el centro de pueblo o el pueblo entero. Este segundo principio no conviene totalmente al concepto de Carrasco porque las procesiones no recorren el centro ni el pueblo entero sino salen de la iglesia y se dirigen directamente a la capilla en el cerro y vice versa. Y la Peregrinación con antorcha el centro de pueblo prácticamente ni toca. No es necesario porque toda la vida religiosa en estos días se lleva a cabo arriba en el cerro que, como ya hemos mencionado, se convierte en centro ritual de carácter temporal. A este concepto convendría más por ejemplo la fiesta patronal de Santa Clara de Asís (11 de agosto) cuando la procesión no sólo sale y regresa a la iglesia (centro) sino también recorre todo el pueblo haciendo una ruta en forma de cuadro (cuatro puntos cardinales). Este tipo de procesión no podemos observar en el caso de la fiesta guadalupana en Santa Clara Huitziltepec, sin embargo, la búsqueda del centro de universo por el medio de las procesiones de la iglesia a la capilla y vice versa y la peregrinación a la basílica en la capital adquiere el nivel superior. Este nivel superior que buscan y encuentran los miembros de la comunidad reconocemos tanto en el centro ritual de carácter temporal (capilla arriba del pueblo) como en el centro ritual de carácter permanente y por excelencia (basílica en la capital). La relación y enlace entre estos dos centros que ya hemos analizado en la parte tratando de la problemática del centro y periferia representa la búsqueda del centro excepcional y de carácter tanto temporal como permanente y supraregional. De todas maneras la Peregrinación con antorcha regresa a la capilla arriba de Santa Clara (entonces del centro supraregional y permanente al centro local y temporal) y toda la

fiesta termina el día 14 de diciembre en la iglesia de Santa Clara, entonces en el centro ritual permanente. El tercer principio, entonces la renovación de universo, consiste en la fiesta misma en su conjunto lo que quiere decir en los cinco días que dura y al fin termina toda la celebración. La terminación de la fiesta es el punto fundamental que se relaciona con la renovación de universo porque hasta cuando se acabe podemos decir que el universo se ha renovado, un ciclo guadalupano se acabó y el nuevo comenzó. Los creyentes suponen que hayan hecho todo lo necesario para que cumplieran con sus deberes y el comienzo de nuevo ciclo significa que la Virgen de Guadalupe, su patrona y protectora celestial, va a protegerlos en el transcurso de otro año. Además, con la terminación exitosa de la fiesta se asegura que el universo va a perdurar a lo largo de otro ciclo anual. De esta manera la fiesta de la Virgen de Guadalupe representa un enlace definitivo entre la comunidad y el universo.

Conclusión

La fiesta de Nuestra Señora de Guadalupe en Santa Clara Huitziltepec representa un estudio de caso con que intentamos hacer una contribución al mosaico de la devoción guadalupana en México. Pasamos esta fiesta en México ya varias veces y en varios pueblos, entonces estamos conscientes que el caso que hemos descrito y analizado representa un caso concreto que comparte rasgos generales con otros pueblos pero al mismo tiempo es específico y único y se distingue por algunos rasgos particulares. Lo hemos analizado desde varios puntos de vista y hemos aprovechado varios enfoques teóricos que consideramos adecuados para la investigación y estudio de este fenómeno. Estos enfoques no son nuevos ni revolucionarios. Al contrario, la comunidad científica los ha conocido desde hace mucho tiempo. Sin embargo, su aplicación a nuestro estudio de caso nos ayudó revelar los procesos tanto religiosos como sociales que se relacionan no sólo con esta fiesta particular sino en general con el mundo religioso de los

habitantes de la comunidad investigada. La fiesta de la Virgen de Guadalupe pertenece a las fiestas especiales y de una cierta medida es la fiesta más excepcional y importante de todas y tiene por lo menos la misma importancia que la fiesta patronal de Santa Clara. Es el resultado de un proceso histórico que ha subido a la Guadalupeana a mera cima de la jerarquía de los santos venerados en México y como tal su devoción por ella alcanzó el nivel nacional. Al contrario, la fiesta de la santa patrona de pueblo no rebasa los límites de la comunidad y en los pueblos vecinos no le dan tanta (si alguna) importancia. La Virgen de Guadalupe y su fiesta son diferentes. Se celebran con mucho fervor en todos los pueblos y en todo el país, sin embargo la forma y a veces también el contenido de esta celebración difieren a lo largo de país lo que intentamos demostrar en el ejemplo de nuestro pueblo estudiado.

Bibliografía

Bowie, F. 2008. ANTROPOLOGIE NÁBOŽENSTVÍ. Rituál, mytologie, šamanismus, poutnictví. Portál, Praha, pp. 336.

Carrasco, D. 1999. NÁBOŽENSTVÍ MEZOAMERIKY. Kozmovize a obřadní centra. Prostor, Praha, pp. 240.

van Gennep, A. 1997. PŘECHODOVÉ RITUÁLY. Systematické studium rituálů. Nakladatelství Lidové noviny, Praha, pp. 201.

Haly, R. 1996. "Upon this Rock": Nahuas and national Culture, a Contest of Appropriations. *Cry. Contemporary Themes in Native American Spirituality*. Edición especial: To Hear the Eagles. Documento electrónico, <http://infotrac.galegroup.com/itweb/dob> - activo 14 de octubre 2004.

Hlúšek, R. 2013. La Peregrinación como demostración de la devoción Guadalupeana de los indígenas mexicanos. Ejemplo de Peregrinación con antorcha, Santa Clara Huitziltepec, Puebla. En: R. Martínez Cárdenas (coordinador). *Santuarios, fiestas*

patronales, peregrinaciones y turismo religioso. Universidad de Málaga, Málaga, pp. 49-58.

de Sahagún, B. 2000. HISTORIA GENERAL de las cosas de Nueva España. Tomo I-III. CONACULTA, México, D.F., pp. 1450.

Sandstrom, A. R. 1996. Center and Periphery in the Social Organization of Contemporary Nahuas of Mexico. *Ethnology*, núm. 35, vol. 3, pp. 161-180.

Turner, V. y Turner, E. 1978. IMAGE AND PILGRIMAGE in Christian Culture. *Anthropological Perspectives*. Columbia University Press, New York, pp. 281.

Taylor, W. B. 1987. Virgin of Guadalupe in New Spain. An Inquiry into the Social History of Marian Devotion. *American Ethnologist*, núm. 14, vol. 1, pp. 9-33.

El Turismo religioso en Jalisco como mercancía

José Luis Cornejo Ortega
Edmundo Andrade Romo
Rodrigo Espinoza Sánchez

Introducción

El turismo religioso ha emergido en muchas regiones como uno de los productos de turismo más importantes. A pesar de la tendencia mundial hacia la secularización, en los últimos años se asiste a un redescubrimiento turístico de lugares y rutas de carácter religioso (Digance, 2003).

Además, este tipo de turismo quizás sea el único que puede fortalecerse en épocas de crisis económica (Millán et al., 2010). Se estima que anualmente entre 300 y 330 millones de personas se desplazan por motivos religiosos, generando un impacto económico de unos 18,000 millones de dólares (World Religious Travel Association, 2010).

En México, casi el 90% de la población profesa el catolicismo y existe una marcada tendencia a peregrinar hacia sus distintos santuarios, de tal forma que cada año unos 40 millones de personas se desplazan en el interior sólo por motivación religiosa, generando un impacto económico 952 millones de dólares (Martínez, 2010).

En el Estado de Jalisco el turismo religioso tiene un gran potencial. Hasta ahora, las autoridades jaliscienses, tanto laicas como eclesiásticas, apenas han promovido el turismo religioso, pero actualmente diversas instancias estatales y municipales están tratando de impulsarlo. En el Estado de Jalisco los destinos religiosos más importantes son San Juan de los Lagos, Talpa de Allende y Zapopan en lo que se refiere a la veneración de las Vírgenes y Santa Ana de Guadalupe (en Jalostotitlán), Tequila y Guadalajara para la veneración de los Mártires (SETUJAL, 2010).

En esta investigación se determina el contexto del desarrollo del turismo religioso como producto con el objetivo de describir el perfil del turista para el que se debe diseñar el producto turístico religioso en el estado de Jalisco, comparando seis lugares de Jalisco, tres en donde se veneran tres de las cinco principales Vírgenes de México, (San Juan

de los Lagos, Talpa de Allende y Zapopán) que son similares en algunos aspectos, pero que tienen también elementos diferenciadores que hacen que se encuentren en etapas evolutivas distintas y tres relacionados con los Mártires de la guerra cristera (Santana de Guadalupe, Tequila y Guadalajara) las dos primeras relacionadas con el Santo Toribio Romo y Guadalajara el Santuario a los 26 mártires santos y 24 beatos.

Áreas de estudio

San Juan de los Lagos se localiza en la Región de los Altos, al noreste del Estado de Jalisco. Se cree que este municipio (anteriormente denominado San Juan Bautista Mezquititlán) fue fundado en 1542 por Fray Miguel de Bolonia, quien además construyó una ermita con hospital donde dejó una pequeña imagen de la Virgen de la Concepción. A ella se le atribuye el milagro que en 1623 devolvió la vida a una niña de siete años. A raíz de ello, la imagen cobró fama de milagrosa, siendo coronada en 1904, y hasta lograr la veneración que ahora tiene (Millán, Pérez y Martínez, 2012).

San Juan de los Lagos es el segundo centro religioso más importante de México (después de la Basílica de Nuestra Señora de Guadalupe, en el Distrito Federal) recibiendo anualmente a unos 6 millones de peregrinos, que generan un impacto económico de más de 41 millones de euros. De estos 6 millones de peregrinos, casi 2 millones acuden durante la Fiesta de la Candelaria (del 23 de enero al 2 de febrero), la principal celebración del municipio (Millán, Pérez y Martínez, 2012).

Talpa de Allende se encuentra al suroeste del Estado de Jalisco, en la Región Sierra. La Imagen de Nuestra Señora de Rosario de Talpa fue modelada en 1530 por los indios tarascos del Estado de Michoacán y llevada a Talpa en el año 1585. Desde entonces ha concedido cientos de milagros a los innumerables peregrinos que han pasado frente a Ella. Entre sus grandes milagros destaca su prodigiosa renovación en 1644. La imagen de caña liviana iba a

ser enterrada a causa de su mal estado, cuando, en medio de un resplandor, se observó que se había renovado inexplicablemente. Este acontecimiento y los numerosos milagros obrados en los años inmediatos dieron origen a que la veneración de la imagen se extendiera rápidamente. En 1645 tuvo lugar su coronación (Millán, Pérez y Martínez, 2012).

Talpa de Allende recibe al año a casi 3 millones de peregrinos, de los cuales una gran parte acuden del 11 al 19 de marzo durante la Fiesta de San José, la principal celebración del municipio (Millán, Pérez y Martínez, 2012).

Zapopán El origen de la Basílica se remota hacia finales del siglo XVII, cuando el Señor Obispo, Juan Santiago de León y Garabito, quien dirigía la Iglesia de Guadalajara en ese tiempo, mandó edificar su palacio episcopal frente al templo de la Virgen, disponiendo que a su muerte fuera hospedería para los peregrinos que acudían al Santuario.

En 2013 se estimó que asistieron a la romería dos millones 400 mil visitantes estimaciones realizadas por las autoridades del municipio. Si los milagros concedidos o las peticiones celestiales pueden ser cuantificados de esta forma, este año fueron en aumento, pues los participantes superan en más del doble lo calculado en 2011, cuando un millón de fieles se hizo presente.

De los seis casos de estudio, sin duda alguna la Basílica y Virgen de Zapopan, la "Generala" para sus devotos, solo en el episodio reciente del 12 de octubre del 2014 se estimó una afluencia de 2'500,000 visitantes, 30,000 danzantes y 1,500 permisos temporales para comercio informal, el gobierno municipal de Zapopan, conjuntamente con la federación, actualmente están integrando el expediente para su postulación como un bien cultural del Patrimonio de la Humanidad con base a la romería ya que el peregrinaje data del siglo XVI, está asociado al temporal de lluvia y a la producción de maíz; por otro lado su

impacto o área de influencia se estima a nivel mesoamericano (Robles, 2014).

Santa Ana de Guadalupe es una delegación del municipio de Jalostotitlán, en la Región de los Altos, al noroeste del Estado. Aquí nació en el año 1900 Santo Toribio Romo, uno de los sacerdotes mártires de la Guerra Cristera. Toribio Romo murió en 1928 y, veinte años después, sus restos fueron llevados a su lugar de origen, a la capilla que él mismo construyó. En 1992 fue beatificado y en el año 2000 fue canonizado junto con 24 compañeros. La Iglesia tuvo reticencias para incluir a Toribio Romo entre los canonizados, sin embargo el pueblo creyente lo escogió como uno de sus santos favoritos atribuyéndole un especial poder taumatúrgico en la ayuda que otorga a los migrantes indocumentados (Millán, Pérez y Martínez, 2012).

Desde el año 2000, en el que se canonizó a Santo Toribio y durante el cual se celebró Año Jubilar, Santa Ana de Guadalupe ha experimentado un gran incremento de visitantes, recibiendo actualmente unas 750.000 personas al año, que generan un impacto económico de aproximadamente 3,7 millones de euros (Millán, Pérez y Martínez, 2012).

Uno de los templos dedicados al padre Toribio se localiza a 10 km de la población de Tequila. En este sitio es donde fue aprendido y asesinado el Santo Toribio Romo, por lo que están tratando de reconstruir algunos lugares donde se escondía y realizaba sus actividades religiosas en tiempos del movimiento cristero

El Santuario de los Mártires con capacidad para albergar a 12 mil personas bajo techo y 50 mil en su explanada exterior, la Arquidiócesis de Guadalajara construyó el Santuario de los Mártires en el Cerro del Tesoro, una obra faraónica de 160 mil metros techados, única en el mundo y la más grande que haya emprendido la Iglesia Católica mexicana en la historia moderna. Con una infraestructura que incluye un hospital para gente de escasos recursos, sobre todo para sacerdotes

enfermos, un convento de religiosas, una monumental escultura a Cristo, de 45 metros y otras instalaciones de servicio a los feligreses. El templo albergará las urnas funerarias de 26 mártires santos y 24 beatos, para la veneración de los católicos. Cada domingo hay misa y se juntan dos mil o tres mil personas.

Materiales y métodos

Como investigación inicial del fenómeno de turismo religioso y la percepción de los visitantes de tres lugares relacionados con santuarios de los mártires y tres lugares relacionados con las Vírgenes, se realizó una encuesta en mayo de 2014 en Jalostotitlán, Tequila y Guadalajara en lo referente a Mártires y San Juan de los Lagos, Talpa de Allende y Zapopan en lo referente a las Vírgenes, todos estos municipios del estado de Jalisco, México. En este sentido se distribuyeron 126 cuestionarios para el estrato de las Vírgenes y 156 para los Mártires en una muestra aleatoria de los visitantes que se encontraban en las iglesias, la distribución de la muestra se realizó de acuerdo a la afluencia registrada al momento del levantamiento, cuidando que por lo menos se entrevistaran 32 personas que es el tamaño mínimo de muestra para asignar representatividad al estrato (Tabla 1).

Mártires	
Localidad	Encuestas
Jalostotitlán	74
Tequila	34
Guadalajara	48
Total	156

Vírgenes	
Localidad	Encuestas
San Juan de los Lagos	49
Talpa de Allende	32
Zapopan	45
Total	126

Tabla 1. Distribución de la muestra dentro de los estratos. Fuente: elaboración propia.

El cuestionario de dos páginas incluyó preguntas abiertas y cerradas, y se dirigió a conocimientos, comprensión, actitudes, valores y comportamientos, así como las variables demográficas y de gasto, en total, el cuestionario consta de 18 preguntas. Varias de las medidas utilizadas, incluidas las medidas de comportamiento, fueron adaptadas a partir de estudios anteriores. Los cuestionarios fueron piloteados y revisados de acuerdo con la opinión de los encuestados en un muestreo piloto. Los datos cuantitativos se analizaron con el programa SPSS. La encuesta fue diseñada para ser autocompletada y se centró en tres áreas clave: (1) las percepciones individuales, (2) características del viaje, y (3) la demografía.

El análisis de datos se realizó en SPSS®. Se realizaron estadístico descriptivo como frecuencias y tabulaciones cruzadas. Este análisis permitió el desarrollo de la investigación social de las variables cuantitativas y cualitativas. Estos proporcionan los medios para estudiar la percepción de los entrevistados en lo referente al fenómeno de turismo religioso.

En el diseño del cuestionario se midieron las actitudes y motivos mediante escala de Likert para cada factor definido y abriendo la posibilidad para preguntas abiertas para considerar factores no incluidos en el cuestionario que no se identificaron en la investigación.

Medida mediante muestreo probabilístico:

Se realizó una encuesta con un tamaño de muestra de 282 encuestas con una confianza de 95% y un error estadístico de $\pm 6\%$. El tamaño de muestra para un muestreo aleatorio simple es la siguiente (Cochran, 1977):

$$n_{\text{mas}} = \frac{\frac{Z^2PQ}{\varepsilon^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{Z^2PQ}{\varepsilon^2} - 1 \right)} \approx 256,$$

n_{mas} = Tamaño de muestra para un Muestreo Aleatorio Simple,
 $Z = 1.96$ Confianza, valor normal de la abscisa en la curva normal,
 $\varepsilon = \pm 6\%$ Error estadístico máximo absoluto,
 $P = 60, Q = 40\%$,
 $N =$ Turistas.

Cornfiel (1951) sugirió medir la eficiencia de un plan de muestreo mediante el cociente de la varianza que se obtendría mediante una muestra aleatoria simple de k unidades de observación, entre la varianza obtenida mediante el plan de muestreo complejo con k unidades de observación. Kish (1965) llamó al recíproco del cociente de Cornfield efecto de diseño (Lohr, 2000).

$$ED = \frac{V(\text{estimación del plan de muestreo})}{V(\text{estimación de una muestra aleatoria simple})}$$

Para calcular el tamaño de muestra se deberá estimar para un muestreo aleatorio simple, luego multiplicarlo por el ED (Lohr, 2000).

Sin embargo, al no existir un estudio similar, el Efecto de Diseño no es posible obtenerlo, por lo que se estimará en 10% excedente:

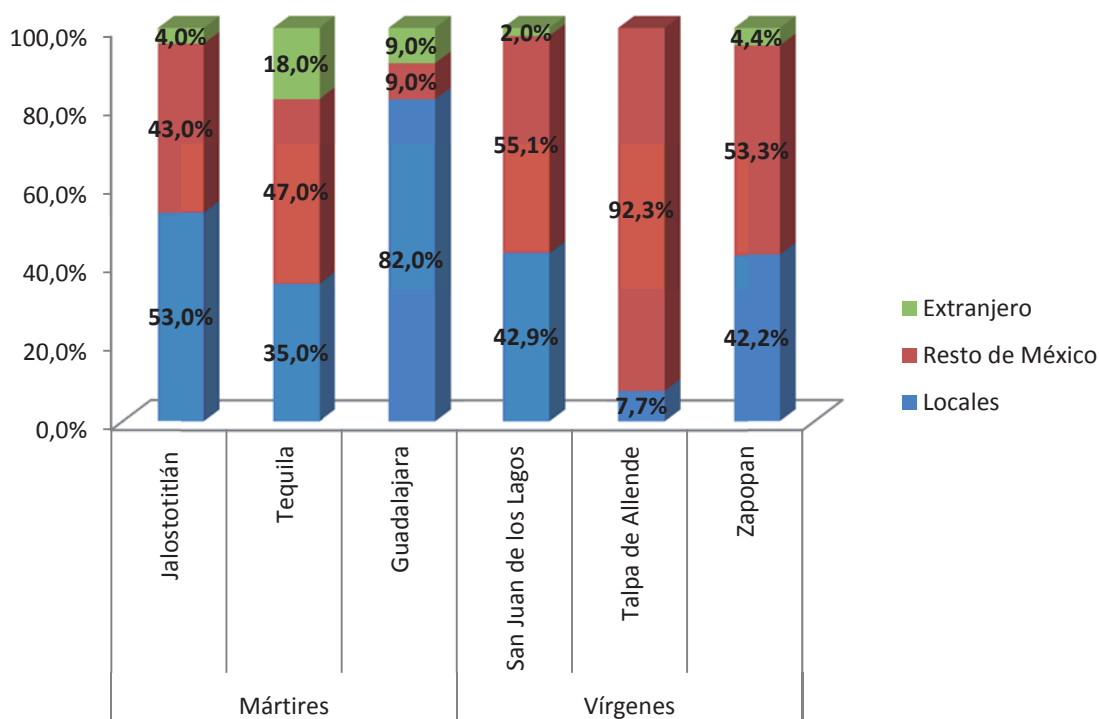
$$n = ED * n_{mas} = 1.1 * 256 \approx 282$$

El universo de estudio son los turistas o visitantes a las iglesias en las localidades encuestadas.

Resultados

Perfil del visitante / demografía

Los resultados muestran que la gran mayoría de los turistas que visitan las iglesias de los Mártires en este estudio son personas de su localidad (53% y 82%), exceptuando el caso de Tequila ya que el 47% son visitantes del resto de México, sobresale en este mismo municipio el caso de los visitantes extranjeros con un 18% de los visitantes, en lo referente al estrato de las Vírgenes, especial atención resalta en el caso de Talpa de Allende ya que el 92.3% que visitan esta iglesia provienen del resto de México (Gráfica 1).



Gráfica 1. Origen de los visitantes a las Iglesias. Fuente: Elaboración propia.

En lo referente al género, la muestra fue balanceada, aunque no se bucó la cuota de género al momento de la aplicación, en

este sentido se comprueba lo bondadoso que resulta un muestreo bien diseñado (Tabla 2).

	Mártires			Vírgenes		
	Jalostotitlán	Tequila	Guadalajara	San Juan de los Lagos	Talpa de Allende	Zapopan
Hombre	55.3%	46.0%	50.0%	53.1%	48.0%	46.5%
Mujer	44.7%	54.0%	50.0%	46.9%	52.0%	53.5%

Tabla 2. Género de las personas entrevistadas. Fuente: elaboración propia.

En el contexto de la edad para la muestra aplicada al estrato de Mártires en el municipio de Jalostotitlán el 70% de los entrevistados pertenecen al rango de edad de 20 a 39 años, en Tequila el 67% son de este grupo y en Guadalajara, el 55%, lo que nos indica que la mayoría

de entrevistados son jóvenes y adultos jóvenes.

En el estrato de las Vírgenes, para este mismo rango de edades los resultados son similares, en San Juan de los Lagos 67.3% pertenecen a este grupo, en Talpa de Allende 82.6% y en Zapopan 60.5%.

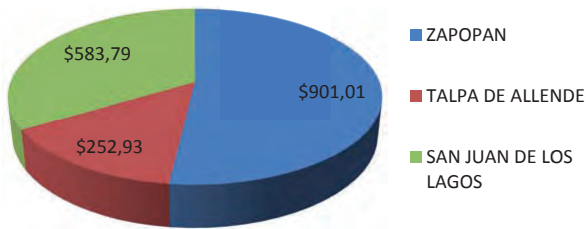
	Mártires			Vírgenes		
	Jalostotitlán	Tequila	Guadalajara	San Juan de los Lagos	Talpa de Allende	Zapopan
Escuela primaria	11.0%		11.0%	20.4%	15.3%	19.0%
Escuela secundaria	24.0%	6.0%	26.0%	36.8%	36.0%	21.4%
Formación profesional	57.0%	27.0%	30.0%	20.4%	21.3%	21.4%
Licenciatura	8.0%	55.0%	28.0%	20.4%	26.2%	31.0%
Master o Doctorado		12.0%	5.0%	2.0%	1.2%	7.2%

Tabla 3. Nivel educativo de los visitantes. Fuente: elaboración propia.

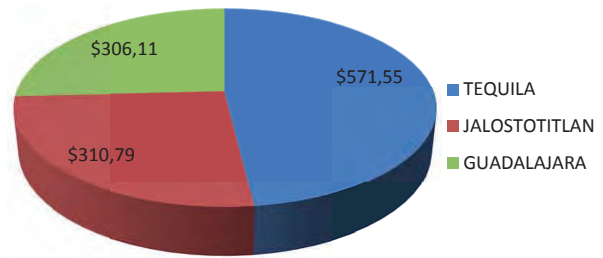
En la tabla 3 se puede apreciar que la mayoría de los entrevistados cuentan con formación profesional, tienen una licenciatura o estudios de posgrado. En lo referente a su ocupación el grueso de los entrevistados afirman se empleados en el estrato de los Mártires con un promedio del 47%, de igual manera pasa en el estrato de las Vírgenes con un promedio de 51.1%, siendo el promedio de ingresos para ambos estratos del rango de 1501 a 4500 pesos por mes, para el caso de los Mártires 31% y 42.8% para el estrato de Vírgenes.

Turismo religioso como mercancía

Para conocer la importancia mercantil del fenómeno de turismo religioso se analizó el gasto promedio por persona en el cual se encontraron diferencias significativas no solo entre estratos sino dentro de los propios estratos, en el caso de las vírgenes Zapopan presentó el mayor gasto por persona (\$901.01), para el caso de los mártires Tequila presentó el gasto más alto (\$571.55), esto puede ser explicado por el hecho de que los turistas que lo visitan son del resto de México o del extranjero (Gráfica 2 y 3).



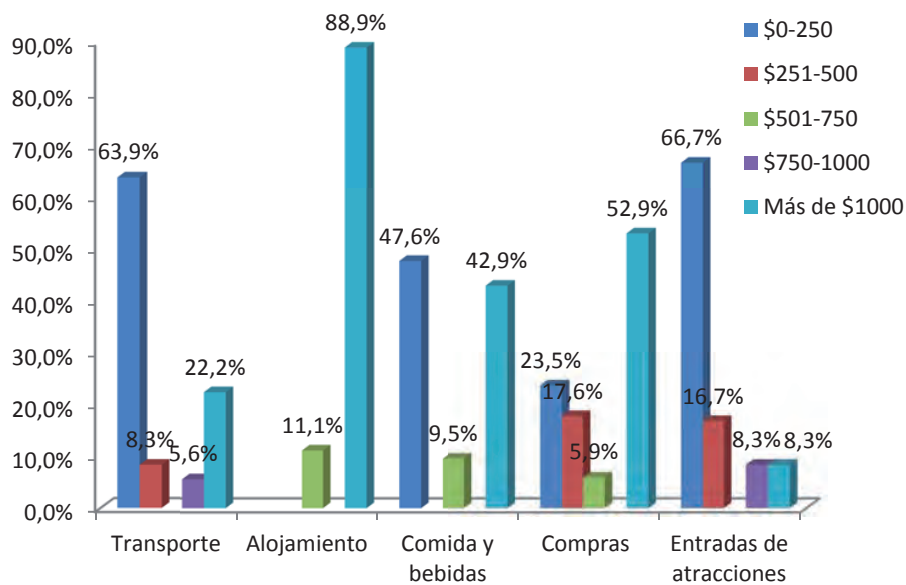
Gráfica 2. Gasto promedio por persona (Vírgenes). Fuente: Elaboración propia.



Gráfica 3. Gasto promedio por persona (Mártires). Fuente: Elaboración propia.

Dentro del estrato de las Vírgenes, en Zapopan el mayor gasto fue por el concepto de alojamiento donde nueve

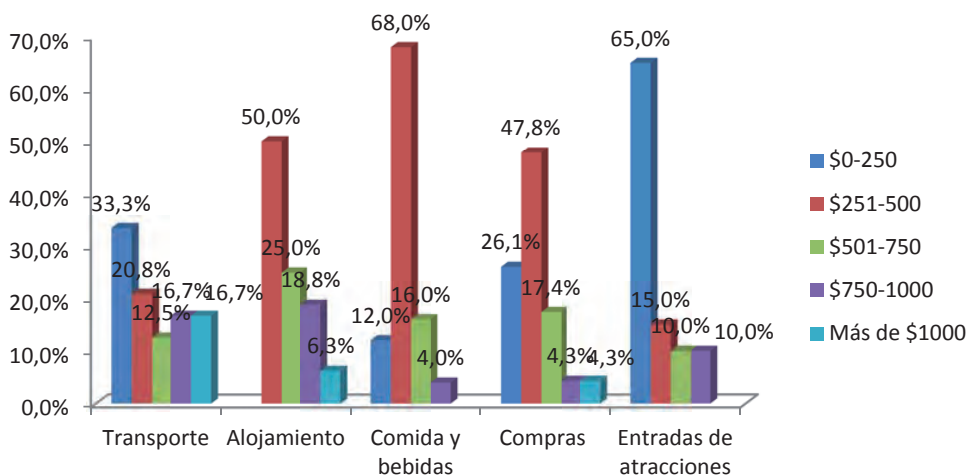
de cada diez personas que utilizaron este servicio pagaron más de 1000 pesos (Gráfica 4).



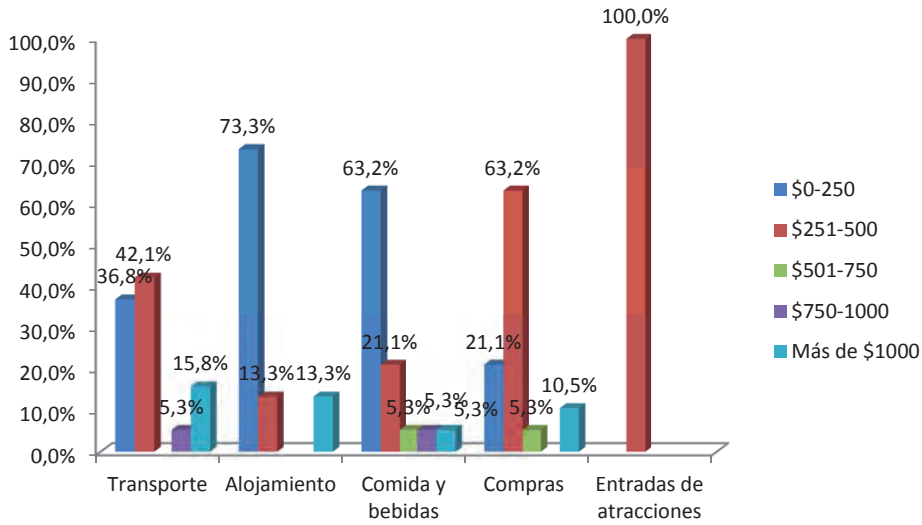
Gráfica 4. Gasto por servicio en Zapopan (Vírgenes). Fuente: Elaboración propia.

En contraste con Zapopan destaca el caso de Talpa de Allende, donde siete de cada diez personas que utilizaron el servicio de alojamiento pago menos de \$250 por

dicho servicio, en San Juan de los Lagos, cinco de cada diez personas pago de 251 a 500 pesos por el mismo servicio (Gráfica 5 y 6).



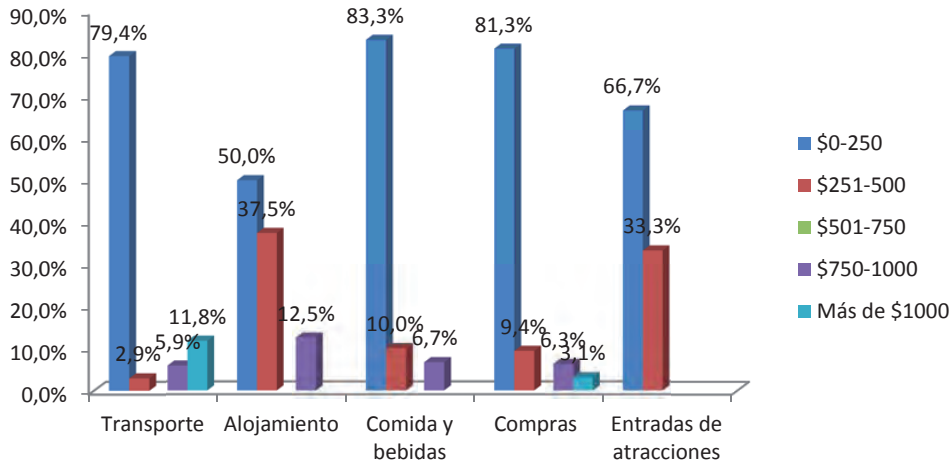
Gráfica 5. Gasto por servicio en San Juan de los Lagos (Vírgenes). Fuente: Elaboración propia.



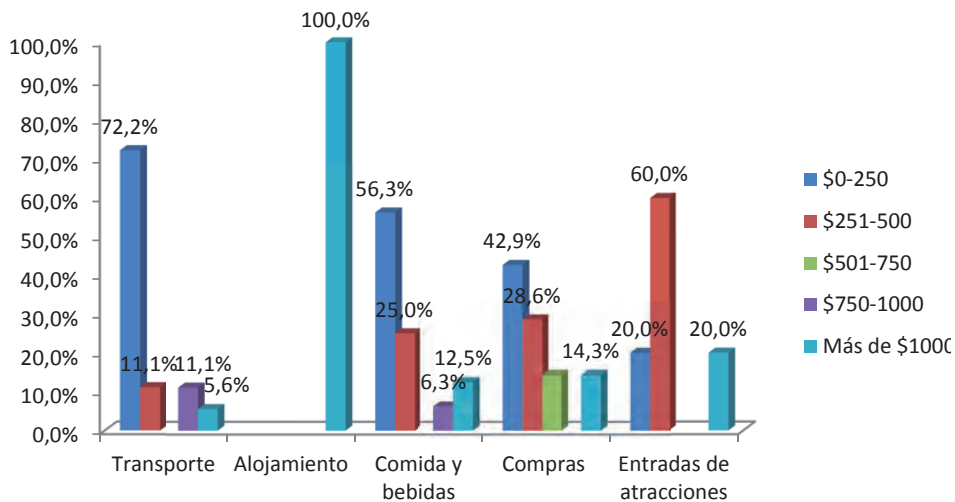
Gráfica 6. Gasto por servicio en Talpa de Allende (Virgenes). Fuente: Elaboración propia.

En lo referente al gasto por servicios en el estrato de los Mártires se obtuvieron resultados solo para dos localidades que son Jalostotitlán y Guadalajara, en el caso de estos podemos destacar que

como la procedencia de los visitantes es mayoritariamente de locales el gasto se distribuye en los servicios de transporte y consumo de comidas y bebidas (Gráfica 7 y 8).



Gráfica 7. Gasto por servicio en Jalostotitlán (Mártires). Fuente: Elaboración propia.



Gráfica 8. Gasto por servicio en Guadalajara (Mártires). Fuente: Elaboración propia.

Para determinar la realidad de estos conceptos se les preguntó a los visitantes una serie de cuestionamientos para diferenciar el fenómeno realizado en estos lugares. En el caso de los Mártires para la pregunta de si ellos ya habían estado con anterioridad en el santuario en el municipio de Jalostotitlán el 77% aseguró que si, en Tequila solo el 35% y en Guadalajara el 51% dijo que si había estado antes en el Santuario. Para el caso de las vírgenes los entrevistados de San Juan de los Lagos 86.7% ya habían estado en la Basílica, el 65.4% en Talpa de Allende y el 75.6% en Zapopan, la gran mayoría de los visitantes refirieron que han estado en estos lugares más de cinco veces, existiendo un número mínimo de personas que contestaron que ya han visitado estos lugares por más de cien veces en la Basílica de Zapopan y de hasta cuatrocientas veces en el Santuario de Santo Toribio en Jalostotitlán.

En lo referente a los medios de transporte

que utilizaron para llegar a estos lugares, en Jalostotitlán el 27% utilizó coche propio, en Tequila el 32% y en Guadalajara el 15%, en lo que se refiere al transporte local, taxi o autobús, lo utilizaron el 19%, 38% y 41% respectivamente.

En este mismo sentido pero en el estrato de las Vírgenes, en San Juan de los Lagos el 30% utilizó coche propio, en Talpa de Allende el 56% y en Zapopan el 21.4%, en lo que se refiere al transporte local, taxi o autobús, lo utilizaron el 7.5%, 4% y 47.6% respectivamente.

A pregunta expresa de donde se encuentran hospedados, se encuentran diferencias en cuanto a ciudades pequeñas y ciudades grandes, en el caso de los que se hospedan en hoteles, en Jalostotitlán solo el 15%, en Tequila el 47% y solamente el 5% en Guadalajara, de igual manera en San Juan de los Lagos el 47.2%, en Talpa de Allende el 53.8% y solo el 19.5% en Zapopan (Tabla 4).

	Mártires			Vírgenes		
	Jalostotitlán	Tequila	Guadalajara	San Juan de los Lagos	Talpa de Allende	Zapopan
Casa propia	53.0%	24.0%	59.0%	27.8%	19.3%	46.3%
Segunda residencia	4.0%		2.0%			
Hotel	15.0%	47.0%	5.0%	47.2%	53.8%	19.5%
Apartamento	2.0%	9.0%	7.0%	5.6%	3.8%	7.3%
Pensión/habitación en casa particular	2.0%	9.0%	10.0%			
Con familia o amigos	21.0%	9.0%	10.0%	13.9%	15.4%	22.0%
Otro	3.0%	2.0%	7.0%	5.1%	7.7%	4.9%

Tabla 4. Lugar de hospedaje de los visitantes. Fuente: elaboración propia.

El promedio de cuantas noches se hospedan en el caso de los Santuarios de los Mártires es de tres noches, para las Basílicas de las Vírgenes es de tres a cuatro noches.

En lo referente a cuál es la razón principal del viaje a estos lugares, se encontró diferencias para los municipios, mientras que en los Mártires, solo en el caso de Tequila destaca la visita al Santuario

(24%), en el caso de las Vírgenes más del 50% visitan los lugares en relación al

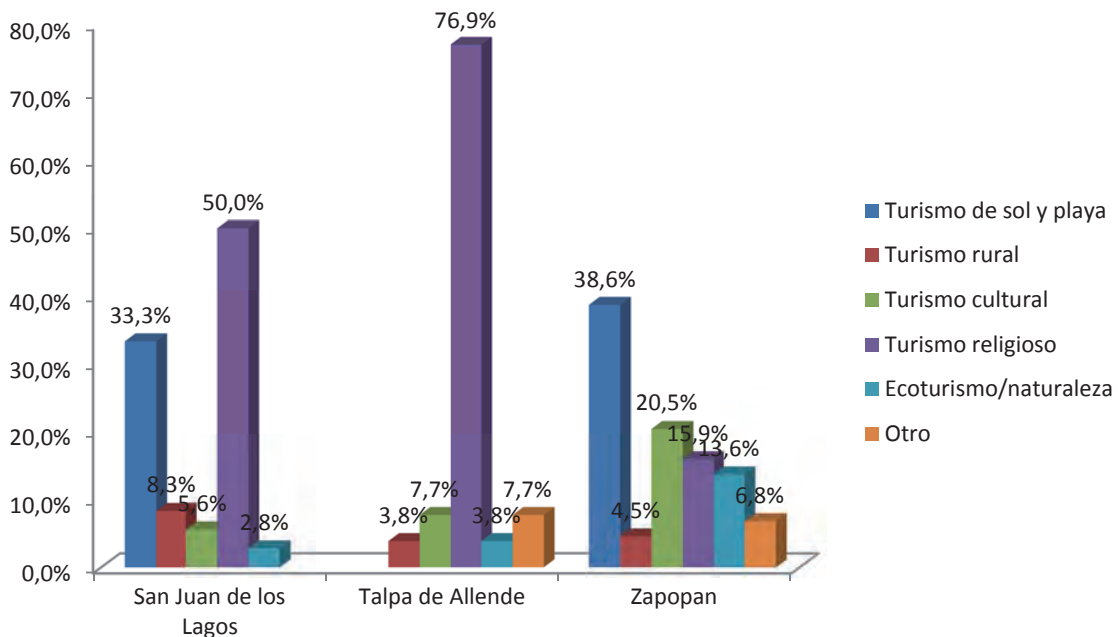
fenómeno religioso, destacando el caso de San Juan de los Lagos (Tabla 5).

	Mártires			Vírgenes		
	Jalostotitlán	Tequila	Guadalajara	San Juan de los Lagos	Talpa de Allende	Zapopan
Vacaciones	10.0%	32.0%	15.0%	2.9%	23.1%	4.9%
Evento cultural	3.0%	12.0%	4.0%			
Visita a familiares o amigos	27.0%	15.0%	15.0%	5.9%	19.2%	19.5%
Negocios	20.0%	6.0%	8.0%	2.9%		
Evento religioso	10.0%			11.8%	15.4%	19.5%
Visitar la Basílica o Santuario	10.0%	24.0%	4.0%	64.7%	38.5%	36.6%
Compras	10.0%	11.0%	19.0%			
Otro	10.0%		35.0%	11.8%	3.8%	19.5%

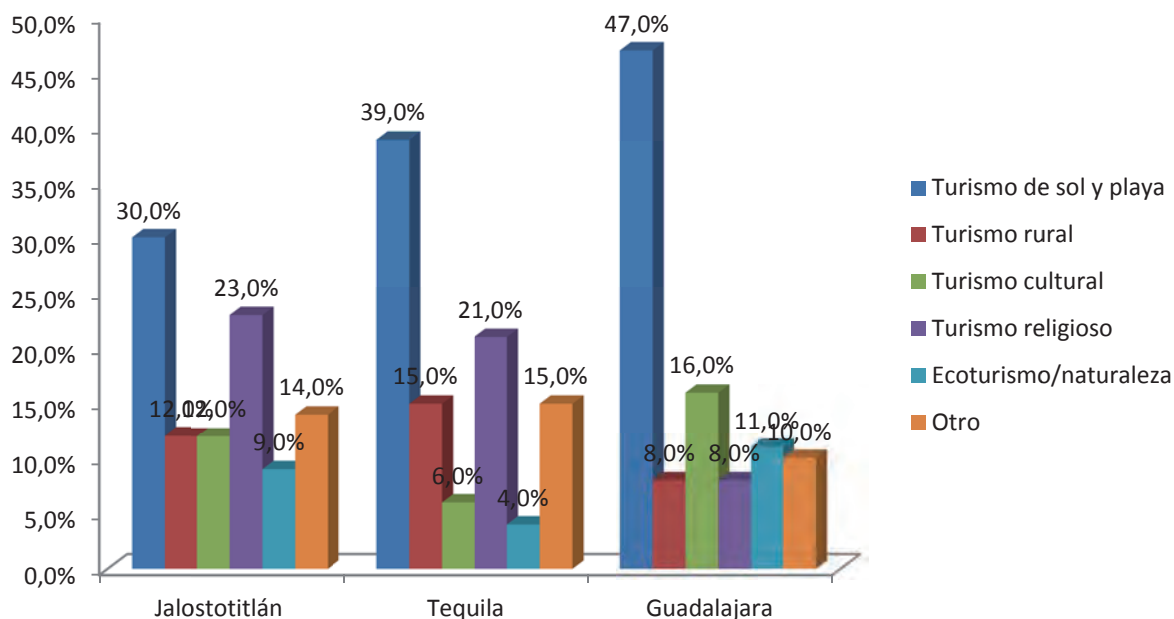
Tabla 5. Razón principal del viaje de los visitantes. Fuente: elaboración propia.

Las gráficas 9 y 10 son muy representativas ya que se encontró que el tipo de turismo que más realizan los visitantes es el de sol y playa, sin embargo en Jalostotitlán el 23% realiza turismo religioso y en Guadalajara solo el 8%, en lo referente a los Mártires, en lo que respecta a las

vírgenes, el turismo que predomina es el religioso en San Juan de los Lagos con 50% y en Talpa de Allende con 76.9%, por otro lado en Zapopan el turismo de sol y playa es el que predomina con el 38.6%, solamente el 13.6% contestó que realiza turismo religioso.



Gráfica 9. Tipo de turismo que realizan los visitantes (Vírgenes). Fuente: elaboración propia.



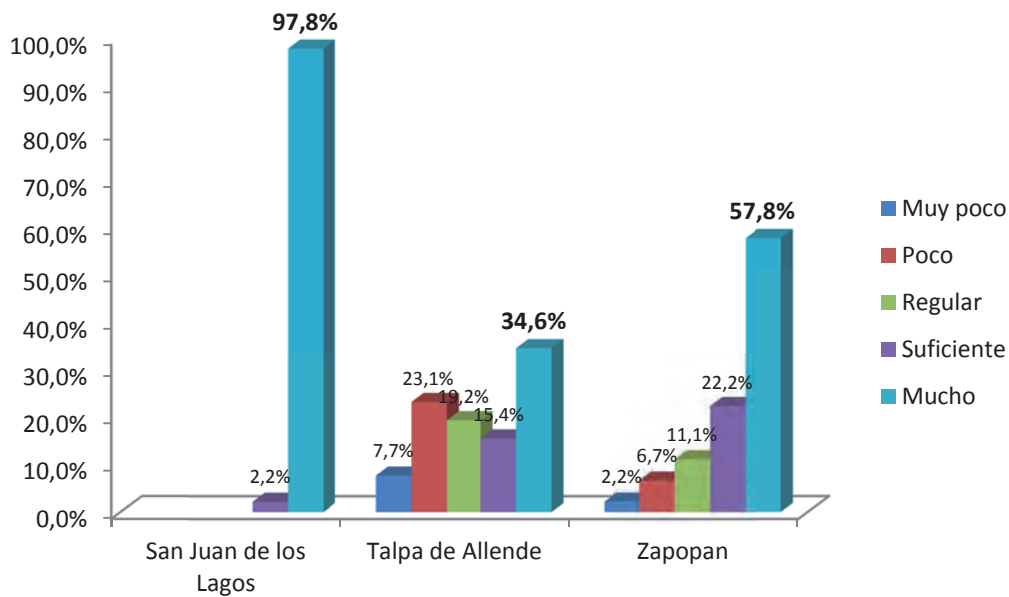
Gráfica 10. Tipo de turismo que realizan los visitantes (Mártires). Fuente: elaboración propia.

En lo referente al factor que determinó la elección de estos municipios para ser visitados, se encontró que el 66.7% de los que visitaron San Juan de los Lagos lo hicieron para visitar la Basílica, en Talpa de Allende el 65.4% lo visito por este factor, mientras que en Zapopan solo el 27.5%, esto en lo referente a las Vírgenes, en cuanto a los Mártires, el factor que determino su visita a Jalostotitlán es que ya lo conocían (39%), mientras que en Tequila hay un empate en los factores de que ya lo conocían y por el precio con el 38% cada uno, en el caso de Guadalajara, el 31% comenta que lo visito porque ya lo conocía y el 23% por interés de conocer el lugar. Los atractivos que más se visitan en Jalostotitlán son los museos con el 22% seguido muy de cerca por los espacios religiosos con el 20% al igual que los festivales tradicionales, la mayoría de estas personas visitan los atractivos con su familia (60%), en Tequila lo más visitado son los museos con el 47% y también realizan esta visita con la familia (30%), de la misma forma en Guadalajara (59%), además de que se hacen acompañar con la familia (32%). En San Juan de los Lagos el 48% visita los espacios religiosos con la familia (52.8%), en Zapopan el 33.3% realiza esta visita, en Talpa de Allende el principal atractivo visitado son los museos con un 46.2% de igual forma en los dos

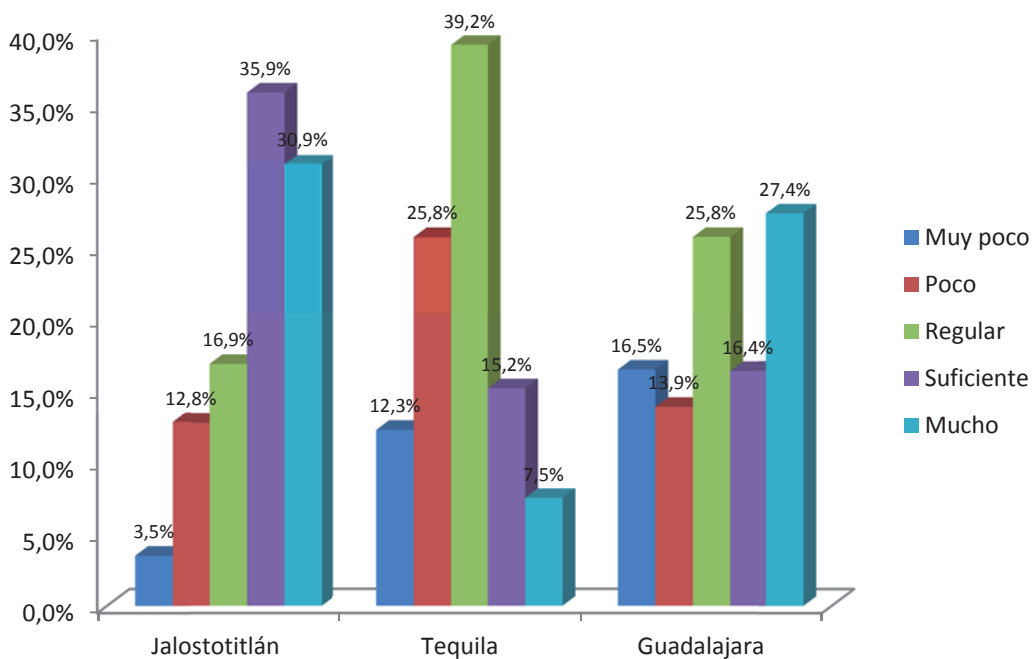
lugares la mayoría los visita con la familia con el 40.5% y 48% respectivamente.

Los visitantes en el caso de las tres basílicas de las Vírgenes opinan que el turismo religioso está muy relacionado con las localidades visitadas, destacando el caso de San Juan de los Lagos, ya que casi la totalidad de los entrevistados (97.8) relacionan esta localidad con el turismo religioso (Gráfica 11).

En el caso de los visitantes a los Mártires, solamente en Guadalajara relacionan el turismo religioso con la localidad (27.4%), en Jalostotitlán el 30.9% de los entrevistados opinan que la relación entre turismo religioso y la localidad es mucha (Gráfica 12).



Gráfica 11. Relación del turismo religioso con la localidad (Virgenes). Fuente: elaboración propia.



Gráfica 12. Relación del turismo religioso con la localidad (Mártires). Fuente: elaboración propia.

Con respecto al trabajo de campo in situ, como parte de la investigación, se planteó registrar si en todos los casos existían *souvenir* (objetos que sirve como recuerdo de la visita a un lugar), la creación de espacios culturales adjuntos y en torno al venerable como museos que cobran entrada y si existía el "montaje de espectáculos" derivados de prácticas o tradiciones propias de cada uno de los recintos.

Durante la visita a cada caso de estudio se

registró la existencia de *souvenir*, siendo los casos San Juan de los Lagos, Santana (Jalostotitlán) y Talpa de Allende, los tres con mayor venta en establecimientos fijos en torno y alrededor del espacio sacro, en tanto que Zapopan, Tequila y Guadalajara, si bien existen *souvenir*, no existe una gran venta en establecimientos fijos, aunque cada caso de éstos últimos son distintos, por ejemplo Zapopan, quizá por ser de orden Franciscana, no comercializa la imagen como negocio a gran escala, y los escasos establecimientos fijos asociados

a la Basílica además de objetos religiosos se comercializan artesanías wurráricas y la venta masiva de souvenir asociados a la "Generala" son durante los días previos y posteriores a 12 de octubre donde pequeños comerciantes son quienes se ven beneficiados de la mercantilización del turismo religioso durante la peregrinación; en el caso de Tequila, donde se venera la muerte de Santo Toribio, ya que es el lugar donde lo matan y su martirio tiene sentido, no logra competir con el *souvenir* principal que es la bebida típica de México: el tequila; finalmente en el Santuario de los Mártires, como aún está en construcción y la venta se limita a horarios de misas principalmente, aun no registra una gran demanda de objetos para el "recuerdo".

Otro aspecto considerado fue la existencia de museos "religiosos" en los casos de estudio, al respecto solo se detectaron dos museos con cobro de entrada. El primer caso es el Museo Juan Pablo II dedicado a Santo Toribio en Santana, Jalostotitlán y el segundo es el museo in situ de la finca donde matan a Santo Toribio en Tequila.

El tercer rubro considerado fue el de "montaje de espectáculos" de origen con las prácticas o tradiciones propias de los peregrinos o la peregrinación, en este sentido no se registró en ningún caso la comercialización de algún producto como espectáculo o show, religioso.

Conclusiones

Si bien, en el presente trabajo, se pretendió abordar al fenómeno del turismo religioso como mercancía, cabe señalar que en términos generales se observa por un lado que el consumo del producto relacionado al turismo religioso en todos los casos es incipiente.

Existen condiciones propicias, quizá a largo plazo, para que el turismo religioso de Jalisco, al menos los seis casos atendidos en el presente estudio, para que se convierta en mercancía, es decir, si atendemos la edad de los encuestados se observa que la mayoría pertenecen a la población económicamente activa y que se ubican

entre los 20 y 39 años lo que garantiza un cliente potencial, aunque su poder adquisitivo no rebasa los 5,000.00 pesos mensuales, lo que inhibe fuertemente la inversión para la oferta y consumo de nuevos productos asociados al turismo religioso regional.

Cabe señalar que durante el gobierno estatal de Jalisco 2006-2012, se alinearon las políticas públicas estatales y los intereses privados locales para impulsar al turismo religioso como mercancía de consumo popular: Ruta del peregrino, Ruta de los Cristeros, etc.

El producto consumible más desarrollado en torno al turismo religioso de Jalisco son los *souvenirs*, sin embargo cada caso estudiado resultó diferente en la comercialización y oferta de dicho producto, y solo en dos casos se registró la oferta de consumo cultural-religioso a través de museos y en ningún caso las prácticas culturales y tradicionales han transitado hacia el espectáculo como mercancía.

Finalmente el visitante, mezcla de turista con fe y peregrino, de la peregrinación con mayor asistencia, es la realizada en Zapopán con relación a la visita de la Basílica y veneración de la virgen de Nuestra Señora de la Expectación donde se registró un gasto promedio por visitante de \$ 901.01 pesos lo que está muy por debajo de las expectativas de los inversionistas que ven en lo multitudinario la ganancia de la mercancía ofrecida a través del turismo religioso, que afortunadamente aun predomina la idea de sacrificio sobre el consumo de placer.

Bibliografía

COCHRAN, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). U.S.A.: John Wiley & Sons, Inc.

DIGANCE, J. (2003). Pilgrimage at contested sites, *Annals of Tourism Research*, n° 30(1), pp. 143-159.

LOHR, S. L. (2000). *Muestreo: Diseño y Análisis*. México: International Thompson Editores.

MARTÍNEZ, R. (2010). El aspecto místico como producto turístico, *XIII Congreso Latinoamericano de Religión y Etnicidad*. Granada, España, Universidad de Granada.

MILLÁN, G., PÉREZ, L., & MORALES, E. (2010). *Turismo Religioso en el Camino de Santiago*, *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente*, nº 10, pp. 75-96.

MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, G., PÉREZ NARANJO, LM, MARTÍNEZ CÁRDENAS, R. (2012). "Etapas del ciclo de vida en el desarrollo del turismo religioso: Una Comparación de estudios de caso". *Cuadernos de Turismo*, No. 30, pp. 241-266. España.

ROBLES PEIRO, HÉCTOR, (2014). Entrevista en Radio y Televisión de la Universidad de Guadalajara. Noticiero matutino en canal 44 y estación de radio 104.3 FM, 13/10/2014.

SETUJAL – Secretaría de Turismo del Gobierno de Jalisco (2010). <http://visita.jalisco.gob.mx/wps/portal/portalturistico>.

WORLD RELIGIOUS TRAVEL ASSOCIATION (2010). Faith-Based, religious Travel Strong and Growing. <http://www.travelmarketreport.com/leisure?articleID=4545&LP=1>.

El diagnóstico y la propuesta para el impulso del turismo sustentable en el Plan de Manejo del Centro Histórico de Morelia (2012)

Carlos Alberto Hiriart Pardo

*Facultad de Arquitectura de la UMSNH
cahiriart1959@gmail.com*

I. Introducción

Los destinos turísticos patrimoniales enfrentan presiones y desequilibrios funcionales provocados por factores múltiples, algunos externos (inseguridad, terrorismo, volatilidad económica, pandemias, desastres naturales, etc.) y otros internos, vinculados a la gestión y administración de los enclaves históricos. Uno de los escenarios más frecuentes en el contexto mexicano es la ausencia de una política de planificación integral del territorio que responda a estrategias adecuadas de planificación urbana y a la vez considere los principios del turismo sostenible para operar eficientemente los programas de planeación del espacio turístico, en un marco de liderazgo, intereses y responsabilidades compartidas entre las diferentes dependencias dentro de la administración municipal.

Las ciudades, poblados y conjuntos históricos en las diferentes etapas de su proceso de desarrollo y crecimiento como un producto turístico (*ciclo de vida*) son objeto de diferentes políticas estratégicas desde la administración pública, buscando impulsar acciones para transitar de destinos potenciales o en desarrollo, a destinos consolidados, maduros y de excelencia; en contra sentido, algunos sitios se constituyen en destinos en declive, en recuperación o revitalización y fallidos (Brutler, 1989). Los factores adversos que generan presiones negativas y propician el declive de un lugar demandan atención y propuestas de actuación para mitigar los impactos, incentivar la resiliencia¹ del destino e impulsar un modelo gestión renovado, en el cual el turismo sustentable se instituya como una meta y aliado de la administración municipal, para competir dentro segmento del turismo

¹ La resiliencia es considerada como una visión estratégica que otorga metodológicamente la oportunidad para alinear metas y objetivos, buscando solucionar situaciones de inestabilidad para atender emergencias. Se constituye en la actualidad como parte integral de las dimensiones medioambiental, social, política e institucional, cultural y económica del desarrollo sostenible, con aplicaciones al contexto urbano y turístico y patrimonial. (Molina, 20102: p. 18).

cultural y urbano que se expande y se fortalece constantemente en el contexto internacional y en México.

La agresiva competitividad que se tiene en el segmento del turismo cultural actualmente es una realidad indiscutible. Situación que demanda a los gobiernos locales asumir con mayor compromiso y creatividad la tarea de impulsar políticas y acciones coordinadas para promover el turismo y conservar el patrimonio edificado e inmaterial que guardan los territorios culturales y los espacios urbanos históricos, por el significado que tienen para la sociedad que los habita, los utiliza y los visita con fines de esparcimiento, devoción y ocio cultural. Este postulado se constituye como eje conductor de este trabajo para establecer una reflexión general sobre de la realidad actual y las estrategias de turismo sustentable planteadas en el Plan de Manejo del Centro Histórico de Morelia (PMCHM) en 2012. Este enclave patrimonial excepcional desde 1991 forma parte de una de las diez ciudades mexicanas reconocidas como Patrimonio Mundial Cultural (UNESCO, 1972).



Imagen 1: Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial. Fuente: [On line] <http://www.ciudadespatrimonio.org.mx>.

II. Objetivos y métodos

A partir de un análisis documental cualitativo del PMCHM y de un marco de referencia teórico, conceptual e instrumental, se pretende exponer en este

texto las consideraciones doctrinales que justificaron las propuestas planteadas en el PMCHM para el impulso del turismo sustentable, ponderando, después de más de tres años de concluido y sin haber sido aprobado aún, la visión establecida y la utilidad de las acciones y programas propuestos para replantear el complejo proceso manejo y ordenamiento de la zona patrimonial. El análisis del PMCHM como objeto de estudio, permitirá establecer una reflexión general sobre las estrategias de turismo sustentable planteadas en él, frente a la realidad actual de gestión que prevalece en el Centro Histórico de Morelia (CHM).

También se esbozarán algunas consideraciones sobre la funcionalidad turística que tienen actualmente los iconos del patrimonio edificado, analizando el tema de la accesibilidad para personas con capacidades diferentes, para destacar la realidad que prevalece actualmente y como los métodos de investigación aplicada y las experiencias exitosas de estudios realizados sobre el tema contribuyen enormemente para aportar información objetiva y definir estrategias de actuación para la conservación y el buen uso del patrimonio urbano arquitectónico, mejorando a la vez la competitividad de los núcleos urbanos históricos que se constituyen como destinos turísticos. (Troitiño V. M. A., De la Calle V. M., García H. M., y Troitiño T. L., 2011).

Conceptualmente el Plan de Manejo (PM) se considera como un instrumento de planeación estratégica del espacio patrimonial que ha demostrado su eficiencia y capacidad de incluir prácticas de turismo sustentable integradas coherentemente al ordenamiento del territorio patrimonial. Es a la vez una herramienta normativa que motiva una mejor y más eficiente operatividad urbana en los sitios históricos. Cuando es realizado de manera metódica, en una visión interdisciplinaria y sobre todo, cuando al ser legalmente aprobado por las autoridades competentes, posibilita *tomar medidas en favor de*

un turismo sustentable dentro de los procesos y actividades de planificación, desarrollo y de seguimiento y evaluación administrativa eficiente (UNESCO, 2012: p. 3), estrategia que la UNESCO reconoce como una de los grandes desafíos en la actualidad para la gestión sustentable de sitios históricos.

III. Desarrollo sustentable, cultural y turismo sostenible: Caves en la gestión integral de la ciudad patrimonial.

III.1. Los paradigmas entre sustentabilidad, turismo y gestión de conjuntos patrimoniales.

El concepto de desarrollo sustentable acuñado desde 1987 (Brundtland, 1987), en la actualidad está presente o al menos se menciona o reconoce, de manera directa o indirecta, en las políticas públicas de muchas naciones. En constante evolución ha contribuido para comprender la relevancia de promover el crecimiento y desarrollo socio-económico mundial sin comprometer la integridad de los recursos del mundo globalizado del siglo XXI frente a los grandes desafíos de la humanidad, entre ellos, la conservación y gestión sostenible de los recursos naturales y culturales. Pasados diez años, el *Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo* contribuyó de manera más específica para reforzar y ampliar la visión del desarrollo sustentable considerando también que la cultura podía ser un pilar de desarrollo, observando que el patrimonio cultural fue una de las primeras áreas culturales reconocidas por su potencial económico y como factor de desarrollo social en el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y por el Banco Mundial. (Pérez de C. J. & Arizpe L., 1997: p. 219)

Esta visión y nueva forma de entender el desarrollo conjuntamente con la cultura y el patrimonio urbano arquitectónico tiene diversos antecedentes plasmados en acuerdos internacionales y documentos doctrinales. Destacando entre ellos Las Normas de Quito, texto que observó hace 47 años que "los valores propiamente

culturales no se desnaturalizan ni comprometen al vincularse con los intereses turísticos [...]” (PNUD, 1967). Sartor, lo reconoce como uno de los documentos internacionales que más han influido en el desarrollo de la protección del patrimonio histórico en Latinoamérica, motivando directrices, estrategias y programas de gestión para enfrentar los cambios y transitar a nuevas visiones para la salvaguarda del patrimonio, destacando también el reconocimiento y la defensa de un *turismo sostenible y su interrelación con la planificación territorial*, postulados plenamente vigentes para enfrentar los desafíos para la conservación y gestión de las ciudades históricas en el tercer milenio. (Sartor M., 2009, p.1) y el patrimonio urbano arquitectónico,

La realidad social y económica, y las diversas presiones de la globalización actual en los *núcleos urbanos de carácter histórico* (ICOMOS, 1987; p.1) nos recuerdan los principios fundamentales del desarrollo sustentable y la necesidad de incidir eficientemente en su protección, conservación, interpretación, valoración y manejo multidisciplinario, teniendo como premisa fundamental comprender los aportes del pasado, los del presente, su significación y los usos que podemos otorgarle para poder transmitirlo a las generaciones futuras, en mejores condiciones de como lo hemos recibido. (ICOMOS, 1976, 1987, 1999, 2004; OCPM, 1997; OCPM, 1999, pp. 296-297; UNESCO-UNWTO, 2015)

Actualmente la relación equilibrada y coherente entre sustentabilidad y gestión de conjuntos patrimoniales se apuntala en políticas de cooperación eficientes, en las cuales los valores, significados y usos del patrimonio forman parte de procesos complejos y de las expectativas que tiene la población de su herencia cultural. En este contexto la administración pública responsable de los sitios enfrenta cotidianamente problemas y obstáculos que operan internamente en el complejo entramado institucional, situación que dificulta establecer y mantener enfoques adecuados e integrales de gestión.

Troitiño, considera que el desarrollo sostenible demanda “una nueva lectura y una nueva adecuación del territorio a las necesidades humanas en un contexto que configure no solamente instrumentos dinamizadores de la economía local y de la sociedad, sino también instrumentos estables de ordenamiento, explotación y gestión del territorio” (2002, p.24).

Atender este desafío es esencial para el futuro del sitio patrimonial que se esté gestionando, particularmente para posibilitar su adaptación ética y armónica a las funciones y actividades de la vida contemporánea, el turismo entre ellas, propiciando que la población local y los visitantes disfruten los enclaves patrimoniales como parte de sus actividades cotidianas y de ocio recreativo o cultural. (UNESCO et Alt., 2014, pp. 13-16)

La capacidad que tiene el patrimonio edificado que conforma los conjuntos y las ciudades históricas, como elemento detonador de bienestar económico a través del turismo sostenible también se ha reafirmado, considerando que en el caso de los destinos patrimoniales, puede contribuir como uno de los soporte de la actividad económica mundial para atender las necesidades de sus habitantes, la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente. (OMT, 1995; OMT, 1980; ICOMOS, 1999; OCPM, 1999; OECD, 2009, UNESCO, 2012; UNESCO-UNWTO, 2015).

Sin embargo, la fragilidad y en algunas ocasiones la inoperante realidad de las premisas antes señaladas, se hace evidente frente a las múltiples presiones y conflictos que se generan dentro de las dinámicas funcionales de los enclaves urbanos patrimoniales, en los cuales se producen diversos impactos sobre las condiciones *naturales, la trama urbana, el patrimonio urbanístico y arquitectónico, y sobre el entorno* (Troitiño, 1999; pp. 167-179), motivados por fenómenos económicos, sociales, urbanos, de inseguridad y por una inadecuada gestión y planeación integral de la función turística.



Imagen 2: Factores que operan en el complejo entramado de gestión de la ciudad patrimonial. Fuente: Imagen tomada del Manual de Gestión del Patrimonio Cultural Mundial (UNESCO et Alt, 2014).

III.2. La tensión en la ciudad patrimonial constituida como destino turístico.

En relación con la gestión del turismo en los sitios patrimoniales, después de más de cuarenta siete años de reuniones, debates y cartas doctrinales² es muy frecuente encontrar aún en el contexto Latinoamericano y en muchas regiones del mundo, escenarios irracionales, intereses enfrentados, lagunas legales, posturas radicales y sobre todo administraciones ineficientes para entender y operar la compleja relación que se establece entre patrimonio cultural, turismo y desarrollo social.

La función turística en la ciudad patrimonial cuando es planificada y gestionada únicamente con el liderazgo de las instituciones de turismo puede generar conflicto y procesos de mercantilización, banalización de la identidad y pérdida de autenticidad de los recursos culturales (Brouillard, 1978; García Clancini, 2002;

² Desde las Normas de Quito (1967), la Convención del Patrimonio Mundial (UNESCO, 1972), la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (OMT, 1980), de La Carta Mundial de Turismo Sostenible (Carta de Lanzarote, 1995), el Código Ético Mundial para el Turismo (OMT, 1999), el Programa sobre el Patrimonio Mundial y el Turismo (UNESCO, 2012), hasta la reciente Declaración Siem Reap (UNESCO-UNWTO, 2015).

Hiriart & Alvarado, 2015; 249-263). Escenario que es común encontrar en México en algunas de las ciudades y poblaciones que forman parte del producto turístico nacional denominado Pueblos Mágicos.

Es en este contexto que la gestión del turismo en el territorio patrimonial (natural y/o cultural) ocupa un interés importante y preocupante que ha motivado diversas reuniones, para debatir sobre los modelos y experiencias de gestión turística de los núcleos urbanos históricos. Estos encuentros de especialistas y los Ciclos de los Informes Periódicos de los Sitios del Patrimonio Mundial (UNESCO; 2005 y 2013) han planteado en los últimos años debilidades y problemas comunes, destacando los efectos que las políticas públicas de turismo cuando se orientan solamente a la explotación irracional de los bienes patrimoniales.



Imagen 3: Morelia; problemas de manejo del espacio urbano en el centro histórico. Fuente: Gerardo Mosqueda, online [http://www.moreliactiva.com/].



Imagen 4: Morelia; problemas de manejo del espacio urbano en el centro histórico. Fuente: Carlos Hiriart y Carlos Barrera, julio 2015.

Las situaciones de tensión por la presión que ejerce función turística desafían cotidianamente a investigadores, diferentes niveles de gobierno y a los organismos no gubernamentales (UNESCO, ICOMOS, UNWTO, etc.), en la búsqueda e implementación de modelos e instrumentos de gestión sostenible del territorio y conjuntos con valor patrimonial. En este contexto, se reconoce que el desarrollo de los destinos culturales está directamente relacionado con la gestión de sus hitos patrimoniales, siendo una responsabilidad de sus administraciones procurar ofertar una visita de calidad, mantener su vocación social y conservar el patrimonio cultural (Mínguez, 2013; p.1).

En México encontramos continuamente enclaves patrimoniales administrados con políticas institucionales insensibles los principios éticos que se deben implementar en la ciudad histórica e inmueble monumentales que funciona como recursos de atracción del turismo. Algunos escenarios actuales demandan promover como principio trascendental *el derecho al turismo para todos*, para impulsar el turismo como un derecho familiar, para la juventud y particularmente, para las personas mayores y las que padecen minusvalías. (OMT, 1999; p.6).



Imagen 5: Los principios del Código Ético del Turismo (UNWTO, Manila 1980).

IV. Los Planes de Manejo de las ciudades históricas y el turismo sustentable como parte en las políticas estratégicas gestión integral.

IV.1. Los Planes de Manejo para los sitios y conjuntos patrimoniales

El concepto de *Planes de Manejo o Planes de Gestión* no es nuevo, proviene originalmente de los programas de interpretación y manejo estratégico de los recursos naturales realizados por el Servicio de Parques Naturales en los Estados Unidos de América en la década de 1920. El PM metodológicamente se constituye como un instrumento de gestión que establece directrices, acciones, programas y proyectos para definir y operar políticas públicas de actuación en áreas protegidas, por ejemplo; poblados, conjuntos y centros históricos. En los últimos 25 años en el ámbito internacional se integra como parte de los instrumentos estratégicos para la conservación del patrimonio cultural y natural, en particular aplicado a los bienes que forman parte del patrimonio cultural mundial. (Hiriart, 2014)

Los PM como herramientas de planificación y administración holística del territorio urbano patrimonial fueron adoptados como un elemento estratégico por el Comité o del Patrimonio Mundial de la UNESCO en el marco de la XXVIII Sesión celebrada en Cartagena de Indias, Colombia en octubre del 2004. En esta reunión se presentó el Plan de Acción para el Patrimonio Mundial de la Región de América Latina, que consideró dentro de sus estrategias *la formulación, conclusión y revisión de los planes de manejo de los sitios inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial, de acuerdo con las directrices y estándares para asegurar su protección eficaz*. Así mismo se estableció la responsabilidad de los Estados Parte para integrar y revisar las metodologías de los PM, con la finalidad de lograr una operación racional, monitoreo y la evaluación efectiva de los Sitios del Patrimonio Mundial (UNESCO, 2004)

Metodológicamente, las directrices más relevantes de un PM se sustentan en una visión basada en los diferentes valores del conjunto patrimonial, destacando como objetivos estratégicos de actuación:

- Establecer un diagnóstico integral de los problemas y particularidades que presentan los enclaves.
- Considerar la complejidad, dinamismo y entorno inmediato (zona de amortiguamiento) del conjunto patrimonial, involucrando en su evaluación y propuestas a los actores públicos, privados y a la población local.
- Considerar al patrimonio como un

recurso potencial con un valor vinculado a la función turística sustentable.

- Evaluar los diversos factores y valores que influyen en la conservación del sitio para implementar las estrategias prioritarias de actuación.
- Definir objetivos y responsabilidades de los actores involucrados y las principales líneas de acción para una conservación integral de los núcleos urbanos patrimoniales
- Fortalecer y operar un marco legal eficiente que atienda la protección del patrimonio y la gestión del turismo de manera integral.

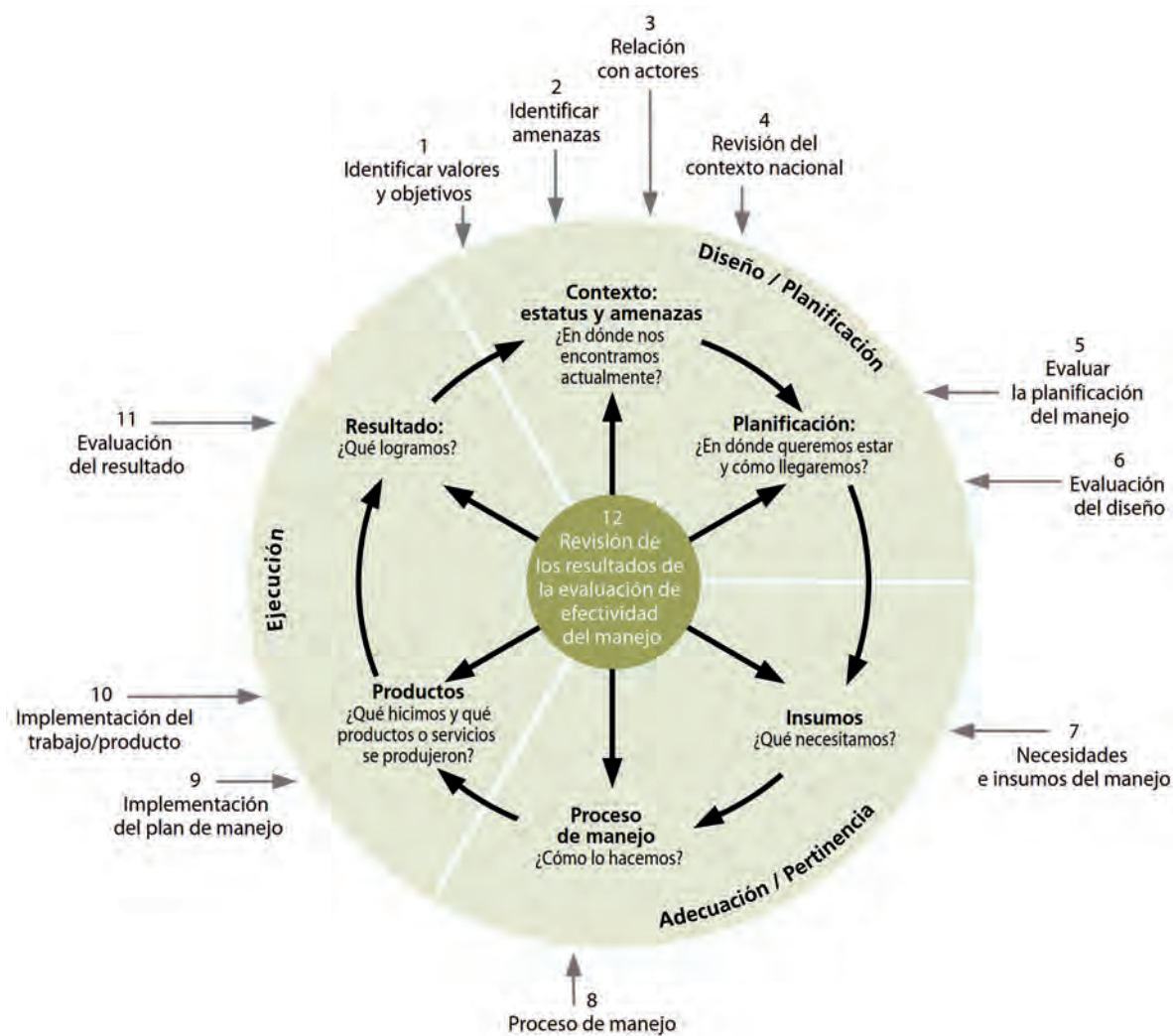


Imagen 6: Metodología Comisión Mundial de Áreas Protegidas. Diagrama Metodológico para evaluar la efectividad de manejo en áreas protegidas. Fuente: Imagen tomada de: UNESCO (2009). Evaluación de la Efectividad del Manejo de los Sitios del Patrimonio Natural. Cuadernos del Patrimonio Mundial, p. 12.

En México los PM para los conjuntos urbanos históricos fueron impulsados por el Gobierno Federal a través de la Secretaría de Desarrollo Social³ (SEDESOL), desde finales del año 2010, para *potencializar en el mediano y largo plazo las capacidades de desarrollo de los centros históricos ante las presiones económicas y sociales que supone el uso racional de la misma ciudad patrimonial*. (García, 2010).

Actualmente en el contexto nacional la elaboración, aprobación y operación eficiente de los PM se ve limitada y en muchos casos queda en “buenas intenciones”, por el desconocimiento o desinterés que existe aún sobre el soporte que pueden otorgar a la administración municipal como herramientas de planificación integral para hacer frente a las tensiones y conflictos. Esta realidad plantea como reto impulsar un sistema de gestión y operación que fortalezca un marco legal incluyente, la planificación urbana, la protección del patrimonio, la gestión del turismo sustentable y la administración ética de la ciudad patrimonial. (Hiriart, 2014; p 76-89).



Imagen 7: Portada del Manual de Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial. Fuente: UNESCO/Patrimonio Mundial/ Manuales.

³ SEDESOL. Institución del gobierno federal que se transformó en 2014 en la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU).

V. El Plan de Manejo del Centro Histórico de Morelia

V.1 Antecedentes, objetivos y el modelo de gestión propuesto

El Plan de Manejo del Centro Histórico de Morelia se inició en el año de 2006, y fue elaborado por Instituto Municipal de Desarrollo Urbano de Morelia (IMDUM) con el financiamiento de SEDESOL a través del programa HÁBITAT. Por diversas circunstancias este documento no se concluyó integralmente y no se presentó al Cabildo Municipal de Morelia para su aprobación; constituyéndose, como ocurre frecuentemente, en uno más de ejercicios fallidos en lugar de una oportunidad para implementar una herramienta estratégica para la administración urbana, coordinación institucional y el diseño de políticas públicas para la gestión integral del CH de Morelia

En el trabajo y documento que se realizó en 2006, destacaron, entre muchas debilidades, la ausencia de dos temas fundamentales para la operación y manejo sustentable del CHM: 1) Atender el proceso de despoblamiento (que aún se tiene en la zona patrimonial); y, 2) Los conceptos, visión y estrategias para impulsar el turismo sustentable, más allá del discurso promocional que tradicionalmente prevalece en los tradicionales destinos patrimoniales mexicanos (Por ejemplo; Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial, Ciudades Coloniales o Pueblos Mágicos).

A finales del 2010, estando en proceso la elaboración del 2º Ciclo de Informes Periódicos del Estado de Conservación de los bienes del Patrimonio Mundial en América Latina y el Caribe, se informó por parte del *Gestor de Sitio*⁴ al H.

⁴ El autor desde 2010 ha venido participando en el equipo multidisciplinario que se formó para la evaluación de los Sitios Mexicanos en la Lista del Patrimonio Mundial, como Gestor de Sitio responsable de la preparación de informe del Centro Histórico de Morelia. Este grupo de trabajo fue invitado, capacitado y avalado por el Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO y la Dirección de Patrimonio Mundial del INAH (México). Los informes fueron concluidos en noviembre del 2012 y el reporte final del 2º Ciclo de Informes

Ayuntamiento de Morelia del compromiso que tenía (ante el Comité del Patrimonio Mundial) de elaborar y presentar el informe de evaluación y el PMCHM como instrumento para la gestión del sitio, resaltado la importancia de concluirlo antes del cierre del 2º Ciclo de Informes Periódicos, programado para noviembre del 2012.

La premisas de actuación que se planteó la empresa ejecutora del trabajo y el grupo interdisciplinario de asesores⁵ que elaboró el PMCHM fueron: Identificar y mantener los valores y los atributos que sustentan al sitio patrimonial atendiendo de manera integral el manejo y administración de la zona patrimonial y conservar los atributos que se establecen en la Declaración de Valor Universal Excepcional que ha motivaron y justificaron el reconocimiento nacional como Zona Federal de Monumentos Históricos (1990) e internacional como parte del Patrimonio Cultural Mundial en 1991. (PMCHM, 2012)

Los objetivos específicos planteados tuvieron como prioridad diseñar estrategias para enfrentar problemas y amenazas que en esa fecha (2012) y en la actualidad ponen en riesgo la conservación del patrimonio construido, la funcionalidad urbana, la conservación de la habitabilidad del centro histórico y la recuperación e impulso de la actividad turística que ha sostenido en muchos aspectos a la ciudad de Morelia desde hace varias décadas.

Periódicos final de los sitios de América Latina y el Caribe se presentó en la XXXVII Sesión del Comité del Patrimonio Mundial, celebrada en Camboya en 2013.

⁵ La empresa contratada para elaborar el PMCHM fue la Constructora e Inmobiliaria San Carlos, S.A. de C.V. El Dr. en Arq. Carlos Eduardo Mendoza Rosales, Director General y coordinador de todo el trabajo, integró un equipo multidisciplinario con especialistas reconocidos en diferentes temas, académicos de la Facultad de Arquitectura de la UMSNH y miembros del Comité Michoacano del ICOMOS. Como coordinadores científicos del PMCHM estuvieron Eugenio Mercado López y Carlos Alberto Hiriart Pardo. La empresa URBI, participó como subcontratista para realizar todo el proceso de captura y digitalización de la planimetría.



Imagen 8: Invasión del espacio público patrimonial. Catedral de Morelia y Plaza Melchor Ocampo. Fotografía de Carlos Hiriart, 2015.

Teniendo como apoyo y sustento académico diversos trabajos de tesis de maestría y doctorado, así como investigaciones realizadas en la Facultad de Arquitectura de la UMSNH, el Modelo de Gestión propuesto para el PM de Morelia se definió en reuniones técnicas, discusiones colegiadas, un taller de consulta ciudadana, así como una consulta pública a través del portal de Internet del H. Ayuntamiento (ambas consultas con muy poca participación social), quedando propuesto como:

El Centro Histórico de Morelia basa su gestión integral en los principios de la sustentabilidad urbana y patrimonial, que regula equilibradamente los usos del suelo, privilegiando la función habitacional, normando y consolidando su función turística como fortaleza para el desarrollo integral de la sociedad y para la conservación y puesta en valor del patrimonio cultural de manera ética y racional, propiciando condiciones óptimas de seguridad, con una movilidad eficiente en armonía con el ámbito regional, así como infraestructura, equipamiento y servicios de calidad, potenciando su percepción como enclave emblemático de la ciudad, que promueve su habitabilidad, como centro urbano social, fuente de desarrollo y calidad de vida para sus residentes, usuarios y visitantes. (PMCHM, 2012).

Este modelo reconoció como un eje estratégico atender la recuperación de la

función turística (colapsada desde 2008), a partir de un cambio de visión para impulsar políticas de turismo sostenible, teniendo como marco de referencia los escenarios, el análisis de buenas prácticas, investigaciones y proyectos desarrollados por diversos académicos de instituciones nacionales e internacionales y recomendaciones doctrinales de organismos como la UNESCO, el ICOMOS, la OMT y la OECD.



Imagen 9: Turismo baja por la violencia e inseguridad. Fuente: Fotografía del archivo de Jesús Vieyra. Tomada del Periódico Provincia, Domingo 20 de marzo del 2014, Morelia. México.

V.2. El patrimonio edificado y el estatus de Patrimonio Mundial factores para el desarrollo del turismo sustentable en el PMCHM

En el Programa Parcial de Desarrollo Urbano del Centro Histórico de Morelia (PPDUCHM) elaborado y aprobado en 2001, se establecieron diversas acciones de mejoramiento de imagen urbana, revitaliza de plazas y espacios públicos comprendidas en los "Proyectos Urbanos Integrales Prioritarios" y de "Rescate de Espacios Abiertos" (H. Ayuntamiento de Morelia, 2001: p. 121), reconociendo también la importancia de la participación de la SECTUR y del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), como apoyo financiero para el desarrollo de proyectos. (H. Ayuntamiento de Morelia, 2001^a, pp. 123 y 140).

Una vez recuperados los espacios públicos (plazas y portales) de la zona monumental en junio de 2001, se realizó el *Plan de restructuración Turística de la Ciudad de Morelia* (H. Ayuntamiento de Morelia/ DIT, 2001b), por la consultora española Desarrollo de Investigaciones Turísticas (DIT). Este documento definió estrategias para la gestión del turismo en los años subsecuentes (2001-2007), que orientaron el desarrollo, éxito y crecimiento de esta actividad en la ciudad, teniendo como objetivo:

"Dotar a la ciudad de Morelia de un instrumento de reflexión, consenso y toma de decisiones que permita su revitalización como destino turístico y mejorar la contribución de esta industria, tanto a la economía de la ciudad como a la conservación y recuperación de su patrimonio y entorno" (H. Ayuntamiento de Morelia / DIT, 2001, p.12).

En 2009 se realizó el Programa Especial de Apoyo al Desarrollo Turístico del Centro Histórico de Morelia⁶ (FONATUR, 2009), aportando una visión orientada a la recuperación y el impulso del turismo con acciones más cercanas a los postulados de la sostenibilidad turística, sin embargo también quedó como un proceso de planeación estratégica fallido, pues nunca se aprobó por el cabildo municipal, y los programas y acciones nunca fueron instrumentados.

En los documentos y programas antes señalados se planteó la importancia del reconocimiento del CH en la Lista del Patrimonio Cultural Mundial en 1991, estableciéndose como una de las principales fortalezas para su promoción cultural, turística y para el desarrollo social y económico de la ciudad capital y del Estado de Michoacán. Esta distinción

⁶ Este programa atendió la petición, por parte del Municipio de Morelia y del sector turístico privado al Presidente de México, Felipe Calderón (originario de Morelia), para buscar estrategias y acciones que posibilitaran la recuperación de la ciudad de Morelia, como destino turístico en proceso de consolidarse había colapsado totalmente a raíz del atentado narco-terrorista en septiembre de 2008.

con otras potencialidades evaluadas en el diagnóstico, fueron consideradas en la elaboración del PMCHM como factores clave para reactivar e impulsar el turismo localmente.

Alvarado, a partir de un análisis de percepción de los habitantes identificó también a Morelia como destino turístico muy vinculado con la noción de Patrimonio Cultural, considerando que la "marca" UNESCO ha sido decisiva en la promoción, consolidación y valoración de este sitio como destino turístico cultural. La gran mayoría de los visitantes identifican a Morelia y su centro histórico como un destino *de gran belleza arquitectónica*, que pertenece al grupo de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, valorando este estatus como una motivación para la vista del destino y de ocio cultural, por encima de otros sitios patrimoniales que pudieran tener con características similares pero que no forman parte de la lista del PM la UNESCO. (Alvarado, 2011: pp. 466-468),



Imagen 10: El patrimonio edificado de Morelia. Fotografía de Carlos Hiriart, 2014.

En este sentido *esta fortaleza contribuye para sobrevivir en el mercado global del turismo cultural en la actualidad, sin hacer grandes inversiones, como edificar iconos de atracción turística* (Por. Ej., Bilbao o Múnich), *en virtud del amplio stock de recursos culturales edificados a lo largo de varios siglos* (Richrds, 2002: p.1), escenario que es característico de Morelia.

V.3. Un cambio de visión para el impulso del turismo sustentable en el PMCHM

Durante el proceso para la elaboración del PMCHM se consideró la relevancia de hacer un cambio de visión para implementar políticas que en un mediano y largo plazo impulsaran programas y proyectos *para fomentar un turismo urbano mejor gestionado, sustentable, sostenible y accesible para todos*, considerando también que el impuso de una política de turismo sustentable debería desarrollarse en una visión transversal, conjuntamente y de manera paralela con las estrategias de desarrollo urbano, habitabilidad, seguridad, desarrollo económico, entre otras varias. (PMCHM, 2012; pp. 335-346).



Imagen 11: Portada del Plan de Manejo del Centro Histórico de Morelia 2012. Fuente: Constructora y Urbanizadora San Carlos S.A. de C.V. (PMCHM, 2012).

Una de las prioridades establecidas como estrategia de operación fue la identificación de los impactos que genera el turismo, su evaluación y seguimiento metódico, a partir de indicadores de gestión. Además, se consideraron acciones para; el mejoramiento de imagen urbana en los accesos de la ciudad que rematan

con el CHM, mejorar la calidad de vida en los barrios no forma parte del enclave turístico, la conservación y rehabilitación de inmuebles y espacios patrimoniales, un programa para personas con capacidades diferentes y para el turismo de la tercera edad y otros temas, como la movilidad urbana, la integración de estacionamientos vehiculares e implementar sistemas de movilidad alternativos (bicicletas y zonas peatonales).

En este contexto se definió como estrategia de turismo sustentable:

“[...] considerar que, la conservaciones patrimonio y la interpretación clara y amplia del Valor Universal Excepcional,

por parte de los distintos actores y agentes que inciden en el manejo del CHM, puede ser fortalecida con una administración eficiente y racional de la función turística, buscando prioritariamente generar la accesibilidad para todos, incluidos los grupos de capacidades diferentes, y controlar los efectos negativos, que trae consigo el turismo masivo sobre los bienes patrimoniales y la sociedad local, el cual pone en riesgo la integridad del sitio, su conservación, así como la posibilidad de transmitir la herencia cultural que significa la arquitectura, el urbanismo y las tradiciones locales, a las futuras generaciones” (PMCHM, 2012,: p. 337).



Imagen 12: Turismo accesible para todos en el Centro Histórico de Morelia. Fuente: Constructora y Urbanizadora San Carlos S.A. de C.V. (PMCHM, 2012; p. 337).

Dentro del objetivo general, particulares y la visión que se planteó impulsar el Turismo Urbano Sustentable (PMCHM, 2012; p. 336), además de otros postulados teóricos y doctrinales, influyeron las directrices doctrinales del *Programa sobre el Patrimonio Mundial y el Turismo* (UNESCO, 2012), que recién había sido aprobado en la XXXVI Sesión del Comité del Patrimonio Mundial de la UNESCO, celebrada en San Petersburgo, Rusia, en junio y julio del 2012. Se consideró que diversos planteamientos de este documento, además de otros, eran imprescindibles para ser incorporados de forma específica en el PMCHM 2012,

por su contribución, como ejes de actuación, para enfrentar localmente la problemática multifactorial que incidió en el decremento de la función turística, en detrimento de la actividad económica vinculada al turismo, así como en la propia calidad de vida de los residentes del Centro Histórico.

De este *Programa*⁷ se observaron los

⁶ Programa sobre el Patrimonio Mundial y el Turismo. Derivado de diversas reuniones y el taller realizado en San Petersburgo, Rusia, en el marco de la XXXVI Asamblea del Comité del Patrimonio Mundial de la UNESCO. Documento coordinado por el Centro del Patrimonio Mundial y elaborado

siguientes principios (UNESCO/WHC, 2012: pp.3-4):

a) Tomar conciencia que el patrimonio y el turismo comparten la responsabilidad de asegurar la conservación de los bienes patrimoniales, culturales y naturales de valor universal excepcional, en el marco de un desarrollo duradero, que debe ser cimentado con base en una gestión adecuada de la actividad turística.

b) Facilitar la gestión y el desarrollo de un turismo sustentable en los sitios que se constituyen como bienes del patrimonio mundial (como es el caso del Centro Histórico de Morelia), sensibilizando particularmente a las instituciones y actores vinculados, acerca de los valores excepcionales del sitio y reforzando su capacidad de gestión y participación, de manera que se proteja el bien integralmente procurando que el turismo contribuya a su conservación y el desarrollo sostenible de las comunidades locales, permita una experiencia de calidad para los visitantes.



Imagen 13: Factores que inciden en la gestión de los núcleos urbanos patrimoniales. Fuente: Imagen tomada de: *Gestión del Patrimonio Cultural Mundial, Manual de Referencia-Patrimonio Mundial*, París, 2014, p. 15. [On line] <http://whc.unesco.org/en/managing-cultural-world-heritage/>.

con el apoyo de los organismos consultivos (UICN, ICOMOS, ICCROM) y la Organización Mundial de Turismo (UNWTO).

VI. Políticas, acciones y proyectos propuestos para el impulso del turismo sustentable en el PMCHM

A partir de las consideraciones antes enunciadas, se plantearon dos ejes de actuación para definir el Modelo de Desarrollo Turismo Urbano Sustentable, a partir del cual se deberían desarrollar los programas estratégicos. Los ejes de actuación se constituyeron a la vez como objetivos generales y de ellos se derivaron proyectos, instrumentos, acciones y/o políticas públicas en corto, mediano y largo plazo (PMCHM, 212, pp. 339-340):

OBJETIVO 1: Propiciar el entendimiento de que el patrimonio y el turismo comparten la responsabilidad de asegurar la conservación de los bienes patrimoniales del Centro Histórico de Morelia en el marco de un desarrollo duradero, que debe ser cimentado en base a una gestión adecuada de la actividad turística.

1.1. Programas estratégicos:

A. Poner en operación legal y administrativa el Programa Especial de Apoyo Turístico al Centro Histórico de Morelia.

a) Instrumentos, acciones y/o políticas públicas: Revisar, actualizar, pero sobre todo aplicar las acciones necesarias para implementar los objetivos y acciones estratégicas que señala Puntualmente este Programa.

B. Aprovechar la inscripción de Morelia en la lista de la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad, como marca de nivel internacional.

b. Instrumentos, acciones y/o políticas públicas: Identificar y fomentar las fortalezas y oportunidades que tiene el CHM, a partir del reconocimiento e inclusión en la Lista del Patrimonio Cultural Mundial de la UNESCO (1991), como destino turístico internacional. Consolidar el Centro Histórico como uno de los principales destinos receptores de turismo cultural del país.

c. Instrumentos, acciones y/o políticas

públicas: Programas y proyectos estratégicos de turismo sustentable, que vinculen al centro histórico de Morelia con los atractivos patrimoniales del estado, como es el la Ruta Don Vasco de Quiroga.

C. Diseñar programas específicos de turismo accesible para todos, en particular para las personas de la tercera edad y los grupos de capacidad diferentes.

d. Instrumentos, acciones y/o políticas públicas:

- Programa de turismo para discapacitados en el Centro Histórico de Morelia, que atienda puntualmente las demandas y necesidades de estos grupos sociales.
- Proyecto de diseño específicos de trayectos, puntos de interés o visita, cruces viales, mobiliario, rampas, información, etc., para implementar un itinerario de turismo accesible para todos, apegado estrictamente a la normatividad nacional y los manuales y recomendaciones internacionales.
- Revisar y evaluar los resultados del Programa Morelia sin Fronteras, implementado por el Ayuntamiento en 2008

OBJETIVO 2: Impulsar la gestión de un turismo sustentable en el Centro Histórico de Morelia (como bien del patrimonio mundial) y en los monumentos, fortaleciendo la capacidad de acogida y procurando que el turismo contribuya a la conservación del patrimonio, al desarrollo sostenible de la comunidad local y que aporte a los visitantes una experiencia de calidad.

2.1. Programas estratégicos:

A. Consolidar el turismo cultural y promover nuevos segmentos de mercado (turismo religioso) y aprovechar los recursos patrimoniales religiosos.

a. Instrumentos, acciones y/o políticas públicas:

- Diseñar rutas de turismo religioso en el Centro Histórico de Morelia, potencializando la conservación del el patrimonio inmueble monumental y el arraigo de las tradiciones locales.

- Impulsar el turismo de negocios y alentar el educativo a través de seminarios, convenciones y cursos de verano que se desarrollen en el Centro Histórico de Morelia.

B. Diseñar, implementar y poner en operación un Plan de Manejo Turístico Sustentable para la Catedral Metropolitana de Morelia, en su calidad de icono patrimonial por excelencia de la ciudad.

b. Instrumentos, acciones y/o políticas públicas:

- Instrumentar un Plan de Manejo, que determine y norme las actividades, usos permitidos y asigne claramente, al conjunto catedralicio (como bien patrimonial y recinto de culto) y al turismo (como actividad innegable), su función en visión inclusiva de los intereses de todos.

C. Promover el mejoramiento y el uso integral del espacio público, con actividades diversas para el disfrute de la población local y de los visitantes. ciudad.

c. Instrumentos, acciones y/o políticas públicas:

- Continuar con el programa de mejoramiento de espacios públicos y de integración de mobiliario urbano en los barrios tradicionales del Centro Histórico.

D. Articular de manera justificada, metodológica y planificada, un sistema peatonal en el centro histórico, que considere trayectos y servicios para minusválidos y se articule eficientemente con el reordenamiento vial, con un sistema transporte urbano multimodal en la Zona de Transición y alternativo [ciclovías, etc.].

d. Instrumentos, acciones y/o políticas públicas:

- Identificar las barreras físicas, viales y arquitectónicas existentes en el Centro Histórico de Morelia, para las personas con capacidades diferentes.
- Establecer lineamientos de diseño que permitan eliminar las barreras físicas, viales y arquitectónicas que limitan la vista turística y la utilización de la infraestructura del centro histórico de Morelia.
- Identificar los parámetros de turismo accesible adecuados para el Centro Histórico de Morelia.

VII. La accesibilidad como parte de la funcionalidad turística del patrimonio edificado en Morelia

Para impulsar un modelo de turismo sustentable que se vincule con los procesos de planificación urbana y manejo de los conjuntos patrimoniales se hace necesario buscar alternativas que permitan diseñar estrategias para potencializar el uso turístico que adquieren estos sitios, con sus inmuebles y espacios urbanos con valor patrimonial, a partir de metodologías que contribuyan a fortalecer su conservación y reforzar su posición competitiva como iconos monumentales, que además funcionan y se identifican también como recursos turísticos emblemáticos de un lugar en la promoción y visita a un destino patrimonial.



Imagen 14: Portada del Manual sobre turismo accesible para todos de la UNWTO (2014).

Una de esas opciones metodológicas (Troitiño. M. A., De la Calle V. M, García H. M., y Troitiño T. L, 2011), que consideramos muy relevante, es la identificar el nivel de funcionalidad turística del patrimonio. Este concepto aplicado a partir de diversos indicadores contribuye enormemente para identificar y evaluar las potencialidades, fortalezas, debilidades y los conflictos funcionales que tienen los sitios e inmuebles históricos que se constituyen como recursos turísticos. Así mismo, como método permite plantear políticas públicas institucionales y nuevas estrategias para la gestión integral de las ciudades y de los sitios patrimoniales que son objeto de promoción turística. (Mínguez, G. C. & Troitiño Torralba, L., 2007). Entre los diversos planteamientos conceptuales que aporta este método de análisis de la relación utilitaria que tiene el patrimonio edificado como recurso turístico se considera que:

“[...] el reto de futuro está, por un lado, en evaluar las potencialidades turísticas del patrimonio cultural [...] y, por otro, en diseñar una estrategia de actuación que contribuya a consolidar un destino diversificado, atractivo y competitivo. Todo ello en el marco de una estrategia de relación equilibrada entre patrimonio y turismo” (Troitiño Vinuesa & Troitiño Torralba, 2009)

El análisis de las dinámicas funcionales del patrimonio de Morelia como destino patrimonial no fue considerado en el diagnóstico y las estrategias del PMCHM, y no se identificó como un método de diagnóstico del potencial turístico y capacidad de adaptación que tienen los recursos patrimoniales edificados (urbanos arquitectónicos) en ninguno de los Planes de Manejo aprobados, concluido o en proceso de las ciudades mexicanas patrimonio mundial.

A manera de complementar esta participación hemos incluido los resultados obtenidos del diagnóstico preliminar sobre la *Accesibilidad para Personas con Capacidades Diferentes*, que como indicador de gestión se aplicó

en 26 inmuebles y espacios patrimoniales del CHM. Este análisis forma parte de un proyecto de investigación que se está desarrollando en la Facultad de Arquitectura de la UMSNH (2014-2015)⁸ para elaborar un estudio sistemático de la realidad funcional que tiene el patrimonio edificado del centro histórico de Morelia como recurso turístico.

El análisis y los resultados, planteados

en la Tabla 1, corresponden a una zona de estudio definida para una primera etapa y están acotados específicamente al patrimonio urbano (4 elementos) y arquitectónico (22 elementos) de un universo de 46 inmuebles y espacios urbanos patrimoniales, tomando como antecedentes parte de los inmuebles que fueron registrados en la Guía Turística Arquitectónica de Morelia (Hiriart, 1999).

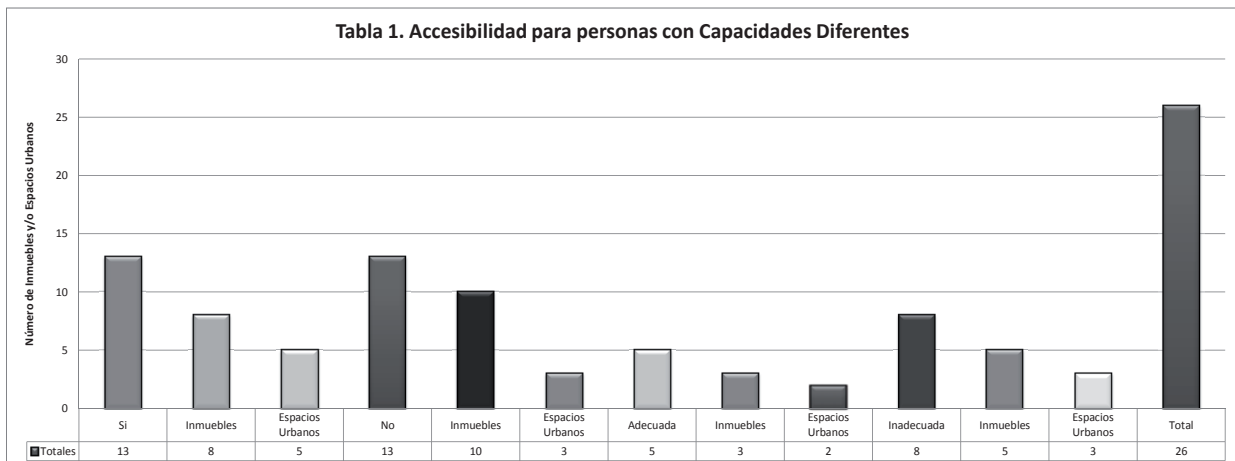


Tabla 1. Accesibilidad para personas con Capacidades Diferentes. Fuente: Elaboración propia del autor con el apoyo de Carlos Barrera, noviembre 2014.



Imagen 15: Acceso para discapacitados en el inmueble del H. Congreso del Estado de Michoacán. Fotografía de Jesús Vieyra. Tomada de Provincia el Diario Grande de Michoacán, el 13 de diciembre del 2014.



Imagen 16: Los discapacitados frente a la imposibilidad de acceder a los cubículos de los diputados en el inmueble del H. Congreso del Estado de Michoacán. Fotografía de Carlos Barrera, julio 2015.

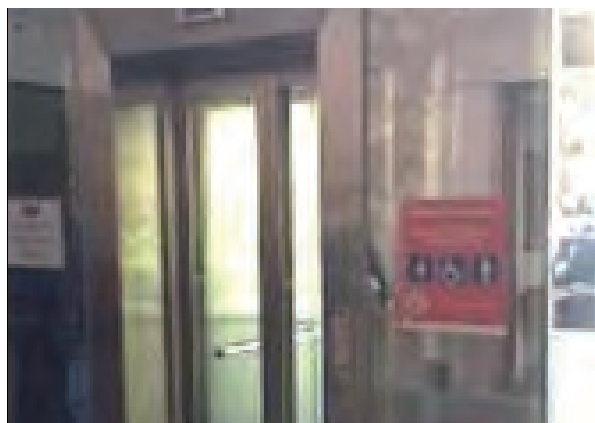


Imagen 17: Accesibilidad vertical para personas con capacidades reducidas en H. Ayuntamiento de Morelia. Fotografía de Carlos Hiriart, 2015.



Imagen 18: Accesibilidad para minusválidos en la Catedral de Morelia. Fotografía de Carlos Barrera, 2015.

Aplicando una valoración simple con 4 factores de ponderación (*Sí; No; Adecuada; Inadecuada*), los resultados obtenidos nos muestran que 13 elementos no tienen ninguna facilidad ni funcionalidad para personas con capacidades diferentes; únicamente 13 sitios tienen algunas de las facilidades requeridas (el 50% de la muestra); sin embargo, únicamente 5 cumplen adecuadamente con la infraestructura y normatividad de accesibilidad. Entre los pocos inmuebles que cumplen adecuadamente destaca el H. Ayuntamiento de Morelia, que en una función mixta (turística y administrativa) es el único monumento histórico con elevador y baños diseñados específicamente para las personas con capacidades diferentes. (Ver Imágenes 13, 14 y 15).

Conclusión

El modelo de desarrollo turístico de Morelia como destino patrimonial se caracterizó por un importante repunte a partir del 2002 y un desarrollo sostenido hasta el septiembre del 2008. Esta tendencia se desplomó por factores externos como la inseguridad y pérdida de competitividad con otros destinos; e internos, como las constantes movilizaciones y manifestaciones sociales que vandalizan el patrimonio y bloquean las calles del CHM propiciando el desgaste del destino y de sus atractivos patrimoniales, además de ausencia de

un modelo renovado de actuación para operar estrategias de turismo sustentable para la recuperación de la ciudad en las preferencias del turismo nacional e internacional.

El caso de Morelia es un buen ejemplo que permite constatar, en el contexto mexicano, como en la recuperación, el mantenimiento y consolidación de un destino turístico está determinado también por la capacidad de respuesta para replantear y operar estrategias públicas eficientes desde la gestión municipal. Después del 2008 el H. Ayuntamiento Morelia tuvo aciertos importantes con el apoyo de los gobiernos federal y estatal, y del sector privado, no obstante la realidad actual nos muestra que se han podido mitigar algunos de los factores externos de presión, sin embargo aún los subsisten los problemas internos ya documentados en este texto.

El escenario actual es producto de la gestión desarticulada que se ha tenido en materia de planificación turística, en el cual no se vincula esta función con los usos múltiples que operan y dan vitalidad a la ciudad. Es fundamental replantear estrategias integrales que correlacionen transversalmente las funciones urbanas, patrimoniales, de seguridad, de turismo, esparcimiento y ocio cultural, habitabilidad, etc.; con la promoción del destino, para generar un modelo de gestión fortalecido con estrategias de

sustentabilidad turística y de gobernanza institucional.

El Plan de Manejo del Centro Histórico de Morelia y en particular los objetivos propuestos para el impulso del turismo sostenible que en él se establecieron rigurosamente, para atender los problemas y retos identificados en su momento (2012) y se respaldaron en investigaciones que hacen referencia a conceptos y metodologías vanguardistas, que pueden ser aplicadas al contexto local para propiciar un modelo de gestión turística diversificado. Tal es el caso del análisis de la funcionalidad turística de los iconos patrimoniales, que permitió identificar las deficientes condiciones de funcionalidad que prevalece en para atender a las personas con capacidades diferentes en una muestra de 26 inmuebles y espacios urbanos patrimoniales del CHM.

En relación con programas, instrumentos, acciones y proyectos concretos propuestos en el PM y referidos en este texto, consideramos que todos son viables y medibles en sus resultados pueden incidir en oferta de productos turísticos renovados para mejorar la competitividad y operar el destino patrimonial integralmente, no solamente como un factor económico, sino también como una función que propicie condiciones más equilibradas de bienestar a la población local y contribuya en la conservación del patrimonio cultural.

El Plan de Manejo hasta finales del 2015 no había sido aprobado todavía, por lo cual su revisión para la actualización del diagnóstico y evaluación de las propuestas de actuación en él plasmadas, su conceso con los actores y la población local, y su formal aprobación por el cabildo, son un reto para la nueva administración municipal (2015-2018). Consideramos que un intento fallido de planificar y operar un programa integral de gestión del territorio patrimonial puede concretarse en una oportunidad, para contar con un instrumento de manejo, que estamos seguros contribuirá para transmitir a las futuras generaciones la herencia

cultural que significa el Centro Histórico de Morelia, con sus Valores Universales Excepcionales, en mejores condiciones y posibilidades de protección, desarrollo y valoración para sus habitantes y visitantes de cómo se encuentra actualmente.

Bibliografía

Alvarado Sizzo, I. (2011). *El Espacio Subjetivo de la Ciudad de Morelia en Relación a su Centro Histórico y el Turismo Cultural. Un Estudio de Percepción e Imagen. Tesis Doctoral.* (P. d. Intercultural", Ed.) Toledo, España: Universidad de Castilla-La Mancha Facultad de Humanidades de Toledo Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio.

Brutler, R. (1989). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, vol.24, nº 1.

Braudillard, J. (1978). *Cultura y Simulacro*. Barcelona: Kairós.

De Cuellar, P. J. & Arispe L. Coords. (1997). *Nuestra Diversidad Creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo.* Edit. UNESCO, Madrid, Lourdes Arizpe (coordinadores

FONATUR,. (2009). *Programa Especial de Apoyo al Desarrollo Turístico del Centro Histórico de Morelia, Estado de Michoacán de Ocampo.* FONATUR- EURA Consultores. Morelia.

García Clancini, N. (2002). *Cultura híbrida: Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (Segunda ed.). España: 2ª Edición.

H. Ayuntamiento de Morelia, M. (2001). *Plan de Reestructuración Turística de la Ciudad de Morelia.*, H. Ayuntamiento de Morelia, & IDT Consultores.

H. Ayuntamiento de Morelia, M. (2001). *Programa Parcial de Desarrollo Urbano del Centro Histórico de Morelia.* Morelia: H. Ayuntamiento de Morelia / IMDUM / EURA Consultores.

Hiriart & Alvarado. (2015). "Ciudad

histórica y turismo: el patrimonio como espectáculo en el devenir Turístico (2000-2014) de Morelia". En Pérez R. y De la Torre V. G. (Coord.), Estudios sobre Conservación, restauración y museología. Vol. II, INAH-ENCRyM. México.

Hiriart Pardo, C. A. (2014). Paradojas y realidades en la gestión de los centros históricos en México: Los planes de manejo; ¿instrumentos normativos o un glosario de buenas intenciones en las prácticas de la conservación de las ciudades históricas?, Paredes G. Blanca (Coord.), *Relaciones entre la Teoría y las Concreciones en la Conservación del Patrimonio Cultural Edificado*. Universidad Autónoma de Yucatán Facultad de Arquitectura / Red HAYCOP, Mérida.

ICOMOS. (1987). Carta Internacional para la Conservación de Ciudades Históricas y Áreas Urbanas Históricas, ICOMOS, Washington, USA.

ICOMOS. (2004). Carta de Ename sobre la Interpretación y Presentación de Sitios del Patrimonio Cultural. ICOMOS. [On line]: http://www.enamecharter.org/downloads/ICOMOS_Carta_Interpretacion_ES.pdf

Mínguez García, M. C. (2013). La gestión de la oferta turístico-cultural en los grandes hitos patrimoniales, el caso del patrimonio nacional. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles (63), pp. 245-248.

Mínguez, G. C. & Troitiño T. L. (2007). Los inventarios de funcionalidad turística del patrimonio cultural y su aplicación en la comunidad de Madrid. Actas del XX Congreso de la Asociación de Geógrafos Españoles. Sevilla.

OCPM. (1997). Llamamiento de Évora en favor de un desarrollo turístico preocupado en salvaguardar la vitalidad y el carácter de las ciudades históricas. Évora, Portugal: Organización de Ciudades del Patrimonio Mundial.

OECD. (2009). The Impact of Culture on Tourism. Traducción y Publicación parcial por la Secretaría de Turismo de México. [On line]: www.oecd.org/cfe/

[tourism/42040227.pdf](http://www.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf)

OMT. (October 1980). Manila Declaration on World Tourism. *The World Tourism Conference*. Manila, Philippines.

ONU/OMT. (1999). Código Ético Mundial para el Turismo, Adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la XIII Asamblea General de la OMT. Santiago de Chile.

ONU. (2014). *Promoción del turismo sostenible, incluido el ecoturismo, para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente*. Resolución A/RES/69/233, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas. [On line] <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/69/233>

PNUD. (1967). Carta de Quito. *Informe Final de la reunión sobre Conservación y Utilización de Monumentos y Lugares de Interés Histórico y Artístico*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Quito.

PMCHM (2012), Plan de Manejo del Centro Histórico de Morelia 2012, H. Ayuntamiento de Morelia / IMDUM/ SEDESOL. Constructora e Inmobiliaria San Carlos, S.A. de C.V. Consultores, Morelia. (Documento final concluido en noviembre de 2012)

Richards, G. (2002). Creating a new tourism. En *Debats del Congrés de Turisme Cultural SITC*. Barcelona: Fundacio Interarts. [On line] https://www.academia.edu/16686322/Creating_a_new_tourism.

Sartor, M. (2010). La Carta de Údine. En e-rph. Revista Electrónica del Patrimonio Histórico, No. 6, junio de 2010. Universidad de Granada, Departamento de historia del Arte. [On line] <http://www.revistadepatrimonio.es/numeros.php>

Troitiño V., M. Á. (1999). Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas. En B. Olalla, *Vivir las ciudades históricas: ciudad histórica y calidad urbana*. Ed. Universidad de Burgos y Fundación "La Caixa". Burgos, España.

Troitiño V., M. Á. (2002), Ciudades

Españolas Patrimonio de la Humanidad: Desafíos de Interpretación y de Gestión. En Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Año X, Número 40/41, Junta de Andalucía, Sevilla.

Troitiño V., M. A., De la Calle V. M., García H. M., y Troitiño T. L. (2011). La Funcionalidad Turística del Patrimonio Cultural (B.I.C.) de la Comunidad de Madrid, Ayuntamiento de Madrid, Madrid.

UNESCO. (1976). Recomendación relativa a la Salvaguardia de los Conjuntos Históricos o Tradicionales y su Función en la Vida Contemporánea. Aprobada por Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en su XIX Asamblea. Nairobi, del 26 de octubre al 30 de noviembre de 1976. [On line] http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13133

UNESCO. (2005). Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial. Comité Intergubernamental de Protección del patrimonio Cultural y Natural, Centro del Patrimonio Mundial y Ministerio de Cultura de España. España.

UNWTO (1995). Carta Mundial para el Turismo Sostenible. Lanzarote, Islas Canarias.

UNESCO-UNWTO. (2015). Siem Reap Declaration on Tourism and Culture – Building a New Partnership Model.

UNESCO-WHC. (2004). Action Plan for World Heritage in Latin America 2004 – 2014, adopted at the Periodic Reporting Meeting for Latin America, Actions; 3.10, 3.17. Cartagena de Indias, Colombia.

UNESCO (2009). Evaluación de la Efectividad del Manejo de los Sitios del Patrimonio Natural, Cuadernos del PM, No. 23, p. 9. [On line] whc.unesco.org/document/102627

UNESCO-WHC (2012). Programme sur le patrimoine mondial et le tourisme: WHC-12/36.COM/ 5E. Paris: Original anglais / français.

UNESCO-WHC.(2013). Informe sobre los resultados del Segundo Ciclo del Informe Periódico del Estado del Patrimonio Mundial en América Latina y el Caribe. Presentado al Comité del Patrimonio Mundial para discusión en su 37ª reunión DEL Comité del Patrimonio Mundial en Phnom Penh, Camboya.

UNESCO et Alt. (2014). Gestión del Patrimonio Cultural Mundial, UNESCO / ICCROM / ICOMOS / IUCN, Manual de Referencia-Patrimonio Mundial, Paris. [On line] <http://whc.unesco.org/en/managing-cultural-world-heritage/>



Carlos Alberto Hiriart Pardo en el 4º Encuentro de Turismo Espiritual junto a varios ponentes y asistentes.

Turismo en Andalucía: relación entre la falta de accesibilidad en los centros históricos, la degradación urbana de los mismos y el descenso de su interés turístico. Importancia de la planificación urbana y territorial

Mariela Fernández-Bermejo

Arquitecta doctorando en 'Urbanismo Accesible' (Universidad de Granada). Directora Técnica de La Ciudad Accesible. +34 633 030 161. marielafernandezbermejo@arquitecto.com

Antonio Tejada Cruz

Maestro, comunicólogo e investigador, doctorando en 'Inclusión sociolaboral gracias a la aplicación de la accesibilidad' (Universidad de Granada). Director General de La Ciudad Accesible. +34 958 267 277. antoniotejada@live.com

Resumen

En Andalucía, la mayor parte de los centros históricos son lugares con alta atracción turística valorados a nivel mundial, ya que en la mayor parte de los casos cuentan con un elevado valor patrimonial. Con este artículo pretendemos hacer un primera aproximación a la relación entre la falta de accesibilidad en los centros históricos, tanto en su entramado urbano como en sus edificios, y la degradación urbana progresiva que los mismos sufren y como consecuencia el descenso progresivo de su atractivo turístico.

Así como la importancia que en este punto tienen la planificación urbana y la planificación estratégica turística para conseguir potenciar y dinamizar los destinos turísticos con el desarrollo que esto supone para las poblaciones. Para ello, vamos a trabajar y a definir conceptos básicos sobre las cuestiones que afectan a esta temática.

Por un lado, hablaremos de los problemas que de modo general afectan a los centros históricos, hablaremos sobre el concepto de accesibilidad y de accesibilidad universal y de los usuarios que podrían verse beneficiados por la mejoras de accesibilidad en un centro histórico. De este modo, podremos establecer una relación entre estas cuatro cuestiones: falta de accesibilidad, degradación de los centros históricos, descenso del turismo y la importancia de la planificación territorial y urbana.

Palabras clave

Turismo, accesibilidad, ascensor, centro, histórico, degradación

Abstract

In Andalusia, most of the historic centers are places of high tourist attraction worldwide valued, since in most cases have a high net worth. With this article we intend to make a first approach to the relationship between the lack of accessibility in historic centers, both in the urban area as in their buildings,

and progressive urban degradation that they suffer and consequently the progressive decrease of their attraction . Just as important atç this point are urban planning and strategic planning for enhancing tourism and boost the tourist destinations with the development this means for stocks. We are going to work and define basic concepts of the issues affecting this area. On the one hand talk about the problems, which generally affect historic centers, talk about the concept of universal accessibility and users could benefit from the accessibility improvements in a historical center. Thus we can establish a relationship between these issues: lack of accessibility, historic degradation and decline in tourism and the importance of territorial and urban planning.

Keywords

Tourism, accessibility, elevator, downtown, historic, degradation

1. Introducción y antecedentes

«...trabajar cada uno en su esfera de competencias y según sus posibilidades, por una vivienda y una ciudad más humana, por una ciudad que sea capaz y ordenada arquitectónicamente para que todos los hombres, incluso aquellos que usan silla de ruedas, puedan circular, acceder sin trabas, plenamente, libremente...»

Charles-Edouard Jeanneret (Le Corbusier).



Cuando una ciudad es accesible es más democrática para todos los usuarios.

1.1. Problemas que afectan a los centros históricos

Sin lugar a dudas, una de las partes más importantes que se deben destacar cuando abordamos cuestiones de turismo en los centros históricos, es su evolución en la planificación urbana y ver si se ha tenido en cuenta el factor turístico en esta planificación.

Desde los años setenta con el auge de la defensa del patrimonio cultural, se produjo una progresiva expulsión del automóvil de los centros históricos. A partir de mitad de los ochenta ante la terciarización comercial generalizada y la desertización demográfica, se tratan de incentivar políticas de mejora de acceso a los centros.

Los centros pasaron de ser lugares de vida cotidiana a ser valiosos para determinadas empresas y actividades, lo que provocó en muchas ciudades la expulsión del habitante de centro, sobre todo en zonas con cierto atractivo y en arterias principales del mismo.

Por otro lado y hablando de la vivienda que hay en los centros históricos, podemos destacar de acuerdo con el Informe especial al Parlamento: *'El Parque Residencial sin ascensor en Andalucía: una apuesta por la accesibilidad'*, (2010) del Defensor del Pueblo Andaluz, **la mitad de viviendas de tres o más plantas que existen en Andalucía no poseen ascensor**, lo que significa que en torno a 1.765.513 personas que residen en 580.761 viviendas, ven limitada o imposibilitada su movilidad y su autonomía. Estos números son extensibles a toda España por aproximación.

La problemática principal que nos encontramos no es en la vivienda de nueva construcción ya que, salvo contadas excepciones, todas cumplen con la normativa de instalación de ascensor marcada por el decreto 293/2009. Sin embargo, **la principal problemática está en las viviendas de construcción antigua** donde la instalación del ascensor no era una prioridad, acumulándose el mayor

número de viviendas sin ascensor en los centros históricos de nuestras ciudades. Además, debemos destacar que la mayoría de estas viviendas están habitadas por personas de edad avanzada que se han quedado residiendo en las zonas donde históricamente han vivido. De este modo se genera una doble influencia, una falta de accesibilidad en la vivienda unida a una población envejecida que no apuesta por la renovación.



Muchas personas quedan atrapadas en sus viviendas por falta de accesibilidad.

Si hablamos sobre el espacio público entendido en su acepción más general como la superficie de la ciudad por la que nos desplazamos y donde se dan lugares de encuentro que permiten desarrollar la interacción social, y que son además lugares que tienen un mayor atractivo turístico como es el caso de las ciudades de Córdoba, Granada, Sevilla, etc., descubrimos que a menudo, en muchos de estos centros históricos, se trata de un espacio denostado e inhóspito. En este sentido, se debe destacar que las zonas

comerciales y terciarias de los centros históricos suelen presentar un tratamiento adecuado, pero si nos adentramos en las zonas residenciales que han quedado en los centros históricos y que suelen estar en calles estrechas propias en cada caso de la trama histórica en la que se desarrollaron, a menudo encontramos graves carencias en el tratamiento, conservación y adecuación de dichos espacios.



El espacio público debe ser un bien disfrutable por todos los habitantes de una ciudad.

1.2. Concepto de Accesibilidad

La ciudad histórica era fortificada. Inaccesible por necesidad. Sin embargo, la ciudad moderna queremos que sea abierta y democrática. Una ciudad accesible se traduce en una ciudad confortable para la totalidad de los habitantes. Una ciudad accesible participa de una cultura que concibe su espacio público y sus edificios accesibles. Y es una ciudad abierta y bien planificada también para el turista, sean cuales sean sus capacidades.

La accesibilidad, aplicada en su concepción

más amplia como estrategia global de diseño de las ciudades, fue en su inicio un planteamiento utópico en apariencia. Tras una serie de años en los que la tendencia en los centros históricos fue la de peatonalizar a toda costa los centros históricos, las tendencias actuales han demostrado que es necesario compatibilizar la movilidad del centro histórico para ir evitando su progresivo abandono, ya que llegó un momento en el que los centros tenían un difícil acceso. Estas tendencias han tendido a mejorar la accesibilidad y la movilidad de los mismos, realizando operaciones de peatonalización y de tráfico controlado que permiten convivencia pacífica entre todos los modos de transporte.

Sin embargo, en este estudio no queremos centrarnos en este tipo de accesibilidad rodada o peatonal, sino que partimos y trabajamos sobre el concepto de Accesibilidad Universal, definido y desarrollado en España por la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, sobre igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad (LIONDAU). Ley que tiene por objeto establecer medidas para garantizar y hacer efectivo el derecho a la igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad, conforme a los artículos 9.2, 10, 14 y 49 de la Constitución. A estos efectos, **se entiende por igualdad de oportunidades** la ausencia de discriminación, directa o indirecta, que tenga su causa en una discapacidad, así como la adopción de medidas de acción positiva orientadas a evitar o compensar las desventajas de una persona con discapacidad para participar plenamente en la vida política, económica, cultural y social.

Esta ley se inspira en los principios de *vida independiente, normalización, accesibilidad universal, diseño para todos, diálogo civil y transversalidad* de las políticas en materia de discapacidad. Conceptos que pasamos a definir por considerarlos fundamentales para el desarrollo de la ciudad accesible:

a) **Vida independiente:** la situación en la que la persona con discapacidad ejerce el poder de decisión sobre su propia existencia y participa activamente en la vida de su comunidad, conforme al derecho al libre desarrollo de la personalidad.

b) **Normalización:** el principio en virtud del cual las personas con discapacidad deben poder llevar una vida normal, accediendo a los mismos lugares, ámbitos, bienes y servicios que están a disposición de cualquier otra persona.

c) **Accesibilidad universal:** la condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible. Presupone la estrategia de "diseño para todos" y se entiende sin perjuicio de los ajustes razonables que deban adoptarse.

d) **Diseño para todos:** la actividad por la que se concibe o proyecta, desde el origen, y siempre que ello sea posible, entornos, procesos, bienes, productos, servicios, objetos, instrumentos, dispositivos o herramientas, de tal forma que puedan ser utilizados por todas las personas, en la mayor extensión posible.

e) **Diálogo civil:** el principio en virtud del cual las organizaciones representativas de personas con discapacidad y de sus familias participan, en los términos que establecen las leyes y demás disposiciones normativas, en la elaboración, ejecución, seguimiento y evaluación de las políticas oficiales que se desarrollan en la esfera de las personas con discapacidad.

f) **Transversalidad de las políticas en materia de discapacidad,** el principio en virtud del cual las actuaciones que desarrollan las Administraciones Públicas no se limitan únicamente a planes, programas y acciones específicos, pensados exclusivamente para estas personas, sino que comprenden las

políticas y líneas de acción de carácter general en cualquiera de los ámbitos de actuación pública, en donde se tendrán en cuenta las necesidades y demandas de las personas con discapacidad.

Estos conceptos deben ser fundamentales a la hora de enfrentarnos al planeamiento urbano y a la posibilidad de intervenir en la ciudad.

Aunque a priori pueda tratarse de conceptos muy amplios tratados en una ley, deben de ser interiorizados por los planificadores de modo que se pueda aplicar dentro de la ciudad estos principios desde la base de la planificación urbana.

1.3. Usuarios

Los beneficiarios de la mejora de la accesibilidad en la ciudad somos todos, ya que ciudades más accesibles son ciudades más confortables. Pero sin duda, cabe indicar que tres grupos fundamentales de la población son los que se ven más beneficiados por estas mejoras, las personas con discapacidad, las personas mayores y los niños.

El número total de personas residentes en hogares españoles que declaran tener alguna discapacidad asciende a 3.847.900, lo que supone un **8,5% de la población**, según los resultados de la Encuesta de Discapacidad, Autonomía personal y situaciones de Dependencia (EDAD) del año 2008.

Había contabilizadas en España a 1 de enero de 2007, 7.531.826 personas de 65 y más años. Esta cifra se corresponde con el **16,7% de la población total**. Si bien las personas de más de 65 años pueden estar en plenas facultades físicas y mentales, está demostrado que sus capacidades se ven mermadas en todos los sentidos. Es por ello que se considera un grupo directo de beneficiarios de la accesibilidad.

Si sumamos ambos datos, 8,5 % + 16,7%, tenemos un total de 25,2% de la población. A este porcentaje debemos también añadirle el porcentaje de personas que por accidente (lesionados temporales) o circunstancias puntuales

(ejemplo embarazo), son también beneficiarios de las mejoras en accesibilidad, así como todos aquellos que por su trabajo o actividad deben cargar con peso o llevar bultos. Este último grupo de beneficiarios temporales, entre los que todos podemos estar, se estima en torno a un 14,5% de la población. Por lo que en definitiva, podemos hablar de que las mejoras en accesibilidad benefician en torno a un **40% de la población española**.

Es importante hacer hincapié en estos datos ya que a pesar de que pueda parecer que las medidas de mejora de la accesibilidad van dirigidas a una población reducida, afectan a un porcentaje importante de la población de modo directo, ya que para este 40% de la población, estas mejoras les permiten hacer efectivos sus derechos como ciudadanos, y para el 60% restante, les hace una ciudad y una vida más cómoda.



Cuando una ciudad es accesible es más democrática para todos los usuarios.



El 40% de la población española resulta beneficiaria de las mejoras de accesibilidad en las ciudades.

1.4. Influencia en el turismo

Todas las cuestiones que hemos comentado en los apartados anteriores hacen que las dificultades de accesibilidad que encontramos en los centros históricos, no solo provoquen una despoblación progresiva de los mismos y un deterioro de su calidad de vida, sino que también provocan un efecto muy negativo sobre el turismo. En un centro histórico despoblado, con problemas de inseguridad y con un relativo abandono, los hoteles van a tener una peor calidad y el turista no va a querer pernoctar.

De este modo, lugares con gran potencial turístico por el patrimonio con el que cuentan y por el atractivo histórico, dejan de ser destinos preferenciales o se convierten únicamente en destinos de paso sin permanencia del turista.

Además, los destinos que son poco accesibles no resultan atractivos para familias con niños, para personas mayores ni para personas con discapacidad y como hemos visto, un 40% de la población está dentro de estos cánones, por lo que son un público potencial de elevado calado y a tener en cuenta que se desperdicia por estas decisiones de no apostar por la accesibilidad.

2. Metodología

Para realizar este trabajo hemos partido de un análisis introductorio de varios conceptos, y cuestiones:

- Problemática general de los Centros Históricos. Parque residencial y espacio público.
- Accesibilidad y Accesibilidad Universal.
- Usuarios (población habitual, turistas, etc.).
- Influencia en el Turismo.

Estos conceptos los hemos tratado en la introducción. A continuación, y tras ver cuestiones que se entrelazan en los diferentes puntos, vamos de modo inicial a plantear ciertas cuestiones y obtener sus correspondientes conclusiones para el

punto que nos interesa en la relación entre la falta de accesibilidad y la degradación del centro histórico.

También hemos analizado algunos ejemplos de buenas prácticas sobre la materia que hemos encontrado en la publicación "Soluciones de Accesibilidad y Movilidad en los Centros Históricos del Sur de Europa" en el que se analizan las mejoras y actuaciones realizadas en estas materias en las ciudades de Carmona, Córdoba, Lugo, Perugia, Rivadavia, Ribadeo, Todi y Vigo, y que nos han servido como ejemplos reales de mejora de la calidad de sus centros históricos en todos los aspectos.

3. Resultados

"Frente a la tendencia del diseño urbano de los 80 y los primeros 90 ' donde triunfa el individualismo y se abusa de la estética como objeto propio de recreación, en la cultura del mundo que llega, que es prácticamente la cultura de hoy, es imprescindible incorporar la calidad de vida y ésta depende principalmente de la incorporación de la accesibilidad en el diseño de las ciudades"

Enric Pericas i Bosch, UIA, Barcelona 96

La ciudad es el espacio en el que los individuos adquieren la condición de ciudadanos, esto es, la condición de ser personas titulares de derechos políticos, sociales y culturales. Tal virtud comporta permitir el acceso de las personas a múltiples servicios y equipamientos, posibilitar el contacto con los otros y favorecer la libertad de elección; y todo ello en igualdad de condiciones.

Pero la ciudad es también el entorno donde desarrollamos nuestra vida cotidiana, y donde se encuentran la mayoría de barreras o impedimentos que limitan nuestra autonomía, nuestro bienestar y nuestra capacidad de elección. Estas barreras o impedimentos, pueden ser referidos tanto a la movilidad y manipulación como a los sentidos y al conocimiento, y pueden limitar libertades

tan fundamentales de la persona como el derecho a la participación, a la cultura, a las actividades recreativas o deportivas, a la relación en libertad, a la información etc.



La orografía es un factor importante.

Dentro de la ciudad, el elemento que nos ocupa en este trabajo, son los centros históricos. La problemática de los centros históricos suele tener bastantes elementos comunes: deterioro de la edificación, precarias condiciones de habitabilidad, pérdida de vitalidad funcional, vaciamiento demográfico, envejecimiento, infrautilización residencial, dificultades de movilidad y de aparcamiento, precario nivel de equipamientos y servicio.

Los centros históricos se enfrentan a profundos cambios funcionales y sociales. En ellos se imbrican centralidades históricas, económicas, culturales, turísticas y simbólicas, también se configuran realidades urbanas conflictivas donde conviven en tensión permanente, la tensión del cambio, viejas y nuevas funciones. La planificación urbana está teniendo dificultades para adaptar los paisajes del pasado a las necesidades del presente. Además, se enfrentan constantemente a tensiones sociales donde se mezclan zonas de alto valor económico con tensiones especulativas en zonas deprimidas con edificios antiguos.

Andalucía cuenta un gran número de municipios que tiene un Centro Histórico de cierto interés o con un alto grado de protección y que son

lugares de gran atractivo turístico.

Enlazando con cuestiones tratadas en la introducción, desde hace tiempo se han venido aplicando políticas altamente proteccionistas sobre los elementos patrimoniales de los conjuntos históricos por tratarse de zonas de larga tradición dentro de las ciudades, pero esto ha provocado, entre otras cosas, un abandono y envejecimiento progresivo de la población al no renovarse las estructuras de servicios, equipamientos o atención al ciudadano de estas zonas y quedarse estancados en una época concreta. Esta cuestión unida al deterioro del parque edificado y a la subida de precios debida a la especulación urbanística sobre estas zonas de la ciudad para su uso terciario, ha estado provocando un deterioro, sobre todo de su calidad urbana social.

La mayoría de las ciudades andaluzas, de modo general, han sufrido en estos años un crecimiento global de su población y de sus parques de viviendas edificadas en los extrarradios de la ciudad o en nuevos barrios residenciales, que ha ido aparejado con el **progresivo envejecimiento y pérdida de población de sus centros históricos**. Pero en este abandono del Centro Histórico se conjugan varias cuestiones. Por un lado, el estancamiento derivado de la excesiva protección; por otro la subida de precios por la especulación; y por último la incomodidad que presenta una zona histórica frente a los nuevos modelos de vida establecidos derivada de la no actualización de estas



La revitalización de los centros históricos para por su apertura a todos los ciudadanos.

zonas en sus servicios básicos y la falta, tanto de acceso eficaz a los mismos, como de accesibilidad a sus elementos principales.

Todos hemos oído que es **necesario revitalizar los Centros Históricos** pero, paseando por las ciudades que conocemos, encontramos zonas de su Casco Antiguo que reflejan el progresivo abandono. **Los niveles de renta, cada vez más bajos dentro de estos sectores de la ciudad;** la tendencia, que ya se ha demostrado ineficaz, de **ubicar únicamente usos terciarios en los centros históricos** y que ha provocado el encarecimiento de los precios del suelo; y por último, la antigua legislación de arrendamientos urbanos que ha contribuido a que los propietarios de inmuebles descuidaran el mantenimiento de la edificación, bien por economizar gastos, bien por conseguir la degradación total del edificio para poder entrar a formar parte del boom del ladrillo, ha generado el **deterioro global, tanto en el parque de vivienda como en el espacio urbano de determinados barrios y Cascos Antiguos de las ciudades.**

La degradación progresiva del parque edificado y **la no existencia de condiciones adecuadas de accesibilidad a los edificios de los centros históricos** provoca que para el nuevo comprador sea un elemento poco atractivo. Esto genera un círculo en el cual la vivienda sigue degradándose de modo progresivo. Las personas que viven en estos edificios se ven atrapadas en los mismos, sin visos de poder mejorar su calidad de vida. Esto poco a poco **genera un reflejo dentro de la imagen urbana de barrio y favorece una degradación de los entornos construidos**, el progresivo abandono del modo de vida tradicional de ciudad compacta del arco mediterráneo y la segregación de usos dispersos en la ciudad.

En muchas ciudades podemos comprobar cómo los centros, en concreto algunas de sus zonas, quedan abandonados por parte de las administraciones. De este modo y enlazando con lo anterior, quedan ocupados por personas muy mayores que

son habitantes históricos del mismo y por nuevos ocupantes, en muchos casos inmigrantes o personas con recursos muy bajos y que son los únicos dispuestos a ocupar viviendas que no presentan las comodidades que hoy en día requiere la población.

Esto a su vez provoca, de modo equivocado, que las administraciones dejen un poco de lado estas zonas, de modo que dejan de reparar el mobiliario urbano, dejan de realizar actuaciones de rehabilitación, dejan de tener cuidado con el espacio público que rodea estas zonas, etc.

¿Qué ocurre entonces? Que toda esta zona del Centro Histórico se degrada en conjunto, el parque edificado deja de renovarse y de rehabilitarse, el espacio público se degrada y la población que allí vive cada vez tiene más marginalidad. Todas estas cuestiones se producen entre otros factores por la falta de acceso y de accesibilidad, no solo a las viviendas, sino también a los equipamientos y a un espacio público de calidad.



Los centros históricos deben recuperar su carácter de "Ciudad Compacta".

Se entiende por **accesibilidad** aquella característica del urbanismo, de las edificaciones, del transporte y de los sistemas de comunicación sensorial que permite su uso a cualquier persona con independencia de su condición física, intelectual o sensorial. Se entiende por barrera cualquier impedimento, traba u obstáculo que limite o impida el acceso,

la libertad de movimiento, la estancia y la circulación con seguridad de las personas. Así mismo, ampliamos el término y hablamos también de barreras sociales que se hacen muy evidentes en estos casos, en los que se generan guetos en los centros históricos, muchas veces a las espaldas de grandes zonas financieras y de consumo de la ciudad .

El proceso de creación de **una ciudad más confortable exige plantear la cuestión desde una perspectiva global**. Los aspectos operativos de la rehabilitación de la ciudad antigua son importantes ya que pueden posibilitar una gestión económica de las actuaciones en el sentido de obtener una óptima asignación de los recursos. Una estrategia de recuperación y revitalización de los espacios urbanos de Casco Antiguo de la ciudad debe basarse en la **rehabilitación física de edificios para viviendas y negocios, no solo desde el punto de vista de la rehabilitación sino haciendo estos edificios accesibles**; en la puesta en valor del patrimonio histórico-cultural y arquitectónico y en la urbanización amable de los **espacios públicos haciéndolos más integradores y generadores de puntos de encuentro** dentro de la ciudad construida.

En este sentido hay que destacar que el espacio público urbano es uno de los principales factores que **potencian la percepción turística positiva de los visitantes** y que repercute directamente en el aumento de los mismos. Cuanto más accesible es un centro histórico, más atractivo resulta para un mayor número de turistas. Por ello, la mejora de la accesibilidad en el espacio público de los centros históricos debe ser tenida en cuenta como uno de los principales factores para mejorar la imagen del 'turismo para todos' en nuestras ciudades. Para ello, es necesario contar con una planificación urbana que esté en conexión con la planificación estratégica turística.

Así mismo, cuando encontramos ciudades o zonas de la ciudad con una orografía compleja, podemos recurrir a sistemas de conexión con la ciudad nueva ya

explorados en ciudades como Lisboa, donde se producen conexiones mecánicas.



Plan de Accesibilidad del Conjunto Histórico de Córdoba. Fuente: Soluciones de Movilidad y Accesibilidad en los Centros Históricos del Sur de Europa, p.98.

Así mismo, la recuperación del estilo de vida de "barrio" aplicado a los centros de las ciudades, es el mayor reto al que nos enfrentamos. La recuperación del tipo de vida de ciudad compacta en la que en un barrio encontramos servicios básicos de comercio diario y servicio de equipamiento primario que cubran nuestras necesidades, es algo fundamental para poder recuperar la calidad de vida de nuestros centros históricos. **La mejora de la accesibilidad en los Centros Históricos, como inicio del proceso de creación de una ciudad más confortable,** favorece la regeneración de la lectura del Centro Histórico como un barrio fundamental de la ciudad con vida propia. La verdadera prueba de fuego en esta estrategia está en conseguir la revitalización y renovación de la oferta comercial, de ocio, dotacional y de equipamientos adaptándola a las

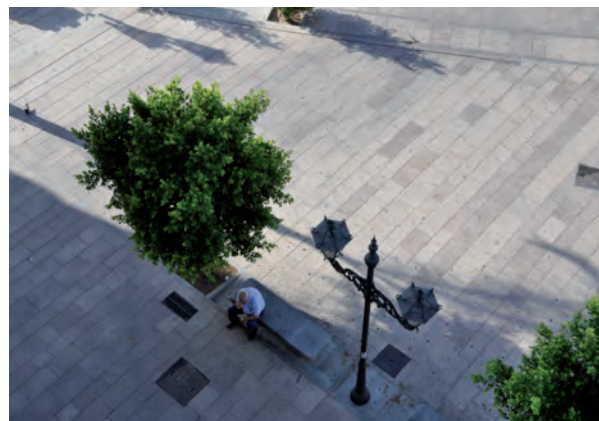
necesidades de los usuarios del centro de la ciudad, manteniendo su singularidad, su diferenciación y el **equilibrio entre la centralidad, la concentración y la accesibilidad.**



Cuando una ciudad es accesible es más democrática para todos los usuarios.



Una ciudad donde se camina y se puede pasear es una ciudad accesible.



Se trata de hacer una ciudad integradora que permita la convivencia de sus diferentes habitantes.

4. Conclusiones

La combinación de **mejora de accesibilidad y rehabilitación de centros antiguos** puede ser un punto de conexión para generar una **estrategia conjunta que combine la mejora del espacio urbano y la del parque de viviendas edificado**, ya que la interrelación que se genera entre ellos es un punto fundamental a tratar en nuestra ciudades.

La mejora de la accesibilidad en los Centros Históricos, a nivel de vivienda y a nivel urbano, puede ser **uno de los motores de recuperación del estilo de vida de barrio y de dinamización económica** para los Centros Históricos, con recuperación del pequeño comercio y de los equipamientos asistenciales de barrio. Generando a su vez sinergias de inclusión social de sectores en riesgo de exclusión, como las personas con discapacidad, los mayores y las personas de renta baja.

La rehabilitación de la vivienda en los centros históricos con la **instalación de ascensores y mejora de las condiciones globales de la accesibilidad**, puede ser considerado como un **impulso para la recuperación poblacional de los Centros Históricos**, combinándose en un mismo lugar población joven y de edad avanzada. Y **revitalizando el mercado del alquiler y la compra - venta** en las áreas de actuación.

Las actuaciones sobre los Centros Históricos **que mejoren el acceso a servicios primarios, al comercio y al espacio público** de calidad revitalizan una zona, así mismo, el cambio de paradigma en la concepción del centro histórico como zona de uso terciario es fundamental para dar cabida a los habitantes que lo pueblan.

Las actuaciones a desarrollar en materia de accesibilidad en los Centros Históricos deben ir encaminadas a la prioritaria recuperación del espacio colectivo del viario público, para **ampliar la calidad y funcionalidad de los elementos de carácter estancial**, recuperando las centralidades locales de los espacios.

Es fundamental destacar las posibilidades que tiene el espacio público de las

ciudades como elemento de **integración social global y como potenciador del 'turismo para todos'** como un foco de atracción positivo. Por ello, las actuaciones globales en materia de mejora de espacio público en centros históricos, deben ser tenidas en cuenta desde el comienzo atendiendo a la diversidad humana.

5. Bibliografía

Alonso, F. 2007 . Algo más que suprimir barreras: conceptos y argumentos para una accesibilidad universal. TRANS, revista de traductología, núm. 11, pp. 15-30

Corral, C. 2009. La ciudad para el peatón: las ciudades históricas en la movilidad urbana. Ingeniería y Territorio, núm. 86, pp. 58-67.

Encuesta de discapacidad, autonomía personal y situaciones de dependencia (EDAD).

Año 2008. Instituto Nacional de Estadística (INE) [On line] <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft15/p418&file=inebase&L=0>

Gehl, J. 2006. La humanización del espacio urbano: la vida social entre los edificios. Editorial Reverté, Barcelona.

Informe especial al Parlamento. 2010. El Parque Residencial sin ascensor en Andalucía: una apuesta por la accesibilidad. Defensor del Pueblo Andaluz. [On line] http://www.defensorand.es/informes_y_publicaciones/informes_estudios_y_resoluciones/informes_especiales/informe_0026/DESCARGAS/PARQUE_RESID-pub_marcadores.pdf LEY 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad. BOE num. 289 de 3 de diciembre de 2003 [On line] <http://sid.usal.es/idocs/F3/LYN5979/3-5979.pdf>.

Marín, P. 2007. Estrategias y mecanismos de recuperación en el Centro Histórico. Servicio de Programas, Ayuntamiento de Málaga [On line] <http://>

programaseuropeosmalaga.com/subidas/archivos/arc_2087.pdf.

Nigro, V. (et al) 2008. Accesibilidad e integración. Una mirada crítica a la arquitectura social. Editorial Nobuko, Buenos Aires.

Páramo, P. 2010. Aprendizaje situado: creación y modificación de prácticas sociales en el espacio público urbano. *Psicología & Sociedade*, núm. 22(1), pp. 130-138.

Rojas, M. C. 2003. Accesibilidad al medio físico: Bases conceptuales para estudiantes de arquitectura, urbanismo y diseño. *Área Digital*, núm. 4, 8 pp.

Troitiño, M. A. 2002. El Turismo y Recuperación Urbana. *El Turismo en Castilla-La Mancha. Análisis y prospectiva*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, Cuenca, pp. 29-43

Troitiño, M. A. 2003. La protección, recuperación y revitalización de los centros históricos. *Ciudades, arquitectura y espacio urbano*, Colección Mediterráneo Económico, núm. 3, pp. 131-160.

Valverde, S. (et al) 2007. Soluciones de accesibilidad y movilidad en los Centros Históricos del Sur de Europa. EuroGráficas Pichel, Santiago de Compostela.



Mariela Fernández-Bermejo y Antonio Tejada en el Centro Universitario de los Altos de Guadalajara.

Accesibilidad y hospedaje en los sitios de turismo religioso de los Altos de Jalisco

Dr. Martínez Cárdenas Rogelio

*Cualtos, UdeG//
roy963@hotmail.com*

Introducción

Los desplazamientos a sitios considerados sagrados quizá sea uno de los motivos más antiguos por los cuales las personas han emprendido viajes desde su lugar de origen a uno distinto.

En México la práctica de realizar peregrinaciones por parte de la población es tan antigua como su rito fundacional, los Mexicas peregrinaban en busca del sitio prometido "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)

Los Altos de Jalisco, y en particular el santuario de la virgen de San Juan de los Lagos ha sido objeto de peregrinaje por una parte de la comunidad católica que ha mantenido desde el siglo XVII una fiel devoción a la imagen de la Inmaculada Concepción; y a partir del año 2000 fecha en que canonizan a Santo Toribio Romo, se incorpora la población de Santa Ana de

Guadalupe en Jalostotitlán como espacio de peregrinación y recepción de visitantes.

Esta región a pesar de su larga historia como espacio de recepción de peregrinos, y al hecho de que el turismo religioso tiene entre otras características la constante asistencia de:

- a) peregrinos que arriban motivados por la búsqueda de lograr obtener favores o dar gracias por móviles relacionados con aspectos de salud física,
- b) personas de la tercera edad,
- c) peregrinos acompañados con niños y bebés,
- d) personas con discapacidad permanente o temporal

la zona de los Altos de Jalisco aun presenta carencias tanto en la calidad de los servicios turísticos, como en la infraestructura urbana, en especial para aquellos visitantes que demandan requerimientos de accesibilidad particulares.

CRONOLOGÍA DE LA PEREGRINACIÓN MEXICA											
1168 1 año Atlixan	1169-1196 2 años 3 años Cahuacal Texcala	1169-1196 2 años 3 años Encuentro con los tlaxcaltecas	1169-1196 2 años 3 años Coatepec Ixcapexpan y Coatlicauac	1195 3 años Cahuacal Texcala	1196 3 años Coatlicauac	1197 4 años Tollan	1215 9 años Tollan	1216 10 años Atlixcaltecan	1225 9 años Atlixcaltecan	1226 7 años Tlaxcala	1230 11 años Tlaxcala
Salida de los mexicas	Huitzilopochtli les habla y les dice que en este lugar se toman que repase de los otros barrios	Encuentro con los tlaxcaltecas	Estancia en estos lugares	Fuego nuevo y primera estancia de años	Salida	Llegada	Salida	Llegada	Salida	Llegada	Salida
1231 17 años Atlixcaltecan	1235 6 años Atlixcaltecan	1236 5 años Apasco	1247 11 años Apasco	1248 12 años Tlaxcala	1251 15 años Tlaxcala	1252 16 años Xalisco	1255 19 años Xalisco	1256 20 años Atlixcaltecan	1259 23 años Atlixcaltecan	1260 24 años Etecatitlan	1263 27 años Etecatitlan
Llegada	Salida	Llegada	Ceremonia de fuego nuevo y salida de este lugar	Llegada	Salida	Llegada	Salida	Llegada	Salida	Llegada	Salida
1264 20 años Tlaxcala	1271 27 años Tlaxcala	1272 28 años Cahuacal	1291 47 años Cahuacal	1292 48 años Huitzilopochtli	1295 51 años Huitzilopochtli	1296 52 años Tlaxcala	1299 55 años Tlaxcala	1300 56 años Pantitlan	1303 59 años Pantitlan	1304 60 años Amalhuacal	1311 67 años Amalhuacal
Llegada	Salida	Llegada	Salida	Llegada	Salida	Llegada	Ceremonia de fuego nuevo y salida de este lugar	Llegada	Salida	Llegada	Salida
1312 75 años Pantitlan	1315 78 años Pantitlan	1316 79 años Atlixcaltecan	1319 82 años Atlixcaltecan	1320 83 años Popotlan	1323 86 años Popotlan	1324 87 años Tehuacan	1327 90 años Tehuacan	1328 91 años Atlixcaltecan	1331 94 años Atlixcaltecan	1332 95 años Chapultepec	1351 114 años Chapultepec
Llegada	Salida	Llegada	Salida	Llegada	Salida	Llegada	Salida	Llegada	Salida	Llegada	Ceremonia del fuego nuevo y salida del lugar
1352 119 años Atlixcaltecan	1355 122 años Atlixcaltecan	1355* 122 años Atlixcaltecan	1355 122 años Mexicanico	1356 123 años Mexicanico	1357 124 años Nexotlan	1360 127 años Nexotlan	1361 128 años Ixcapexpan	1362 129 años Tlaxcala	1363 130 años Zozcolapan	1364 131 años Zozcolapan	
Llegada	Los mexicas son obligados por Coahuacal a pelear contra los aztecas	Combates contra los aztecas, salida a Tlaxcala y construcción del templo. Los coahuacales, como ofrenda fundacional, ponen excomunión a los aztecas del templo. Coahuacal espanta a los mexicas. Salida a Mexicanico	Llegada	Salida de este lugar luego de un año de estancia	Llegada	Salida de este lugar luego de una estancia de cuatro años	Llegada	Salida de este lugar luego de una estancia de dos años	Llegada. Aztecas y Coahuacal se internan en las montañas y ven el lugar sobre el cerro	Edificación del templo en el lugar del promontorio. Los mexicas sacrifican al coahuacal Chichiquilal y prueban su coahuacal como ofrenda del templo. Así se funda México-Tenochtitlan	

Fuente: Revistas Arqueología Mexicana número especial 26.

Antecedentes de la accesibilidad

En sus orígenes el término accesibilidad hacía referencia sólo a la eliminación de barreras arquitectónicas que limitaban la movilidad en particular a las personas con discapacidad motriz pudieran hacer uso de los edificios y sitios públicos “la *eliminación de barreras* desde el ámbito de la dimensión arquitectónica, urbanística, del transporte y la *eliminación de las barreras de comunicación* eran inicialmente las acciones relacionadas por excelencia con la accesibilidad. Es decir, la accesibilidad era un factor básico del entorno después de ser construido.” (Marcos Pérez & González Velasco, 2003). Bajo esta concepción la accesibilidad se limitó a la instalación de rampas y elevadores en edificios y vías peatonales.

En la lucha por la igualdad de sus derechos, las personas con discapacidad llegaron a proponer lo que se conoce como modelo de vida independiente (Maraña, 2004) (Independent Living Institute, s.f.) (Dejong, 1979), el cual dio origen a una nueva concepción de la accesibilidad. Ya no sólo se trata de las barreras arquitectónicas, a las que se enfrentaban las personas con discapacidad, sino el reclamo de su derecho al empleo, educación, y vivir una vida lo más parecido posible a como la realiza una persona sin discapacidad.

Hoy día este término incluye un segmento poblacional mucho más amplio puesto que se refiere a todas las personas que presentan algún problema de movilidad o comunicación, ya sea por la edad, condición física, padecer una enfermedad, haber sufrido un accidente generándole una discapacidad temporal (uso de muletas por ejemplo), tener una deficiencia física, mental o sensorial, etc. (Godoy & Franco, 2004), a esta nueva manera de plantear el diseño arquitectónico-espacial, se le dio el nombre de diseño universal¹.

¹ El diseño universal forma parte de la Norma Técnica Complementaria para el Proyecto Arquitectónico, publicada en la Gaceta Oficial del Distrito Federal del 8 de Febrero de 2011.

“no se trata únicamente de adaptar, sino de concebir y producir todos los productos, servicios, edificaciones y espacios públicos y privados, de forma tal que sean accesibles para todos. Si todo ambiente construido contara con estas facilidades, cualquier persona, incluso la que no tiene ninguna discapacidad, podría realizar las actividades previstas para dicho ambiente en condiciones de autonomía, comodidad y seguridad. De eso se trata el ‘diseño universal’ o diseño para todos” (Huerta Peralta, 2006)

De esta manera, cuando hablamos de turismo accesible, es referirnos a un mercado potencial que va más allá de tan sólo las personas con algún tipo de discapacidad permanente. Es decir, el término hace referencia al “conjunto de los servicios e infraestructuras que permiten el acceso a esta actividad a un importante segmento de la población, según sus necesidades e intereses: discapacitados temporales (mujeres embarazadas, personas enyesadas, etc.) y permanentes (motrices, sensoriales e intelectuales), personas mayores, familias con niños pequeños, etc.” (Acceturismo Internacional Consulting, 2008).

En el caso de México pudiéramos referir el tamaño de este mercado a aproximadamente 44 millones de personas de acuerdo con el censo de población y vivienda del año 2010, si consideramos a las personas con discapacidad, el sector de adultos mayores y los menores de 15 años.

	2000	2010
Personas con discapacidad	1'771,905	4'527,784
Personas sin discapacidad con 60 años o más	6'165,466	7'954,360
Personas sin discapacidad de 14 años o menores	32'079,886	31'751,423
Total	40,017,257	44'233,567

Cuadro 1. Población potencialmente demandante de turismo accesible. Fuente: elaboración propia con datos del Censo de Población y Vivienda 2000 y 2010.

A pesar del cambio de paradigma con respecto a la accesibilidad, la Secretaría de Turismo para la elaboración de su manual de recomendaciones sobre el tema, el cual especifica características requeridas por los servicios y la infraestructura, pero pensada básicamente en el sector de las personas con discapacidad.

Normatividad mexicana acerca de la accesibilidad

En México no existe una normativa oficial de uso general con carácter de obligatoriedad para adecuar los espacios públicos o sitios que particulares ofrecen con servicios para el consumo y disfrute del tiempo de ocio de las personas con discapacidad.

Es hasta el año de 2004 que se emite por primera vez un ACUERDO por el que se establecen los *lineamientos para la accesibilidad de las personas con discapacidad a inmuebles federales*. Esta enfocado en las adecuaciones arquitectónicas y urbanísticas requeridas para facilitar el acceso a las personas con discapacidad y su alcance queda limitado a los inmuebles de la administración pública federal.

Al año siguiente 2005, se decreta la Ley General de las personas con Discapacidad, en esta ley va más allá que el acuerdo de 2004, en ella ya se hace referencia a la necesidad de que las empresas privadas tomen en cuenta la accesibilidad en sus instalaciones, y su artículo 14 dice: "Las empresas privadas deberán contar con facilidades arquitectónicas para los trabajadores con alguna discapacidad" (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2005).

A pesar del avance en el tema de accesibilidad que hace esta nueva ley al ya no solo aludir a la administración pública federal, el artículo queda bastante corto, al referirse únicamente a los trabajadores de la empresas y no hacer mención de la obligatoriedad de los sitios de prestación de servicios turísticos o comerciales de adecuar los espacios de atención y uso de los clientes.

Para el año 2011, se abroga la Ley General de las personas con Discapacidad y se decreta una nueva ley bajo el nombre de *Ley general para la inclusión de las personas con discapacidad*. En esta nueva ley se contemplan mayor número de entornos y requerimientos para una integración real de las personas con discapacidad.

El capítulo VIII de esta ley titulado Deporte, Recreación, Cultura y Turismo, se refiere a las acciones que diversas dependencias de la administración pública deben realizar para que las personas con discapacidad puedan tener libre acceso a diferentes espacios deportivos, culturales y de turismo, y de esta forma puedan disfrutar de una variedad de actividades que les son restringidas por la falta de accesibilidad de estos sitios. Específicamente con relación al turismo el artículo 27 dice:

La Secretaría de Turismo promoverá el derecho de las personas con discapacidad para acceder a los servicios turísticos, recreativos o de esparcimiento. Para tales efectos, realizará las siguientes acciones:

- I. Establecer programas y normas a fin de que la infraestructura destinada a brindar servicios turísticos en el territorio nacional cuente con facilidades de accesibilidad universal;
- II. Establecer programas para la promoción turística de las personas con discapacidad, y
- III. Las demás que dispongan otros ordenamientos. (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2011)

Esta nueva ley ya establece la obligatoriedad que tiene la Secretaría de Turismo para instituir programas que faciliten la accesibilidad de todos los usuarios de los servicios turísticos; sin embargo, hasta el año 2014 no se ha emitido ningún reglamento que obligue a los prestadores de servicios turísticos a llevar a cabo lo establecido en esta norma.

Por su parte, la *Ley general de turismo* que en su versión más reciente que data del

año 2009 incluye en su capítulo IV el tema *Del Turismo Accesible*. En él se establece que la Secretaría de Turismo debe realizar acciones para que se ofrezcan servicios turísticos con accesibilidad.

El capítulo se limita a tan solo dos artículos que hablan de la acciones que tanto la Secretaría de Turismo como los prestadores de servicios turísticos deberían llevar a cabo.

Artículo 18. La Secretaría, con el apoyo y en coordinación de las dependencias y entidades competentes, promoverá la prestación de servicios turísticos con accesibilidad, que tengan por objeto beneficiar a la población con alguna discapacidad.

Artículo 19. Los prestadores de servicios turísticos deberán proveer lo necesario para que las personas con discapacidad cuenten con accesibilidad a los servicios en condiciones adecuadas.

La misma obligación tendrán las autoridades respecto de los sitios culturales con afluencia turística.

La Secretaría, los Estados, Municipios y el Distrito Federal, supervisarán que lo dispuesto en este capítulo se cumpla.

Durante la administración presidencial 200-2006 se estableció la Oficina de Representación para la Promoción e Integración Social para Personas con Discapacidad que entre otras acciones emitió un manual de recomendaciones de accesibilidad, aun cuando no está diseñado de manera particular para el sector turismo, si contempla requerimientos de carácter general aplicables a hoteles y otros sitios de uso público.

El manual establece criterios para espacios tales como baños, circulaciones, vestíbulos, vestidores, auditorios, restaurantes y hospedajes entre otros.

En el año 2012 se publica la Guía de recomendaciones de diseño universal para el sector turismo por parte de la Secretaría de Turismo Federal.

Turismo y accesibilidad

La Organización Mundial del Turismo (OMT) publicó en 2014 un documento titulado Manual sobre turismo accesible para todos Alianzas público-privadas y buenas prácticas el cual muestra las experiencias en ciudades españolas y ciudades patrimonio, además de sitios naturales. Taleb Rifai, Secretario General de la OMT al referirse a la accesibilidad dice:

La accesibilidad es un elemento crucial de toda política de turismo responsable y sostenible. Es una cuestión de derechos humanos y es también una extraordinaria oportunidad de negocio. Por encima de todo, debemos darnos cuenta de que el turismo accesible no solo es bueno para las personas con discapacidad o con necesidades especiales, es bueno para todos.

El mismo documento hace establece las siguientes definiciones

Discapacidad:

La discapacidad resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás.

Al entender la discapacidad como una interacción, se entiende que la discapacidad es un constructo social, no un atributo de la persona.

Personas con discapacidad:

A los efectos del presente documento, se entiende por "persona con discapacidad" toda persona a la que las barreras del entorno en que se encuentra y las barreras actitudinales obstaculizan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás, en los viajes, alojamientos y otros servicios turísticos.

Ajustes razonables:

Por "ajustes razonables" se entenderán las modificaciones y adaptaciones

necesarias y adecuadas que no impongan una carga desproporcionada o indebida, cuando se requieran en un caso particular, para garantizar a las personas con discapacidad el goce o ejercicio, en igualdad de condiciones con las demás, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales. (Fundación ACS y Organización Mundial del Turismo, 2014)

A partir de esta visión donde la discapacidad es provocada por el entorno que no permite que toda persona pueda realizar las actividades para las cual fue creado un espacio específico, es que se realiza la revisión de los santuarios y hoteles alteños.

Objetivo

Evaluar las condiciones de accesibilidad que presentan los dos principales santuarios católicos de los Altos de Jalisco, así como los hoteles de las poblaciones donde se encuentran ubicados.

Metodología

Para la realización de la investigación, se llevaron a cabo visitas físicas a los santuarios de la Virgen de San Juan de los Lagos en la población del mismo nombre y al de Santo Toribio Romo ubicada en Santa Ana de Guadalupe, en Jalostotitlán donde se llevó a cabo una revisión de la infraestructura existente mediante observación directa.

En el caso de los hoteles, se aplicaron encuestas además de las poblaciones antes mencionadas (San Juan de los Lagos y Jalostotitlán) en la ciudad de Tepatitlán de Morelos, por ser un sitio con una oferta hotelera importante y donde se cuenta con un santuario de menor dimensión turística que las otras dos poblaciones, pero que también celebra una importante fiesta de reconocimiento regional..

La muestra incluyó un total de cuarenta y ocho hoteles de los cuales diez se ubican en la población de Tepatitlán de Morelos, treinta y tres en San Juan de los Lagos y cinco en Jalostotitlán.

La encuesta fue diseñada para determinar si las instalaciones hoteleras cumplen con los requerimientos mínimos de accesibilidad. Se compone de 82 preguntas agrupadas en diez criterios a evaluar que son: estacionamiento, entrada al hotel, vestíbulo, rampas y escaleras, elevador, pasillos, habitaciones, baños en las habitaciones, restaurant y afluencia de usuarios.

Resultados

Del total de hoteles encuestados sólo dos de los cuarenta y ocho evaluados, cuentan en la entrada del mismo con algún tipo de simbología que indique que el establecimiento posee espacios accesibles.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	0	10	10
San Juan de los Lagos	2	31	33
Jalostotitlán	0	5	5
Total	2	46	48

Tabla 1. Número de hoteles (valores absolutos).
Fuente: elaboración propia.

a) estacionamientos

Algo importante para una persona con limitaciones en la movilidad es contar con un área de estacionamiento que le permita subir y bajar del vehículo en el que se traslada al ritmo que ella necesite. Sin embargo, el 25% de los establecimiento visitados no cuentan con un estacionamiento dentro de sus instalaciones.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	90%	10%	100%
San Juan de los Lagos	67%	33%	100%
Jalostotitlán	100%	0%	100%
Total	75%	25%	100%

Tabla 2. Hoteles con estacionamiento (porcentaje).
Fuente: elaboración propia.

De los establecimientos que si cuentan con área de estacionamiento, sólo el 20% tiene cajones reservados para personas con discapacidad, pero hay que resaltar que la mayoría no cumple con

las recomendaciones arquitectónicas establecidas para un espacio de este tipo. Adicional a esto, únicamente la mitad de los hoteles en donde existen escaleras para ingresar al estacionamiento cuentan con rampas, y la mayoría de las veces no están construidas con criterios de accesibilidad, ya sea por la pendiente que tienen, el no contar con barandales, los ingresos o egresos de las rampas no son espacios adecuados para que los utilice una persona en silla de ruedas.

b) ingreso al hotel

De los establecimientos en revisión, el 81% de ellos cuenta con escalinatas para su ingreso, pero tan solo el 30% posee una rampa que también de acceso al hotel. Sin embargo, no todas ellas tienen pasamanos para que las personas puedan apoyarse en el.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	1	0	1
San Juan de los Lagos	23	5	28
Jalostotitlán	2	1	3
Total	26	6	32

Tabla 3. Hoteles cuyo ingreso tiene un nivel distinto al de la calle. Cuenta con escaleras para ingresar (valores absolutos). Fuente: elaboración propia.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	0%	100%	100%
San Juan de los Lagos	36%	64%	100%
Jalostotitlán	0%	100%	100%
Total	30%	70%	100%

Tabla 4. Hoteles cuyo ingreso tiene un nivel distinto al de la calle. Cuenta con rampa para ingresar (porcentaje). Fuente: elaboración propia.

No existe una cultura de poner la información en sistema braille, para que las personas con discapacidad visual puedan tener acceso a ella; de allí que solo 2 hoteles tengan letreros con este sistema en el ingreso de los mismos.

c) vestíbulo

Algo importante cuando se atiende a personas que utilizan silla de ruedas o

de talla pequeña, es que los mostradores de atención al público tengan una altura donde ellos puedan ver a la persona que les atiende y apoyarse en caso de necesitar escribir o bien, dejar o tomar algún objeto.

Al revisar los mostradores de los hoteles en las poblaciones en estudio, el resultado es que solo el 6% de estos cumple con la norma de tener doble altura y únicamente el 2% tiene algún tipo de sistema para que las personas que utilizan ayudas como bastones o muletas puedan sujetarlas mientras ellas realizan una actividad en el mostrador, como puede ser registrarse, pedir información o saldar la el costo de su estadía.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	10%	90%	100%
San Juan de los Lagos	6%	94%	100%
Jalostotitlán	0%	100%	100%
Total	6%	94%	100%

Tabla 5. Hoteles que cuentan con mostrador con doble altura (porcentaje). Fuente: elaboración propia.

En casi todos los establecimientos, los teléfonos en el área pública se ubican en sitios de difícil alcance para personas con problemas de movilidad y en especial para usuarios de silla de ruedas.

d) rampas y escaleras

A pesar de que muchos de los hoteles cuentan con escalera o espacios con desniveles en el interior, son en realidad pocos los que tienen rampas en estos sitios.

Las adaptaciones de accesibilidad no son usadas solo por personas con discapacidad, por ello, en el caso de las rampas se deben cuidar ciertos requerimientos de seguridad en términos de visibilidad para que cualquier persona note el desnivel. Aspecto poco cuidado y que eleva el riesgo de accidentes.

Las escaleras son espacios propicios para los accidentes, principalmente de personas con movilidad reducida, ya sea por enfermedad o edad, personas con baja

visión, entre otros. Es por ello que deben tener algunas medidas que disminuyan la posibilidad de accidentes, como son los boceses o de resalte para que las personas noten los escalones, así como bordes antiderrapantes para evitar que las personas lleguen a resbalarse.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	30%	70%	100%
San Juan de los Lagos	59%	41%	100%
Jalostotitlán	20%	80%	100%
Total	49%	51%	100%

Tabla 6. Hoteles cuyas escalera cuentan con resalte y bordes antiderrapantes (porcentaje). Fuente: elaboración propia.

e) elevadores

Pareciera ser que los elevadores son equipos cuyos principales destinatarios son las personas con algún impedimento para utilizar las escaleras, como pueden ser usuarios de silla de ruedas, muletas, bastones, andaderas o personas que aun cuando no utilicen aditamentos para trasladarse, presentan dificultad para moverse como personas ancianas o con algún tipo de enfermedad que le limite el movimiento.

Pero al igual que la mayoría de adecuaciones que hacen más accesible un sitio, terminan siendo utilizadas por un gran número de personas a las que no se les consideraba el usuario destino de la incorporación de accesibilidad. Los elevadores no son la excepción por lo que deben estar preparados para ser utilizados por personas ambulantes pero que pueden presentar otro tipo de discapacidad como es el caso de la falta de visión.

Es por esta razón que los elevadores además de permitir el ingreso y desplazamiento en su interior de una silla de ruedas, deben contar con botones a un altura que facilite su uso a cualquier persona y además tener señalamiento en sistema braille para que las personas con ceguera puedan manipular por ellas misma el elevador.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	60%	40%	100%
San Juan de los Lagos	8%	92%	100%
Jalostotitlán	0%	0%	0%
Total	22%	78%	100%

Tabla 7. Elevadores que cuentan con señalética braille (porcentaje). Fuente: elaboración propia.

f) habitaciones

Al referirnos a servicios de hotelería, las habitaciones son fundamentales; ya que es la razón por la cual una persona solicita el servicio de hospedaje.

Una habitación accesible debe de cumplir con algunos criterios mínimos establecidos a nivel internacional y los cuales permiten que una personas con discapacidad poder hacer uso de la misma.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	8	2	10
San Juan de los Lagos	19	13	32
Jalostotitlán	4	1	5
Total	31	16	47

Tabla 8. Hoteles que dicen contar con habitaciones accesibles (valores absolutos). Fuente: elaboración propia.

Entre los criterios de accesibilidad se encuentran el que las puertas de acceso a la habitación y las que se encuentren en el interior cuenten con mecanismos tipo palanca para abrirlas y cerrarlas. Al hacer la investigación en los hoteles en estudio, encontramos los siguientes resultados:

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	20%	80%	100%
San Juan de los Lagos	19%	81%	100%
Jalostotitlán	20%	80%	100%
Total	19%	81%	100%

Tabla 9. Habitaciones que cuentan con mecanismos tipo palanca (porcentaje). Fuente: elaboración propia.

A pesar de que 31 hoteles dicen contar con habitaciones accesibles, solo el 19% de ellas cumplen con el parámetro de utilizar

mecanismos tipo palanca en las puertas.

La recomendación internacional sobre los closet ubicados en las habitaciones es que deben tener puertas corredizas para una manipulación más sencilla, al realizar la evaluación se encontró que únicamente 13% de éstos se operan de dicha manera.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	30%	70%	100%
San Juan de los Lagos	9%	91%	100%
Jalostotitlán	0%	100%	100%
Total	13%	87%	100%

Tabla 10. Hoteles con puertas corredizas en los closet (porcentaje). Fuente: elaboración propia.

Asimismo, la barra para colgar ropa no debe estar a más de 1.30 metros de altura para facilitar su uso a personas de talla baja y usuarios de sillas de rueda.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	60%	40%	100%
San Juan de los Lagos	28%	72%	100%
Jalostotitlán	80%	20%	100%
Total	40%	60%	100%

Tabla 11. Hoteles con barras en los closet a no más de 1.30 mts. Fuente: elaboración propia.

Un aspecto fundamental para el usuario de servicios de hospedaje es el área de aseo, en la mayoría de los hoteles revisados un usuario de silla de ruedas puede ingresar a sanitario, sin embargo, la zona de regadera si presenta problema en muchos de los casos.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	80%	20%	100%
San Juan de los Lagos	38%	63%	100%
Jalostotitlán	40%	60%	100%
Total	47%	53%	100%

Tabla 12. El cancel de la bañera permite la entrada de una silla de ruedas (90 cm) (porcentaje). Fuente: elaboración propia.

Adicional es esto, tanto los usuarios de silla de rueda, como muchos de los adultos

mayores requieren de un asiento para poder hacer uso de la regadera, debido a la imposibilidad para estar de pie los primeros y el riesgo de accidentes de los segundos.

Población	Si	NO	Total
Tepatitlán	40%	60%	100%
San Juan de los Lagos	3%	97%	100%
Jalostotitlán	20%	80%	100%
Total	13%	87%	100%

Tabla 13. La ducha cuenta con asiento fijo, móvil o abatible y a una altura de 48 y 50 cm (porcentaje). Fuente: elaboración propia.

Conclusión

Los avances médicos han permitido una mayor longevidad y calidad de vida de la población, lo que ha creado en un nuevo segmento de turistas de edad adulta y con capacidad para viajar, quienes demandan servicios turísticos accesibles que les permitan disfrutar su estadía, porque les han disminuido su habilidades físicas desde niveles leves hasta severos.

El grupo de personas con discapacidad cada vez es un usuario más activo en el mercado turístico. Considerarlo como un segmento ausente o poco interesado en el consumo de productos turísticos es debido principalmente a la falta de accesibilidad que existe en los establecimiento del sector y la poca preparación de los prestadores de servicios en los requerimientos necesarios para atender a este segmento de mercado.

Debido a lo anteriormente expuesto, la accesibilidad cada vez tiene mayor peso en la demanda de servicios turísticos, sin embargo, la industria turística en los Altos de Jalisco ha puesto muy poca atención al tema, muestra de ello es la casi nula adaptación que los hoteles tienen para atender a este segmento de turistas.

Aun cuando los sitios de turismo religioso son polos de atracción de gran cantidad de personas, y muchas de ellas requieren de adaptaciones especiales para hacer más cómoda y placentera su estancia, por tratarse de personas de edad avanzada,

que presentan algún tipo de enfermedad ya sea crónica o temporal, personas con discapacidad, etc., las poblaciones y los santuarios mismos no han sido equipados para responder a esta diversidad de necesidades que demandan sus visitantes.

La accesibilidad sigue siendo un gran reto para la industria turística y particular para los sitios de turismo religioso.

Trabajos citados

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (10 de junio de 2005). Ley general de las personas con discapacidad. México, D.F, México; D.F., México. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (30 de mayo de 2011). Ley general para la inclusión de las personas con discapacidad. México, D.F., México, D.F., México.

Siller, C. (1993). La religión indígena. In M. A. Puente Lutteroth, Hacia una historia mínima de la Iglesia en México (pp. 13-32). D.F., México: Jus Cehila.

Acceturismo Internacional Consulting. (2008). El mercado potencial del turismo accesible para el sector turístico español. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Secretaría de Estado de Turismo. Madrid, España: SUBDIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD E INNOVACIÓN TURÍSTICA.

Dejong, G. (1979). Independent living: from social movement to analytic paradigm. *Archives of Physical Medicine and Rehabilitation*, 10 (60), 435-446

Fundación ACS y Organización Mundial del Turismo . (2014). Manual sobre turismo accesible para todos Alianzas público-privadas y buenas prácticas. (F. A. Turismo, Ed.) Madrid, España.

Huerta Peralta, J. (2006). DISCAPACIDAD Y ACCESIBILIDAD. La dimensión desconocida (Vol. V). (L. Peñaherrera, Ed.) Lima, Perú: Fondo Editorial del Congreso del Perú.

Godoy, A., & Franco, P. (2004). Curso de turismo accesible. Madrid, España: Real Patronato sobre Discapacidad.

Grupo Visiting. (2008). Turismo y Lugares de México: El país Azteca dispone de 4 Santuarios Turísticos más visitados en Latinoamérica. Retrieved 2011 28-marzo from VisitingMexico.com.mx: <http://www.visitingmexico.com.mx/blog/turismo-y-lugares-de-mexico-el-pais-azteca-dispone-de-4-santuarios-turisticos-mas-visitados-en-latinoamerica.htm>.

Independent Living Institute. (s.f.). ILI promotes the self-determination of people with disabilities. Retrieved 2011 30-Marzo from Independent Living Institute: <http://www.independentliving.org/indexen.html>

Johansson K, P. (2007). Cronología de la peregrinación mexicana. (E. VELA, Ed.) *Arqueología Mexicana* número especial (26).

Marcos Pérez, D., & González Velasco, D. J. (2003). Turismo Accesible: "Hacia un Turismo para Todos". Madrid, España: MAZARS.

Maraña, J. J. (2004). Vida Independiente. Nuevos modelos organizativos (Primera ed.). (A. I. Sociales, Ed.) Coruña, España: Obra Social de Caja de Madrid.

Oficina de representación para la promoción e integración social para personas con discapacidad. (s.f.). Recomendaciones de accesibilidad. Mexico, D.F.: Presidencia de la República.



Rogelio Martínez Cárdenas durante una ponencia.

Otra visión del turismo espiritual:
el turismo patrimonial y cultural
(El lugar industrial de Beauport y el
agrícola de La Grivelière
en la Guadalupe francesa)

Dr. Jean-Marie BRETON

*Profesor Emerito-Universidad de las
Antillas y Guyana francesas (Guadalupe)
Investigador CEREGMIA EA 2440
Miembro de la Academia de las Ciencias de Ultramar (París)*

Resumen

El turismo «científico» aun es marginal y hasta hace poco tiempo no ha sido objeto de una aprehensión conceptual, relativamente poco documentada y con un desarrollo operativo todavía limitado. Los ejemplos no son más que notables, a través de la salvaguardia y de la valorización de los sitios históricos, como los que muestran relevancia arquitectónica, que son propuestos al descubrimiento y a la educación de los visitantes.

Los recursos patrimoniales y culturales de origen agrícola e industrial de Guadalupe (como en las otras provincias francesas de las Antillas) durante demasiado tiempo, solo suscitaron, una conciencia colectiva, lo que implicó una voluntad y una política de salvaguardia y de protección, e incluso de rehabilitación, tardías y parciales. Esto ocasionó la degradación y en ocasiones, la pérdida irreversible de una parte importante de este patrimonio.

Unos de los ejemplos más notables y significativos son la puesta en valor cultural y la explotación económica del sitio agrícola de «La Grivelière» y del sitio industrial de «Beauport». Ambos constituyen ejemplos privilegiados de los impactos y las contribuciones de la puesta en valor turístico del patrimonio local, en su dimensión «científica», bajo los parámetros del desarrollo sostenible.

Palabras clave

Turismo espiritual - Historia - Cultura - Patrimonio - Identidad

1. Los temas inciertos y problemáticos del desarrollo sostenible, como la gestión integrada de los espacios, de los recursos naturales y del patrimonio tangible e intangible, son hoy en día muy mediatizados y debatidos, sin excluir la crítica, a veces iconoclasta aunque a menudo justificada. De hecho, como cualquier concepto que se populariza y se convierte en el objeto de una inevitable recuperación por los no especialistas, no escapan a la regla de oro que lo que pierde en rigor (semiológica y científica) lo gana en extensión (logomaquia y popularidad).

Las cuestiones relacionadas con la preservación y el funcionamiento sostenible del patrimonio cultural han sido hasta ahora menos frecuentes y sistemáticamente analizadas conceptualmente y, por lo tanto, menos “explotadas” operacionalmente. Esto sucede articularmente con el patrimonio científico al servicio de actividades de ocio y de descubrimiento, en lo referente a nuevas formas de turismo “alternativo” que suscita y en las que al mismo tiempo se basa.

Se propone una reflexión relativamente original a través de una relación dialéctica específica, que consiste en desarrollar el turismo integrado y la gestión del patrimonio, en el sentido más amplio, al servicio del desarrollo sustentable y viable, dando prioridad al beneficio de las comunidades y de la población local.

2. En Guadalupe el concepto de salvaguarda de patrimonio a través del turismo encontró su expresión original mediante la puesta en valor y la explotación de los sitios, con potencial histórico y económico, como lo muestran los siguientes dos ejemplos.

El archipiélago¹ tiene muchos recursos naturales y de origen antrópico,

¹ Guadalupe, que forma parte de las “pequeñas Antillas”, en la zona del Caribe, se compone de la isla principal (Grande-Terre y Basse-Terre), las Islas de La Désirade, Marie Galante, les Saintes, Saint Barthélemy y (en parte) Saint Martin.

especialmente en la zona de biodiversidad, pero también en los sitios y vestigios históricos, arquitectónicos y arqueológicos. Pero la concienciación de su dimensión cultural y de su valor patrimonial ha sido tardía, y se ha desarrollado de manera lenta y progresiva, sin que se pudiera hablar, hasta hace poco, de una verdadera aprensión ni de su apropiación por parte de la población.

Esta observación explica que, por un lado, muchos de estos recursos han sido, con el tiempo, degradados significativamente, o incluso han sido casi totalmente destruidos, hasta el punto de no poder ser salvados, protegidos y valorados. Por otro lado, la visión que pueden tener todavía hoy los guadalupanos es "selectiva" y "reductiva", en particular respecto a los bienes raíces, el patrimonio arquitectónico o monumental, bien sea urbano, industrial o agrícola asociado a la producción local tradicional (caña, café, cacao, etc.).

3. Los dos sitios seleccionados son notables debido, entre otras cosas, al significado simbólico y al valor emblemático que tienen adheridos a su seguridad, rehabilitación y valoración para el aprovechamiento de un turismo en parte original, con una dimensión 'científica', puesta al servicio de un desarrollo local buscado, viable y sostenible.

Después de un breve recordatorio del significado y el alcance del concepto de turismo científico (I), en el estado de la cuestión, se procurará presentar sucesivamente las condiciones para la puesta turística y la naturaleza de la oferta correspondiente, de los sitios para la fabricación de Beauport (fábrica de azúcar) (II) y La Gravelière («vivienda» cafetera) (III), testigos que conservan la historia y la memoria de la isla y de su puesta en valor, por parte de sus primeros habitantes, durante los años de colonización.

I. De la valorización del patrimonio al turismo cultural y científico

A - El turismo cultural y científico

1. Aprehensión cognitiva

¿Qué enfoque y definición se debe retener y acredita el 'turismo científico' (según la perspectiva mencionada)? Se han propuesto nuevas taxonomías, y se han esbozado las clasificaciones objetivas y/o subjetivas, voluntarias o intuitivas, de comportamientos o epifenomenales esbozados².

La cuestión no es tanto la falta de una nueva tipología, que procede de una necesidad intelectual de racionalización, como de un problema nuevo, que asume elecciones, decisiones e intervenciones que revelan un campo de acción de la especulación. Igualmente, conviene estar de acuerdo sobre los temas y las implicaciones de un enfoque polisémico del concepto de turismo «científico», y cómo las formas que puede concretamente asumir y los supuestos que sustenta son más complejo, diverso y (lógicamente) polémico que el patrimonio.

Un estudio pertinente y documentado, que pronto se publicará (Bourlon y Mao, 2012), se distingue, en este sentido, un enfoque que es a la vez analítico, temáticos y heurístico. En él se recogen las cuatro formas principales de turismo calificado de "científico" (que no se van a abordar aquí). Se trata, respectivamente de: "Turismo de aventura con una dimensión científica", "turismo cultural con contenido científico", "eco-voluntariado científico" y "Turismo de investigación científica".

² Por ejemplo, y ad referendum, si se quiere establecer un paralelismo entre el turismo cultural en general, y la tipología propuesta por la Comisión Europea del Turismo (CET), desarrollada por McKercher et Du Cros (2002) (Cultural tourism: the Partnership between tourism and cultural heritage management, New York, Haworth Hospitality Press), conserva cinco categorías: internacional, consciente, instintivo, aficionado y accidental (ibid., 72).

2. El enfoque

Si en el estado de la investigación se considera esta tipología como pertinente, la categoría que estaría cerca de la mayoría de los ejemplos que se presentan a continuación es una que corresponde al objeto, los parámetros y el contenido de "turismo cultural como contenido científico". Ésta evoca un turismo cultural y patrimonial beneficiado y/o procedente de un proceso de coaching-mediación-interpretación científico. La dimensión científica es, expresamente o no, una parte integrante de la oferta que distingue a los productos turísticos clásicos. Las nociones extensas de cultura y patrimonio incluirán a los entornos naturales y sociales, así como a las dimensiones históricas y territoriales³.

En Europa, particularmente en Francia, los autores anteriores recuerdan que la ciencia es con frecuencia movilizadada para promover, desde un punto de vista turístico, los espacios del patrimonio industrial. Origet du Cluzea (2005) asocia el turismo científico a la visita de los sitios de "ciencia, tecnología e industria" (S.T.I.). Se convierte así en realidad una variación del turismo cultural aunque persisten algunas diferencias en términos de audiencias y de ofertas (Cousin, 1998 y 2001).

En América del Norte, la dimensión científica se aplica particularmente a la mediación de los espacios naturales y de sus ecosistemas, pero también puede extenderse a los sitios o a los entornos de interés arqueológico, histórico y etnológico. En ese caso, el turismo científico mantiene un estrecho parentesco con el concepto de ecoturismo que puede convertirse en una de las variantes (como "forma de ecoturismo que ayuda a preservar el medio ambiente

³ Esta definición se aproxima a la propuesta por el Comité regional de Turismo científico del Saguenay-Lac-Saint Jean (CSL Saguenay-Lac St Jean, Québec, 2005) del «Turismo de Aprendizaje Científico» (T.A.S.), que se distingue del «Turismo de Investigación Científica» (T.R.S.), que es movilizadado en la tercera forma nombrada ecovoluntariado científico.

relativamente tranquilo") (Mieczkowski, 1995)⁴.

Esta misma lógica, puede verse en "turismo científico y cultural de descubrimiento, exploración y ocio" uno de los paradigmas fundadores del ecoturismo, como "ser respetuoso con los requisitos y/o compatible con las limitaciones ecológicas que sean definidas y sancionadas por las normas jurídicas de protección y conservación del medio ambiente en su sentido extenso de patrimonio" (Breton, 2004).

Según Bourlon y Mao (supra), actualmente hay un número cada vez mayor de productos de tour operadores, tanto por parte de las agencias especializadas como de las generalistas que ofrecen viajes científicos/ecoturísticos en sus catálogos⁵. Otros autores (Morse, 1997) también asocian este tipo de viajes educativos o de estudios (viajes de aprendizaje) a un entorno de la escuela o la universidad (o incluso reuniones de antiguos alumnos). Este tipo de estancia está muy desarrollada en América del Norte y es parte del currículo obligatorio o facultativo de muchos estudiantes. En América del Sur, las denominaciones de turismo científico turismo educativo y turismo científico y didáctico, son utilizadas con frecuencia⁶.

⁴ Mieczkowski (1995) define el turismo científico como "una forma de ecoturismo que ayuda a preservar el medio ambiente relativamente tranquilo".

⁵ Las grandes agencias u organizaciones de investigación igualarán hasta etiquetar ciertos operadores o productos, a la imagen del partenariado/asociación firmada en 2008 entre el Centro Nacional de Investigación Científica (CNRS) y el touroperador francés Escursia. Los investigadores del C.N.R.S. participan en el entrenamiento y animación estancias. Este puede ser, por ejemplo, el descubrimiento de la selva amazónica en Guyana, de los grupos étnicos del Camerún del Sur o de la botánica Madagascar (Bourlon y Mao, loc. Cit.).

⁶ El Ministerio de Turismo (2010) de Brasil utiliza indiferentemente los términos « Turismo de universidad, turismo para la educación, turismo científico o turismo de estudio». Definen el concepto como un « Turismo de estudios y de intercambio, basado en la motivación por las actividades programadas de aprendizaje que pueden favorecer el desarrollo personal y profesional gracias a las experiencias interculturales» (Ibid.).

B - Ciencia, patrimonio y cultura

1. El valor patrimonial y cultural de los sitios y de los vestigios

La gestión, valorización y utilización del patrimonio cultural animan un viejo debate que es renovado sin cesar, que trata de su 'interpretación' (Drouin, 2007), así como de los "desafíos" que postula (Allix, 2006:21). El debate interpela fuertemente a la reflexión identitaria, al tiempo que vuelve a los propósitos sociales sujetos a profundos cambios (Breton, 2009).

a) Las razones relativas a la interpretación y a la frecuentación del patrimonio, como una actividad de ocio, "son múltiples y no siempre se ajustan a las nobles declinaciones del turismo cultural" (Drouin, 2007:72). El turista se está enfrentando a decisiones sobre cómo acceder al conocimiento del patrimonio a través de diferentes formas de interpretación puestas a su disposición, y también se enfrenta a la institucionalización de la tecnología al servicio de la interpretación del patrimonio. Así ha sido creado, a lo largo de la década de los 2000, el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) y el Comité Internacional sobre la Interpretación y la Presentación de Sitios Culturales y patrimoniales (ICIP)⁷.

b) Se trata, para quienes toman las decisiones y para los que gestionan, de hacer vivir el patrimonio, especialmente con una política coherente y racional de descentralización cultural. El objetivo perseguido es doble: a través de los programas de restauración y de desarrollo ad hoc, se determina a la vez la afección del patrimonio con respecto a la justificación de las inversiones a las

que está sujeto, y su adaptación a ese uso evitando la desnaturalización, al tiempo que generando un doble desafío a los electos locales que lo han heredado.

Los instrumentos financieros son determinantes, porque imponen limitaciones específicas, en materia de justificación y utilización de los fondos públicos teniendo en cuenta la legitimidad de los objetivos perseguidos, y de la eficacia-rentabilidad (coste-beneficio) con respecto a los resultados esperados, tanto en términos de educación, recreación o de las actividades turísticas, como, más generalmente, del desarrollo local y de la sostenibilidad socio-económica.

c) El enfoque y la connotación identitaria no están ausentes en la orientación patrimonial y turística (Breton, 2006). Para que conste, se incluirán ad referendum. En algunas sociedades contemporáneas (en el seno de la comunidades tradicionales e indígenas de países emergentes), la identidad constituye un elemento esencial y determinante de la doble problemática social y, por tanto, del desarrollo. La aparición de una identidad específica en el contexto de la relación entre estas poblaciones o comunidades y la sociedad nacional, se basa en un triple componente, histórico, semántico y ecológico, que lleva una comprensión a menudo compleja.

El riesgo es obviamente grande, en este caso, de manipulación y de mistificación de la identidad, en razón "del arrastre de un hecho identitario inicialmente fragmentado hacia las formas regionales de la organización política" y de constitución correlativa de un "discurso" específico (ibíd.). El diseño, la elaboración o desarrollo y la implementación de "herramientas" para permitir una gestión óptima y sostenible de los recursos ecoturísticos del patrimonio implicado pide, en cualquier caso, una profunda reflexión sobre la consideración y el lugar de referencia, así como de los valores identitarios.

En el mismo sentido cabe la descripción y el análisis de los procesos por los que una sociedad produce su patrimonio

⁷ ICIP-ICOMOS, 2007 (cf. « Carta de ICOMOS para la interpretación y la presentación de sitios de patrimonio cultural»). Entre otros, esta organización ha contribuido a la redacción de una carta para la interpretación y la presentación de sitios de patrimonio cultural, para identificar las prácticas para evitar las desviaciones « para la conservación y apreciación de los sitios del patrimonio por parte del público» (http://icip.icomos.org/FR/groups_charter.html)

cultural y científico; así como la definición del objeto patrimonio a través de las categorías desarrolladas por los propios actores. El interés, tanto conceptual como operacional, que se vincula a la elaboración de herramientas para apoyar la decisión, en este sector, es indiscutible. Los ejemplos dados y los usos patrimoniales de los medios considerados, en particular de los nuevos usos sociales del patrimonio rural, ilustran la adecuación, destacando la articulación entre los bienes económicos y los valores culturales.

La patrimonialización de los territorios (o los impactos territoriales del patrimonio) es por su parte portadora de apuestas políticas, en la acepción extensiva del término, que pone en primer plano los problemas y las actuaciones identitarias. Los productos del territorio, que cubren tanto el patrimonio tangible (arquitectónica, monumental, arqueológico, etc.) como el intangible (saber hacer, la música, las tradiciones culinarias, artísticas, etc.), se encuentran en la encrucijada de la cultural y de la economía.

En todos los casos se observan cambios sociales esenciales cuya naturaleza y ritmo varían según la ubicación, el tiempo, las referencias culturales y los niveles como los patrones de desarrollo. Estos cambios desafían a los actores implicados (tomadores de decisión y gerentes, poblaciones y usuarios) en cuanto a la naturaleza y a la importancia de las herramientas adecuadas para la credibilidad, anclaje y optimizar su enfoque.

2. El turismo científico, variante del turismo cultural y patrimonial

El tema surgió, en Francia, tras el gran foro de discusión y consulta que ha constituido en 2007 el "Grenelle de l'environnement", para saber cuáles podrían ser las consecuencias y las implicaciones para el "Turismo de patrimonio". Es decir, en qué medida y condiciones se lleva a cabo la valorización del patrimonio turístico

(cultural y técnico y por qué nos resulta interesante), y si ésta es o no compatible con el respecto al medioambiente. Específicamente, "cómo los derechos de la herencia y el medio ambiente son estructurados en torno a estos problemas" con respecto a las cuestiones que impliquen la transferencia (Deperne, 2007).

a) Hoy en día, la vocación y los usos turísticos "alternativos" del patrimonio cultural están muy diversificados, y todavía son marginales en relación con el turismo de masas. Al mismo tiempo éstos conocen hoy un desarrollo regular y constante, a la medida de la evolución de la demanda de "otros" ocios, y de la evolución consecuente, aunque algo descompensado en un primer momento, de la oferta que cumpla con ellos. La ecuación "aumento de la demanda de patrimonio cultural □ restauración/rehabilitación de sus elementos" hasta entonces demasiado descuidada tanto por el Estado como por las colectividades territoriales (autoridades locales) se muestra así más significativa y movilizadora. Este enfoque apela a un esfuerzo de imaginación de las políticas públicas de valorización del turismo "de memoria", para el beneficio y en el asentamiento de un patrimonio arqueológico, histórico y arquitectónico entregado, durante demasiado tiempo, a la erosión del olvido y a la degradación del tiempo. Esto refleja una falta de interés debida a una desafección crónica por parte de las autoridades públicas y de los consumidores de ocio y turismo.

La búsqueda de la sostenibilidad socio-económica de un turismo potente tiene su origen en las expectativas y comportamientos nuevos y legítimamente diferentes, así como en términos de objetivos y de condicionamientos de un patrimonio cultural debidamente redescubierto y valorado.

b) ¿Asistiremos entonces a un verdadero "renacimiento del turismo cultural" (Chevrier y Clair-Saillant, 2006) y, en consecuencia, a una promoción y una recuperación, como tal, de un turismo

científico en emergencia, cuyo interés y atractivo serían a la medida y a la vez de la originalidad y del valor socio-cultural intrínseco?

Uno de sus aspectos menores no será reconocido consecuencia de la visión clásica y perenne, pero cada vez menos respetuosa con los senderos del pensamiento único, de tal turismo de masas. Esto es en efecto obligado a despojarse de su ropa vieja demasiada tiempo impuesta por la masificación incontrolada de la recreación y la irresponsabilidad hacia un desarrollo puramente cuantitativo y especulativo, y por los modelos y clichés amablemente transportados por los tour operadores y operadores turísticos. ¿Y esto para el beneficio de un exótico (negativamente) “a-culturado” porque está construido artificialmente y vendido, en nombre de la rentabilidad de los requerimientos de inversión y de rentabilidad máxima del accionariado transportada por una globalización “medioambiental y cultural ciego”?

Como resultado directo, en términos de gestión, las decisiones estratégicas y las opciones metodológicas que se expresan y se realizan in situ por los procesos de negocio cuya naturaleza y contenido proceden de su determinación. Su ámbito de aplicación y su valor se miden en términos de la eficiencia de los instrumentos derivados de éste, en la normativa institucional y también política, económica y social.

El turismo de la memoria, ex ante, en tanto que vector de concientización del ciudadano es una herramienta para el desarrollo local⁸, turismo cognitivo, ex post, a través de los equipamientos estructurantes y de las herramientas estratégicas ad hoc⁹: las pistas son muchas, los campos diversos y los modelos múltiples. El enfoque turístico, patrimonial, cultural y científico no puede sin embargo, ser artificialmente

⁸ Turismo de memoria, Cahiers Espaces, 2003, n° 80.

⁹ Museos y turismo, Cahiers Espaces, 2005, n° 87.

concedido, apenas de la artificialidad y la descalificación. Por el contrario debe ser una herencia consciente, clasificada, motivada y dinámica del patrimonio, acorde con la diversidad de ambientes y la riqueza de las culturas.

Con esta perspectiva, nos esforzaremos en este documento para presentar dos ejemplos (diferentes y complementarios a la vez: industrial y agrícola) de desarrollo en turismo, en Guadalupe, un sitio del patrimonio cultural y otro del patrimonio científico, como son Beauport y La Grivelière, respectivamente.

II. Turismo y patrimonio industrial: la fábrica de azúcar de Beauport

Al norte de la Grande Terre¹⁰, en la campiña de Port Louis, en el lugar renovado de una antigua fábrica azucarera, llamada el Pays de le Canne (el País de la Caña), se conserva el recuerdo del tiempo en el que el azúcar estaba en el corazón de la economía de las islas, ya que la industria azucarera ha contribuido al desarrollo de la región. Tras un viaje lúdico y pedagógico, el visitante es introducido en los misterios y la formación de la caña de azúcar.

La fábrica de Beauport es una de las últimas en cerrar sus puertas, en 1990. Con ello, además de las consecuencias sobre el empleo en toda industria, se ven amenazados los años de experiencia, de conocimiento y de tradición de la caña y del azúcar.

Así, para preservar esta herencia, se pasa porque muchos socios, en la Región¹¹ de Guadalupe reabrieran el sitio de la vieja fábrica de Beauport, que han restaurado y acondicionado para que sea un verdadero

¹⁰ La isla más grande del archipiélago guadalupano está realmente constituida por dos partes, la Basse-Terre o Baja-Tierra, al sur, donde se sitúa la dorsal volcánica del macizo “Soufrière” y la Grande Terre, o la Gran Tierra, al norte, principalmente constituida por una gran meseta calcaría, separada por un estrecho brazo de mar, la “rivière salée” el “río salado”.

¹¹ Como una colectividad territorial (francesas) descentralizada.

centro de cultura, ciencia y técnica, pero también un lugar de reconocimiento del patrimonio.

A - La historia del lugar¹²

La historia de Beauport –nombre de su segundo propietario- comienza en 1732. En esta época era propiedad de Simon Babin Beauport, de quien por cierto, en aquel momento no llevaba su nombre. No era más que una «vivienda azucarera»¹³ como hay cientos en la zona de Grande-Terre. Es decir, se trataba de un conjunto de tierras (campos de cañas, cultivos, “maderas nobles”¹⁴ y sabanas), edificios domésticos e industriales, para los esclavos, incluyendo la única razón de ser del lugar que era la producción de azúcar.

En 1813 la vivienda fue comprada y pasó a manos de la familia Ruillier-Beauport, criollos blancos¹⁵, que multiplicaron los matrimonios estratégicos para mantener un patrimonio familiar, constituyendo numerosas viviendas azucareras. Beauport incluía 96 acres y 70 esclavos. La Revolución Francesa y el colapso del sistema esclavista marcaron el comienzo de la decadencia de los Ruillier, como la de la mayoría de los grandes propietarios blancos, y más de una veintena de dulces hogares pertenecientes a la familia fueron entonces usurpados.

En 1836, el Dr. Armand Souques, originario de los Pirineos y quien ya estaba a la cabeza de varios campos, adquirió la vivienda. En 1840, Guadalupe contaba con 620 viviendas azucareras de las cuales 26 están en el actual Beauport.

¹² La historia del lugar y de las actividades que allí eran desarrolladas desde comienzos del periodo colonial han sido reconstituidas a partir de las informaciones proporcionadas a través de los sitios web que figuran en él y a los que puede hacerse referencia.

¹³ Una «habitation» o vivienda es, en época colonial, un conjunto de edificios y de tierras destinadas a una explotación generalmente de carácter agrícola, organizada en torno a una casa del «maitre» propietario. El término ha sido conservado hasta nuestros días.

¹⁴ Matorral, en francés Halliers y en criollo haziers.

¹⁵ Es decir, nacidos en la colonia.

Unos años más tarde comenzará la “guerra de los dos azúcares” (remolacha contra caña de azúcar), debido al crecimiento de la producción de azúcar francés y a la aparición del azúcar de remolacha, que socava la producción Caribe. De hecho, el bloqueo continental impuesto por Napoleón en primer lugar a los ingleses, entonces amos de los mares, ha tenido como consecuencia el aumento de diez veces en el precio del azúcar, que se hizo escaso y cuyo consumo se generalizó en Europa. Para superar estas importaciones coloniales, Napoleón ordena el cultivo de 32.000 hectáreas de remolacha. Se asiste así a un renacimiento de la producción azucarera en Francia, que tenía 585 azucareas, repartidas por todo el territorio. Las Antillas deben entonces hacer frente a una feroz competencia entre las dos producciones azúcar, que durará todo el siglo. Para resistir los productores antillanos deben modernizarse, especialmente a medida que se enfrentan a otro evento: en 1848, la abolición definitiva de la esclavitud supone un aumento de los costos de producción¹⁶, mientras que la remolacha sigue ganando terreno.

En 1863, Armand Souque, consciente de que la salvación viene de la concentración de los medios de producción y para hacer frente a la competencia del azúcar de remolacha, cada vez más popular en Francia y en Europa, hace de Beauport una planta central con un PDG y un responsable de la fábrica. Se compromete con valentía con el progreso tecnológico, en particular mediante el desarrollo de una red de ferrocarriles por todo el país para el transporte de la caña a la fábrica. Este es también el principio de la creación de un área de tierra de Beauport, por compra y concentración, que se consigue comprando casas antiguas y azucareras de concentración del Norte Grande-Terre. Así Beauport se convirtió en la primera estructura industrial del país.

¹⁶ Tras la separación de antiguos esclavos, los plantadores trajeron una importante mano de obra de origen indio, que se ha consolidado durante varias generaciones en las Antillas francesas.

Pero otro acontecimiento inesperado relanzará la caña: la Primera Guerra Mundial, que no sólo devastó los campos de remolacha, sino también el consumo generalizado de ron en el campo de batalla. Este es la famosa «gota del soldado»: el ron se distribuye en las trincheras, para dar valor y un poco de bálsamo para el corazón de la “poilus”¹⁷!

El avance industrial y social de la familia Soucques es meteórico. Su ‘imperio’ va a reinar el azúcar de Guadalupe durante casi un siglo, y va a representar una fuerza económica y política significativa. Ernesto, el hijo de Armand ha continuado con el trabajo de su padre, y fue él quien hizo los arreglos financieros necesarios para modernizar la plantación.

Pero en 1901 sus deudas son tales que el Crédito Hipotecario Colonial y el Banco de Guadalupe le obligaron a retirarse. La sociedad se disuelve y la planta es adjudicada al responsable de la fábrica, Fernand Clerc, que a su vez acumula grandes deudas a su comisario en Bordeaux, Edmond Besse. Este adquiere la planta en 1908.

La finca va a conocer una larga crisis durante la cual Beauport pasa de propietario en propietario hasta su liquidación y cierre definitivo el 30 de junio de 1990.

B - La puesta en valor turístico.

En Guadalupe, después del cierre de la planta de “Grosse Montagne” (en 1995), no opera más que una fábrica de azúcar, la de Gardel, cerca del Moule, al Este de Grande-Terre. Por su parte, el viejo azucarero de Beauport fue restaurado para darle nueva vida a uno de los ejes transversales de la cultura de Guadalupe y contar su historia fabril de más de tres siglos. En el corazón de la tierra de la caña, un tren de vía estrecha (Flèch kann), que servía anteriormente para transportar la caña, permite actualmente vagar por los campos y los cultivos de alimentos

¹⁷ Nombre popular dado a los soldados franceses en la Gran Guerra (1914-1918).

en Port-Louis, Norte Grande-Terre. Un espacio multimedia, compuesto por salas de exposición y donde se proyectan dos películas dedicadas a la caña de azúcar, proporciona acceso a una información completa.

1. El complejo industrial y su rehabilitación

Beauport quedó en ruinas cuando la región y la empresa de rehabilitación, SEMAG, decidieron rehabilitarla parcialmente para transformarla en el Museo del País de la Caña. El proyecto de rehabilitación ha necesitado casi 4,6 millones de euros, de los que una parte han sido financiados por los fondos europeos. Su reapertura ha generado más de una treintena de puestos de trabajo directos e indirectos.

Después de unos importantes arreglos, que se encuentran muy lejos de ser completados, el sitio abrió sus puertas al público en febrero de 2004. Tras una inactividad de casi quince años, bajo la propiedad del Consejo General¹⁸ se lleva a cabo la rehabilitación del sitio y de sus edificios, y se construye conjuntamente una vocación a la vez patrimonial, cultural y turística bajo la forma de un Centro de Cultura Científica, Técnica e Industrial (ISTAC). “Beauport, el país de la caña” es la nueva cara de la antigua fábrica de azúcar, restaurada y rehabilitada para revivir y dar vida a una parte de la cultura de Guadalupe.

La historia de Beauport es de hecho bastante rica, en numerosos aspectos, por lo que el sitio podría convertirse en una herramienta para la cultura científica y técnica dedicada a la tradición de caña de azúcar. Se intenta, a través de numerosas actividades, hacer vivir o revivir la historia del azúcar ofreciendo un viaje lúdico y educativo a través del laberinto de un legado fuera de lo común.

Beauport pretende destacar y potenciar su carácter y su papel como lugar de

¹⁸ Asamblea deliberativa del departamento (colectivo territorial infraregional).

memoria, potenciando el desarrollo económico de toda una región, fuertemente penalizada y abandonada al cierre la planta/fábrica, mientras que la economía entera del archipiélago y de las Antillas se iba debilitado. Sin embargo, desde el año 2004, gracias al Consejo General de Guadalupe, el corazón económico del Nord Grande-Terre comienza a latir, ofreciendo una nueva carrera, aunque los trenes que acarrear la caña finalmente fueron silenciados, y cesó el baile de cabrouets¹⁹ y de los camiones.

Después de una década de agonía y silencio, Beauport ha reabierto gradualmente sus puertas, no solo a los productores sino también a los visitantes, turistas y residentes. Una parte de la antigua fábrica ha sido reformada para convertirla en un museo dedicado completamente al azúcar y la producción de caña (que sigue siendo la primera actividad agrícola en la isla, pero ahora orientado casi exclusivamente, salvo alguna excepción, a la producción de ron y de sus derivados). Cada vestigio de este patrimonio industrial único y casi milagrosamente salvado es un pretexto para contar, para recordar y para educar. Tres siglos de historia son contados a través de las diferentes estaciones de interpretación que jalonan el recorrido alrededor del cual se organiza la visita al sitio.

2. El contenido de la oferta turística

Además de la dimensión puramente industrial del patrimonio arquitectónico, que sería suficiente para alimentar una oferta turística "científica" (en el sentido de que hemos mantenido en el inicio de este estudio), el desarrollo y la cobertura mediática de la historia del azúcar en Guadalupe, través de la etiqueta "País de la caña", resultan de un imaginario criollo fuertemente arraigado en la memoria local y la identidad colectiva.

Esta es la historia que se cuenta, perpetúa y populariza Beauport. El complejo

¹⁹ Se trata de charrettes tradicionales tirados por bueyes.

memorial industrial y pedagógico ofrece una forma educativa para explorar el procesamiento de la caña de azúcar, que van desde la siembra hasta los productos terminados (azúcar, ron...), revelando a los visitantes todos los "secretos". La rehabilitación de los restos de los edificios y la renovación de los equipos de producción les permite asociar las imágenes concretas a los comentarios formulados por la audioguía (disponible en inglés, francés y en criollo).

La transformación del sitio en el Centro de Cultura Científica, Técnica e Industrial, dedicada a la tradición de la caña de azúcar, no es trivial, en el plano terminológico como en su nuevo destino, no es trivial y expresa la clara intención de hacer un lugar de la memoria y el conocimiento para el turismo de local, así como los visitantes extranjeros. El aspecto educativo de la visita es muy importante para el proyecto debido a que uno de los objetivos de la reapertura de Beauport fue contribuir a la preservación de los conocimientos de la antigua fábrica.

Beauport ofrece a este respecto una oportunidad original y única para retroceder en el tiempo. La visita (infra) se compone de un espacio dedicado al patrimonio, que permite ver y escuchar varios documentos relacionados con la historia del lugar, desde la vivienda azucarera hasta su transformación en la fábrica de producción del azúcar. Las diferentes etapas de la transformación de la caña son explicadas, así como los tipos de molinos, cuyos restos se encuentran todavía en muchos núcleos de la isla²⁰ (se puede visitar uno para disfrutar del panorama que hay alrededor del molino "del descubrimiento", testigo nostálgico y significativo del tiempo en el que Beauport era todavía una plantación de azúcar). También se propone una introducción a la botánica para observar las diferentes especies de caña²¹.

²⁰ Y más todavía en Marie-Galante, donde la "ruralidad" ha sido amplia y sistemáticamente conservada hasta nuestros días, y sigue explotando la caña, especialmente en la planta Bielle, que produce el ron "agrícola" de calidad.

La oferta turística comprende un paseo por el campo gracias al pequeño tren que rescita el que se utilizó originalmente para el transporte de la caña y de carbón que alimentaba la planta, y que sigue siendo, como se ha dicho, una parte importante de la red ferroviaria. Además, se accede a un "laboratorio", donde se puede degustar el zumo obtenido al prensar los trozos de caña y ofrece a sus visitantes un restaurante criollo y una "kazabokit" (especie de sándwichería -restaurante de comida rápida) para el almuerzo.

La rehabilitación arquitectónica y la explotación turística de Beauport permiten entrar en el corazón de una región, en parte atípica y a menudo mal conocida (frente a los balnearios más populares y frecuentados del archipiélago), la del norte de Grand Terre, ahogada en un mar de caña siendo todavía hoy animada por las sucesivas oleadas de vientos aliseos, cuya apariencia salvaje y auténtica ha sido conservada. Campos de caña hasta que se pierde la vista, torres de molinos diseminadas aquí y allá, cabrouets utilizados para el transporte de la caña, vegetación seca y barrida por la brisa del mar, los dulces aromas de los tallos de caña cortados dos veces al año... todo contribuye a mantener la identidad y el encanto de los países de la caña. Todo con la intención de conservar, en las jóvenes generaciones y en los visitantes no residentes, la memoria de una explotación esclavista con una dimensión dramática, en la época de la expansión manufacturera e industrial de los siglos XVII y XIX, que contrasta con el silencio y la serenidad que caracterizan hoy al sitio.

La oferta turística es a la vez diversa, rica y variada: una animación cultural en torno a la caña, paseos en tren y excursiones por el laberinto de caña, espectáculos propuestos por las asociaciones culturales locales, participación de los visitantes en diferentes talleres (escritura: Kote Liv; teatro: Ti Lolo,

²¹ Son objeto de estudio del CIRAD (Centro de Cooperación Internacional en Investigación Agronómica para el desarrollo) y el INRA (Instituto Nacional de la Investigación Agronómica).

artes, ilustración, juegos tradicionales y de sociedad, gigantes, música, etcetera), un museo, un restaurante para el esparcimiento (iniciación a la gastronomía criolla), tiendas que ofrecen la oportunidad de degustar los productos de la tierra y de adquirir creaciones de artesanía local. Se encuentra igualmente un servicio comercial por la organización de manifestaciones tradicionales (veladas, cenas con fiesta, etc).

El país de la caña es asociado, en un intento tan original como atractivo, a un patrimonio rico, una cultura verdadera de mujeres y hombres auténticos, un saberhacer industrial y una historia apasionante. El sitio, que se extiende y se expande en varias hectáreas, tiene muchos elementos que ayudan a su interpretación, entre otras cosas, a través del audiovisual de la "caña", que permite una introducción a todas las etapas del procesamiento de la caña azúcar, por no hablar de la "casa del dueño de la fábrica," emblema de la arquitectura criolla tradicional. Cada vestigio del patrimonio industrial que compone actualmente la escena de Beauport, en su dimensión cultural y científicotécnica, es la excusa para contar y recordar.

El museo y el espacio audiovisual ponen a disposición de los visitantes y de los turistas una amplia documentación sobre el cultivo de la caña de azúcar, la historia de la plantación y los impactos, tanto en la economía de la región, como en términos más generales en las Antillas; así como sobre una actividad industrial donde no hay mucha riqueza ni actividad. Un espacio dedicado, El Muro del Recuerdo, a rendir homenaje a los fundadores de Beauport.

Finalmente, los proyectos son ambiciosos, y requieren una inversión de más de 3 millones de euros. Se trata, particularmente, de aumentar el espacio de exposición, a favor de una exposición permanente sobre la fábrica y una exposición sobre la energía²².

²² Sobre las estadísticas de frecuencia (ver en el anexo).

3. La visita del conjunto y de los campos de caña

Si el turista eligió utilizar los servicios de un guía intérprete, cada función dentro de la planta se comenta por un ex empleado, y es ilustrada por muchas fotos y paneles didácticos que describen la vida y las actividades dentro de la antigua fábrica y campos de los alrededores.

La visita continúa con un viaje en tren a través de las plantaciones y del campo, adornada con comentarios que describen la historia y la economía de la explotación, las condiciones y el curso de la vida cotidiana, pero igualmente las características de la caña y de otros cultivos o árboles encontrados en el recorrido. Una parada en una pequeña "estación" permite quitar la sed, antes de entrar en el carril contrario de vuelta. Esta es la única línea de ferrocarril todavía utilizada por el país de la y por lo tanto es la única que tiene circulación en Guadalupe.

La última parte de la visita se puede dedicar al museo, que, como espacio audiovisual, ofrece a los visitantes una amplia documentación sobre el cultivo de la caña de azúcar, la historia de la planta y la importancia económica que tuvo esta industria de la región.

Además, gracias a la disponibilidad, el dinamismo y la erudición de los intérpretes, los visitantes pueden acceder a un espacio educativo, para descubrir un arboretum compuesto por una treintena variedades, un invernadero, una estación meteorológica que explican la relaciones entre el tiempo y el cultivo, y las informaciones sobre el ciclo vegetativo y los enemigos de la caña. Por su parte, el audiovisual, que sus diseñadores querían que resultara moderno, incluye varios módulos de enseñanza: un pequeño glosario sobre el azúcar, que describe las etapas de la fabricación de azúcar; el audiolibro, recopilación de los testimonios de hombres y mujeres que han trabajado en la fábrica; la maqueta del sitio industrial; un espacio dedicado al fundador de Beauport; un cuestionario sobre la caña y el azúcar; y varias películas

sobre la temática del azúcar.

No hay que olvidar el laboratorio de la caña, que es probable que aumente, además de otros componentes del sitio, que le conceden una dimensión "científica" a la visita turística de Beauport, ya que permiten abodar un conocimiento técnico que es a la vez amplio y accesible, sobre todo mediante talleres supervisados por un mediador científico.

El circuito termina con una visita a la tienda, donde se encuentran los tesoros del "País de la Caña", artículos de artesanía, sabores, etc. Los productos locales (tabletas de coco, frutas confitadas, mandioca, etc), que son parte de su memoria y de su identidad, también cuentan la historia, pasada y presente, de Guadalupe.

3. - Turismo Ciencia y la herencia agrícola: la casa-cafetera de La Grivelière

La vivienda del café (o cafetera) de la Grivelière (comunidad de Viejos Habitantes) es una de las joyas del patrimonio histórico de Guadalupe.

La Grivelière es un alojamiento de 90 hectáreas, propiedad de la Región de Guadalupe desde 1988. Catalogado como monumento histórico desde el 6 de marzo de 1987, se encuentra situado en la zona central ("el corazón") del Parque Nacional de Guadalupe, a 200 metros de de altitud, en el valle del "Grande-Rivière de Vieux-Habitants" (El Gran Río de los Viejos Habitantes).

Esta antigua vivienda de café ha sido restaurada gracias a la intervención del Consejo Regional de Guadalupe. Actualmente, sigue siendo una de las últimas casas del café de las Pequeñas Antillas, todavía parte del Estado, e importante testigo de la economía de plantación del siglo XVIII en el Caribe. La casa principal (comunmente llamada "casa del dueño" es del siglo XIX), los alojamientos de los trabajadores, el molino, la terraza, la instalación técnica

y su mecanismo son elementos de la arquitectura preindustrial protegidos con el título de monumentos históricos. Las viviendas de los esclavos fueron situadas por debajo de la casa principal. Todavía hoy se pueden ver los restos de las cajas de los trabajadores que reemplazaron a la mano de obra esclava después de la abolición de 1848.

La vivienda-café de Gravelière alberga actualmente las actividades de la asociación cultural y de reintegración "Valle Verde".

A - La historia del lugar²³

"Viejos Habitantes" es un foco de la colonización de los franceses que llegaron al sur de la isla, a la región de Basse-Terre²⁴ o Tierra Baja. Desembarcaron en el puerto Allegre en Côte-sous-le-vent²⁵, el 27 de junio 1635, y la parroquia de San José de los Antiguos Habitantes fue fundada por Nicolas Sullard, Capitán La Ramée en 1636. En ese momento, se llamó "habitantes" a los colonos que recibieron una concesión de tierra, es decir, los primeros propietarios en comparación con los reclutados. El área se pobló rápidamente. Los primeros ocupantes plantaron tabaco, del roucou²⁶ y del indigo, achiote y añil. No fue sino hasta el siglo XVIII cuando fueron introducidos el café y el cacao.

La Gravelière es la agrupación de varias parcelas de las cuales la más importante fue nombrada en 1788 como "Habitation Saint-Joseph" (vivienda de San José). Se mencionó en su momento como la manufactura de café, con una capacidad de 47 hectáreas, ocupadas por 45 esclavos, amos y económos. No se sabe exactamente cuando comenzó su negocio, pero es probable que se beneficiara

²³ Ibid. supra, nota 12.

²⁴ Actualmente es la capital administrativa de Guadalupe, mientras que Pointe à Pitre es la capital económica.

²⁵ Fachada oeste de la isla, abierto al mar Caribe, en el flanco del macizo de Soufrière.

²⁶ Material colorante de semillas de achiote rojo (que los nativos americanos utilizaban antes de la llegada de los colonos para pintar sus cuerpos como "maquillaje" para los rituales).

de la nueva situación, favorable para el desarrollo del cultivo del café en Guadalupe, hacia 1726, en tierras no aptas para el cultivo caña.

Esta propiedad se abandonó durante la Revolución momento en el que se pierde el rastro de los 45 esclavos. Tras el periodo revolucionario, en sus parcelas se cultivan el café y el cacao con una mano de obra servil mucho más limitada, reducida a 5 ó 10 esclavos. Hubo que esperar hasta finales del siglo XVIII para que se estableciera una bonificación²⁷.

En ese momento, la preocupación de los residentes es asegurar una supervivencia casi autosuficiente, cultivando la tierra, vendiendo sus ñame, malanga, y recolectando la yuca para fabricar en el lugar la cassave²⁸ y criar pollos y cerdos. Estos residentes bajan de vez en cuando al mar, a pie o en burro, y suben con el trigo, la sal, aceite, salazón, bacalao, etc.

En 1842, con la crisis del café, los hermanos Perriolat, originarios de la Drôme y los recién llegados a Guadalupe, compraron y recuperaron los terrenos circundantes y las casas más modestas como la de San José y la Sorpresa. Ellos son los propietarios-inventores de una maquina industrial para moler el achiote o roucou y convertirlo en empresa de fabricación de aceite de achiote. La casa toma entonces, 1843, el nombre de la "Gravelière", cinco años antes de la abolición de la esclavitud (1848). Alrededor de 1860, se convierte en una fábrica de achiote, y a continuación comienza a desarrollarse el cultivo del cacao en una plantación de cacao. Igualmente es equipada con una fabrica de mandioca, dos edificios de procesamiento de café, un horno de leña, y se convierte en una explotación próspera, al menos hasta finales del siglo XIX.

Louis Adolphe Rollin compró el conjunto de la propiedad en 1888, y el nombre de

²⁷ Local destinado a la transformación del café a partir del tratamiento y de la torrefacción de las "cerezas" (frutos del café).

²⁸ Galletas de harina de yuca.

La Grivelière aparece por primera vez en un acto notarial. En ese momento, se trata de una vasta fábrica de aceite de achote que emplea a 60 personas y produce 200 toneladas de pasta de este fruto con semillas rojas. Funcionará como tal hasta 1893, año desde el cual, hasta 1919, la Société Anonima “El Grivelière” se encarga de la explotación, en especial de cacao y reanuda tímidamente el cultivo del café.

François Pagésy lo adquirió en 1919 y la familia Pagésy se instala en la Côte-sous-le-vent, desde 1740. Se dedica principalmente al cultivo de café. A partir de 1919, Pagésy y sus herederos, los nuevos propietarios, restauraron los edificios y ayudaron a devolver a ese sitio su vocación original de “casa de café”, relanzando desde su instalación, el cultivo del café, el cual hace crecer de 4 a 20 hectáreas. Los cultivos alimentarios (malanga, ñame, madères) y vegetales (pepinos, tomates, guisantes tiernos) completan la explotación con un total de 103 hectáreas. Pero el terrible ciclón de 1928 y después el de 1956 (Betsy) pusieron fin gradualmente a la actividad.

En 1978, 45 hectáreas fueron plantadas con café y el cacao, 50 hectáreas de bosque, de ellas dos hectáreas se utilizan como plantación de pimienta y la vainilla; y otras dos hectáreas de cultivos alimentarios y hortalizas se encuentran a lo largo del río.

La Grivelière funciona hasta 1983, antes de ser adquirida por la Región en 1988. De septiembre 1985 hasta junio de 1987, algunos de los edificios estarán totalmente desmantelados y otros se dejan en un estado de semiabandonado. Hace falta esperar varios años para que la mayoría de ellos fueran rehabilitados y/o reconstruidos exactamente (la casa solariega, en particular) por una empresa especializada en restauración de monumentos históricos.

B - La oferta turística

1. La fábrica y su restauración

El conjunto de la Grivelière se presenta actualmente como la única “cafetera” tradicional del Caribe todavía en funcionamiento, como un “sitio

excepcional” que ofrece la oportunidad de una “inmersión en un pasado preservado.”

Situado en un entorno único, La Grivelière ha conservado su autenticidad a través de los siglos, y es por tanto un conjunto patrimonial único en las Antillas francesas. Muestra las actividades y un know-how o conocimiento cuya riqueza y originalidad presentan un gran atractivo turístico, en términos de descubrimiento como de enfoque “científico”. Los edificios actuales se remontan, en las partes más antiguas, a finales del siglo XVIII.

La casa, que se convirtió en la cafetera a principios del siglo XX, consta de una casa solariega (casa del duelo), una casa de administradores, las viviendas de los trabajadores, dos boucans²⁹, un cobertizo o hangar para la torrefacción, dos molinos de agua (descascara), restos de antiguas cajas de los trabajadores e incluso de posibles antiguos esclavos. Está flanqueada por pequeños edificios anexos y por un antiguo porche. El jardín de plantas medicinales fue restaurado la vivienda hundida. El renacimiento del viejo jardín criollo, de un bosque de plantas tropicales, o de viejos huertos reubica a la vivienda dentro su patrimonio natural.

El frontón y la fachada expuesta al este y sureste tienen en su parte baja la mampostería de cal y escombros. Las esquinas y los dinteles de las puertas son de roca volcánica local. La fachada que da al patio es totalmente de madera, así como las particiones y carpintería interior.

La Grivelière es hoy una casa de café de más de 89 ha. Los diversos edificios de la granja se organizan alrededor de la casa señorial, situada en lo alto de un promontorio con vistas al valle. Se trata de una casa baja (de 22 metros de largo y 8 de ancho), cubierta por un techo a dos aguas y en cada uno de sus lados se abren cinco claraboyas. La arquitectura es de madera. Los frontones y la fachada

²⁹ Hangar destinado al secado y al almacenamiento de las cosechas de café y de cacao (el origen de la palabra viene de “bou-can” m carne ahumada de los indios del Caribe, primeros ocupantes de la región.

expuesta al este/sureste están en la parte inferior cubiertas de cal de albañilería y escombros. Las esquinas y los umbrales de las puertas son de roca volcánica de la zona. La fachada que da al patio es totalmente de madera, así como las particiones (pasillos) y carpintería interior.

Tal como está, el sitio reagrupa un conjunto de edificios de vocación agrícola (varios parillas para fular carnes y pescados, el establo, la empresas de transformación de café, de descarasa) y otros domésticos (alojamientos de los maestros, del contra maestro, cocinas, cabinas de esclavos) y fue clasificada en 1987 por su singularidad y por la calidad de la conservación de sus edificios.

En el lugar donde se encontraban en el origen las casas de los esclavos (actualmente destruidas), las nuevas deben ser reconstruida exteriormente, de forma idéntica, ofreciendo las habitaciones de hôtes y permitiendo, en 2014³⁰, el alojamiento de los visitantes que quieran alojarse allí.

Cuando la autoridad regional se disponía a comprar esta propiedad en 1988, se comenzó la rehabilitación de la casa del propietario. La buhardilla que ocupa toda la superficie de la casa fue reservada para el secado de café. Cerca se encuentran los restos del "jardín"/huerta. Es una pequeña cocina con una chimenea de ladrillo de triple. Como todas las casas de la época, la cocina estaba cerca pero distante de la residencia, para limitar los daños en caso de incendio. Una vez que la mayor parte de las tareas del hogar se completaron, varias habitaciones fueron reformadas con muebles de época. El visitante puede descubrir el calor y el ambiente de un salón comedor, de un dormitorio, una cocina y un cuarto de baño an tan lontan³¹.

Alrededor del edificio principal se levantan

³⁰ Para permitir la realización del trabajo llevado a cabo recientemente con este fin, el restaurante criollo (table d'hôtes) ha estado cerrado provisionalmente a la clientela hasta finales de 2011.

³¹ Como antiguamente.

otros que son indispensables para la vida, como es el hangar de cacao, el glacis (con un patio de 370m² para secar el café al aire), el gran boucan (edificio que alberga al capataz y a su esposa y en el que, en la planta baja, se almacena el café), el boucan à tiroirs (edificio en madera reservado para el secado del café) a la que se adjunta una mazmorra de piedra. Existen todavía tres edificios que protegen las máquinas para quitar la pulpa y pelar el café, impulsadas por una rueda de paletas. Las « chozas de negros » estaban situadas abajo de la casa del maestro para ser fácilmente atendidos. Su número pasó de 11 en 1893 a 7 en 1947. Actualmente no existen más que 2.

2. La asociación gestora

En 1988, La Grivelière fue adquirida por el Consejo Regional de Guadalupe, que confió la gestión de la Asociación Valle Verde en 1997.

Fundada en 1994 por los habitantes del valle, tenía un doble objetivo: desarrollar un sitio natural e histórico notable, todo para revalorizar y preservar su patrimonio y proteger la naturaleza. Se ha diseñado para este fin un proyecto de desarrollo agroecoturismo utilizando La Grivelière como artículos de promoción. La idea principal, en torno al cual se formó la asociación, era la de desarrollar la región, preservando y protegiendo el valle y poniendo en valor el patrimonio tangible (café) y el intangible (conocimiento local).

Una de sus primeras iniciativas fue replantar 20.000 plantas de café, de la misma variedad que la de sus antepasados, así como árboles frutales, de vainilla, de cacao y dos hectáreas de cítricos. Los miembros también han tenido mucho interés en recrear un jardín criollo y un segundo jardín, dedicado exclusivamente a las plantas medicinales, en el cerro le morne³² llamado "El Hospital".

Para asegurar el éxito del proyecto, la atención se centró en la movilización

³² Término utilizado en las Antillas para designar a las colinas de pequeña elevación.

de todos los recursos existentes en el valle, una movilización que se basó en el relanzamiento de la producción agrícola (café, frutas, raíces, hortalizas, plantas aromáticas, etc), en la creación de unidades artesanales de procesamiento agroalimentario (licores, mermeladas, frutas en almíbar), en el desarrollo de una mesa de invitados y la fabricación y venta de souvenirs. El conjunto de la Grivelière, restaurado y reparado, ahora es un imán para los turistas, generando unos ingresos esenciales para su mantenimiento y el desarrollo de futuros proyectos. Los empleados se ofrecen como parte de la empresa de inserción creada encabezado por la asociación, que le da una dimensión social distinta e importante.

Gracias a ella, la casa también se ha convertido en un lugar turístico muy popular en Guadalupe. La Asociación Valle Verde es, en efecto, a la que se le atribuye el desarrollo de nuevas actividades, que se encuentran en varias estructuras: la vivienda Grivelière, la casa del café, un menú.

En particular se persigue un fin social, tales como la gestión de la inclusión de la mencionada empresa, en el sector de mantenimiento y servicio de los espacios verdes y un negocio de artesanía agro-transformación. Responsable de la operación de la propiedad de la Región Guadalupe, se ha convertido rápidamente, por la experiencia acumulada y la ayuda de los socios³³, en un polo económico y turístico innovador, de primera importancia para el valle, pero, más allá de esto, para el municipio de Vieux-Habitant y para las comunidades limítrofes de Côte-sous-le-vent.

Por otra parte, el hecho de que el sitio está ubicado dentro del parque nacional, zona protegida por la excelencia, es un gran activo, dotándolo de protección contra cualquier especulación eventual, incompatibles con la protección de la naturaleza. La etiqueta del Parque es sin

³³ Región, Oficina del Bosque Nacional, Agencia departamental para la inserción, Comunidad Vieux-Habitants, Parque Nacional.

duda un elemento de confianza en la calidad natural de los productos vendidos, y consumidos.

3. La oferta turística y didáctica

Las actividades y productos turísticos ofrecidos por El Grivelière son muchas y variadas, y no se limitan al interés histórico y científico de (re) descubrir la organización, las técnicas y el funcionamiento de una empresa manufacturera que actualmente ha perdido la forma de los siglos pasados. De hecho ofrecen: visitas guiadas (a la casa y al bosque circundante), un menú para descubrir la gastronomía local³⁴; un espacio de degustación de productos biológicos de la finca; una tienda (café arabica Bonifieur Guadalupe tratado con métodos antiguos, palo de chocolate transformado en « chocolate tradición » licores fabricados en el lugar, recuerdos, etc.); la organización de eventos festivos, seminarios culturales y científicos, eventos y jornadas temáticos sobre el café, el cacao, el rimed razyé³⁵, los sabores locales de antaño, la moda y la cultura y, más en general, los recursos del patrimonio local³⁶; exposiciones (permiten descubrir las aplicaciones actuales de

³⁴ Inaugurado en 2002, por iniciativa de la Asociación a petición de los visitantes, el restaurante "table d'hôtes" que fue construido en una escuela en construcción. Los menús se preparan con productos 100% orgánicos cosechados en la casa, en respuesta al deseo de volver a una agricultura tradicional, cumpliendo con los requisitos de la carta del Parque Nacional. La carne proviene en gran medida del criadero de la casa (gallinas, cabras, cerdos, conejos); los pescados se compran directamente a los pescadores de la Côte-sous-le-Vent.

³⁵ Las plantas medicinales. Con sus 3.800 especies de plantas (de las cuales 220 son comestibles y 625 tienen propiedades medicinales), Guadalupe es un territorio potencialmente rico para todos los usos posibles. Las moléculas que resultan de las plantas intervienen de hecho, en todas las actividades humanas: viajes, alojamiento, ropa, comida, cuidados de belleza, cuidado de la salud. Esto representa, pues, un verdadero "oro verde".

³⁶ Se subraya el interés, en relación con un turismo de vocación "científica", que tiene la puesta en valor-recuperación y utilización de los recursos del patrimonio local gracias a las nuevas tecnologías, en beneficio de un desarrollo económico innovador y sostenible para el archipiélago de Guadalupe.

productos cosméticos, tintes naturales, artesanías, cuidado corporal, etc); el descubrimiento del río (excursión a pie y baño en la cascada del Paraiso) y, por supuesto, los alojamientos (supra).

El recorrido por la casa, realizada por experimentados guías asociación "Valle Verde" es particularmente instructiva, y presenta y explica los diferentes aspectos de la producción de café, así como la organización de la vida cotidiana y el trabajo dentro de la casa. Los visitantes son conducidos al corazón del jardín criollo, en el que se les presentan, de forma muy didáctica, la flora y el conjunto de plantas que se pueden encontrar en la selva tropical de Basse-Terre.

Además de un escenario dotado de la magia del lugar, la vivienda La Grivelière ofrece actualmente, de manera inédita, la posibilidad de profundizar en la historia de los lugares, de descubrir sabores olvidados, de encontrar el saberhacer casi olvidado, y un verdadero "retorno a las fuentes o a lo básico" en las profundidades de una naturaleza tan preservada como exultante.

4. Las primeras lecciones

El "balance", después de algunos años de funcionamiento, es bastante positivo (Koussoula-Bonneton, 2010, 140). Los Fondos de la UE³⁷, a los que se suma el apoyo financiero y logístico del Consejo Regional y la Dirección Regional de Asuntos Culturales (DRAC), permitió la continuación de las obras de restauración, así como facilitó la gestión y promoción de este lugar. Actualmente, la Asociación Verte Vallée (Valle Verde) aporta una parte a la financiación de los gastos de explotación por un valor alrededor del 60%. La frecuentación anual de visitantes supera ya los 30.000.

Cada año, con la participación de grupos locales, se organizan en el lugar nuevos eventos culturales dirigidos a la población local y a los turistas. Con el tiempo, las

nuevas plantaciones previstas de café y productos del cacao deberían, si no generar un superávit, por lo menos conseguir un equilibrio entre los gastos y los ingresos.

La asociación compartiría una extensión del lugar, acompañada de una mayor diversificación de las actividades (como por ejemplo, la construcción de áreas de picnic). Pero este propósito encontró una serie de restricciones impuestas, en términos de planificación, derivadas de las exigencias de la conservación de la biodiversidad y de los espacios naturales protegidos, resultado del reglamento del Parque Nacional. Las limitaciones que ello conlleva, aunque son innegables y esenciales barandillas para la protección del patrimonio, a veces también se sentían, no sin razón, como obstáculos de proyectos de desarrollo³⁸.

Este ejemplo muestra que, al menos, la conservación y mejora de este patrimonio por parte de la asociación constituyen una fuente de orgullo para la población local y un ejemplo exitoso. Por esta razón este caso es a menudo citado, reconocido e imitado por otras asociaciones de las Pequeñas Antillas.

1. La dimensión identitaria y el alcance estructurante, en el plano socio-cultural, de identificación del patrimonio tiene por efecto operar una transferencia de valor de elementos patrimonializados (y por lo tanto revalorizados) en individuos o en grupos (colectividades y/o comunidades) a las que están asociadas.

Ciertamente, se puede recordar otros ejemplos de turismo "científico" y traer otras experiencias, igualmente significativa, portadoras de connotaciones y cuestiones relevantes, y tensión, más o menos polémica incluso conflictivas, en

³⁷ Particularmente FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional).

³⁸ Han sido capaces de generar, en ocasiones, reacciones y comportamientos negativos por parte de algunos habitantes de la región, particularmente a través de la degradación o destrucción de la señalética del sitio.

términos de propiedad, de reapropiación, afectación y supervisión de los recursos del patrimonio cultural por las poblaciones locales. Un enfoque que beneficia al desarrollo local que es a la vez integrado y participativo, frente a las amenazas de despojo, la alienación y de desculturización exógenas y extrovertidas. No debe también excluir, aquí y allí, segundas intenciones y estrategias, ocultas o manifiestas, mínimo de construcción y reconocimiento identitario, máximo de conquista del poder y de emancipación política.

2. En las Antillas francesas (constituye, con la Guayana, los Departamentos Franceses de América también llamados Departamentos de Ultramar), se pueden identificar una serie de experiencias de mejora, puesta en valor y de explotación productiva de un determinado recurso o componente del patrimonio histórico y cultural, lato sensu, como parte de un turismo con un enfoque científico (lo cual no excluye que pueda tener una connotación de responsabilidad ambiental y solidaridad social)³⁹.

³⁹ En el espíritu de los proyectos de rehabilitación y desarrollo turístico, en Guadeloupe, se mencionarán los sitios de Beauport y Grivelière, la creación de la Savane des Esclaves, en Martinica, cerca de la ciudad de Trois Ilets. Esta, asociando la historia y el turismo, el patrimonio y el descubrimiento científico, entendido todo como un testimonio de un pasado doloroso, encontró un caso de éxito para el público, ofreciendo una alternativa lúdica y recreativa de los sitios "de sol", que concentran y maximizan de manera anárquica un turismo en alejado de la realidad y a fortiori del patrimonio local. En Guyana, la recuperación y promoción de la cultura de la vainilla, la producción tradicional de la zona, si la hay, es indicativa de un deseo de explotar un recurso del patrimonio local disponible en la naturaleza pero nunca antes realmente explotados. La creación de una mini red de producción de esta planta aromática, cuyas primeras vainas de orgúideas son producidas en 2012, es probable que genere interés por parte de los residentes como para los turistas, a través de una mejor comprensión del potencial agronómico, aromático y un recurso genético característico (si no icónicos, como en Madagascar) el patrimonio local, y por lo tanto la "cultura" de que implica (ver "Guyana tiene el sabor de la vainilla", diario Francia-Guayana Francesa, el 14 de noviembre de 2007, p. 6).

Las herramientas de mediación y explotación turística de los recursos locales se usan para la valoración de un patrimonio que procede indiscutiblemente, de la cultura histórica y económica base de Guadalupe, incluso si la "comercialización" paralela de un acontecimiento tiene fines turísticos, en términos económicos, resulta de un proceso más clásico de la puesta en valor turística.

3. En cuanto a la ley francesa, se volverá, ad referendum, a sus orientaciones y/o aspectos más significativo o determinantes de enfoque normativo, ya sea de naturaleza legislativa o reglamentaria, en tanto que es una herramienta de expresión y de implementación de las políticas públicas en los ámbitos considerados.

Hay dos temas principales que parecen ser retenidos en este respecto, sin perjuicio de otros aspectos de las políticas de patrimonio y turismo, por no hablar de su encuentro y su coherencia con el espíritu y la perspectiva de este estudio. El primero es la protección específica del patrimonio cultural, como tal, a través de sus diversos componentes arqueológicos, históricos y arquitectónicos, más o menos extendidos, portadores de su dimensión científica; el segundo, el más amplio y transversal, y al mismo tiempo el más político y menos técnico, es la descentralización de la gestión de los bienes culturales.

4. A través de los análisis y las exposiciones anteriores, no había duda de que no se ha considerado y tenido en cuenta el diseño, la elaboración y a fortiori la ejecución de los proyectos de desarrollo turístico duraderos con objetivo patrimonial. El propósito buscado es limitado, sin otra ambición que mostrar, a partir de estos dos casos presentados, algunas reflexiones, que puedan ser validadas y usadas como referencia para otras experiencias y otras "miradas" en diferentes contextos geográficos, políticos, económicos o sociológicos. Esto conduce a relativizar la visión que podemos tener, a fortiori, y las conclusiones que se pueden obtener de las

observaciones realizadas (Breton, 2011).

5. No se perderá de vista tampoco, la movilización indispensable, a la vez que directa, efectiva y multiforme, de las comunidades locales, para su implicación activa y sistemática en todas las etapas y en todas las fases del diseño, de la elaboración, de la planificación, de la implementación y de la gestión de un proyecto de desarrollo local anclado en una iniciativa de turismo del patrimonio en general y científico en particular.

Porque las comunidades locales deben siempre ser los primeros actores, por la lógica intrínseca del desarrollo sostenible, y no solo testigos más o menos pasivos, veremos a través de la secuencia diacrónica de información-sensibilización-implicación-responsabilización, una oportunidad, al tiempo que una condición fuerte y convincente de reapropiación (tanto política, como económica, jurídica y cultural) de su medio de vida, sus recursos, su patrimonio y, por tanto, su propio territorio (Breton, 2006, 2009, 2010, etc).

6. Por último, si uno tuviera que hacer una primera enseñanza de las observaciones anteriores⁴⁰, que se encuentra en la consideración de que no existe en esta materia ninguna "receta milagro" o recomendación indiscutible; se diría que los trabajos de campo son y deben seguir siendo fundamentales en cualquier situación; que los avances en la búsqueda de un "modelo" de desarrollo turístico sostenible no sólo puede proceder de la acumulación de experiencias, de la multiplicación de las buenas prácticas y de los rigurosos análisis comparativos y transdisciplinario que unos y otros pueden suscitar; y que al fin de cuentas, en este terreno como en muchos otros, la capitalización y la valoración de las

experiencias, siempre que sean positivas, siguen siendo fundamentales.

La credibilidad operativa, y por lo tanto la legitimidad social, de este tipo de enfoque es el precio. La vía está abierta, pero el camino es, probablemente, todavía largo...

Anexo

El sitio industrial de « Beaufort ». Estadísticas 2007 / 2011 (por tipo de público).

La diferencia entre las estadísticas sobre origen de visitantes (21 544) y las estadísticas generales (23 787) del año 2011 se deben a que las primeras son datos en bruto desde el software, actualizado cada mes debido a que la configuración de software venta de entradas no es suficientemente óptima. Sin embargo, da una idea del origen del cliente.

⁴⁰ NB En el momento en el que este texto fue escrito, no fue posible tener los datos estadísticos necesarios para actualizar y finalizar de manera exhaustiva, particularmente para el caso de la habitación de café La Grivelière en particular, la presentación de los dos estudios casos presentados anteriormente (y, para este último caso, debido a la ausencia temporal del gerente del área de estudio).

	2007	2008	2009	2010	2011	total 2007/2011	%
Escolares	6 247	3 970	1 461	1 868	2 802	16 348	13,81%
CLSH	1 859	1 298	1 118	1 456	2 021	7 752	6,55%
Receptivo		519	198	53	120	890	0,75%
Grupos diversos	3 794	1 830	1 991	1 037	3 229	11 881	10,03%
Individuales	15 921	19 988	7 380	10 857	13 900	68 046	57,47%
Eventos	1 488	8 201	649	1 436	1 715	13 489	11,39%
Total visitantes	29 309	35 806	12 797	16 707	23 787	118 406	100%

Fuente : « Beaufort » - abril 2012

Bibliografía

Allix, G. (2006), « Le double défi du patrimoine », *Le Monde*, 2 novembre 2006, 21.

Bourlon, F. et Mao, P. (2012), « Le tourisme scientifique, un essai de définition », *Teoros*, vol. 30, n° 2, 2011, 94-104 (<http://id.erudit.org/iderudit/1012246ar>).

Breton, J.-M. (2004), «Paradigme d'écotourisme et sociétés traditionnelles en mutation : le cas de l'outre-mer français», *Teoros*, 23 (2), 54-60.

Breton, J.-M. (2006), « Tourisme, culture et environnement. Une problématique identitaire ? », dans Ch. Gagnon et S. Gagnon (dir.), *L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce. De la conservation au développement viable des territoires*, PUQ, Québec, 43-71.

Breton, J.-M. (2009), « Les enjeux et les outils d'une gestion touristique intégrée du patrimoine culturel au service d'un développement durable et viable », dans J.-M. Breton (dir.), *Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe-Afrique-Caraïbes-Amériques)*, Karthala-CREJETA, Série « Iles et pays d'Outre-Mer », vol. 6, Paris, 367-397.

Breton, J.-M. (2010), « Des handicaps au rôle de l'écotourisme comme outil de développement local durable et viable. Le cas de la Guadeloupe », dans Ch. Gagnon (dir.), *L'écotourisme visité par les acteurs territoriaux. Entre conservation, participation et marché*, PUQ, Québec, 207-228.

Breton, J.-M. (2011), « Patrimonialisation et tourisme(s) alternatif(s), entre dialectique et synergie: quels outils pour un développement durable et solidaire? », dans J.-M. Breton (dir.), *Tourisme durable et patrimoines. Une dialectique développementale ? (Europe-Caraïbe-Amérique-Afrique-Asie)*, Karthala-CREJETA, Série « Iles et pays d'Outre-Mer », vol. 8, Paris, 425-476.

Chevrier F.-G. et Clair-Saillant M. (2006), « Renouveau du tourisme culturel. Que reste-t-il du "touriste" ? », *Teoros*, 2006 (2), 72-74.

Cousin, (1998), « Le tourisme industriel, objet médiatique non identifié », *Cahiers Espaces*, 57, 6-14.

Cousin, (2001), « Industrie de l'évasion ou entreprise d'encadrement ? Le cas du tourisme industriel », *Quaderni*, 44, 45-71.

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 », *Teoros*, 2007 (3), 72-75.

Koussoula-Bonneton, A. (2010), «Patrimoine et écotourisme : dialectique controversée ? Les cas de la Fondation Françoise-Canez-Auguste en Haïti et de la Verte Vallée en Guadeloupe», dans Ch. Gagnon (dir.), *L'écotourisme visité par les acteurs territoriaux. Entre conservation, participation et marché*, PUQ, Québec, 123-163.

McKercher et Du Cros (2002), *Cultural tourism : the Partnership between tourism and cultural heritage management*, New York, Haworth Hospitality Press

Mieczkowski, (1995), *Environmental Issues of Tourism and Recreation*, Maryland: University Press of America, 566 p.

Morse, M. A. (1997), « All the world's a field: a history of the scientific study tour », *Pro-gress in Tourism and Hospitality Research*, 3 (3), 257-269.

Origet du Cluzeau, C. (2005), « Tourisme scientifique et tourisme culturel destins communs et divergences », *La lettre de l'OCIM*, 101, pp. 6-11.



Jean-Marie Bretón en uno de los encuentros de Turismo Espiritual junto a varios ponentes.



La Ciudad Accesible

Accesibilidad Universal, Usabilidad y Diseño para Todos





A lo largo de once capítulos que integran esta obra, sobre el Turismo Cultural y su Accesibilidad, el lector se va adentrando en estudios que muestran cómo es que han sido aprovechados distintos recursos naturales, materiales y sociales en pro del turismo; mediante una recopilación de experiencias de autores procedentes de distintas nacionalidades, donde se abordan aspectos que incluyen el patrimonio tanto en su ámbito material como inmaterial, el turismo religioso y la accesibilidad en ciudades históricas y sitios religiosos.



periódico



La Ciudad Accesible

Accesibilidad Universal, Usabilidad y Diseño para Todos



web

ISBN 978-607-9450-13-7



9 786079 450137

La Ciudad Accesible pone al alcance de toda la sociedad interesada un sistema profesional, sencillo y gratuito para publicaciones, investigaciones, textos o simples reflexiones, lleguen a miles de lectores potenciales en pocos días. Así, puedes publicar dentro de nuestras colecciones todo lo relativo a Accesibilidad Universal, Usabilidad, Diseño para Todos y Atención a la Diversidad de Usuario.

La idea de una editorial o servicios editoriales sobre accesibilidad universal viene derivada de la filosofía del término que hemos creado sobre Accesibilidad de Código Abierto. Al conseguir publicar estudios, investigaciones, manuales, revistas y libros derivados de la experiencia y análisis estas materias, generaremos más posibilidades de intercambio de conocimiento, formación de profesionales y concienciación de la sociedad. Sin duda, el futuro es compartir.